

Stanovisko Evropského hospodářského a sociálního výboru k tématu „Obezita v Evropě – role a povinnosti partnerů občanské společnosti“

(2006/C 24/14)

Evropský hospodářský a sociální výbor se rozhodl dne 18. února 2005 v souladu s čl. 29 odst. 2 Jednacího řádu vypracovat stanovisko k tématu „Obezita v Evropě – role a povinnosti partnerů občanské společnosti“.

Specializovaná sekce „Zaměstnanost, sociální věci, občanství“, kterou Výbor pověřil přípravou podkladů na toto téma, přijala stanovisko dne 5. září 2005. Zpravodajkou byla paní Sharma.

Na 420. plenárním zasedání, které se konalo ve dnech 28. a 29. září 2005 (jednání dne 28. září 2005), přijal Evropský hospodářský a sociální výbor následující stanovisko 83 hlasy pro, 4 hlasy proti a 10 členů se zdrželo hlasování.

1. Obezita – odpovědnost společnosti

1.1 Je velmi smutnou skutečností, že dva hlavní problémy s výživou, kterým dnes svět čelí, jsou hlad, jímž trpí 600 milionů lidí, a zároveň problém obezity, který má 310 milionů lidí.

1.2 Na téma strava, fyzická aktivita a obezita existuje neko- nečné množství dokumentů, průzkumů a zpráv od odborníků, z jednání u kulatého stolu i od významných mezinárodních organizací nevedly k řešení a k činům, které by zastavily tuto společenskou a ekonomicky ochromující chorobu.

1.3 Nadměrný příjem energie ze stravy **minus** snížený výdej energie **se rovná** přebytku energie, který se ukládá ve formě tělesného tuku. Toto je mechanismus na počátku obezity, kterou celá řada hospodářských, sociálních a psychologických faktorů v posledních desetiletích urychlila tak, že se obezita stala jedním z hlavních zdravotních problémů.

1.4 Počet obézních lidí v posledních 30 letech dramaticky vzrostl. V roce 2000 Světová zdravotnická organizace (WHO) prohlásila, že obezita „**je největší zdravotní hrozbou, které Západ čelí**“.

— **14 milionů dětí trpí nadváhou, včetně 3 milionů obézních, přičemž jejich počet narůstá ročně o více než 400 000 a postihuje téměř každé čtvrté dítě v EU složené z 25 států.**

— **10 – 20 % dětí v severní Evropě trpí nadváhou, v jižní Evropě, Irsku a Spojeném království se jejich počet pohybuje kolem 20 – 35 %.**

— **V mnoha zemích EU má více než polovina dospělé populace nadváhu, 20 – 30 % dospělých patří do kategorie obézních.**

— **Obezita ve středním věku zvyšuje riziko budoucí demence.**

— **6 ze 7 nejdůležitějších rizikových faktorů předčasné smrti souvisí s tím, jak jíme, pijeme a jak se pohybujeme (tím zbývajícím faktorem je tabák).**

— **Obezita v rozvinuté zemi představuje 2 – 7 % celkových nákladů na zdravotní péči.**

1.5 Vzrůstající tendence a negativní, individuální a společenské následky obezity vyžadují nyní interdisciplinární a multifaktoriální přístup, vyžadující vzájemně závislou akci národů, komunit a jednotlivců. Hlavní úlohou vlád ve spolupráci s jinými zainteresovanými subjekty je vytvořit prostředí, které posílí a podpoří jednotlivce, rodiny a komunity v pozitivních rozhodnutích týkajících se zdravého životního stylu, jež zvyšují kvalitu života.

2. Přispívající faktory

Zvýšení počtu sedavých zaměstnání, nárůst používání motorových vozidel, pokles fyzické aktivity a nárůst spotřeby vysoce energetické stravy a nápojů jejichž složení není vyvážené, jsou pravděpodobně hlavními faktory současného rozšíření obezity.

