

سكان الإمارات يثقون بملصقات المواد الغذائية



تحقيق: يمامة بدوان

لا شك في أن فهم كل مستهلك ومعرفته لمحتويات ما يقنتيه من أغذية في هذا المتجر أو ذاك، يجعله أكثر اطمئناناً بشأن ما يضعه في عربة التسوق، ويجعله أيضاً بصيراً بمحتويات مقتنياته ومُوفّقاً في اختياراته. وأظهر استطلاع أجرته «برايم سيرتيفيكيشن آند انسبيكشن» مؤخراً، أن 95% من سكان الإمارات يثقون بملصقات المواد الغذائية، في حين يهتم 11% منهم فقط بالتأكد من صحة المعلومات المدونة على تلك الملصقات، كما بين الاستطلاع أن 99% من المشاركين ليسوا متيقنين بشأن كيفية التأكد من صحة معلومات الملصقات.

كشفت نتائج الدراسة، أن أكثر من 5 معلومات يراها المشاركون على أغلفة المواد الغذائية المعلبة هي «طازج، وقليل الدسم، وطبيعي بالكامل أو 100 طبيعي، وخال من السكر، وخال من الكافيين».

«الخليج» استطلعت آراء عدد من المستهلكين، الذين أكدوا أهمية جودة ما يشترونه، إلا أن هناك حالة من عدم اليقين بشأن مدى صحة المعلومات المتوافرة لهم عن هذه المنتجات ما زالت، حيث يمضي بعضهم نحو ساعتين في تسوق احتياجات المنزل، والتحقق من صحة المعلومات المدونة على ملصقات الأغذية، بل إن بعضهم يستعين بمحرك البحث

«غوغل»، للتأكد من صحة المعلومات.

في المقابل، أوضح مسؤولو التعاونيات، أن المستهلك ذكي، لأن بإمكانه الحصول على أي معلومات تفصيلية بكبسة زر، من خلال ارتياد مواقع رسمية موثوقة ومعتمد عليها، تعرض له تفاصيل ما هو مدون على كل منتج، كما لديهم آلية للتحقق من المعلومات المدونة على المنتجات قبل الموافقة على عرضها على أرفف البيع، حيث تتم مقارنتها بمثيلاتها ذات الريادة للشركات الكبرى، والتأكد من البيانات على الملصقات.

مها عواد، (ربة بيت) تقيم في دبي، أكدت أنها شديدة الحرص عند شراء أي منتجات غذائية، فيما يتعلق بقراءة الملصقات التعريفية عن المنتج، الأمر الذي يمنح عائلتها الحماية، مشيرة إلى أنها تمضي نحو ساعتين في تسوق مشتريات منزلها أسبوعياً، من دون التردد للحظة واحدة في قراءة كل تفاصيل السلعة المراد شراؤها، بل والمقارنة بينها وبين أخرى موجودة على الأرفف.

وأوضحت أنها اشترت من إحدى الجمعيات التعاونية عبوة مربى فواكه، ولاحظت أن المعلومات المدونة باللغة العربية قليلة جداً، وهي إشارة إلى مصدر الفاكهة التي صنّع المربى منها، وبعض المكونات الأخرى، لكن المعلومات المدونة بالإنجليزية توضح المكونات بشكل مفصل، وعدد السعرات الحرارية لكل وحدة، فضلاً عن إرشادات خاصة بطرق التخزين. مطالبة بالزام الموردين بترجمة المعلومات المدونة باللغة الإنجليزية كاملة، لما لها من أهمية

النشويات

بدوره، أوضح محمد عاطف، (مدرس حاسوب)، أنه يهتم بقراءة المكونات الغذائية بالتفصيل لكل منتج، لأنه يحاول قدر الإمكان الابتعاد عن المنتجات التي تحتوي على سعرات حرارية عالية أو نشويات، للمحافظة على الوزن، لافتاً إلى أنه يبحث عن تلك المعلومات باللغة الإنجليزية لأن مثيلتها العربية لا تحتوي على كل التفاصيل اللازمة. وقال إنه يهتم كثيراً ويمضي وقتاً طويلاً أمام منتجات الأطفال بالتحديد، كونها قد تشكل خطورة على طفليه، وبالتالي فإنه يرى أهمية قراءة البطاقة التعريفية للمنتج بحرص شديد، وتوجيه أسئلة للمسؤولين في منافذ البيع عن أي معلومات غير واضحة بالنسبة إليه.

