



مجموعة توصيات بشأن تسويق  
الأطعمة والمشروبات غير الكحولية  
للأطفال

جميع الحقوق محفوظة. يمكن الحصول على مطبوعات منظمة الصحة العالمية من إدارة التسويق والتوزيع، منظمة الصحة العالمية، 27 Avenue Appia, 1211 Geneva Switzerland (هاتف رقم: ٣٣٦٤ ٢٢ ٧٩١ +٤١؛ فاكس رقم: ٤٨٥٧ ٢٢ ٧٩١ +٤١؛ عنوان البريد الإلكتروني: [bookorders@who.int](mailto:bookorders@who.int)). وينبغي توجيه طلبات الحصول على الإذن باستنساخ أو ترجمة منشورات منظمة الصحة العالمية - سواء كان ذلك لبيعها أو لتوزيعها توزيعاً غير تجاري - إلى إدارة التسويق والتوزيع على العنوان المذكور أعلاه (فاكس رقم: ٢٢ ٤١ ٧٩١ +٤٨٠٦؛ عنوان البريد الإلكتروني: [permissions@who.int](mailto:permissions@who.int)).

التسميات المستخدمة في هذا المطبوع، وطريقة عرض المواد الواردة فيه، لا تعبر إطلاقاً عن رأي الأمانة العامة لمنظمة الصحة العالمية بشأن الوضع القانوني لأي بلد، أو إقليم، أو مدينة، أو منطقة، أو لسلطات أي منها، أو بشأن تحديد حدودها أو تخومها. وتشكل الخطوط المنقوطة على الخرائط خطوطاً حدودية تقريبية قد لا يوجد بعد اتفاق كامل عليها. وذكر شركات بعينها أو منتجات جهات صانعة معينة لا يعني أن هذه الشركات والمنتجات معتمدة، أو موصى بها من قبل منظمة الصحة العالمية، تفضيلاً لها على سواها مما يماثلها ولم يرد ذكره. وفيما عدا الخطأ والسهو، تميز أسماء المنتجات المسجلة الملكية بوضع خط تحتها.

اتخذت منظمة الصحة العالمية كل الاحتياطات المعقولة للتحقق من صحة المعلومات الواردة في هذا المطبوع. ومع ذلك يتم توزيع المواد المنشورة دون أي ضمان من أي نوع صريحاً كان أو ضمنياً. وتقع مسؤولية ترجمة المواد واستخدامها على عاتق القارئ. ولا تتحمل منظمة الصحة العالمية في أي حال المسؤولية عما يقع من أضرار نتيجة استخدامها.

# المحتويات

٤	توطئة
٥	مقدمة
٦	توصيات بشأن تسويق الأغذية والمشروبات غير الكحولية للأطفال
٧	اليّنات
٨	التوصيات
٨	الأساس المنطقي التوصيتان ١ و ٢
٨	رسم السياسات التوصيات ٣ و ٤ و ٥ و ٦
١٠	تنفيذ السياسة العامة التوصيات ٧ و ٨ و ٩
١١	الرصد والتقييم في إطار السياسة العامة التوصيتان ١٠ و ١١
١٢	البحوث التوصية ١٢
١٣	القرار الذي اعتمده جمعية الصحة العالمية الثالثة والستون في ٢١ أيار/مايو ٢٠١٠: مجموعة من التوصيات بشأن تسويق الأغذية والمشروبات غير الكحولية للأطفال

والملاحظ أن الإعلان، وغيره من أشكال تسويق الأغذية والمشروبات غير الكحولية للأطفال، بات من الظواهر الواسعة الانتشار وهو يتعلّق، أساساً، بمنتجات تحتوي على نسبة عالية من الدهون أو السكر أو الملح. وهناك من الأدلة ما يشير إلى أن الإعلانات التلفزيونية تؤثر في تحديد أغذية الأطفال المفضّلة وطلبات شراء الأغذية وأنماط استهلاكها. كما يُلاحظ استخدام طائفة واسعة من التقنيات لتسويق تلك المنتجات والتأثير في اختيارات الأطفال في المدارس ودور الحضانه والمتاجر الكبرى؛ وعن طريق التلفزيون والإنترنت؛ وفي العديد من الأماكن الأخرى.

والغرض الرئيسي من هذه التوصيات هو توجيه الجهود التي تبذلها الدول الأعضاء في رسم سياسات جديدة و/ أو تعزيز السياسات القائمة بشأن رسائل تسويق الأغذية للأطفال. وتم إعداد هذه التوصيات بإسهام كبير من الدول الأعضاء وغيرها من الجهات صاحبة المصلحة واعتمادها من قبل جمعية الصحة العالمية الثالثة والستين في أيار/ مايو ٢٠١٠. وهي تعكس الشواغل الخاصة التي أثّرت أثناء إعدادها وتؤكد على الحاجة إلى التعاون بين مختلف القطاعات والتعاون الدولي والحصول على دعم أصحاب المصلحة.

وتسويق الأغذية والمشروبات غير الكحولية التي تحتوي على نسبة عالية من الدهون أو السكر أو الملح من الظواهر التي تطال الأطفال في جميع ربوع العالم. وعليه لا بدّ من بذل الجهود اللازمة لضمان حماية الأطفال في كل مكان من آثار ذلك التسويق ومنحهم فرصة النمو والترعرع في بيئة غذائية مواتية- أي بيئة تسهم في تعزيز وتشجيع الخيارات الغذائية الصحية وتدعيم الحفاظ على وزن صحي.

الدكتور علاء العلوان

المدير العام المساعد

دائرة الأمراض غير السارية والصحة النفسية

منظمة الصحة العالمية

الأمراض غير السارية من أهمّ الأخطار التي تتهدّد صحة الإنسان والتنمية الاجتماعية الاقتصادية. وتودي الأمراض القلبية الوعائية والسرطانات والأمراض التنفسية المزمنة والسكري ب حياة نحو ٣٥ مليون نسمة كل عام، علماً بأنّ ٨٠٪ من تلك الوفيات تحدث في البلدان المنخفضة والمتوسطة الدخل. وهناك ما يقتضي في مجالي الصحة العمومية والسياسة العامة ما يبرّر اتخاذ ما يلزم من إجراءات للتخفيف من العبء الفادح أصلاً الذي تفرسه الأمراض غير السارية، فضلاً عن حدوث الوفيات الناجمة عنها في مراحل مبكرة وإمكانية توقيها.