2.1 Obecné faktory

Modely kultury a chování charakterizující „společnost blahobytu“ jsou zásadním faktorem bujení obezity, kterou lze vyléčit pouze koordinovanými informačními a prevenčními aktivitami (na úrovni národní, místní, a také individuální), které by změnily neškodlivější přístup společnosti a způsob chování, aniž by byla učiněna chyba „přehnané medikalizace“ při léčení obezity.

2.2 Hlavní body „opatření“ tudíž obsahují mnoho různých oblastí či aktivit, které lze shrnout takto:

— **společnost:** výchova v souvislosti s výživou (zabývající se celkovou výživnou hodnotou potravin a nejen kvantitativními aspekty) a zdravějším životním stylem, především pokud jde o tělesný pohyb;

- **vzdělávání:** poučení o hodnotě jídla, příčiny a důsledky obezity, obnovení výuky hospodaření v domácnosti se zaměřením na šíření zdravějšího způsobu života a důraz na tělesný pohyb ve volném čase;
- **průmysl:** povzbuzování etických přístupů v potravinářském průmyslu, zejména marketingových aktivit a reklamy v médiích a upřednostňování personálních politik, které podporují správnou výživu a přiměřený tělesný pohyb;
- **doprava:** čelit nadměrnému užívání dopravních prostředků nahrazujících tělesnou činnost a určit politiku, která by nevedla ke zvyšování distribučních nákladů, obzvláště pokud jde o čerstvé potraviny;
- **sdělovací prostředky:** kontrolovat, zda reklamy nevedou k nadměrné nebo nevyvážené spotřebě a upozornit rodiče i na fyzická rizika pro jejich děti, která vyplývají z nadměrného a dlouhého sledování televize, videoher a užívání internetu;
- **zdravotnictví:** zajistit skutečnou informační službu pro všechny subjekty a místo pozdějších a často neúspěšných terapeutických zásahů připravit informační kampaň a kampaň týkající se prevence;
- **politika:** zodpovědné a vhodné investice pro konkrétní záměry, od úrovně národní až po místní, které jsou zaměřeny na všechny vrstvy obyvatelstva a zejména na skupiny s nižším vzděláním i příjmy.

3. Přestaňte vinit kulturu

3.1 Současný industrializovaný svět je prostředím, jež velmi přispívá k obezitě. Některé příčiny jsou zjevné, mnohé jsou pochopeny méně a většinu společnost nepokládá za škodlivé. Znepokojující je nedostatek prozíravosti pro budoucí generace a touha všech lidí nebrat věci za své či nenést odpovědnost, a místo toho vinit ostatní.

3.2 Základními faktory obezity je zvýšená spotřeba energeticky bohaté, na výživu chudé stravy obsahující vysoké hodnoty tuku, cukru a soli, méně fyzické aktivity doma, ve škole, v práci, při rekreaci a dopravě. Rozdíly ve výši rizika a souvisejících dopadech na zdraví lze částečně přičíst rozdílům v čase a intenzitě hospodářských, demografických a sociálních změn na národní a globální úrovni.

3.3 Dosažení změn ve stravovacích návycích, modelech fyzické aktivity a zdravém životním stylu bude vyžadovat společné úsilí mnoha zainteresovaných subjektů, veřejných i soukromých, po dobu několika desítek let. Je nutná změna smýšlení, zvyšování povědomí a vzdělávání prostřednictvím kombinace řádných a účinných kroků na všech úrovních, s psychologickou podporou, přísným sledováním a hodnocením jejich dopadu. Navíc budou jednotlivci muset brát změny za své a převzít za ně odpovědnost.

3.4 EHSV považuje za nezbytný přístup „zapojení všech“ do strategie pro společný boj proti tomuto problému,

s využitím politiky „shora dolů“ doplněné strategiemi „zdola nahoru“ a s prováděním opatření horizontálně i vertikálně, přičemž každý přijme závazek finanční, časový či věcný. Ačkoli to zdaleka není snadné, účelem je vytvořit v celé Evropě prostředí, které podporuje zdravou výživu s vyváženou stravou a tělesnou aktivitu bez toho, aby se někomu nebo něčemu kladla vina.

