



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة

الدكتور علاء الدين العلوان
مدير منظمة الصحة العالمية
لإقليم شرق المتوسط

أمام

المنتدى المفتوح حول التسويق دون قيود للأغذية والمشروبات غير الصحية للأطفال في إقليم شرق المتوسط

عمّان، الأردن، 13-14 أيلول/سبتمبر 2015

الحضور الكريم، السيدات والسادة،

يَطيَّبُ لي أن أرحِّبَ بكم في هذا المنتدى المتميّز الذي يجمع مشاركين من خلفيات مختلفة؛ إذ يشرفنا اليوم بالحضور ممثلون عن الأوساط الإعلامية والفنية والشبابية، وكذلك من وسائل الإعلام الاجتماعي، والمنظمات غير الحكومية.

ويأتي تنظيم هذا المنتدى في إطار مبادرة منظمة الصحة العالمية لمحاربة الأوبئة التي يتسبب فيها تسويق المنتجات غير الصحية، مثل الوجبات السريعة والمشروبات. وينصبُّ تركيز اجتماعنا اليوم على الأغذية غير الصحية والمشروبات غير الكحولية.

فتسويق الوجبات السريعة والمشروبات التي بها نسب عالية من الدهون والسكر والملح يتسبب في ارتفاعات غير مسبوقة في معدلات السمنة بين الأطفال. ومن الواضح أن تسويق الأغذية غير الصحية للأطفال لم يزل يحدث دون مجابهته أو التصدي له، وعلى هذا فسيكون له أثر كارثي على صحة الأطفال والأجيال القادمة في هذا الإقليم. وكان

ذلك ما حداني لأن أدعو لإطلاق هذه المبادرة العام الماضي خلال الدورة السنوية للجنة الإقليمية لمنظمة الصحة العالمية لشرق المتوسط والتي حضرها وزراء الصحة ببلدان الإقليم.

لا يخفى عليكم، السادة الحضور، أن الأمراض غير السارية، مثل السكري والسرطان وأمراض القلب وأمراض الرئة المزمنة، هي من أشد الأمراض فتكاً، إذ إنها مسؤولة عمّا يزيد على 75% من الوفيات وأكثر من 60% من عبء الأمراض في بعض البلدان. والناس يموتون على إثرها في سن مبكرة جداً وفي مراحل عمرية يكونون فيها في أوج حياتهم الإنتاجية. فحجم المعاناة الإنسانية جراء هذه الأمراض هائل، وأثرها الاجتماعي والاقتصادي أثر مدمر.

وأحد العوامل المساهمة في ظهور الأمراض المزمنة هي السمنة. فمعدّل انتشار السمنة وفرط الوزن في إقليمنا هو أمر يثير الجزع والقلق بين البالغين والأطفال، وتظهر السمنة في مرحلة الطفولة المبكرة. فمعدّل انتشار فرط الوزن في هذا الإقليم، مثلاً، يبلغ 46.8%، وهو ما يفوق المتوسط العالمي البالغ 39%، بينما يبلغ معدّل انتشار السمنة بالإقليم 19% وهو ما يفوق المتوسط العالمي البالغ 12.9%.

وهناك احتمال بواقع 60% أن يعاني الطفل البدن من السمنة بعد البلوغ. فكثير من بلدان الإقليم تعاني بالفعل من معدلات مرتفعة من السمنة بين البالغين. وتشير التوقعات، لأول مرة في التاريخ، إلى أن مأمول الحياة للجيل القادم سيكون أقصر من جيل آبائهم. ولا يأخذ هذا التوقع بعين الاعتبار سنوات الإعاقة التي تصاحب الأمراض المزمنة. وإلى جانب أمراض القلب والسكري، يسهم فرط الوزن والسمنة أيضاً في زيادة مخاطر الإصابة بسرطان الثدي، والقولون أو المستقيم، وبطانة الرحم، والكلى، والمريء، والبنكرياس، كما أن معدلات الوفيات تزيد بزيادة درجات فرط الوزن.

إن النظم الغذائية غير الصحية وأنماط الحياة المتسمة بقلة الحركة هي السبب وراء سمنة الأطفال، وأحد أهم العوامل المسببة لها خلال السنوات الأخيرة إنما يتمثل في الزيادة السريعة في استهلاك الوجبات السريعة غير الصحية التي تحتوي على نسبة عالية من الملح والدهون، وكذلك في تناول المياه الغازية. وهذا النمط من التسويق مدفوعٌ بأنشطة الإعلان والتسويق واسعة الانتشار عن هذه المنتجات، وهذه هي القضية التي نجتمع من أجلها على مدار يومين في هذا المنتدى. والأمر كله بادٍ للعيان ويمكن أن نراه من حولنا؛ فهناك قدر هائل من الأنشطة التسويقية، تتنامى يوماً بعد يوم في قوتها وفي نطاقها مع ارتفاع موجة الثورة الرقمية. وتفيد الأبحاث العلمية المستفيضة في هذا المجال أن أنشطة التسويق تشجع على استهلاك الوجبات السريعة وتناول المياه الغازية، وهو ما ينجم عنه الإصابة بالأمراض المزمنة، والإعاقة، انتهاءً بالوفاة المبكرة.

