

**Európai Gazdasági és Szociális Bizottság vélemény Tárty: „Az elhízás Európában – a civil társadalmi partnerek szerepe és felelőssége”**

(2006/C 24/14)

2005. február 18-án az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság úgy határozott, hogy Működési Szabályzata 29. cikkének (2) bekezdése alapján saját kezdeményezésű véleményt bocsát ki az alábbi témában: „Az elhízás Európában – a civil társadalmi partnerek szerepe és felelőssége”

A tárgyi bizottsági munka előkészítésével megbízott „Foglalkoztatás- és szociálpolitika, uniós polgárság” szekció véleményét 2005. szeptember 5-én elfogadta. (Előadó: **Madi Sharma.**)

Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság 2005. szeptember 28–29-én tartott, 420. plenáris ülésén (a szeptember 28-i ülésnapon) 83 szavazattal 4 ellenében, 10 tartózkodás mellett elfogadta a következő véleményt.

### 1. Elhízás – a társadalom felelőssége

1.1 Igen szomorú tény, hogy míg a világ két legsúlyosabb táplálkozási problémája közül az egyik az, hogy 600 millióan éheznek, a másik az elhízás, amellyel 310 millió embernek kell szembenéznie.

1.2 A fogyókúra, a testmozgás és az elhízás témájában szakértők, kerekasztal-konferenciák és jeles nemzetközi szervezetek eredményeiről született számtalan dokumentum, felmérés és jelentés nem vezetett sem eredményre, sem konkrét **CSELEKVÉSHEZ** e gazdaságilag is megnyomorító társadalmi betegség felszámolásával kapcsolatban.

1.3 Táplálékkal bevitt túlzott energia *mínusz* energiafelhasználás = energiafelesleg, amely a testben zsír formájában raktározódik. Az elhízást ez a mechanizmus okozza, amelyet gazdasági, szociális és pszichológiai tényezők sora az utóbbi évtizedekben olyannyira felgyorsított, hogy az elhízás mára az egyik központi egészségügyi problémává vált.

1.4 Az elhízottak aránya az elmúlt 30 évben ijesztően megnövekedett. 2000-ben a WHO az elhízást **„a Nyugatot fenyegető legnagyobb egészségügyi problémának”** nevezte.

- **A túlsúlyos gyermekek száma 14 millió, köztük 3 millió az elhízottaké – ez a szám évente több mint 400 000-rel növekszik, és a 25 tagú EU-ban csaknem minden negyedik gyermek érintett.**
- **Észak-Európában a gyermekek 10–20 %-a túlsúlyos; Dél-Európában, Írországban és az Egyesült Királyságban ez az arány 20–35 %.**
- **Számos uniós országban a felnőtt lakosság több mint fele túlsúlyos, 20–30 %-uk pedig az elhízottak közé sorolható.**
- A középkorúak körében az elhízás növeli a későbbi dementia (szellemi leépülés) kialakulásának kockázatát
- **A korai elhalálozás hét legfontosabb egészségügyi kockázata közül hat az étkezési, ivási és mozgási szokásainkhoz kapcsolódik (a dohányzás a hetedik).**

– **A fejlett országok egészségügyi kiadásainak 2–7 %-áért az elhízás okolható.**

1.5 Az elhízás jelenségének gyorsuló terjedése és negatív egyéni és társadalmi következményei több szempontú és multidiszciplináris megközelítést tesznek szükségessé, amely a nemzetek, a közösségek és az egyének kölcsönös egymásrautaltságán alapuló cselekvést igényel. A kormányok – más érdekelt felekkel együttműködésben – központi szerepet játszanak egy olyan környezet kialakításában, amely nemcsak lehetővé teszi, de ösztönzi is az egyéneket, a családokat és a közösségeket arra, hogy az egészséges életmóddal kapcsolatban pozitív, így az élet minőségét javító döntéseket hozzanak.

### 2. Az elhízást elősegítő tényezők

Az ülő foglalatosságok térhódítása, a motorizált közlekedési eszközök egyre nagyobb mértékű igénybevétele, a testmozgás csökkenése és a magas energiataartalmú, összetételükben nem kiegyensúlyozott ételek és italok emelkedő fogyasztása – valószínűleg ezek a legfőbb tényezői napjaink népbetegségének, az elhízásnak.

#### 2.1 Általános tényezők

A jóléti társadalomra jellemző kulturális és viselkedési modellek az elhízás terjedésének legfontosabb okai, amelyekkel csak összehangolt információs és prevenciós tevékenység segítségével lehet szembeszállni (nemzeti, helyi, de egyéni szinten is). Ily módon módosítható a kulturális magatartás és a negatívabb viselkedési sémák anélkül, hogy „az elhízás orvosi üggyé tételének” hibájába esnénk, vagy megpróbálnánk eszközként felhasználni azt.

2.2 A beavatkozás főbb pontjai ezért szektorok és tevékenységek széles és tagolt skáláját érintik, amelyek a következőképpen foglalhatók össze:

- **társadalmi tényezők:** az egészséges táplálkozásra nevelés (amely általánosan foglalkozik az élelmiszerek tápértékével és nem csak annak mennyiségi vonatkozásait érinti) és az egészségesebb életstílus kialakítása, főként a testmozgás vonatkozásában;

- **oktatás:** az élelmiszerek értékének, az elhízás okainak és következményeinek megtanítása, a háztartási és az állampolgári ismeretek új felfogás szerinti, az egészségesebb életstílus elsajátítására irányuló oktatása; a testmozgás felértékelése a szabadidőben is;
- **ipar:** az etikus viselkedés ösztönzése az élelmiszeriparban, főként a tömegtájékoztatásban megjelenő marketing és reklám területén; a kiegyensúlyozott étkezést és testmozgást népszerűsítő személyzeti politika elősegítése;
- **közlekedés:** el kell kerülni a közlekedési eszközök túlzott használatát, amelyek átveszik a testmozgás helyét, és olyan politikákat kell meghatározni, amelyek nem vezetnek a friss élelmiszerek kiszállítási költségeinek növekedéséhez;
- **tömegtájékoztatás:** ügyelni kell arra, hogy a reklámok ne vezessenek túlzott vagy kiegyensúlyozatlan fogyasztási szokások kialakulásához, és fel kell hívni a szülők figyelmét azokra a részben fizikai kockázatokra, amelyeket a televízió, a videojátékok és az internet túlzott mértékű és időtartamú használata okozhat gyermekeiknél;
- **egészségügyi szolgáltatások:** valódi, minden témakört érintő tájékoztatásra, valamint információs és prevenciós kampányok szervezésére van inkább szükség, mint késelemes és gyakran eredménytelen gyógyászati beavatkozásokra;
- **politika:** a lakosság minden társadalmi rétegére, főként a legalacsonyabb iskolai végzettséggel és jövedelemmel rendelkező csoportokra irányuló konkrét kezdeményezésekhez kapcsolódó felelős befektetések nemzeti és helyi szinten.

### 3. Vessünk véget a „Hibáztatassunk másokat” kultúrájának!

3.1 A mai iparosodott világ az elhízáshoz igen kedvező környezetet biztosít. Ennek egyes okai nyilvánvalóak, mások kevésbé tisztázottak, legtöbbjüket pedig a társadalom nem tekinti károsnak. Ami aggodalomra ad okot: hiányzik az előrelátó gondolkodás a jövő nemzedékei érdekében, továbbá senki sem akarja magára vállalni a felelősséget, ehelyett mindenki másokat hibáztat.