4. Kontrola obezity

4.1 Záměrem návrhu EHSV je snížit obezitu pomocí propagace kampaně na testování obezity – *Kontrola obezity*, jež má zvýšit povědomí o přínosech zdravého životního stylu a odpovědnost všech stran za prevenci obezity. Kampaň bude mít jedno jednoduché poselství, jež zastřeší 10 bodů, a bude zahrnovat veřejný a soukromý sektor, občanskou společnost a občany prostřednictvím jejich závazků na podporu kampaně. Cílem je podporovat návyky zdravého životního stylu, aniž by došlo ke konfrontaci s osobní volbou občana.

4.2 Mezi těchto deset bodů patří úsilí:

- pokračovat a zdokonalovat proces vzdělávání v rámci populace;
- spolupracovat za účelem účinné komunikace a přijmout některé skutečnosti za své;
- zajistit, aby se informace dostaly ke KAŽDÉMU jedinci v celé Evropě;
- přimět každého člověka převzít odpovědnost a tento stav zachovat;
- přesvědčit jednotlivce a organizace, že mohou ovlivnit ostatní;
- akceptovat, že všechny kroky musí být začleněny do mnoha národních politik a politik EU;
- akceptovat, že toto je „společná sociální odpovědnost“;
- zajistit mnohavrstevný horizontální a vertikální přístup na všech úrovních;
- zajistit transparentnost, nezištnost a odstranit skryté programy;
- zvýšit povědomí o tom, že účinky obezity na zdraví lze odvrátit zdravým stravováním a fyzickou aktivitou.

4.3 Kampaň na *kontrolu obezity*, jež bude jasně definována tvůrci politiky a zainteresovanými subjekty pod vedením GR pro ochranu zdraví a spotřebitele, bude jednoduchým poselstvím jasně manifestujícím evropské veřejnosti potřebu zdravého stravování a větší fyzické aktivity, vyjádřenou prostřednictvím závazku k „testování obezity“ politik a postupů všech stran. Každá příslušná organizační jednotka, od Evropské komise až k jednotlivým členům rodiny, může být požádána, aby se připojila ke kampani, na jejímž základě by sledovala své vlastní aktivity a zjišťovala, jak by je bylo možné upravit, aby se zabránilo riziku obezity.

4.4 Předchozí kampaně např. na téma zapínání bezpečnostních pásů při jízdě autem, kouření, kojení a sportu bez drog byly jednoduché, ale účinné, a byly podporovány všemi vrstvami společnosti. Všechny v sobě zahrnovaly úspěšnou kombinaci vzdělávání spotřebitelů, právních předpisů, změn politiky a programů na úrovni komunity.

5. Kampaň na kontrolu obezity

Byl sestaven dotazník žádající jednotlivce, aby určité množství času, které si sami zvolí, strávili v rámci svých organizací nebo externích orgánů a podporovali činnost GR pro ochranu zdraví a spotřebitele prostřednictvím propagace myšlenky testování obezity v rámci kampaně na kontrolu obezity. (Dotazník je přiložen na konci stanoviska. Může být pozměněn tak, aby ho mohla použít kterákoli organizace.)

Cíl – dosáhnout zamýšlených výsledků a sledovat pokrok

V krátkodobém horizontu – vyplněné dotazníky svědčí o angažovanosti a ochotě jednotlivců a organizací zvyšovat povědomí, vzdělávat a informovat ostatní o nutnosti změny životního stylu. Cíl lze měřit množstvím času nebo prostředků, jež byly pro kampaň přislíbeny. Také je možné shromažďovat příklady osvědčených postupů.

Ve střednědobém horizontu – vlastní činnost. Splnění časových a finančních závazků, včetně „testování obezity“ organizací. To by zahrnovalo rovněž zveřejnění a šíření příkladů osvědčených postupů, jež byly v krátkodobém horizontu shromážděny. Cíle lze měřit pozitivní zpětnou vazbou a ověřováním všech původních dotazníků, ale i sledováním pokroku platformy EU.