ناصر الشامسي، يعمل في شركة تطوير للعقارات، قال إن الصورة النمطية عن العرب تشير إلى عدم اهتمامهم بقراءة محتويات المنتجات الغذائية، إلا أن تلك الصورة لم تعد دقيقة، فكثير من المستهلكين أصبحوا على قدر كبير من الوعي بأهمية اختيار المناسب من الأغذية للصحة العامة، بل ويبحثون عنها بدقة متناهية، فتراهم يستغرقون في قراءة الملصقات على المنتجات الغذائية بحرفية، من دون الاكتراث بالوقت الذي يمضونه في التسوق، حرصاً منهم على صحة أفراد عائلاتهم.

وأشار إلى أنه في بعض الأحيان، يستعين بمحرك البحث «غوغل»، للتأكد من صحة المعلومات المدونة على ملصقات الأغذية، خاصة أنه يقف حائراً أمام معلومات ومصطلحات لم يسمع بها سابقاً. أما عمار شنابلة، مدير عام إحدى شركات القطاع الخاص في دبي، فأوضح أن المستهلك لم يعد يتوقف أمام المنتجات ذات الأسعار الأقل، مقارنة مع الجودة، ومكوناتها، خاصة أن السوق يشهد منافسة كبيرة في طرح العروض الترويجية، وبالتالي فإن المهم لدى المستهلك القيمة الغذائية للمنتج، ومحتوياته، على خلاف ما كان يهتم به سابقاً، مثل تاريخ الإنتاج والانتها.

إجراءات احترازية

وعلى الصعيد ذاته، قال سهيل البستكي، مدير إدارة التسويق والاتصال في جمعية الاتحاد التعاونية في دبي، إن الجمعية

تدرك تماماً أن المتسوقين على درجة عالية من الثقافة والوعي الغذائي، لذلك نطلق عليهم «المتسوقون الأذكياء»، لأن بإمكانهم الحصول على أي معلومات تفصيلية بكبسة زر، من خلال ارتياد مواقع رسمية موثوقة ومعتمدة، تعرض لهم تفاصيل ما هو مدون على كل منتج، مشيراً إلى أن موضوع المعلومات الدعائية لم يعد له وجود في تعاونية الاتحاد، حيث إنه وفضلاً عن الرقابة الداخلية الصارمة التي تبنتها التعاونية، توجد جهات رقابية في الدولة، تقوم بدورها على أكمل وجه، من خلال آليات وخطط للمراقبة، والتأكد من كل المعلومات والبيانات المدونة على المنتجات.

وفيما يتعلق بشكاوى المستهلكين المتعلقة بتعرضهم للتضليل، أوضح أن الجهات المعنية، كإدارة حماية المستهلك في وزارة الاقتصاد، وحماية المستهلك في دائرة التنمية الاقتصادية بدبي، معنية بتلقي مثل هذه الملاحظات والشكاوى، مشيراً إلى أنه من خلال صرامة الإجراءات ودقتها في تعاونية الاتحاد، كون صحة المستهلك على رأس سلم أولوياتها، وبفضل تضافر جهود الجهات المعنية في الدولة على متابعة المنتجات وسلامتها، تكاد تكون الملاحظات والشكاوى معدومة.

وأكد البستاني أنه في حال ورود أي ملاحظات أو شكاوى، تتعلق بجودة المعلومات المكتوبة على المنتجات، أو نوعها، فإن تعاونية الاتحاد تبدأ مباشرة بالتحقق، ولا يتم إنهاء الموضوع، إلا بعد التأكد من حله بشكل كامل، مضيفاً أنها من أوائل مؤسسات البيع بالتجزئة في الدولة التي تبادر فور ورود أي ملاحظة على جودة منتج معين، بإيقاف بيعه وسحبه من على الأرفف، كإجراء احترازي، قبل ورود أي قرار من الجهات المعنية، حيث لا تهدف إلى الجانب الربحي فقط، إنما عملية البيع تحمل في طياتها منافع عدة لأفراد المجتمع، من خلال الإسهامات المجتمعية والأسعار التنافسية التي تقدمها لهم وغيرها من الخدمات.

بدوره، أكد حسن القصعي، المدير العام لجمعية الإمارات التعاونية في دبي، أن المتسوق يتصف بثقافة استهلاكية عالية، تمكنه من الاطلاع على صحة المعلومات المدونة على المنتجات، وتجعله قادراً على التمييز بين المعلومات «الدعائية» والأخرى الحقيقية. كما أنه يعتمد بشكل كامل على صحة المعلومات المدونة على ملصقات المواد الغذائية، خاصة إذا كانت تعود إلى مصدر موثوق وتشكل علامة تجارية عالمية، وبالتالي فإنها محل ثقة للمستهلك.