ويمثّل النظام الغذائي غير الصحي أحد أهمّ ما يمكن تعديله من عوامل الاختطار المرتبطة بالأمراض غير السارية. وتسهم النظم الغذائية غير الصحية، إذا لم تُتخذ أيّة إجراءات من أجل تغييرها - وإذا اجتمعت مع عوامل اختطار أخرى- في زيادة نسبة انتشار الأمراض غير السارية بين السكان بزيادة ضغط الدم وزيادة نسبة الجلوكوز ونسبة الدهون الشاذة في الدم وزيادة معدلات فرط الوزن والسمنة. وفي حين تحدث الوفيات الناجمة عن الأمراض غير السارية لدى البالغين بالدرجة الأولى، فإنّ المخاطر المرتبطة بالنظام غير الصحي تبدأ في مرحلة الطفولة وتتطوّر طوال العمر.

ويحتل فرط الوزن والسمنة، حالياً، المرتبة الخامسة ضمن عوامل الاختطار الرئيسية المؤدية إلى الوفاة في جميع أنحاء العالم. وتشير تقديرات عام ٢٠١٠ إلى أنّ أكثر من ٤٢ مليوناً من الأطفال دون سنّ الخامسة يعانون من فرط الوزن أو السمنة، وأنّ نحو ٣٥ مليوناً منهم يعيشون في البلدان النامية. والجدير بالذكر أنّ فرط الوزن الذي يظهر في مرحلة الطفولة أو المراهقة لا يزيد من مخاطر الإصابة بالسمنة والأمراض غير السارية عند الكبر فحسب بل يسهم أيضاً في الإصابة بعدد من المشاكل الصحية الفورية، مثل فرط ضغط الدم ومقاومة الأنسولين.

ولقد طرأت على العادات الغذائية تغيرات جذرية فهي على طرفي نقيض من عادات الأجيال السابقة. فهناك، على الصعيد العالمي اليوم، مجموعة كبيرة ومتنوعة من المنتجات الغذائية والمشروبات التي تتيحها معظم الأسواق بأشكال جديدة وملائمة تسهل استساغتها. غير أنّ توافر تلك المنتجات على نطاق واسع والمبالغة في تسويق الكثير منها، ولاسيما تلك التي تحتوي على نسبة عالية من الدهون أو السكر أو الملح، من الأمور التي تعترض سبيل ملازمة الناس، والأطفال على وجه الخصوص، لنظام غذائي صحي والحفاظ على وزن صحي.

غير السارية: تنفيذ الاستراتيجية العالمية. وباعتماد القرار ج ص ع٦٣-١٤ بشأن تسويق الأغذية والمشروبات غير الكحولية للأطفال أقرت جمعية الصحة العالمية الثالثة والستون تلك التوصيات.

وتؤكد التوصيات، مجدداً، على المرمى الذي تنشده الاستراتيجية العالمية بشأن النظام الغذائي والنشاط البدني والصحة، التي أقرتها جمعية الصحة السابعة والخمسون في عام ٢٠٠٤، والمتمثل في توجيه الأنشطة الساعية إلى تهيئة بيئة تساعد على اتخاذ إجراءات مستدامة على صعيدي الفرد والمجتمع المحلي والصعيدين الوطني والعالمي. وتسعى التوصيات، على وجه التحديد، إلى دعم توصية الاستراتيجية العالمية الدول الأعضاء بوضع نهج مناسبة ومتعددة القطاعات لمواجهة ظاهرة تسويق الأغذية للأطفال. كما تكمل التوصيات الغرض ٣ من خطة العمل الخاصة بالاستراتيجية العالمية لتوقّي ومكافحة الأمراض غير السارية، الذي يقترح على الدول الأعضاء اتخاذ إجراء رئيسي يتمثل في "العمل، حسب الاقتضاء، على إعداد وتنفيذ إطار ملائم و/ أو آلية ملائمة لتشجيع التسويق المسؤول للأغذية والمشروبات غير الكحولية للأطفال، وذلك بالتعاون مع جميع أصحاب المصلحة، حتى يتسنى التقليل من آثار الأغذية ذات المحتوى العالي من الدهون المشبعة أو من الأحماض الدهنية المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح".

أما شكل الوثيقة فهو على النسق التالي: تتضمن التوصيات بياناً للأسباب التي دعت إلى إعداد التوصيات، وفرعاً يتناول البيّنات ذات الصلة، و١٢ توصية معروضة ضمن خمسة عناوين فرعية: الأساس المنطقي؛ ورسم السياسات؛ وتنفيذ السياسة العامة؛ والرصد والتقييم في إطار السياسة العامة؛ والبحوث. ويشتمل القرار على ديباجة وجملة من التدابير يقترح على الدول الأعضاء والمدير العام اتخاذها.

تحث هذه الوثيقة على اتخاذ إجراءات عالمية من أجل الحدّ من الآثار التي يخلّفها على الأطفال تسويق الأغذية التي تحتوي على نسبة عالية من الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح. وقد أعدت لتيسير العمليات والآليات السياسية الرامية إلى بلوغ هذا الغرض، على النحو المبين في الوثيقتين الرئيسيتين الواردتين في هذا المطبوع: توصيات بشأن تسويق الأغذية والمشروبات غير الكحولية للأطفال، والقرار الذي اعتمدت بموجبه تلك التوصيات.

وتعكس الوثيقة الاعتراف المتزايد على مدى السنوات العشر الماضية بأهمية التصدي للأمراض غير السارية، والذي تتجلى أكبر معالمه في خطة العمل الخاصة بالاستراتيجية العالمية لتوقّي ومكافحة الأمراض غير السارية (٢٠٠٨-٢٠١٣)، التي اعتمدها جمعية الصحة العالمية الحادية والستون في أيار/ مايو ٢٠٠٨ (القرار ج ص ع٦١-١٤). وتم وضع أساس خطة العمل تلك باعتماد الإطار السياسي للاستراتيجية العالمية في أيار/ مايو ٢٠٠٠، عندما طُلب إلى المدير العام لمنظمة الصحة العالمية مواصلة منح الأولوية للوقاية من الأمراض غير السارية ومكافحتها (القرار ج ص ع٥٣-١٧). وقد أعدت خطة العمل الخاصة بالاستراتيجية العالمية، بناءً على طلب جمعية الصحة العالمية الستين في أيار/ مايو ٢٠٠٧ (القرار ج ص ع٦٠-٢٣)، من أجل ترجمة الاستراتيجية العالمية إلى إجراءات ملموسة.