V dlouhodobém horizontu – prostřednictvím stanoviska EHSV zhodnotit skutečný pokrok formou zprávy jiným institucím EU. To usnadní procesy zpětné vazby a navíc i zachování stavu.

5.1 EHSV

5.1.1 EHSV má mandát pracovat s Komisí, Parlamentem a Radou a přibližovat občanské společnosti rozhodovací proces. S takovým mandátem může EHSV spolu se všemi zainteresovanými subjekty věnovat čas iniciování účinné změny prostřednictvím dobrovolné činnosti svých členů na podporu zdravějšího životního stylu. Členové EHSV byli požádáni, aby vyplnili **Kontrolu obezity** a šli příkladem následujícím navrženým způsobem:

— Zaměstnavatelé by mohli zvážit zdravější životní styl v rámci pracoviště, včetně podpory volby zdravé stravy přijetím odpovídajících politik týkajících se výživy a zavedením sportovních zařízení či tělocvičen. U menších společností by to mohlo podpořit zaměstnance ve vzažo-

vání zdravějšího životního stylu. Cenná by byla rovněž jejich činnost mimo společnost, především v oblasti vzdělávání. Deklarace tisíciletí OSN (ze září 2000) uznává, že hospodářský růst je omezený, když lidé nejsou zdraví.

— Organizace zaměstnanců by mohly šířit podobné poselství směrem ke svým členům, např. umožnit zaměstnancům začlenit fyzickou aktivitu, chůzi nebo jízdu na kole do jejich denního režimu. Mohli by být také podporováni v tom, aby tuto radu převzali do svých rodin a komunit v rámci procesu nepřetržitého vzdělávání.

— Nevládní organizace a zejména organizace zastupující zájmy spotřebitelů by mohly věnovat čas svým členům a možná pomoci šířit poselství dál, do jiných institucí a komunit. Organizace zastupující zájmy mládeže a rodiny jsou významné při prosazování vyvážené stravy a tělesného pohybu. Všechny mohou spolu s know-how prosazovat cenovou dostupnost zdravého stravování a zdravé možnosti volby.

5.1.2 EHSV působí ve všech 25 členských státech na všech úrovních občanské společnosti. To má významný dopad na přenos poselství kampaně a stanovuje vzor, který by ostatní měli následovat.

5.2 Evropská komise a Parlament

Členové z generálních ředitelství Komise a z Parlamentu by byli požádáni, aby vyplnili **Kontrolu obezity** a šli tak příkladem.

5.2.1 Je třeba poblahopřát GR pro ochranu zdraví a spotřebitele k nově zřízené „Evropské platformě činností“ na poli obezity. Doufáme, že by členové platformy mohli navrhnout jednoduchý slogan/poselství kampaně, jež se bude používat po celé Evropě pro prosazování zdravého životního stylu. Vláda, nevládní organizace, svépomocné organizace a průmysl by měly připravit a zprostředkovat odpovídající, koherentní a jasná poselství. Tato poselství by se měla šířit četnými kanály a formou, jež odpovídá příslušné kultuře, věku a pohlaví. Chování lze ovlivnit zejména ve školách, na pracovištích, ve vzdělávacích a náboženských zařízeních prostřednictvím místních vůdčích osobností a hromadných sdělovacích prostředků.

5.2.2 Robert Madelin, předseda platformy, zdůraznil, že „aby byl boj proti obezitě úspěšný, musí být veškeré činnosti začleněny do širokého spektra politik EU“. Ze všech globálních zpráv je důležité to, že se jedná o dlouhodobou záležitost, která musí mít krátkodobě, střednědobě a dlouhodobě udržitelné strategie s konkrétními činnostmi a která musí zapojit mnoho odvětví, disciplín a faktorů, což znamená, že musí zahrnovat konzultace s těmi, jichž se nejvíce týká – s rodinami, rodiči a dětmi.