3.2 Az elhízást elősegítő tényezők: a magas zsír- cukor- és sótartalmú, energiagazdag, ugyanakkor tápanyagszegény élelmiszerek túlzott fogyasztása; illetve az otthoni, iskolai, munkahelyi, valamint szabadidős tevékenységek és utazás keretében végzett testmozgás szintjének csökkenése. A kockázati szintek és az ezzel járó egészségügyi következmények változatossága részben a nemzeti és világszintű gazdasági, demográfiai és társadalmi átalakulások idejében és mélységében tapasztalható változatosságnak tudható be.

3.3 Ahhoz, hogy megváltozzanak az étkezési és testmozgási, valamint az egészség életmóddal kapcsolatos szokások, a köz- és magán-szféra számos érdekelt résztvevőjének több évtizedes közös erőfeszítésére lesz szükség. Gondolkodásmód-váltásra, tudatosításra és oktatásra van szükség minden szinten, amelyeket alapos és hatékony intézkedések révén lehet elérni – pszichológiai támogatással, gondos megfigyeléssel és hatáskierítéssel kiegészítve. Ezenkívül az egyéneknek is el kell kötelezniük magukat a változásra, és ezért felelősséget is kell vállalniuk.

3.4 Az EGSZB véleménye szerint „mindenkit be kell vonni” a stratégiába és együtt kell leküzdeni a problémát. Ehhez a „felülről lefelé haladó” politikákat alulról felfelé haladó stratégiákkal kell ötvözni, átfogó és mélyreható intézkedéseket kell hozni, és mindenkinek valamilyen módon el kell köteleznie magát az ügy érdekében: anyagilag, időben vagy munkával. Ez egyáltalán nem egyszerű, mégis az a célja, hogy olyan környezet jöhessen létre, amely kedvez az egészséges táplálkozásnak, a kiegyensúlyozott étrend kialakításának és a testmozgásnak egész Európában, anélkül, hogy bárkit is hibáztatni kellene.

### 4. „Ne hízd el magad!”

4.1 Az EGSZB javaslata azáltal segít csökkenteni az elhízást, hogy Európa-szerte támogatja az *Obesity Check* („Ne hízd el magad!”, esetleg „Hájstop”) fedőnevű „elhízásmentesítő” kampányt, amely az egészséges életmód előnyeire és az elhízás megelőzésében az összes részt vevő fél felelősségére hívja fel a figyelmet. A kampány egyetlen üzenete egyszerű: tíz kihívás leküzdésére szólít fel, a köz- és magán-szférát, a civil társadalmat és a polgárokat pedig arra buzdítja, hogy kötelezettségvállalások révén támogassák a kampányt. A kampány célja az egészséges életmódra jellemző szokások támogatása a polgárok egyéni választásának befolyásolása nélkül.

#### 4.2 A tíz kihívás:

- folytatni és hatékonyabbá tenni a lakosság folyamatos oktatását-nevelését;
- együttműködni a hatékony kommunikáció és elköteleződés érdekében;
- biztosítani, hogy Európa MINDEN lakosához eljusson az üzenet;
- elérni, hogy mindenki vállaljon felelősséget és lelkesedése ne lankadjon;
- meggyőzni a személyeket és a szervezeteket arról, hogy hassanak másokra is;
- elfogadni, hogy minden intézkedést be kell építeni az uniós és nemzeti politikák szélesebb körébe;
- elfogadni, hogy ez a „vállalatok társadalmi felelőssége”;
- minden szinten többrétegű, átfogó és mélyreható megközelítést biztosítani;
- biztosítani az átláthatóságot, az önzetlenséget és megszüntetni a hátsó szándékú terveket;
- tudatosítani, hogy az elhízás egészségre gyakorolt hatásai egészséges táplálkozással és testmozgással visszafordíthatók.

4.3 Az Egészségügyi és Fogyasztóvédelmi (SANCO) Főigazgatóság vezette *Obesity Check* kampány, amelyet a politikai döntéshozóknak és az érdekelt feleknek még világosan meg kell határozniuk, egyszerű üzenetet közvetít, amelynek lényege a részt vevő felek politikáinak és gyakorlatainak „elhízásmentesítésért” vállalt kötelezettsége révén az európai lakosság értésére adni, hogy egészséges táplálkozásra és több testmozgásra van szükség. Minden érintett félt – az Európai Bizottságtól kiindulva egészen az egyes családtagokig – meg lehetne kérni, hogy csatlakozzon a kampányhoz azáltal, hogy áttekinti saját tevékenységeit és megvizsgálja, hogyan tudna azokon változtatni az elhízás kockázatának elkerülése érdekében.

4.4 A biztonsági öv viselésére buzdító „csuk-csat!”, a „dohányfüstkontroll”, a „szoptass!”, a „drogmentes sport” és hasonló korábbi kampányok is egyszerűek voltak, mégis hatékonyak bizonyultak és a társadalom minden rétegében támogatásra találtak. Mindegyikük sikeresen ötvözte a fogyasztók oktatását-nevelését, a jogalkotást, a politikai változtatásokat és a közösségre alapuló programokat.

## 5. Az *Obesity Check* kampány

Készült egy kérdőív, amely arra kéri az egyéneket, hogy idejük egy szabadon választott részét szánják arra, hogy saját szervezetükön belül vagy külső intézményekben támogassák a SANCO Főigazgatóság munkáját és az *Obesity Check* kampány keretén belül hirdessék az elhízásmentesítés eszméjét. (A kérdőív a vélemény végén olvasható. Módosított változatát bármely szervezet felhasználhatja.)

**Cél** – célzott eredmények elérése és a folyamat nyomon követése

**Rövid távon** – a kitöltött kérdőívek azt bizonyítják, hogy az egyének és a szervezetek hajlandóságot mutatnak és elkötelezik magukat arra, hogy felhívják a figyelmet az életmódváltás szükségességére, illetve arról tájékoztassanak és oktassanak másokat. A cél a kampányra fordított idő vagy erőforrások mennyiségében mérhető. Példák is gyűjthetők a bevált gyakorlatokra.

**Középtávon** – valódi cselekvés. Az idő és erőforrások ráfordításával kapcsolatos kötelezettségek véghezvitele – beleértve a szervezetek „elhízásmentesítését” is. Ebbe beletartozna a rövid távon összegyűjtött bevált gyakorlatok közzététele és terjesztése is. A célokat az eredeti kérdőívekre adott pozitív visszajelzések és reakciók, valamint az Európai Platform előrehaladtán nyomon követése alapján lehetne mérni.

**Hosszú távon** – A tényleges haladás kiértékelése – egy EGSZB-velemény útján – a többi uniós intézmény számára írott jelentés formájában. Ez megkönnyíti a visszajelzés folyamatát és a folyamatok lendület fenntartását.

### 5.1 Az EGSZB

5.1.1 Az EGSZB feladata, hogy együttműködjön az Európai Bizottsággal, a Parlamenttel és a Tanáccsal abban, hogy a civil társadalom közelebb kerüljön a döntéshozatali folyamathoz. Ilyen megbízás mellett az EGSZB a többi érdekelt féllel egyetemben időt tud szánni arra, hogy tagjai önkéntes fellépése révén hatékony változást indítson el az egészségesebb életmód előmozdítása érdekében. Az EGSZB tagjait már felkértük arra, hogy töltsék ki az **Obesity Check** kampány kérdőívét és mutassanak példát a következő javaslatok alapján:

- A munkaadók gondot fordíthatnának az egészséges életmódra a munkahelyen, például következetes ételmezési politikák elfogadása révén ösztönözhetnék egészséges ételek beszerzését, és üzemeltethetnék sportlétesítményeket vagy

tornatermeket. A kis cégek esetében ez megnyilvánulhatna abban, hogy támogatják dolgozóik számára az egészséges életmód folytatását. A cégen kívül – különösen az oktatás terén – végzett munka is igen értékes lenne. Az ENSZ Millenniumi Nyilatkozata (2000. szeptember) elismeri, hogy a gazdasági növekedés csak korlátozott lehet mindaddig, amíg az emberek nem egészségesek.