كما طُلب إلى المدير العام، في القرار ج ص ع٦٠-٢٣، "... الترويج لأساليب التسويق المسؤول، بما في ذلك وضع مجموعة توصيات حول تسويق الأطعمة والمشروبات غير الكحولية للأطفال، بغرض الحدّ من آثار الأغذية التي تحتوي على الدهون المشبعة، أو الدهون المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح في إطار الحوار مع كل أصحاب المصلحة المعنيين بمن فيهم الأطراف المنتمئة إلى القطاع الخاص مع ضمان تجنّب تضارب المصالح".

وبعد مشاورة ومناقشات مستفيضة خلال دورة المجلس التنفيذي السادسة والعشرين بعد المائة عُرضت مجموعة التوصيات على جمعية الصحة العالمية الثالثة والستين في الوثيقة ج١٢/٦٣ بشأن توقي ومكافحة الأمراض

# مجموعة توصيات بشأن تسويق الأطعمة والمشروبات غير الكحولية للأطفال<sup>١</sup>

٥- واستندت الأمانة إلى مشورة فريق الخبراء واستنتاجات الاجتماعات التي عُقدت مع أصحاب المصلحة في كتابة ورقة عمل شكلت إطاراً لإجراء المشاورات الإقليمية مع الدول الأعضاء. ووضحت المشاورات آراء الدول الأعضاء بشأن أهداف وخيارات السياسة العامة، وآليات الرصد والتقييم التي تعرضها ورقة العمل. وبحلول أيلول/ سبتمبر ٢٠٠٩، بلغ عدد الدول الأعضاء التي قدمت ردوداً بشأن المشاورات ٦٦ دولة. ونظم اجتماعان آخران لأصحاب المصلحة لغرض المتابعة، شارك فيهما ممثلو المنظمات الدولية غير الحكومية، والصناعات العالمية المنتجة للأغذية والمشروبات غير الكحولية، وقطاع الدعاية. وأتاح هذان الاجتماعان إضافة عناصر جديدة إلى ورقة العمل.

٦- واتضح من المشاورات أن الدول الأعضاء تعتبر تسويق الأطعمة والمشروبات غير الكحولية للأطفال مسألة دولية، كما اتضحت ضرورة ضمان تسويق القطاع الخاص لمنتجاته تسويقاً مسؤولاً. وبينت تلك المشاورات أيضاً تباين السياسات الراهنة المتبعة في الدول الأعضاء من حيث الأهداف والمضمون والأسلوب وممارسات الرصد والتقييم، وكذلك من حيث أساليب مشاركة أصحاب المصلحة في ذلك. وتباينت الأساليب المتبعة بين الحظر القانوني للدعاية التليفزيونية الموجهة للأطفال فيما يخص أغذية محددة والقواعد الطوعية التي تتبعها أقسام معينة من صناعات الأغذية وشركات الدعاية. وأشارت عدة دول أعضاء إلى حاجتها للمزيد من الدعم الذي تقدمه الأمانة في مجالي رسم السياسات والرصد والتقييم.

٧- وأعربت ١٥ دولة عضواً عن قلقها إزاء التسويق عبر الحدود. حيث يتعرض العديد من البلدان، بما فيها البلدان التي تفرض قيوداً في هذا الصدد، للتسويق المحلي لأغذية مصدرها بلدان أخرى، وأشارت بعض الدول الأعضاء إلى ضرورة معالجة مسألة العديد من ممارسات التسويق.

٨- وأعربت بعض الدول الأعضاء عن مخاوفها إزاء تسويق الأطعمة والمشروبات غير الكحولية لأطفال المدارس والأطفال دون سن الدراسة. وذكر أن الوضع الخاص الذي تتميز به المدارس، باعتبارها بيئة يسهل فيها إثارة اهتمام الأطفال ودور تلك المدارس في تعزيز الصحة، هو من العوامل التي يلزم معالجتها في إطار التوصيات.

١- طلبت جمعية الصحة العالمية الستون، في قرارها ج ص ع ٦٠-٢٣ بشأن "توقّي الأمراض غير السارية ومكافحتها: تنفيذ الاستراتيجية العالمية"، إلى المديرية العامة "الترويج لأساليب التسويق المسؤول بما في ذلك تسويق الأطعمة والمشروبات غير الكحولية للأطفال، بغرض الحد من آثار الأطعمة التي تحتوي على الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح في إطار الحوار مع كلّ أصحاب المصلحة المعنيين بمن فيهم الأطراف المنتمة إلى القطاع الخاص مع ضمان تجنب تضارب المصالح".

٢- واعتمدت جمعية الصحة العالمية الحادية والستون، بموجب قرارها ج ص ع ٦١-١٤، خطة العمل لتنفيذ الاستراتيجية العالمية لتوقّي ومكافحة الأمراض غير السارية. وتحت خطة العمل الدول الأعضاء على الاستمرار في تنفيذ الإجراءات التي وافقت عليها جمعية الصحة في القرار ج ص ع ٦٠-٢٣. ويقترح الغرض ٣ من خطة العمل (الفقرة ٢٤)، الترويج للنظم الغذائية الصحية، "ه" أن تتخذ الدول إجراءً رئيسياً يتمثل في "إعداد وتنفيذ إطار ملائم و/ أو آلية ملائمة لتشجيع التسويق المسؤول للأغذية والمشروبات غير الكحولية للأطفال، وذلك بالتعاون مع جميع أصحاب المصلحة، حتى يتسنى التقليل من الأطعمة ذات المحتوى العالي من الدهون المشبعة أو من الأحماض الدهنية المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح".

٣- وتنفيذاً لهذه المهمة، أنشأت المديرية العامة في تشرين الثاني/ نوفمبر ٢٠٠٨ فريق خبراء مخصصاً ليسدي لها المشورة التقنية في تحديد أهداف مناسبة للسياسات العامة، وخيارات السياسات العامة وآليات الرصد والتقييم. وزود الفريق باستعراض منهجي محدّث أكدّ النتائج السابقة التي تشير إلى وجود تسويق واسع للأغذية ذات النسب المرتفعة من الدهون والسكر أو الملح، الموجه للأطفال على صعيد العالم أجمع.