5.2.3 GR pro ochranu zdraví a spotřebitele pro platformu připravuje vedení rozhovorů s úředníky z jiných oblastí politiky v Komisi: GR pro zemědělství, GR pro podniky, GR pro výchovu a kulturu, GR pro výzkum a GR pro energii a dopravu. Je důležité, aby v počáteční fázi kterékoli strategie byly zapojeny všechny zainteresované strany, a jakmile je strategie vytvořena, mělo by být provedeno konzultativní hodnocení dopadu, které by zajistilo, aby strategie nevinila a netrestala konkrétní instituce, ale jasně komunikovala své návrhy a zapojila všechny.

5.2.4 Na základě zásad subsidiarity a komplementarity mohou podpůrná opatření na úrovni Společenství posílit účinek iniciativ ze strany národních orgánů, soukromého sektoru a nevládních organizací. Vedle národních rozpočtů by měly být určeny různé zdroje financování, jež by pomohly při provádění strategie a kampaně na *kontrolu obezity*.

5.2.5 GR pro výchovu a kulturu, a zejména sport bude mít požadavky na národní vlády týkající se financování rozvoje klíčových strategií. Jejich poselství by však měla uznat, že se nepožaduje, aby finanční prostředky vždy zvyšovaly úroveň fyzické aktivity, že tedy školy ne vždy potřebují nové zařízení do tělocvičen, ale že mnoho atletů s příslušnou kvalifikací hledá zaměstnání a mohli by být získáváni pro práci ve školství. Orgány odpovědné za propagaci sportu by mohly přesvědčit sportovní hvězdy, aby navrhli pozitivní poselství.

5.2.6 GR pro výchovu a kulturu provedlo v oblasti fyzické aktivity mládeže rozsáhlý výzkum. Výzkum by však měl proběhnout i v oblasti rekreačních aktivit dospělých. Je třeba se zabývat vzájemnými podněty v rodině; například rodiče, kteří o víkendů sportují, by vzaly děti s sebou a vybízely je, aby se zapojily, stal by se z toho zážitek pro celou rodinu měnící kulturní trendy.

5.2.7 GR pro zemědělství má rozpočet určený na reklamu, jež by mohl být využit jako investice do propagace čerstvého ovoce a zeleniny, a toho by se dalo pozitivně využít a pomoci splnit úlohu GR v kampani na *kontrolu obezity*, podobně jako v případě dřívější pomoci národním orgánům při místních propagačních kampaních na výživné zemědělské produkty.

5.2.8 Dále je třeba zabývat se rolí, jež v dosahování cílů hrají mezinárodní partneři. Mezi organizacemi v rámci systému Spojených národů, mezivládními orgány, nevládními organizacemi, výzkumnými institucemi a subjekty v soukromém sektoru musí být práce koordinována.

5.3 Členské státy

Každé ministerstvo v Evropě bude požádáno, aby vyplnilo *Kontrolu obezity* a šlo tak příkladem. Ministerstva by také mohla být požádána, zda by mohla věnovat zvláštní prostředky na propagaci kampaně. Je nezbytné, aby vlády zaujaly společný

přístup s ohledem na hospodářské a sociální faktory a faktory životního prostředí.

5.3.1 Všichni partneři, zejména vlády, se musí současně zabývat řadou otázek. Co se týče stravy, zahrnují tyto otázky všechny aspekty výživy, zajištění potravin (přístupnost, dosažitelnost a cenová dostupnost zdravých potravin), a bezpečnost potravin. Je nutné podporovat fyzickou aktivitu v práci, doma a ve škole, s ohledem na plánování měst, dopravu, bezpečnost a přístup k fyzické aktivitě ve volném čase. Situace v jednotlivých státech stanoví priority rozvoje vládních aktivit na testování obezity jako části kampaně na *kontrolu obezity*. V zemích i mezi různými zeměmi existují obrovské rozdíly a regionální orgány by měly při vytváření regionálních strategií spolupracovat.