- A munkavállalói szervezetek hasonló üzenetet terjeszthetnének tagjaik között: arra kellene például buzdítaniuk a munkavállalókat, hogy napi rutinjukba építsék be a testmozgást, a gyaloglást vagy a kerékpározást. Arra is biztatniuk kellene őket, hogy a folyamatos oktatás részeként egy tanácsot családjaiknak, közösségeiknek is adják tovább.

- A civil szervezetek és különösen a fogyasztói szervezetek időt fordíthatnának tagjaikkal együtt arra, hogy esetleg más intézmények és közösségek számára is továbbítsák az üzenetet. Az ifjúsági és családszervezetek a kiegyensúlyozott étrend és a testmozgás fontosságának hangsúlyozásában igen értékesek. Végül pedig az összes szervezet támogathatná az egészséges étkezés és az egészséges választás megfigyeltetését, és gyakorlati információkkal is szolgálhatna.

5.1.2 Az EGSZB munkája mind a 25 tagállamot és a civil társadalom minden szintjét átfogja. Ez jelentősen előremozdítja a kampány üzenetének terjesztését, és másoknak is követendő példát ad.

### 5.2 Az Európai Bizottság és a Parlament

Az Európai Bizottság főigazgatóságainak dolgozóit és a Parlament tagjait is megkérhetnénk, hogy töltsék ki a kérdőívet és így „járjanak élen”.

5.2.1 A SANCO Főigazgatóságot dicséret illeti az újonnan kialakított „Európai Cselekvési Platform” elindításáért az elhízás terén. Reméljük, hogy a Platform tagjai kiötlenek majd egy egyszerű szlogent, illetve kampányüzenetet, amelynek révén Európa-szerte hirdetni lehet az egészséges életmódot. A kormányoknak, a civil szervezeteknek, a helyi szerveződéseknek és az iparnak következetes, koherens és világos üzeneteket kellene közvetíteniük. Ezeket az üzeneteket számos csatornán keresztül, a helyi kultúrának, az életkornak és nemnek megfelelően kellene közölni. A viselkedés különösen iskolákban, munkahelyeken, iskolai és hitközségekben befolyásolható a helyi vezetők és a tömegtájékoztatói eszközök révén.

5.2.2 Robert Madelin, a platform elnöke hangsúlyozta, hogy „ahhoz, hogy sikeresen tudjunk küzdeni az elhízás ellen, minden intézkedést be kellett építeni az uniós politikák széles körébe”. A globális jelentések alapján – mivel ez hosszú távú kérdés – fontos, hogy legyenek rövid, közép- és hosszú távra szóló, fenntartható, hatékony, cselekvéssel kiegészített stratégiái és multiszektoriális, multidiszciplináris és multifaktoriális résztvevői köre, azaz a konzultációba be kell vonni a legjobban érintetteket: a családokat, a szülőket és a gyerekeket is.

5.2.3 A SANCO Főigazgatóság megszervezi, hogy a platform párbeszédet folytathasson más politikai területek európai bizottsági illetékeseivel: a Mezőgazdasági, a Vállalkozási, az Oktatási, a Kutatási és a Közlekedési Főigazgatósággal. Végül fontos, hogy bármely stratégia kidolgozásának már a kezdetében részt vegyen az összes érdekelt fél, mikor pedig elkészült, konzultáción alapuló hatáselemzést kell végezni, hogy megbizonyosodhassunk arról, hogy a stratégia egyetlen konkrét intézményt sem hibáztat vagy hoz hátrányos helyzetbe, hanem nyíltan közli a mindenki bevonására irányuló javaslatát.

5.2.4 A szubszidiaritás és a kiegészítő jelleg elveire alapozva a közösségi szintű támogató intézkedések erősíthetik a nemzeti hatóságok, a magánszektor és a civil szervezetek által tett kezdeményezések hatását. A nemzeti költségvetések mellett számos más finanszírozási forrást is találni kell a stratégiák és az *Obesity Check* kampány kivitelezéséhez.

5.2.5 Az Oktatási és Kulturális Főigazgatóság, különösen annak sporttal foglalkozó részlege finanszírozási követelményeket fog támasztani ahhoz, hogy kulcsfontosságú stratégiákat fejleszthessen ki a nemzeti kormányokkal. Fel kell azonban ismerniük, hogy nem mindig van szükség pénzügyi erőforrásokra a fokozottabb testmozgás eléréséhez, például az iskoláknak nincs mindig szükségük új tornatermi felszerelésekre, továbbá számos képzett atléta keres munkát: őket arra lehetne ösztönözni, hogy az oktatásban dolgozzanak. A sportok támogatásáért felelős szervek feladata lehetne meggyőzni a sport bajnokait, hogy járuljanak hozzá pozitív üzenetek terjesztéséhez.

5.2.6 Az Oktatási és Kulturális Főigazgatóság alapos kutatást folytatott az ifjúsági testmozgás területén. Azonban a felnőttek szabadidős tevékenységeivel kapcsolatban is végezni kellene kutatást. El kellene továbbá gondolkodni azon, mit lehet kezdeni a „családi példamutatással”. Például ha a szülők a hétvégre sportprogramot szerveztek, a gyerekeket is magukkal vihetnék és bátoríthatnák őket arra, hogy vegyenek is részt benne, ezáltal családi élményt teremtenének, és megváltoztathatnák a kulturális áramlatokat.

5.2.7 A Mezőgazdasági Főigazgatóság számára rendelkezésre álló támogatási keretet a friss gyümölcsök és zöldségek támogatására szánt befektetésként lehetne felhasználni – ez pozitívan járulhatna hozzá ahhoz, hogy a főigazgatóság kivegyje részét az elhízás elleni kampányból, mint ahogyan korábban is támogatta egyes nemzeti szervek tápanyagokban gazdag mezőgazdasági terményekkel kapcsolatos helyi promóciós kampányait.

5.2.8 A célkitűzések elérése tekintetében a nemzetközi partnerek szerepét is meg kellene fontolni. Összehangolt munkára van szükség az ENSZ szervezetei, a kormányközi szervek, a civil szervezetek, a szakmai szövetségek, a kutatási intézmények és a magáncégek között.

### 5.3 A tagállamok

Európa-szerte minden minisztériumot megkérhetnénk, hogy töltsék ki a kérdőívet és így „járjanak élen”. A minisztériumokat arról is megkérdezhetnénk, hogy tudnák-e bizonyos összeggel támogatni a kampányt. Lényeges, hogy a kormányok a gazda-

sági, szociális és környezetvédelmi tényezők tekintetében „összefogásos” megközelítést alkalmazzanak.

5.3.1 Minden partnernek, különösen a kormányoknak, egyszerre több kérdéssel kell foglalkozniuk. Az étrenddel kapcsolatban a táplálkozás minden szempontját, az egészséges ételek hozzáférhetőségét, ellátottságát és megfizethetőségét, valamint az ételmiszer-biztonságot is figyelembe kell venni. A testmozgást a munkahelyen, otthon és az iskolában is elő kell segíteni, és figyelembe kell venni a várostervezésben, a közlekedésben, valamint a biztonság terén is, továbbá biztosítani kell a testmozgással járó szabadidős tevékenységekhez való hozzáférést. A nemzeti körülmények határozzák majd meg a prioritásokat az *Obesity Check* kampány részeként kidolgozásra kerülő elhízásmentesítő kormányintézkedések fejlesztése során. A különböző országokon belül és azok között is óriási eltérések mutatkoznak, ezért a regionális szervezetek a regionális stratégiák kidolgozásában együtt kellene működniük.