وقال إن لدى الجمعية آلية للتحقق من المعلومات المدونة على المنتجات قبل الموافقة على عرضها على أرفف البيع، حيث تجري مقارنتها بمثيلاتها ذات الريادة للشركات الكبرى، والتأكد من البيانات على الملصقات. مشيراً إلى أن الجمعية لا تألو جهداً في توفير منتجات عالية الجودة، وأمنة صحياً، بل إنها تبحث دائماً عن العلامات التجارية ذات المصداقية في مكوناتها، حرصاً من مجلس الإدارة على صحة المستهلك.

أكدت ميسون الشاعر أن المشكلة ليست في مصداقية المنشورات أو الملصقات على المنتجات، إنما تكمن في نقص المعلومات على هذه المنتجات، فعلى سبيل المثال، تفتقر بعض عبوات المياه، إلى ذكر نسبة الصوديوم، وتستخدم بعض الشركات مسميات بديلة عما يفهمه المستهلك.

وأضافت أن استخدام مصطلح «لم يضاف السكر على المنتج»، فإنه يعني السكر الأبيض «سكروز»، ولا يعني خلو المنتج من المصنعات الصناعية وسكر الفواكه، التي قد يتحسس بعض الأفراد منها في حال تناولها.

مسميات تسويقية

قالت ميسون الشاعر، مثقفة صحية واختصاصية تغذية، ومقدمة برنامج «نمط حياة» الذي يبث عبر أثير إذاعة الشارقة، إن مفهوم المنشورات والملصقات هو بهدف تحفيز القارئ أو المشاهد على شرائها، خصوصاً أنها تكون متبوعة برسوم مشهية، وعادة تكون الإعلانات عن هذه المصنعات الغذائية غير الصحية كثيرة، حتى يسارع المستهلكون إليها، فعلى سبيل المثال، لا نجد أي إعلان عن الأطعمة الطازجة والنيئة، كونها مفيدة وصحية، ويعلم الجميع بفوائدها.

وأوضحت أن دولة الإمارات، من أكثر البلدان انفتاحاً في التصدير والاستيراد، حيث تتوافر نوعية لا تعد ولا تحصى من المنتجات، لذا لا توجد وقاية من الغش التجاري، إلا من خلال التثقيف وتوعية المستهلك بضرورة قراءة ملصقات العبوات الغذائية، للوقاية من الوقوع في مثل هذا الغش، وبالتالي حماية الفرد وأسرته من تناول منتجات غير مناسبة صحياً.

وأشارت إلى أن المنشورات في الدولة، تفتقر إلى الكثير من التحذيرات لحالات الحساسية، كما في الغلوتين والفول السوداني، وتستعيز عن ذلك بمسميات الإضافات، للتمويه على المستهلك، كذلك استخدام بعض المصطلحات التجارية على مقدمة العبوة، مثل «أفضل عصير لطلبة المدارس» أو «عالي البروتين ومغذ لجميع الأطفال»، أو «صحي»، وهي جميعها كلمات تسويقية، ولا يمكن الثقة بها، لأنها مكتوبة بخط كبير وفي مقدمة العبوات أو المنتجات، أما المعلومات الأخرى المهمة، فإنها تُكتب بخط صغير، وبالكاد يستطيع المستهلك قراءته، ومن هنا يأتي دور حماية المستهلك والبلديات في منع هذا النوع من الترويج على العبوات أو المنتجات.

الملصق الغذائي

يمكن تعريف الملصق الغذائي، بأنه كل شيء متعلق بالمكونات الغذائية للمنتج، مطبوع في مكان ما على العلبة من الخارج، وتستخدم وحدة الـ«غرام» لمعظم العناصر الغذائية، وبعضها وحدة «الميللي غرام» (غرام الواحد يساوي ألف ميلليغرام)، كما أنه يوفر كمية السعرات الحرارية، والسعر الحراري (أو الكالوري)، هو وحدة الطاقة في الغذاء. وتحمل كل أنواع الطعام المعلبة ملصقاً غذائياً، يعرض معلومات مفصلة عما يتناوله المستهلك، وهذه المعلومات الغذائية تشمل المكونات، وحجم الحصة، وعدد السعرات الحرارية، ونسبة الدهون، والدهون المشبعة، والكوليسترول، والبروتين، والكربوهيدرات، والفيتامينات.