٤- وانعقد اجتماعان مع ممثلي عدد من المنظمات الدولية غير الحكومية، والصناعات العالمية المنتجة للأغذية والمشروبات غير الكحولية، وقطاع الدعاية. وكان الغرض منهما تحديد المبادرات السياسية والعمليات ووسائل الرصد والتقييم المستخدمة في مجال تسويق الأطعمة والمشروبات غير الكحولية للأطفال.

١. على النحو الذي ورد سابقاً في الوثيقة ج ١٢/٦٣.



٩- والغرض الرئيسي من هذه التوصيات هو توجيه الجهود التي تبذلها الدول الأعضاء في رسم سياسات جديدة و/ أو تعزيز السياسات القائمة بشأن رسائل تسويق الأطعمة للأطفال بغية تقليص الأثر الناجم على الأطفال نتيجة لتسويق الأطعمة ذات النسب المرتفعة من الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح.

## البيّنات

١٠- وترد التوصيات بالخط التخين في نص هذا الملحق بأكمله. وتتألف بنية التوصيات من الأقسام الخمسة التالية: الأساس المنطقي؛ ورسم السياسات؛ وتنفيذ السياسات؛ ورصد السياسات وتقييمها، والبحوث.

١٣- كما يتضح من الاستعراضات المنهجية أن التليفزيون مازال يشكل واسطة هامة إلا أن أشكالاً أخرى من رسائل التسويق أخذت تكمله بصورة تدريجية، وهي أشكال تتزايد أمطها تبايناً وتركز على استخدام العلامات التجارية وبناء العلاقات مع المستهلكين. وتتضمن هذه الشبكة الواسعة من تقنيات التسويق أنشطة الدعاية، والرعاية، والنفخ في صور المنتجات، والترويج للمبيعات، والترويج المشترك بالاستعانة بشخصيات معروفة أو رموز تجارية أو شخصيات ذات شعبية لدى الأطفال، ومواقع شبكة الإنترنت، وأساليب التغليف والتوسيم ووسائل العرض في مواقع الشراء، والبريد الإلكتروني والنصوص الإلكترونية، والأنشطة الخيرية التي تتيح فرصاً لترويج العلامات التجارية، وإيصال رسائل التسويق بصورة افتراضية أو بالكلام. ولقد أصبح تسويق الأطعمة للأطفال الآن ظاهرة عالمية يغلب أن تتخذ أشكالاً متعددة ومتكاملة، باستخدام رسائل يجري إيصالها عن طريق قنوات متعددة.

١١- يشكل النظام الغذائي غير الصحي عاملاً من عوامل خطر الإصابة بأمراض غير السارية. وتبدأ مخاطر النظم الغذائية غير الصحية في مرحلة الطفولة وتتزايد خلال دورة الحياة. وللحد من مخاطر الإصابة في المستقبل بأمراض غير السارية ينبغي للأطفال المحافظة على وزنهم الطبيعي وتناول الأطعمة الصحية التي تحتوي على نسب منخفضة من الدهون المشبعة والأحماض الدهنية المفروقة والسكاكر الحرة والملح. وترتبط النظم الغذائية غير الصحية بفرط الوزن والبدانة، وهما حالتان شهدتا تزايداً سريعاً بين الأطفال في العالم برمته خلال السنوات الأخيرة.

١٢- ويستنتج من البيّنات المستخلصة من الاستعراضات المنهجية لنتائج وطبيعة وآثار تسويق الأطعمة للأطفال بأن الدعاية هي ممارسة شاملة، وإن الأشكال الأخرى من تسويق الأطعمة للأطفال هي ممارسات شائعة في جميع أنحاء العالم<sup>١</sup>. ويتم الجزء الأعظم من هذا التسويق للأطعمة ذات النسب المرتفعة من الدهون أو السكر أو الملح. وتوضح البيّنات أيضاً أثر الدعاية التليفزيونية في تفضيل الأطفال لأطعمة معينة وطلبات شرائها وأمط استهلاكها.

١. المقصود بكلمة «تسويق» هو أي شكل من أشكال الاتصال التجاري أو الرسائل التي يقصد بها أو التي تؤدي إلى زيادة التعرف على منتجات وخدمات معينة والرغبة في و/ أو استهلاكها. وهي تشمل أي نشاط للدعاية أو غيرها من أشكال الترويج للمنتج أو الخدمة.

٢. يقصد فيما يلي بكلمة «أطعمة» كلاً من الأطعمة والمشروبات غير الكحولية.

٣. Hastings G et al. *Review of the research on the effects of food promotion to children*. Glasgow, University of Strathclyde, Centre for Social Marketing; 2003 (<http://www.food.gov.uk/news/newsarchive/2003/sep/promote>); Hastings G et al. *The extent, nature and effects of food promotion to children: a review of the evidence*. Geneva, World Health organization, 2006 ([http://whqlibdoc.who.int/publications/2007/9789241595247\\_eng.pdf](http://whqlibdoc.who.int/publications/2007/9789241595247_eng.pdf)); McGinnis JM, Gootman JA, Kraak VI, eds. *Food marketing to children and youth: threat or opportunity?* Washington DC, Institute of Medicine, National Academies Press, 2006 ([http://www.nap.edu/catalog.php?record\\_id=11514#toc](http://www.nap.edu/catalog.php?record_id=11514#toc)); and Cairns G, Angus K, Hastings G. *The extent, nature and effects of food promotion to children: a review of the evidence to December 2008*. Geneva, World Health Organization, 2009 ([http://www.who.int/dietphysicalactivity/Evidence\\_Update\\_2009.pdf](http://www.who.int/dietphysicalactivity/Evidence_Update_2009.pdf))

# التوصيات

## الأساس المنطقي

### التوصية ١

ينبغي أن يتمثل الغرض السياسي في الحد من أثر تسويق الأطعمة ذات النسب المرتفعة من الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح للأطفال.

١٤- تشير استعراضات البيّنات على أهمية وجود أساس منطقي واضح للإجراءات التي تتخذها الدول الأعضاء في هذا المجال. كما أقرت مختلف الدول الأعضاء، خلال عملية التشاور، بضرورة إقامة آليات سياسية مناسبة من أجل وضع هذه التوصيات. وذلك ما يدعم قراري جمعية الصحة العالمية ج ص ٦٠٤-٢٣ وج ص ٦١٤-١٤ بشأن توقي ومكافحة الأمراض غير السارية ويشكل أساساً منطقياً متيناً للسياسات التي ترسمها الدول الأعضاء.