5.3.2 Megfelelő infrastruktúrával, megvalósítási programokkal, kielégítő támogatással, nyomon követéssel és értékeléssel, illetve folyamatos kutatással kellene támogatást nyújtani. A stratégiákat a rendelkezésre álló legjobb tudományos kutatásra és eredményekre kell alapozni és szervesen beléjük kell építeni a politikákat, a cselekvést és az időtartamot is.

5.3.3 Előbbre valónak kell tekinteni az olyan tevékenységeket, amelyek a legszegényebb lakossági csoportokra nézve pozitív hatással járnak. Az effajta tevékenységek általában közösségi alapú cselekvést igényelnek, erős kormányzati támogatás és felügyelet mellett.

5.3.4 Az Európai Platformhoz hasonlóan a nemzeti kormányok kommunikációs csatornákat létesíthetnének és kerekasztal-konferenciákat folytathatnának az ételmezésüggel, a mezőgazdasággal, az ifjúsággal, a szabadidővel, a sporttal, az oktatással, a kereskedelemmel és iparral, a pénzügyekkel, a közlekedéssel, a médiával és kommunikációval, a szociális ügyekkel és a környezet- és városrendezéssel foglalkozó minisztériumok és intézmények részvételével az elhízás elleni küzdelem érdekében. Szülői és ifjúsági kerekasztal-beszélgetéseket is lehetne tartani, hogy a legjobban érintettek is hozzájárulhassanak a témához. Fontos, hogy mindez az érdekelt felek együttműködésével és egyetértésével történjék, hátsó szándékok nélkül. Az *International Obesity Task Force* (Nemzetközi „Elhízás” Munkacsoport) egy tanácsadóként és katalizátorként működő, kutatásokra épülő „agytröszt”, amely a témának megfelelő adatokat biztosítja az effajta vitákhoz. Ezeket a kommunikációs csatornákat ki kellene terjeszteni a köz- és magánszféra partneri együttműködésére is. NEM szabad viszont adminisztrációs költségek kiterjesztésével vagy már létező szervek újbóli létrehozásával pazarolni az erőforrásokat.

5.3.5 A kormányoknak olyan intézkedéseket kellene kigondolniuk, amelyek eredményeképpen a fogyasztók egyszerű, kiegyensúlyozott információhoz juthatnak, melynek alapján könnyen és jól tájékozott módon választhatnak, valamint nekik megfelelő egészségvédelmi promóciós és oktatási programokhoz férhetnek hozzá. A fogyasztóknak szánt információk esetében ügyelni kell a műveltségi szintekre, a kommunikációs akadályokra, a helyi kultúrára és a közérthetőségre.

5.3.6 A kormányok a szubszidiaritás elvének teljes körű alkalmazásakor – más érdekelt felekkel együttműködésben – központi szerepet játszanak egy olyan környezet kialakításában, amely nemcsak lehetővé teszi, de ösztönzi is az egyéneket, a családokat és a közösségeket arra, hogy az egészséges életmóddal kapcsolatban pozitív, így az élet minőségét javító döntések meghozatala érdekében változtassanak viselkedésükön.

#### 5.4 Az oktatás

Minden oktatási létesítményben ki kellene tölteni az egyénnel a kampány kérdőívét. Az oktatási minisztériumokat is megkérdezhetnénk, hogy a hatáskörükbe tartozó, bármilyen jellegű oktatási szervezetekben tudnák-e konkrét erőforrásokkal támogatni a kampányt.

5.4.1 Az elhízás megelőzése és kontrollja érdekében alapvető, hogy az egész életen át tartó megközelítést kell alkalmazni. Ki kell dolgozni egy olyan, egyszerű elhízási ellenőrző listát, amelyet kis- és nagykorúak egyaránt megértenek. Ez a megközelítés az anya egészségi állapotától kiindulva végighalad a szülés előtti táplálkozásnak, a születés kimenetelének, a szoptatásnak, valamint a gyermek és a serdülő egészségi állapotának kérdésén. Meg kell keresni vele a gyerekeket az iskolában, a felnőtteket a munkahelyen és más helyszíneken, valamint az időseket, így ösztönözve a legkisebbektől a legidősebbekig mindenkit az egészséges életmódra.

5.4.2 A felnőttoktatási programokba be kell építeni az egészségismeret témáját is. Az efféle programok lehetőséget biztosítanak az egészségügyi szakembereknek és szolgáltatóknak arra, hogy bővítsék az étrenddel és a testmozgással kapcsolatos tudásukat, valamint hogy a társadalom peremére szorultakat is megszólíthassák. Fel lehetne kínálni a médiaismeret lehetőségét is, hogy a fogyasztók megérthessék a címkeket és a reklámokat, és könnyebben tudjanak választani; ezenkívül gyakorlati útmutatást is lehetne nyújtani az ételek elkészítése terén.

5.4.3 A legtöbb gyermek életét az iskola is befolyásolja. Az iskola feladata lenne a gyermekek egészségének védelme az egészségügyi információk biztosítása, az egészség terén szerzett jártasság növelése, az ételekkel kapcsolatos ízlés kialakítása és az egészséges életmód hirdete révén. A tanulók számára biztosítani kell továbbá a napi minimális testmozgást (legalább heti 2 óra testnevelés) és a kiegyensúlyozott étrendre való oktatást, emellett rendelkeznie kellene az ehhez szükséges helyiséggel, berendezéssel és eszközökkel, emellett még a költségvetési megszorítások mellett is fel kellene ismernie, hogy a jelenleg rendelkezésre álló lehetőségek mellett is van mód cselekvésre.

A sporteszközökre fordított kiadásokat gondosan nyomon kell követni annak érdekében, hogy a sporttevékenységek mind a fiúkra, mind pedig a lányokra nézve hasznosnak bizonyuljanak, különösen arra való tekintettel, hogy a lányok körében az elhízási arány görbéje meredekebben növekszik, mint a fiúknál.

5.4.4 A kormányokat arra biztatjuk, hogy olyan politikát kövessenek, amely támogatja az iskolákban a kiegyensúlyozott étrendet és korlátozza az ott kapható magas só-, cukor- és zsírtartalmú termékek választékát. Az iskolák – a szülőkkel és a felelős hatóságokkal együtt – az iskolai ebédek tekintetében

esetleg szerződhetnének a helyi élelmiszertermelőkkel, így biztosítva az egészséges ételek helyi piacának működését. Következetes élelmiszer- és ételmezési politikát kell kialakítani az iskolák dolgozóival, a tanulókkal, a szülőkkel és az illetékes hatóságokkal folytatott konzultáció alapján.

5.4.5 Ahol az iskolai tanulók környezetében végzett vállalkozói tevékenység támogatott, az effajta tevékenységeknek nem – rendszerint sós burgonyaszirmot és édességet árusító – „csokibüfék” üzemeltetésében kellene megnyilvánulniuk. Alternatívaként egészséges ételeket lehetne inkább forgalmazni.

5.4.6 Különös figyelmet kell továbbá fordítani az idősekre is, mivel a 60 év felettieket is fenyegeti az elhízás. Az időseknek ezenfelül értékes ismereteik és tapasztalataik vannak a hagyományos étrendek és konyhai fortélyok terén, amelyekkel hozzájárulhatnak a fiatalok neveléséhez.