5.3.2 Příslušná infrastruktura, prováděcí programy, odpovídající financování, sledování a hodnocení by spolu s nepřetržitým výzkumem měly poskytnout podporu. Strategie musí být založeny na nejlepším dostupném vědeckém výzkumu a důkazech a musí zahrnovat politiky, činnosti a časová měřítka.

5.3.3 Činnosti, jež mají pozitivní dopad na komunity s nejhudším obyvatelstvem, by měly mít prioritu. Takové činnosti budou obecně vyžadovat opatření na úrovni komunity se silnou podporou a dohledem vlády.

5.3.4 Podobně jako „Evropská platforma“ by národní vlády měly zřídit komunikační kanály a „kulaté stoly“ se zapojením ministerstev, institucí odpovědných za politiku týkající se potravin, zemědělství, mládeže, odpočinku, sportu, vzdělávání, obchodu a průmyslu, financí, dopravy, médií a komunikace, sociálních věcí, plánování měst a plánování týkající se životního prostředí, jež by se zabývaly bojem proti obezitě. Mohly by zahrnovat kulaté stoly rodičů a mládeže, a tak by obsahovaly příspěvky od jedinců, kterých se to nejvíce týká. Všechny zainteresované subjekty musí spolupracovat a poskytnout „input“ bez skrytých záměrů. Mezinárodní pracovní skupina pro obezitu (IOTF) je výzkumný tým znalců s poradní a katalytickou úlohou předkládající pro takové diskuse příslušné údaje. Tyto komunikační kanály by měly být rozšířeny, aby pokryly veřejná partnerství v soukromém sektoru. NESMĚJÍ plýtvat prostředky rozšiřováním správních nákladů nebo duplikováním již zřízených orgánů.

5.3.5 Vlády musí zvážit kroky, jež povedou k poskytování jednoduchých vyvážených informací spotřebitelům, které jim umožní učinit snadno rozumné rozhodnutí a zajistí dostupnost příslušných programů na propagaci zdraví a vzdělávacích programů. Informace pro spotřebitele by měly být citlivé vůči úrovním gramotnosti, překážkám v komunikaci a vůči místní kultuře, a měly by být srozumitelné pro všechny vrstvy populace.

5.3.6 Hlavní úlohou vlád při úplném používání zásady subsidiarity je vytvořit ve spolupráci s jinými zainteresovanými subjekty prostředí, které posílí a podpoří změny chování u jednotlivců, rodin a komunit vedoucí k pozitivním rozhodnutím týkajícím se zdravého životního stylu, jež zvyšují kvalitu života.

5.4 Vzdělávání

Napříč všemi vzdělávacími zařízeními by jednotlivci byli požádáni o vyplnění *Kontroly obezity*. Ministerstva školství by mohla být požádána, zda by mohla věnovat zvláštní prostředky na podporu kampaně v rámci svých nejdůležitějších orgánů napříč celým spektrem vzdělávání.

5.4.1 Pro prevenci a řízení obezity je zásadní hledisko životního cyklu. Jednoduchý *dotazník týkající se obezity*, který je srozumitelný pro mládež i staré lidi. Tento přístup začíná zdravím matky a perinatální výživou, výsledky těhotenství, kojením a zdravím v dětství a období dospívání, pokračuje dětmi ve školách, dospělými na pracovištích a jinde, a starými lidmi a prosazuje zdravější životní styl od mládí do stáří.

5.4.2 „Zdravotní gramotnost“ by měla být začleněna do vzdělávacích programů dospělých. Tyto programy poskytují profesionálům zabývajícím se zdravím a poskytovatelům služeb příležitost zvýšit si znalosti o výživě a fyzické aktivitě a dostat se k opomíjené populaci. Lze rovněž nabídnout „mediální gramotnost“, která by spotřebitelům při výběru pomohla pochopit údaje na etiketách a reklamu a zároveň poskytla praktické zkušenosti pro přípravu pokrmů.