### التوصية ٢

بما أن فعالية التسويق وثيقة الصلة بالتعرض والقوة، ينبغي أن يكون الغرض الشامل للسياسة هو الحد من كل من تعرض الأطفال وقوة تسويق الأطعمة ذات النسب المرتفعة من الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح..

١٥- تتوقف فعالية رسائل التسويق على العنصرين التاليين: وسائل الإعلام التي تظهر عليها تلك الرسائل ومحتواها الابتكاري. ويعالج العنصر الأول نطاق الرسالة وتواترها وأثرها، مما يؤثر في تعرض الأطفال لرسالة التسويق. ويعالج العنصر الثاني محتويات رسالة التسويق وتصميمها وتنفيذها، مما يؤثر في قوة رسالة التسويق. ومن ثم يمكن وصف فعالية التسويق بأنها أمر وثيق الصلة بمسألتي التعرض والقوة.

## رسم السياسات

### التوصية ٣

لتحقيق الهدف والغرض المنشودين على مستوى السياسة العامة ينبغي أن تنظر الدول الأعضاء في اتباع أساليب مختلفة، أي الأساليب المتدرجة أو الشاملة في الحد من تسويق الأغذية المحتوية على نسبة كبيرة من الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح لدى الأطفال.

١٦- يمكن للدول الأعضاء أن تتبع نهجاً متنوعاً لتحقيق المرمى والغرض السياسيين، ويتوقف ذلك على الظروف الوطنية والموارد المتاحة. ويمكن للدول الأعضاء أن تعتمد نهجاً شاملاً للحد من جميع العمليات الموجهة للأطفال لتسويق الأطعمة ذات النسب المرتفعة من الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح، مما يؤدي إلى التخلص تماماً من التعرض، وبالتالي التخلص من قوة ذلك التسويق. ويمكن للدول الأعضاء، كحل بديل، أن تبدأ بمعالجة التعرض أو القوة كل على حدة أو بمعالجة كلا الجانبين في الوقت ذاته باتباع النهج المتدرج.



١٧- وتتباين قدرات النهوج المختلفة على تحقيق الغرض السياسي في الحد من أثر تسويق الأطعمة ذات النسب المرتفعة من الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح للأطفال. والأسلوب الشامل هو الأسلوب الأكثر قدرة على تحقيق الغرض المنشود.

١٨- وينبغي، عند معالجة التعرض، مراعاة الوقت الذي سيسمح فيه بتسويق المنتجات ومكان التسويق ولمن يتم التسويق وما هي المنتجات المسموح أو غير المسموح بتسويقها. كما ينبغي عند معالجة القوة النظر في تقييد استعمال تقنيات التسويق ذات الأثر القوي بصفة خاصة. وإذا اختير النهج المتدرج، مثلاً، فإنه ينبغي الاهتمام بالتسويق للأطفال الأشد تعرضاً، ولرسائل التسويق الأشد قوة.

## التوصية ٤

ينبغي أن تضع الحكومات تعاريف واضحة للعناصر الرئيسية في السياسة العامة، وبالتالي تتيح التنفيذ القياسي للإجراءات. ومن شأن وضع تعاريف واضحة أن يسهل التنفيذ الموحد، بصرف النظر عن الهيئة التي تتولى التنفيذ. ومن الضروري لدى وضع التعاريف الرئيسية أن تحدد الدول الأعضاء أية مشكلات خاصة على المستوى الوطني كي يتسنى للسياسة العامة إحداث أكبر الأثر.

١٩- يعتمد التنفيذ الفعال على وضع تعاريف واضحة لعناصر السياسة العامة. وهذه التعاريف هي التي ستحدد إمكانية نجاح السياسة العامة في الحد من التعرض و/ أو من القدرة على التأثير وبالتالي الحد من التأثير نفسه. وتشمل التعاريف الهامة الفئات العمرية التي تنطبق عليها القيود، وقنوات الاتصال، والبيئات وطرق التسويق التي يتعين أن تشملها القيود، والأنشطة التي تعد تسويقاً لدى الأطفال حسب عوامل من قبيل نوع المنتج والتوقيت والجمهور المعني وإتمام الرسالة التسويقية ومحتواها، وكذلك تحديد الأغذية التي يتعين أن تشملها قيود التسويق.<sup>١</sup>

## التوصية ٥

ينبغي أن تتحرر كل الأماكن التي يتجمع فيها الأطفال من جميع أشكال تسويق الأغذية المحتوية على نسبة كبيرة من الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح. وتشتمل هذه الأماكن، ولا تقتصر، على دور الحضانه والمدارس وأفنية المدارس والمراكز التي يذهب إليها الأطفال قبل سن الدراسة والملاعب وعيادة الأسرة وعيادات الأطفال ومرافق طب الأطفال، والأماكن التي يقضي فيها الأطفال وقتهم أثناء ممارسة أية لعبة رياضية أو أنشطة ثقافية وتوجد داخل مباني هذه المرافق.

٢٠- وتوجد المدارس وسائر المؤسسات التعليمية في وضع مميز حيث تقوم بدور الوالدين، ولا ينبغي أن يلحق ما يحدث فيها الضرر بصحة الطفل. ومن ثم ينبغي أن تكتسي الصحة التغذوية للطفل في المدرسة أهمية قصوى، وأن تشكل حجر الأساس لصحة الطفل في هذه السن التي يتكون فيها. ويتسق ذلك أيضاً مع التوصية الواردة في الاستراتيجية العالمية بشأن النظام الغذائي والنشاط البدني والصحة والتي تحث الحكومات على اتباع سياسات لدعم النظم الغذائية الصحية في المدارس.

١. بإمكان الدول الأعضاء أن تختار تمييز أنواع الأغذية بعدة طرق، مثل استخدام المبادئ التوجيهية الوطنية الخاصة بالنظام الغذائي أو التعاريف التي تضعها الهيئات العلمية أو نماذج المرتسمات التغذوية، أو أن تفرض قيود التسويق حسب فئات معينة من الأغذية.

## التوصية ٦

ينبغي أن تكون الحكومات هي أصحاب المصلحة الرئيسيين في وضع السياسة العامة والاضطلاع بالدور القيادي من خلال قاعدة تجمع عدة أصحاب مصلحة لأغراض التنفيذ والرصد والتقييم. ويمكن للحكومات، عند وضع إطار السياسة العامة الوطنية أن تختار إسناد أدوار محددة لأصحاب المصلحة الآخرين مع توفير حماية المصلحة العامة وتلافي تعارض المصالح في الوقت ذاته.