#### 5.5 Az egészségügyi szolgáltatások

Minden közegészségügyi szervezetben ki kellene tölteni az egyénnel a kampány kérdőívét. A minisztériumokat is megkérdezhetnénk, hogy a hatáskörükbe tartozó szervezetek (pl. klinikák, kórházak, dolgozói étkezdék, betegcsoportok) révén tudnák-e konkrét erőforrásokkal támogatni a kampányt.

5.5.1 A kormány szerepe igen fontos ahhoz, hogy a közegészségügyben maradandó változásokat lehessen elérni. A kormányoknak elsődleges szerepük van – egy szélesebb körű, mindenre kiterjedő és koordinált közegészségügyi törekvés részeként – az elhízás csökkentésére irányuló stratégiák kezdeményezésében és kifejlesztésében. Egyszerű, közvetlen üzenetek közvetítésére van szükség a jelentős egészségügyi javuláshoz elegendő testmozgás mennyiségéről és minőségéről. A tájékoztatás folyamatában a regionális és helyi önkormányzatoknak is aktívan részt kell venniük.

5.5.2 Az egészségügyben dolgozókkal való rendszeres kapcsolattartásnak ki kellene terjednie a betegeknek az egészséges étrend és a fokozottabb testmozgás jótékony hatásairól nyújtott gyakorlati tanácsokra, valamint a betegek támogatására – az elhízási ellenőrző lista révén – az egészséges életmód elkezdésében és fenntartásában. A hatóságoknak gondolkodniuk kellene a megelőzésre irányuló szolgáltatásoknak kedvező, valamint a meglévő klinikai szolgáltatásokon belül az ezzel kapcsolatos lehetőségeket feltáró ösztönző intézkedések bevezetésén, például olyan javított pénzügyi struktúra kialakításán, amely támogatja az egészségügyben dolgozókat abban, illetve lehetővé teszi számukra – különösen az elsődleges egészségügy, de éppúgy más szolgáltatások (pl. szociális szolgáltatások és gyógyszertárak) terén is –, hogy több időt fordítsanak a megelőzésre. Ez akár egy egyszerű, megelőzést célzó szlogen is lehet, melynek lényege: „Több séta, kevesebb étel”.

5.5.3 A támogatást és az információs intézkedéseket a szülőknél kell kezdeni: tanácsokkal kell őket ellátni arról, hogy mi a helyes és legjobb választás a legifjabb korcsoport (csecsemők és kisgyermek) táplálásában. Elegendő tudományos bizonyíték támasztja alá, hogy azok a gyermekek, akiket csecsemőkorukban anyatejjel tápláltak, később kevésbé lesznek elhízottak, mint bébitápszerrel etetett társaik – a megelőzést tehát a csecsemők helyes táplálásáról szóló széles körű tájékoztatással kell kezdeni.

5.5.4 A támogatásra és tájékoztatásra irányuló intézkedések hatókörét ki kell terjeszteni az idősekre is, főként az egyedülálló, szegény vagy marginalizálódott személyekre, hogy ily módon elkerülhetőek legyenek a hátrányos helyzetű emberekre gyakran jellemző egészségtelen táplálkozási szokások.

### 5.6 A helyhatóságok

Minden regionális és helyi önkormányzatnál is ki kellene tölteni a kampány kérdőívét, és olyan intézkedéseket kellene javasolni számukra, amelyekkel elhízásmentesíthetik tevékenységeiket és támogathatják az *Obesity Check* kampányt. Az egyes hivatalokat és kirendeltségeket arról is megkérdezhetnénk, hogy tudnák-e konkrét erőforrásokkal támogatni a kampányt.

5.6.1 A helyhatóságoknak ösztönözniük kellene az ágazatokat átfogó és multidiszciplináris szakértői tanácsadó testületek létrehozását, többek közt technikai szakértők és kormányzati ügynökségi képviselők részvételével. A testületek élére független elnököket kell kinevezni, hogy a tudományos eredmények értelmezése semmiképpen se járhasson érdekütközéssel.

5.6.2 A nemzeti, regionális és helyi önkormányzatoknak olyan ösztönző intézkedéseket kellene kidolgozniuk, amelyek biztosítják, hogy a gyaloglás, a kerékpározás és a testmozgás egyéb formái széles körben elérhetőek és biztonságosak legyenek; a közlekedési politikákba be kellene venni a nem motor hajtotta közlekedési eszközöket is; a foglalkoztatási és munkahely-politikáknak a testmozgást is ösztönözniük kellene; a sport- és szabadidős létesítményeknek pedig a tömegsport fogalmát is magukba kellene foglalniuk.

### 5.7 Az ipar

Az „ipar” fogalma a munkaadókat és a munkavállalókat is magában foglalja, akik egymás javára fognak össze.

Az összes iparágban megkérhetnénk a munkaadókat és a munkavállalókat, hogy töltsék ki a kérdőívét és így támogassák az *Obesity Check* kampányt. Ezenkívül megkérdezhetnénk a vállalatokat és a szakszervezeteket, hogy társadalmi felelősségük részeként tudnák-e támogatni a kampányt konkrét erőforrásokkal vagy tőkével.

5.7.1 A magánszektor is jelentős szerepet tölthet be, különösen azért, mivel számos cég világszerte jelen van, és így lehetőség van a politikákat minden szinten és nemzeteket átfogó módon megvalósítani – egyazon cégen belül. A vállalatok társadalmi felelősségének részeként különféle partnerek működhetnének együtt például helyi iskolákkal és támogathatnák az oktatási stratégiát abban, hogy elmélyítik a köztudatban az egészséges táplálkozás fontosságát, vagy segítenek növelni a testmozgás mennyiségét. A biztonság kedvéért az esetleges érdekütközéseket előzőleg konzultáció keretében meg kell vitatni.

5.7.2 Az élelmiszeripar, a kiskereskedők, a vendéglátó-ipari cégek, a sportszergyártók, a hirdető- és szabadidő-ügynökségek, a biztosítási és banki csoportok, a gyógyszeripari vállalatok és a média mind fontos szerepet játszanak egyrészt mint felelős munkaadók, másrészt mint az egészséges életmód pártfogói. Mindannyian partnerként működhetnének közre a kormányok és a civil szervezetek munkájában: olyan intézkedések megvalósításában, amelyek célja pozitív és következetes üzenetek

közvetítése az egészséges életmód ösztönzésére irányuló integrált erőfeszítések megkönnyítése és lehetővé tétele érdekében.

### 5.8 Az élelmiszeripar

5.8.1 Az élelmiszergyártók már számos kezdeményezést tettek a feldolgozott élelmiszerek zsír-, cukor- és sótartalmának csökkentésére, az adagok kisebbitésére, valamint az újonnan bevezetett, egészséges és tápanyagokban gazdag élelmiszerek választékának növelésére.

5.8.2 Az ipar tudatában van annak, hogy az élelmiszerhirdetések befolyásolják a fogyasztók döntését és a táplálkozási szokásokat, ezért garantálnia kell, hogy a hirdetések ne használják ki a gyermekek tapasztalatlanságát és hiszékenységét. A kormányoknak együtt kellene működniük a fogyasztói csoportokkal és a magánszektorral az élelmiszerek gyermekeket célzó marketingjével kapcsolatos megfelelő, több ágazatot átfogó megközelítések kidolgozásában, melyek olyan kérdésekre irányulnak majd, mint a szponzorálás, a promóció vagy a reklámozás. Együtt olyan, társadalmilag felelős gyakorlatokban kell megállapodni, amelyek nem szüntetik meg a választás szabadságát, azonban elfogadják azt a tényt, hogy a gyermekek nem képesek megállapítani az élelmiszerek tápanyagtartalmát.