وفي إقليمنا، نرى أن الإجراءات المتخذة في التصدي لهذه القضية قد شابها البُطء، برغم التوصيات الواضحة التي أصدرتها منظمة الصحة العالمية ومنظومة الأمم المتحدة ككل. وقد أعرب وزراء الصحة بالدول الأعضاء، في عام 2014، عن قلقهم إزاء عدم القدرة على السيطرة على تسويق المنتجات غير الصحية التي تستهدف عامة الناس، والأطفال منهم بوجه خاص، ولاسيما الوجبات السريعة ومشروبات المياه الغازية. ولا يخفى أن الشركات التي تُنتج هذه المنتجات وتسوّقها على مستوى العالم، لديها مهارات وأساليب تسويقية قوية لدرجة يصعب معها السيطرة عليها.

وأودُّ في هذا المقام أن أوّكد على أننا لسنا بصدد الحديث عن حظر تسويق كل المنتجات، بل نتحدّث عن ذلك النمط من التسويق الذي يروّج للأغذية غير الصحية، والذي يستهدف الأطفال على وجه التحديد في أماكن معيشتهم ولعبيهم ودراساتهم، فهو أمرٌ من شأنه أن يؤدّي إلى جيل يعاني من وباء الأمراض المزمنة على نحو أسوأ مما هو عليه الآن.

ومعالجة هذا النمط من التسويق لا يمكن إدراكه من دون إحداث تغيير اجتماعي، وحشد اجتماعي هائل، ومن ذلك الاستعانة بوسائل الإعلام والفنانين والمجموعات الشبابية التي تشعر بالمسؤولية؛ فالإعلام يلعب دوراً حيوياً في وضع قيود على الإعلانات وفي تثقيف عامة الناس من خلال القنوات الإعلامية الرئيسية، أما الفنانون فعليهم تقديم المُثُل العُلّيا التي يحتذي بها الشباب، وأخيراً تأتي المجموعات الشبابية ودورها الكبير في جهود التثقيف تلك. فكل منكم له تأثير قوي على الجمهور، وعلى عقول الشباب، والاتجاهات الاجتماعية.

ولا يخفى علينا أن هناك قدراً هائلاً من الإعلانات عن المنتجات الغذائية في قنوات عدة تستهدف الأطفال؛ وأن الأطفال هم أشد الفئات السكانية تأثراً بها وتعريضاً لها. كما نعلم أن دوائر صناعة الغذاء تُبدع في استخدامها للوسائل المتاحة بما يجعلها أكثر ابتكاراً وذكاءً وتأثيراً. وتنص اتفاقية حقوق الطفل، على أنه "في جميع الإجراءات التي تتعلق بالأطفال،... يجب أن نضمن مراعاة المصالح الفضلى للأطفال". وكلنا واجب عليه مراعاة هذا المبدأ.

وعلى مدار يومي المنتدى، سوف نناقش سوياً السُّبل المبتكرة لاتخاذ إجراءات من أجل التصديّ للتسويق المتزايد للأغذية غير الصحية والمياه الغازية لأطفالنا. وسوف نسعى لتحديد ما الذي يمكننا فعله حيال هذه المشكلة. وقد طلبنا منكم ذلك، لأننا نعلم أن لديكم الأفكار، والسُّبل المبتكرة، والطاقة التي نحتاجها حالياً. فلديكم الخبرة وشبكات العلاقات، فضلاً عن فهمكم لعقلية الشباب، مما يساعدنا على التصديّ لهذا الخطر. فنحن بحاجة إلى حشد المواطنين، وإشراك الشباب، والبدء في عملية لإحداث تغيير اجتماعي جذري - ونحن نعلم أنكم قادرين على مساعدتنا لتحقيق هذه الغاية.

وإني لعلّي ثقة من أنه، بفضل ما تتمتعون به من خبرة وقوة تأثير، بإمكانكم تقديم يد العون من أجل خلق بيئة صالحة لأطفالنا، خالية من المخاطر المحدقة بالصحة الناجمة عن الأنشطة التجارية.

وأشكركم مجدداً على قبولكم دعوتنا، متمنياً لكم مناقشات مثمرة وإقامة سعيدة في الأردن.