٢١- وتقتضي السياسة العامة بشأن تسويق الأغذية لدى الأطفال مشاركة مجموعة واسعة من أصحاب المصلحة، كما تشمل عدة قطاعات من السياسة العامة. والحكومات هي التي في أفضل وضع يتيح لها وضع التوجهات ووضع الاستراتيجيات العامة لتحقيق مرامي الصحة العمومية على نطاق السكان. وعندما تشارك الحكومات مع أصحاب المصلحة الآخرين ينبغي أن تحرص على حماية المصلحة العامة وتلافي تعارض المصالح. وبصرف النظر عن إطار السياسة العامة المختار ينبغي تبليغ السياسة العامة على نطاق واسع إلى كل مجموعات أصحاب المصلحة، بمن فيهم القطاع الخاص والمجتمع المدني والمنظمات غير الحكومية ووسائل الإعلام والباحثون الأكاديميون والآباء وعامة المجتمع.

## تنفيذ السياسة العامة

## التوصية ٧

ينبغي للدول الأعضاء، مع مراعاة الموارد والفوائد والأعباء الخاصة بجميع أصحاب المصلحة المعنيين، أن تنظر في أفضل أسلوب للحد من تسويق الأغذية المحتوية على نسبة كبيرة من الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح لدى الأطفال. وينبغي أن يحدد أي أسلوب مختار في إطار يوضع من أجل تحقيق الغرض المنشود من السياسة العامة.

٢٢- يمكن تنفيذ السياسة العامة المحددة من خلال اتباع مجموعة أساليب متنوعة. ويُعد التنظيم القانوني من الأساليب التي تجعل التنفيذ والامتثال من الشروط القانونية. وثمة أسلوب آخر هو التنظيم الذاتي لدوائر الصناعة، وهو يشمل كامل قطاعات دوائر الصناعة مثل قطاع الإعلان الذي يمكن أن يكون مستقلاً عن التنظيم الحكومي. ويمكن للحكومات أن تكلف جهات معينة باتباع هذا الأسلوب الذي يمكن أن يتخذ شكلاً من قبيل وضع الأهداف ورصد التنفيذ بواسطة مؤشرات رئيسية. ومن الأساليب الأخرى آليات التنظيم المشترك، وتشمل مبادرات دوائر الصناعة ذات الطابع القانوني أو طابع التنظيم الذاتي أو الطابع الطوعي والتي إما تُتخذ في إطار تكليف حكومي أو تكون ذات صلة غير رسمية. ويمكن أيضاً للحكومات أو الهيئات المكلفة أن تصدر المبادئ التوجيهية أو تنفذها.

## التوصية ٨

ينبغي أن تتعاون الدول الأعضاء على تحديد الوسائل اللازمة للحد من تأثير أنشطة التسويق عبر الحدود (التسويق إلى الداخل والتسويق إلى الخارج) للأغذية المحتوية على نسبة كبيرة من الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح لدى الأطفال، وذلك من أجل تحقيق أكبر أثر ممكن لأية سياسة عامة وطنية.

٢٣- وينبغي للحكومات التي تفرض قيوداً على جميع جوانب تسويق الأغذية المحتوية على نسبة كبيرة من الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح لدى الأطفال أن تضمن أن القيود المفروضة على المستوى الوطني تنطبق أيضاً على أنشطة التسويق التي تصدر من داخل أراضيها وتستهدف بلداناً أخرى (التسويق إلى الخارج). وفي كثير من البلدان يمكن أن تكون لأنشطة التسويق الواردة من بلدان أخرى (التسويق إلى الداخل) نفس أهمية أنشطة التسويق الصادرة من المستوى الوطني. وفي هذه الحالات سيلزم ألا تراعي الإجراءات المتخذة على المستوى الوطني أنشطة التسويق الصادرة من المستوى الوطني فحسب بل أن تراعي أيضاً أنشطة التسويق الواردة إلى البلد من خارج الحدود، وذلك كي توضع في الحسبان الالتزامات الدولية للدولة العضو المعنية. وفي هذه الحالات يكون التعاون الدولي الفعال ضرورياً لضمان التأثير القوي للإجراءات الوطنية.

## التوصية ٩

ينبغي أن يحدد إطار السياسة العامة آليات الإنفاذ وأن ينشئ النظم اللازمة لتنفيذها. وفي هذا الصدد ينبغي أن يشمل الإطار تعاريف واضحة للجزاءات، ويمكن أن يشمل نظاماً لتقديم الشكاوى.

٢٤- وينبغي أن يتم، بمعزل عن أية إجراءات أخرى تُتخذ لتنفيذ أية سياسة عامة وطنية، تشجيع أصحاب المصلحة من القطاع الخاص على اتباع ممارسات تسويق متسقة مع الهدف والغرض المنشودين من السياسة العامة والمحددين في هذه التوصيات، وعلى اتباع هذه الممارسات على المستوى العالمي بغية ضمان مراعاة الأطفال على نحو متساوٍ في كل مكان وتلافي تقويض الجهود المبذولة من أجل فرض القيود على التسويق في البلدان التي ترد إليها أنشطة تسويق الأغذية من خارج الحدود.

٢٥- ولدى كل من المجتمع المدني والمنظمات غير الحكومية والباحثين الأكاديميين الإمكانيات اللازمة لتنفيذ السياسة العامة من خلال بناء القدرات والدعوة والخبرة التقنية.

## الرصد والتقييم في إطار السياسة العامة

### التوصية ١٠

ينبغي أن تشمل جميع أطر السياسة العامة نظاماً للرصد من أجل ضمان الامتثال لمقتضيات تحقيق الأغراض المحددة في السياسة العامة الوطنية بواسطة مؤشرات محددة بوضوح.

٢٦- يوفر الرصد نظاماً لجمع وتوثيق المعلومات اللازمة لتحديد ما إذا كانت السياسة العامة تحقق أغراضها أم لا. وللتقييم الأهمية نفسها لأنه يقيس أثر أهداف السياسة العامة وأغراضها. وربما يتطلب الرصد والتقييم اتباع أساليب مختلفة لضمان الفعالية وتلافي تعارض المصالح.