5.8.3 A gyors, túlegyszerűsített intézkedések – mint az élelmiszerek közlekedésilámpa-szerű jelzésekkel történő ellátása – megvitatására irányuló jelenlegi terveket el kellene vetni. Az ajánlásokról azok végrehajtása előtt ki kell kérni az élelmiszeripar és a fogyasztók véleményét is. Mindezt médiaismereti – például az élelmiszercímkéknek és a reklámok üzenetének az értelmezésével kapcsolatos – információkkal lehetne támogatni az árusítóhelyeken, az iskolákban és a felnőttoktatási intézményekben.

5.8.4 A fogyasztóknak pontos, szabványos és közérthető információkra van szükségük az élelmiszer-árucikkek tartalmáról ahhoz, hogy egészséges módon tudjanak választani. A kormányok kötelezővé tehetik a kulcsfontosságú táplálkozási szempontokkal kapcsolatos adatok feltüntetését a *Codex Guidelines on Nutrition Labelling* (Tápanyagcímkézési útmutató kódex) című kiadvány ajánlásai alapján.

5.8.5 Ahogyan egyre nő a fogyasztók érdeklődése az egészség iránt és egyre több figyelmet fordítanak az élelmiszerek táplálkozási szempontjaira, a termelők is egyre nagyobb mértékben használnak egészséggel kapcsolatos jelmondatokat. Az efféle jelmondatok a jótékony hatásokat és a kockázatokat illetően nem vezethetik félre a fogyasztókat.

5.8.6 Ajánlások az élelmiszeripar számára – melyeket a civil társadalmi szervezetek is támogathatnak:

- az egészséges életmód támogatása az európai iránymutatókkal és a globális stratégia átfogó célkitűzéseivel összhangban;
- a telített zsírok, a transz-zsírsvak, a szabad cukrok és a só szintjének csökkentése a termékekben;
- a fogyasztók számára megfizethető, egészséges és tápanyagokban gazdag választék kidolgozása és kínálata továbbra is;
- a fogyasztók számára elégséges és közérthető termék- és tápanyag-információ biztosítása;

- felelős, az **Obesity Check** kampányt támogató marketingtevékenység folytatása, konkrétan a magas telítettségsav-, cukor-, illetve só-tartalmú élelmiszerek – különösen gyermekek számára történő – reklámozása és forgalmazása tekintetében;
- egyszerű, következetes élelmiszercímkék és tudományos eredményeken alapuló egészségügyi nyilatkozatok kibocsátása, amelyek megkönnyítik a fogyasztók számára a tájékozott, egészséges választás meghozatalát;
- a nemzeti hatóságok tájékoztatása az élelmiszerek összetételéről;
- segítségnyújtás az egészséges étkezéssel és testmozgásról szóló programok kidolgozásában és megvalósításában.

## 5.9 A mezőgazdaság

5.9.1 A nemzeti élelmiszer- és mezőgazdasági politikákat összhangba kellene hozni a lakosság egészségének védelmével és előmozdításával. Olyan politikákat kellene alkotni, amelyek lehetővé teszik az egészséges étrendre való átállást, továbbá az élelmiszer-biztonságot és a fenntartható élelmiszer-ellátottságot is magukba foglalják.

5.9.2 A fogyasztók választásait az árak is befolyásolják. Az állami politikák adózás, állami támogatás vagy központi árszabás révén befolyásolhatják az árakat az egészségre jótékony hatású élelmiszerek fogyasztását ösztönző módon.

## 5.10 A média

5.10.1 A tömeg-tájékoztatási ipar játssza az egyik legjobban befolyásoló tényező szerepét, mivel – gyakran észrevétlenül – beszivárog mindennapi életünkbe. Ha minden tömeg-tájékoztatási csatorna elkötelezné magát, hogy együttműködik egy egységes európai kampány érdekében és azt folyamatosan, egyszerűen és következetesen hirdeti a célközönségének, akkor biztosan lehetnének afelől, hogy a kampány üzenete végül Európa **minden** polgárához eljut.

5.10.2 Egy olyan társadalomban, ahol a hírességek – köztük az olimpiai bajnokok – éljenzett példaképek, többet is tehetnének annak érdekében, hogy bevonjuk őket a kampány üzenetének terjesztésébe.

5.10.3 Az új médiaeszközök – mint például a számítógépes játékok és az internet – szerepe elengedhetetlenül fontos a fiatalok körében, főleg mivel az ezekkel való időtöltés összefügg az elhízás gyakoriságának növekedésével.

5.10.4 Óvatosan kell bánni a filmekben látható és a velük kapcsolatban reklámozott termékekkel: figyelembe kell venni a valószerű célközönséget. Ez különösen a gyermekműsorok esetében létfontosságú.

## 5.11 Társadalom

5.11.1 A kormányzattól független és a civil társadalmi szervezetekben is ki kellene tölteni a kampány kérdőívét. Az egyes

szervezeteket megkérdezhethetnénk, hogy tudnának-e konkrét – akár munkajellegű – erőforrásokat áldozni a kampány terjesztésére tagjaik és az őket alkotó szervezetek körében. Az effajta szervezetek értékes, közösségi szintű munkája elismert és bármely kezdeményezés sikeréhez elengedhetetlen.

5.11.2 Sokan azt hiszik, hogy az elhízás problémájának kezelése személyes felelősség. Részben igazuk van, azonban ez a társadalom felelőssége is, különösen a helyi közösségek szintjén. A társadalmi és a civil szervezetek szerepe az előre gondolkodó hozzáállás ösztönzése, továbbá közös gondolkodás és helyi kezdeményezések által a cselekvés befolyásolása terén igen fontos. Ilyen helyi kezdeményezés lehet például: iskolák számára sporttal kapcsolatos létesítmények használatának engedélyezése, helyi kampányok támogatása a helyi médiában, a helyi gyáriparosok és a helyhatóságok együttműködése az oktatás támogatása végett, illetve az iskolák ellátása helyi gazdák friss terményeivel. A cél pedig lehet az egészséges élelmiszerek elérhetőségének, megfizethetőségének, megfelelőségének és fenntarthatóságának biztosítása.

5.11.3 A civil szervezetek hatékonyan támogathatják a stratégiát, ha együttműködnek a nemzeti és nemzetközi partnerekkel, különösen az alábbiak terén:

- a helyi szint mozgósítása és kiállítás mellett, hogy az egészséges életmód kérését a kormány tűzze napirendre;
- az elhízás kiegyensúlyozott, egészséges étrend és testmozgás révén történő megelőzéséről szóló információ széles körű terjesztésének támogatása;
- hálózatok és tevékenységi csoportok kialakítása az egészséges ételek elérhetősége és a testmozgási lehetőségek támogatása, valamint az egészség előmozdítására irányuló programok és oktatási kampányok pártfoglalása érdekében;
- cselekvésre serkentő kampányok és rendezvények szervezése;
- a kormányok szerepének hangsúlyozása az egészséges életmód előmozdításában, a célkitűzések elérésére irányuló folyamat nyomon követésében, valamint más érdekelt felekkel – például magánvállalatokkal – való együttműködésben.
- aktív szerepvállalás az *Obesity Check* fedőnevű uniós kampány megvalósításának támogatásában;
- hozzájárulás a tudás és a tapasztalat gyakorlati megvalósításához;
- példaképek és bevált gyakorlatok terjesztése, különösen a családok és a szülők szerepével kapcsolatban. Fontos, hogy a példaképek ne a test képére összpontosítsanak, hanem az egészségességet sugározzák.

5.11.4 A testmozgás- és étrendbeli szokások nemenként, kultúránként és életkoronként változóak. Az ételekről és a tápanyagokról gyakran a nők döntenek a kultúra és a hagyományos étrend alapján. A nemzeti stratégiáknak és cselekvési terveknek tehát az effajta különbségekre is érzékenyeknek kell lenniük.

## 6. Ha nem cselekszünk

### 6.1 Az emberi ár

6.1.1 A gyermekkori elhízás a fejlett – és egyre inkább a fejlődő – országok egyik legsúlyosabb közegészségügyi problémája. Az elhízott gyermekek aránya minden korcsoportban egyre növekszik.

6.1.2 Az elhízott gyerekek számos velejárártól is szenvednek. Ezek közül némelyek azonnal láthatók, mások pedig későbbi megbetegedésekre hívják fel a figyelmet. Igaz, hogy a járvány megfékezésének leghatékonyabb stratégiája az elsődleges megelőzés, de a már jelenleg is elhízott gyermekek kezelését sem szabad elhanyagolni, hogy egészségi állapotukban mind azonnali, mind pedig hosszú távú javulást el lehessen érni.

6.1.3 A fiatalkori elhízás egy sor pszichoszociális és orvosi szövődéssel jár. A leggyakoribb következmények pszichoszociális zavarokkal és társadalmi kirekesztéssel kapcsolatosak. Átfogó vizsgálatok fordított arányosságot mutattak ki a testsúly és az önbecsülés, illetve a testkép között, különösen a serdülőknél. A serdülő lányoknál pedig a túlsúlytól való félelemhez kötődik a testi elégedetlenség, a soványság hajszolása és a bulímia.

6.1.4 Az elhízással kapcsolatos legjelentősebb betegség a 2-es típusú diabétesz, amely keringési zavarokat, veseelégtelenséget és vakságot okozhat. A rák egyes fajtái (különösen az emlőrák), a keringési zavarok (ideértve a magas vérnyomást is), a légzési rendellenességek (ideértve az alvási apnoét is), a vesebetegségek, a depresszió, az ízületi és bőrpanaszok mind-mind a megnövekedett testsúly következményei lehetnek.

6.1.5 Az elhízás egyes egészségi kihatásai a testsúly csökkentésével láthatólag visszafordíthatók.

### 6.2 Az anyagi ár

6.2.1 Az elhízás jelentős gazdasági terhet ró a már amúgy is túlterhelt egészségügyi rendszerekre, és a társadalom számára is nagy költséggel jár. Az egészség a fejlődés kulcsfontosságú meghatározója és a gazdasági növekedés előfutára. A brit nemzeti számvevőszék becslése szerint a gazdasági következmények éves szinten mintegy 500 millió angol fontot tesznek ki a közvetlen egészségügyi kiadásokra nézve, és további 2 milliárd fontot a szélesebb körű gazdasági kiadásokat tekintve.

6.2.2 Az elhízás minden társadalmi osztályban elterjedt, azonban különösen a társadalmilag hátrányos helyzetű csoportokban gyakori, akiknek legkevésbé van hozzáférési lehetőségük a biztonságos utcákhoz és parkokhoz, és valószínűleg a legolcsóbb élelmiszer-termékeket fogyasztják, amelyek gyakran a legtöbb zsírt és cukrot tartalmazzák.

6.2.3 A fejlett társadalmakban a serdülőkorok végén és ifjúkorokban túlsúlyos nők között nagyobb az alacsonyabb

jövedelmű családból származók aránya, és közülük kevesebben is kötnek házasságot. Az elhízott személyeket ezenkívül a munkahelyen is érheti társadalmi elutasítás és kirekesztés.

6.2.4 Azonnali előrelátó intézkedések és oktatás révén biztosítható az elkövetkező évek során az elhízás okozta pénzügyi kiadások csökkenése, amelyeket Európa fenntartható fejlődésére lehet fordítani.

### 6.3 Úton a társadalmi felelősség felé

Az elhízás elleni intézkedések meghozatala is hozzájárul annak elfogadásához, hogy a társadalom különböző szintjeinek is mind felelősséget kell vállalniuk – a személyes szabadság tiszteletben tartása mellett. Például:

#### 6.3.1 A politika szintjén:

- Az Európai Bizottság és a tagállamok kormányai kétoldali kommunikációs stratégiákkal, felelős befektetéssel vagy cselekvésorientált kezdeményezésekkel lépnek fel az elhízás ellen.
- Az oktatási rendszerek támogatják az egészséges életmódot.
- Az erőforrásokkal rendelkező egészségügyi szolgáltatások a jó egészség érdekében lépnek fel.
- A várostervezési hatóságok támogatják a kerékpárutakat, a zöldövezeti parkokat és a sportlétesítményeket.

#### 6.3.2 Az iparban:

- Az élelmiszeripart a fogyasztók megfizethető, tápanyagokban gazdag élelmiszerek iránti igényei vezérik.
- A fogyasztói áramlatok lehetővé teszik, hogy az egészséges ételek mindenki számára hozzáférhetőek legyenek, még a legszegényebb közösségekben is.
- A mezőgazdaság bőséges, megfizethető friss és tápláló terményeket állít elő.
- A szállítóipar ellenzi a túlzott gépjárműhasználatot és támogatja a biztonságos gyaloglást és kerékpározást.
- A tömegtájékoztatási kultúra fellép a passzív fogyasztás ellen és a testmozgást hirdeti.

#### 6.3.3 A társadalomban:

- Család-irányultságú kultúra, amelyben a család közösen fogyaszthatja el az otthon főzött ételt, az iskolai és munkahelyi étkezdek, a kórházak és a szociális létesítmények pedig egészségesebb ételeket kínálnak.
- Változnak a fenntartható fogyasztási trendek: a természetes erőforrások megóvása és a testmozgás kerül előtérbe.

- A városi környékek biztonságosabbak, csökken a bűnözés és szabályozottabb a közlekedés.
- Nő az egyenlőség és a szociális beilleszkedés annak érdekében, hogy minden otthon számára hozzáférhetővé váljanak az egészséges élelmiszerek és a biztonságos szabadidős erőforrások.
- A szülők és gondviselők támogatásban részesülnek, hogy egészséges módon választhassanak maguk és gyermekeik számára.

6.3.4 A kormányokat a lakosság választja, a lakosság pedig a társadalom jelentős befolyással bíró tényezője – akár egyénileg, akár csoportokba vagy szervezetekbe tömörülve –, és igen sok múlik rajta. A költségeket nem kell mindig pénzben mérni. Együtt nagy változást indíthatunk útjára, ha felhagyunk mások hibáztatásával és elfogadjuk, hogy felelősség hárul ránk.

## 7. Következtetés

Az elhízás olyan „gordiuszi csomó”, amely pszichológiai, szociológiai, gazdasági, kulturális és történelmi szempontokat, valamint az egyéni viselkedést egyaránt magába foglalja.

Az Egészségügyi Világszervezet (WHO) 1997-ben a kóros elhízást betegségnek minősítette, 2005-ben pedig már az elhízást is. A kóros elhízás és az elhízás a 2-es típusú diabétesz, a hipertónia, a szívbetegségek és a hasonló vele járó megbetegedések miatt összefüggésbe hozható a megnövekedett halálozási aránnyal.