٢٧- وينبغي أن يشمل إطار السياسة العامة مجموعة من الإجراءات الأساسية ومؤشرات النتائج، وأدواراً محددة بوضوح، وإسناد المسؤولية عن أنشطة وآليات الرصد والتقييم إلى الأطراف التي لا يوجد تعارض مصالح معها. ومن الضروري أن تكون المؤشرات محددة وكمية وقابلة للقياس بواسطة أدوات صالحة ويمكن التعويل عليها.

٢٨- وينبغي أن تُستخدم في رصد السياسة العامة آليات مناسبة تقيس أثر السياسة العامة في تحقيق الغرض المنشود منها (أي الحد من التعرض والقدرة على التأثير).

٢٩- ومن الأمثلة التي تبين كيفية تقييم مدى الحد من التعرض قياس مقدار أنشطة التواصل الرامية إلى تسويق الأغذية المحتوية على نسبة كبيرة من الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح لدى الأطفال، أو قياس مقدار الإنفاق على هذه الأنشطة. ويمكن القيام بذلك بقياس عدد الإعلانات الموجهة إلى الأطفال عن الأغذية المحتوية على نسبة كبيرة من الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح، والتي تبث خلال فترة ٢٤ ساعة في التلفزيون.

٣٠- ومن الأمثلة التي يمكن أن تبين كيفية تقييم مدى الحد من القدرة على التأثير قياس معدل انتشار التقنيات المستخدمة. ويمكن القيام بذلك

بقياس معدل انتشار الإعلانات الموجهة إلى الأطفال عن الأغذية المحتوية على نسبة كبيرة من الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح، والتي تستخدم العلامات التجارية المأخوذة من أسماء العلم أو التي تستخدم المشاهير أو غيرها من التقنيات ذات الجاذبية الخاصة للأطفال والتي تبث خلال فترة ٢٤ ساعة في التلفزيون.

٣٢- وينبغي أن يتم تقييم السياسة العامة بواسطة مؤشرات محددة تقيّم أثر السياسة العامة في بلوغ هدفها العام المتمثل في الحد من التأثير الواقع. وينبغي أيضاً أن تبين المؤشرات ما إذا كان الأطفال يتعرضون بشكل مباشر أو غير مباشر للرسائل التسويقية الموجهة إلى جماهير أخرى أو وسائل إعلام أخرى.

٣٣- ومن الأمثلة التي يمكن أن تبين كيفية الحد من التأثير قياس التغيرات في مبيعات الأغذية المحتوية على نسبة كبيرة من الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح أو في حصة السوق التي تستأثر بها هذه الأغذية، وقياس التغيرات في أحماط استهلاك الأطفال تجاوباً مع السياسة العامة.

٣٤- والأمر المثالي في هذا الصدد هو أن يتخذ التقييم من البيانات المرجعية معياراً مع جمع هذه البيانات كخطوة أولى في سبيل تحديد الأثر الفعلي للسياسة العامة.

## البحوث

٣٥- تبين من المراجعات العالمية أن معظم البيّنات المتاحة حتى الآن مستمد من بلدان مرتفعة الدخل. وكثير من الدول الأعضاء يفتقر إلى البيانات والبحوث الوطنية التي تمكنه من تحديد مدى أنشطة تسويق الأغذية لدى الأطفال وطبيعة هذه الأنشطة وتأثيراتها. وهذا النوع من البحوث يمكن أن يعزز المعلومات اللازمة لتنفيذ السياسة العامة وإنفاذها في السياق الوطني.

٣٦- ويمكن استخدام المعلومات التي تجمع على النحو التالي: (١) في دعم الإنفاذ؛ (٢) توثيق الامتثال على الملأ؛ (٣) توجيه عملية بلورة السياسة العامة وتحسينها؛ (٤) المساهمة في تقييم السياسة العامة.

## التوصية ١١

ينبغي أن تشمل أيضاً أطر السياسة العامة نظاماً لتقييم أثر وفعالية السياسة العامة في بلوغ هدفها العام بواسطة مؤشرات محددة بوضوح.

## التوصية ١٢

ينبغي للدول الأعضاء أن تحدد المعلومات المتاحة عن مدى أنشطة تسويق الأغذية لدى الأطفال وطبيعة هذه الأنشطة وتأثيراتها في بلدانها. كما نشجعها على دعم تعزيز البحوث في هذا المجال، وخصوصاً البحوث التي تركز على تنفيذ وتقييم السياسات الرامية إلى الحد من التأثير على الأطفال بأنشطة تسويق الأغذية المحتوية على نسبة كبيرة من الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكاكر الحرة أو الملح.

# قرار جمعية الصحة العالمية الثالثة والستين المعتمد بتاريخ 21 أيار/ مايو 2010

## ج ص ع ٦٣-١٤ تسويق الأغذية والمشروبات غير الكحولية للأطفال

٣٥ مليون طفل منهم تقريباً في البلدان النامية، كما تُعرب عن قلقها للتزايد السريع لمعدل انتشار السمنة بين الأطفال في معظم أنحاء العالم؛

وإذ تقر بأن النظام الغذائي غير الصحي هو أحد أهم عوامل اختطار الأمراض غير السارية، وبأن مخاطر النظام الغذائي غير الصحي تبدأ في مرحلة الطفولة وتتطور طيلة العمر؛

وإذ تقر بأن هناك صلة بين النظام الغذائي غير الصحي وبين زيادة الوزن والسمنة، وبأنه ينبغي أن يحافظ الأطفال على وزن صحي وأن يستهلكوا أغذية تحتوي على نسبة منخفضة من الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكريات الحرة أو الملح، وذلك من أجل الحد من مخاطر إصابتهم بالأمراض غير السارية في المستقبل؛

وإذ تُدرك البحوث التي تبين مدى كثافة الإعلانات عن الأغذية الموجهة إلى الأطفال، والانتشار الواسع لسائر أشكال تسويق الأغذية للأطفال في جميع أنحاء العالم؛

وإذ تقر بأن قدرًا كبيراً من أنشطة التسويق هذه يتعلق بأغذية تحتوي على نسبة عالية من الدهون أو السكريات أو الملح، وبأن الإعلانات التلفزيونية تؤثر على أفضليات الغذاء وطلبات الشراء وأنماط الاستهلاك لدى الأطفال؛

وإذ تقر بالخطوات المتخذة حتى الآن من قبل شرائح من القطاع الخاص من أجل الحد من تسويق الأغذية والمشروبات غير الكحولية للأطفال، مع ملاحظة أهمية الرصد المستقل والشفاف للالتزامات القطاع الخاص على المستويين الوطني والعالمي؛