7.1 Itt a soha vissza nem térő alkalom arra, hogy hatékony stratégiát dolgozzunk ki és hajtsunk végre az elhalálozások és a betegségek számának drasztikus csökkentésére az étkezési szokások javítása és a testmozgás előmozdítása által. Adatok bizonyítják, hogy szoros a kapcsolat az effajta egészségtelen viselkedés, valamint a későbbi betegségek és megromlott egészségi állapot között. Hatékony fellépési módokat tervezhetünk annak érdekében, hogy az emberek hosszabb ideig és egészségesebben élhessenek, hogy csökkenjenek a különbségek és fokozódjon a fejlődés. Mindezt egy egyszerű és világos kampány révén lehet megvalósítani, amely mindenkire kiterjed, amelyben mindenki részt vesz, és amely utólagos kiértékelésre kerül.

7.2 Ahhoz, hogy megváltozzanak az étkezési és testmozgási, valamint az egészséget életmóddal kapcsolatos szokások, a köz- és magánszféra számos érdekelt résztvevőjének több évtizedes közös erőfeszítésére lesz szükség. Gondolkodásmód-váltásra, tudatosításra és oktatásra van szükség minden szinten, amelyeket alapos és hatékony intézkedések révén lehet elérni – pszichológiai támogatással, gondos megfigyeléssel és hatáskierítéssel kiegészítve. Ezenkívül az egyéneknek is el kell kötelezniük magukat a változásra, és ezért felelősséget is kell vállalniuk.

7.3 Ha teljes mértékben kiaknázzuk a civil társadalomban rejlő lehetőségeket és a legfőbb érdekelt felekkel együtt mozgósítjuk azokat, ez az elképzelés valósággá válhat. **„Ha változást akarsz látni, te magad légy az” – Gandhi.**

## 8. Kérdőív az EGSZB saját kezdeményezésű véleményének támogatása érdekében

*Elhízás – a társadalom felelőssége*

A kérdőív jelenleg **csupán kutatási célokat** szolgál, de szívesen vesszük, ha kitöltve visszaküldik.

A XXI. század iparosodott világa az elhízásnak igen kedvező környezetet biztosít. Ennek egyes okai nyilvánvalóak, mások kevésbé tisztázottak, legtöbbjüket pedig a társadalom nem tekinti károsnak. Ami leginkább aggodalomra ad okot: hiányzik az előrelátó gondolkodás a jövő nemzedékei érdekében, továbbá senki sem akarja magára vállalni a felelősséget, ehelyett mindenki másokat hibáztat.

– A 25 tagú EU-ban a túlsúlyos gyermekek száma 14 millió, köztük 3 millió az elhízottaké.

– Számos uniós országban a felnőtt lakosság több mint fele túlsúlyos, 20–30 %-uk pedig az elhízottak közé sorolható.

– Az Európai Unióban a túlsúlyos és az elhízott gyermekek száma évente több mint 400.000-rel növekszik, és a teljes 25 tagú EU-ban ez csaknem minden negyedik gyermeket érinti.

– Észak-Európában a gyermekek 10–20 %-a túlsúlyos; Dél-Európában és az Egyesült Királyságban ez az arány 20–35 %.

Rövid távú célkitűzés – A kitöltött kérdőívek azt bizonyítják, hogy az egyének és a szervezetek hajlandóságot mutatnak és elkötelezik magukat arra, hogy felhívják a figyelmet az életmód-váltás szükségességére, illetve arról tájékoztassanak és oktasanak másokat. A célok a kampányra fordított idő vagy erőforrások mennyiségében mérhetők. **Az előadó szívesen fogad minden információt a bevált gyakorlatokról.**

Az EGSZB véleménye azt a megközelítést alkalmazza, hogy **„mindenkit be kell vonni”** a stratégiába és együtt kell leküzdeni a problémát. A „felülről lefelé haladó” politikákat alulról felfelé haladó stratégiákkal kell ötvözni, átfogó és mélyreható intézkedéseket kell hozni, és **mindenkinek valamilyen módon el kell köteleznie magát az ügy érdekében: anyagilag, időben vagy munkával.**

Szeretnénk felmérni, hogy milyen mértékben számíthatunk az Ön és szervezete elköteleződésére, és szívesen vennénk, ha másoknak is továbbítaná ezt az írományt észrevételezés vagy elköteleződés céljából.

Kérjük, a kérdőívet a [madi.sharma@esc.eu.int](mailto:madi.sharma@esc.eu.int) címre vagy a 0115 9799333 faxszámra, esetleg postai úton a Madi Sharma, EESC, C/o 40 Ridge Hill, Lowdham, Notts. NG14 7EL, UK címre küldje vissza.

Az alábbi kérdőív arra kéri az egyéneket és szervezeteket, hogy idejük vagy erőforrásaik egy szabadon választott részét szánják arra, hogy saját szervezetükön belül vagy külső intézményekben támogassák a SANCO Főigazgatóság munkáját és segítsék az egészséges életmód tudatosítására szolgáló kampány működését. A haladást a nyomkövethetőség érdekében számszerűleg is fontos kifejezni.

Például:

- A munkaadók és munkaadói szervezetek gondot fordíthatnának az egészséges életmódra a munkahelyen, például ösztönözhetnék egészséges ételek beszerzését – különösen az ételautomatákba –, és sportlétesítményeket vagy tornatermeket üzemeltethetnének. A kis cégek esetében ez megnyilvánulhatna abban, hogy az egészséges életmódra ösztönzik dolgozóikat és ebben támogatják is őket. A cégen kívül – különösen az oktatás terén – végzett munka is igen értékes lenne. Időráfordítás: havonta x óra.
- A munkavállalói és szakszervezetek hasonló üzenetet terjeszthetnének tagjaik között: arra kellene buzdítaniuk a munkavállalókat, hogy napi rutinjukba építsék be a testmozgást, a gyaloglást vagy a kerékpározást. Ezenkívül ezt a tanácsot családjaiknak, közösségeiknek is továbbadhatnák.

- A civil szervezetek és különösen a fogyasztói szervezetek időt fordíthatnának tagjaikkal együtt arra, hogy más intézményekben és közösségekben is terjesszék az üzenetet.
- Az egyének életmódváltás melletti elköteleződésükkel: fokozott testmozgással vagy egészségesebb étkezéssel mutathatnának példát. Ezt a példát szóbeszéd alapján lehetne elterjeszteni, és így bátorítani másokat is a változásra. Ez különösen családi környezetben lenne hasznos. Havonta 15 percet kellene szánni arra, hogy személyes változásainkat megosszuk másokkal.

Vállalom, hogy havonta 30 percet szánok arra, hogy segítsek az iskolákban felkelteni az egészséges életmód iránti érdeklődést és a nőegyletekben az üzenetet továbbítom a szülőknél. Elmondom továbbá, hogy változtattam az életmódomon, és ennek köszönhetően, gyaloglással és a táplálkozásra való odafigyeléssel 10 kg-ot fogytam.

### Ön mit tud felajánlani?

Az itt közölt adatokat bizalmasan kezeljük és az Ön engedélye nélkül harmadik félnek nem adjuk tovább. A jelen szakaszban az alább leírtak még nem jelentenek elköteleződést.

Név .....

Szervezet .....

Elérhetőség: Telefon ..... E-mail .....

#### Felajánlás:

Idő: Heti/havi ..... óra

A következő feladatok elvégzésére: .....

Anyagi ráfordítás:

A következő célra: .....

Erőforrások: .....

..... támogatására

További megjegyzések/bevált gyakorlati modellek .....

Amennyiben logó vagy jelmondat készülne, segítené-e az Ön szervezete annak terjesztésében (pl. reklámanyagokon)? ..... Igen/Nem

Brüsszel, 2005. szeptember 28.

Az Európai Gazdasági és Szociális Bizottság

elnöke

Anne-Marie SIGMUND