جمعية الصحة العالمية الثالثة والستون،

بعد النظر في التقرير المقدم عن توقي ومكافحة الأمراض غير السارية: تنفيذ الاستراتيجية العالمية، وفي مجموعة التوصيات الملحقة به بشأن تسويق الأغذية والمشروبات غير الكحولية للأطفال؛<sup>١</sup>

وإذ تذكّر بالقرار ج ص ع ١٧-٥٣ بشأن توقي الأمراض غير السارية ومكافحتها، وبالقرار ج ص ع ٦٠-٢٣ بشأن توقي الأمراض غير السارية ومكافحتها: تنفيذ الاستراتيجية العالمية؛

وإذ تؤكد مجدداً على التزامها بالتصدي لاثنين من عوامل اختطار الأمراض غير السارية، ألا وهما النظام الغذائي غير الصحي والخمول البدني، وذلك من خلال تنفيذ الاستراتيجية العالمية بشأن النظام الغذائي والنشاط البدني والصحة، التي اعتمدها جمعية الصحة في عام ٢٠٠٤ (القرار ج ص ع ٥٧-١٧)، وخطة عمل الاستراتيجية العالمية لتوقي الأمراض غير السارية ومكافحتها،<sup>٢</sup> التي اعتمدها جمعية الصحة في عام ٢٠٠٨ (القرار ج ص ع ٦١-١٤)؛

وإذ تعرب عن بالغ قلقها إزاء ارتفاع وتزايد معدل انتشار الأمراض غير السارية في البلدان المنخفضة والمتوسطة الدخل، والتي لاتزال، بالإضافة إلى الأمراض السارية، تصيب الفقراء وتسهم في عبء مرضي مضاعف له آثار جسيمة بالنسبة إلى الحد من الفقر وإلى التنمية الاقتصادية، وتوسّع الفجوات في الصحة بين البلدان ودخلها؛

وإذ تُعرب عن بالغ قلقها لأن تقديرات عام ٢٠١٠ تشير إلى أنه أكثر من ٤٢ مليون طفل دون سن الخامسة سيعاني من زيادة الوزن أو السمنة، ويعيش

١. الوثيقة ج ١٢/٦٣.  
٢. الوثيقة ج ٢٠٠٨/١٧، سجلات ١٧، الملحق ٣.

وإذ تقر بأن بعض الدول الأعضاء أدخلت بالفعل تشريعات وسياسات وطنية بشأن تسويق الأغذية والمشروبات غير الكحولية للأطفال،

١- تعتمد مجموعة التوصيات الخاصة بتسويق الأغذية والمشروبات غير الكحولية للأطفال؛

٢- تحث الدول الأعضاء على ما يلي:

(١) اتخاذ التدابير اللازمة لتنفيذ التوصيات الخاصة بتسويق الأغذية والمشروبات غير الكحولية للأطفال، مع وضع التشريعات والسياسات القائمة في الاعتبار حسب الاقتضاء؛

(٢) تحديد أنسب نهج خاص بالسياسة العامة في ظل الظروف السائدة على الصعيد الوطني، ووضع سياسات جديدة تستهدف الحد من تأثير تسويق الأغذية التي تحتوي على نسبة عالية من الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكريات الحرة أو الملح على الأطفال، و/ أو تعزيز السياسات القائمة التي تستهدف الحد من هذا التأثير؛

(٣) إنشاء نظام لرصد وتقييم تنفيذ التوصيات الخاصة بتسويق الأغذية والمشروبات غير الكحولية للأطفال؛

(٤) اتخاذ خطوات نشطة لترسيخ التعاون الحكومي الدولي من أجل الحد من تأثير التسويق عبر الحدود؛

(٥) التعاون مع المجتمع المدني ومع أصحاب المصلحة من القطاعين العام والخاص على تنفيذ مجموعة التوصيات الخاصة بتسويق الأغذية والمشروبات غير الكحولية للأطفال، وذلك من أجل الحد من تأثير هذا التسويق مع ضمان تلافي تعارض المصالح المحتمل؛

٣- تطلب إلى المديرية العامة ما يلي:

(١) تقديم الدعم التقني إلى الدول الأعضاء، عند الطلب، في تنفيذ

مجموعة التوصيات الخاصة بتسويق الأغذية والمشروبات غير الكحولية للأطفال، وفي رصد وتقييم تنفيذها؛

(٢) دعم الشبكات الإقليمية القائمة والقيام، حسب الاقتضاء، بتسهيل إنشاء شبكات جديدة لتعزيز التعاون الدولي من أجل الحد من تأثير تسويق الأغذية المحتوية على نسبة عالية من الدهون المشبعة أو الأحماض الدهنية المفروقة أو السكريات الحرة أو الملح على الأطفال؛

(٣) التعاون مع المجتمع المدني ومع أصحاب المصلحة من القطاعين العام والخاص على تنفيذ مجموعة التوصيات من أجل الحد من تأثير تسويق الأغذية والمشروبات غير الكحولية على الأطفال، مع ضمان تلافي تعارض المصالح المحتمل؛

(٤) تعزيز التعاون الدولي مع سائر المنظمات والهيئات الحكومية الدولية ذات الطابع الدولي على تعزيز تنفيذ الدول الأعضاء للتوصيات الخاصة بتسويق الأغذية والمشروبات غير الكحولية للأطفال؛

(٥) اتباع المنهجيات القائمة لتقييم خطة عمل الاستراتيجية العالمية لتوقي الأمراض غير السارية ومكافحتها في رصد السياسات الخاصة بتسويق الأغذية والمشروبات غير الكحولية للأطفال؛

(٦) تقديم تقرير إلى جمعية الصحة العالمية الخامسة والستين، من خلال المجلس التنفيذي، عن تنفيذ مجموعة التوصيات الخاصة بتسويق الأغذية والمشروبات غير الكحولية للأطفال في إطار التقرير الخاص بالتقدم المحرز في تنفيذ الاستراتيجية العالمية لتوقي الأمراض غير السارية ومكافحتها وخطة عمل الاستراتيجية العالمية لتوقي الأمراض غير السارية ومكافحتها.

(الجلسة العامة الثامنة، ٢١ أيار/ مايو ٢٠١٠-)

اللجنة «أ»، التقرير الرابع)







مجموعة توصيات بشأن تسويق  
الأطعمة والمشروبات غير الكحولية  
للأطفال

9789246500215