5.4.3 Školy ovlivňují život většiny dětí. Měly by chránit jejich zdraví poskytováním informací o zdraví, zvyšováním „gramotnosti týkající se zdraví“, rozvojem vzdělání v oblasti chuti potravin a prosazováním zdravého životního stylu. Školy musí studentům poskytnout minimální denní tělesnou výchovu (alespoň 2 hodiny týdně) a vzdělání o vyvážené stravě a měly by disponovat odpovídajícím zařízením a vybavením. Měly by uznat, že i s rozpočtovými omezeními a stávajícím zařízením lze něčeho dosáhnout.

Výdaje za sportovní zařízení musí být pečlivě sledovány, aby se zajistilo, že tyto aktivity přináší prospěch dívkám i chlapcům, zejména proto, že míra obezity mezi dívkami roste rychleji než u chlapců.

5.4.4 Vlády jsou vybízeny, aby přijaly politiku, jež by podporovala vyváženou stravu ve škole a omezila dostupnost výrobků s vysokým obsahem soli, cukru a tuků. Školy by spolu s rodiči a odpovědnými orgány měly v souvislosti se školními obědy přemýšlet o vydání smluv pro místní pěstitele s cílem zajistit zdravé potraviny na místním trhu. Po konzultacích se

zaměstnanci, žáky, rodiči a příslušnými orgány by měla být přijata odpovídající politika stravování a výživy.

5.4.5 Pokud je mezi žáky ve školách podporováno podnikání, nemělo by mít podobu obchůdku, kde se tradičně prodávají brambůrky a cukrovinky. Zdravé potraviny by mohly být považovány za alternativu.

5.4.6 Zvláštní pozornost je třeba také věnovat starým lidem, protože lidé nad 60 let jsou postiženi obezitou. Navíc staří lidé mají hodně informací a bohaté zkušenosti s tradiční stravou a postupy při vaření a mohou přispět ke vzdělávání svých blízkých příbuzných.

5.5 Zdravotní služby

Napříč všemi orgány zdravotnictví by jednotlivci byli požádáni o vyplnění *Kontroly obezity*. Ministerstva by mohla být požádána, zda by mohla věnovat zvláštní prostředky na podporu kampaně v rámci svých nejdůležitějších orgánů (např. klinik, nemocnic, jídelen pro zaměstnance, skupin pacientů).

5.5.1 Vláda hraje při dosažení trvalé změny ve zdravotnictví klíčovou roli. Vlády hrají primární roli v zahájení a rozvoji strategie na snížení obezity, jež je součástí širšího, komplexního a koordinovaného úsilí zdravotnictví. Je nutné sdělovat jednoduchá, přímá poselství týkající se kvantity a kvality fyzické aktivity mající zásadní přínos pro zdraví. Místní a regionální úřady by se také měly do tohoto informačního procesu aktivně zapojit.

5.5.2 Pravidelné kontakty se zaměstnanci zdravotní služby by měly zahrnovat praktické rady pacientům týkající se prospěšnosti zdravé stravy a zvýšené fyzické aktivity společně s podporou pacientů v zahájení a udržení zdravého způsobu života prostřednictvím *dotazníku týkajícího se obezity*. Vlády by měly uvažovat o iniciativách na podporu preventivních služeb a zjištění příležitostí v rámci stávajících služeb na klinikách, včetně zdokonalení finanční struktury, která by podpořila a odborníkům v oblasti zdravotnictví, zejména při primární zdravotní péči, ale i v rámci jiných služeb (jako například sociální služby a farmacie) umožnila věnovat více času prevenci. Mohlo by se jednat o jednoduché, pozitivní, proaktivní poselství vybízející „chodte více – jezte méně“.

5.5.3 Podpůrná a informační opatření by měla začít u rodičů, kteří nejmladší věkové skupině (dětmi a mládeží) radí při správné a nejlepší volbě výživy. Nyní existuje pádný vědecký důkaz, že kojené děti jsou později v životě méně obézní než děti krmené umělou stravou, proto by prevence měla začít prosazováním kojení.

5.5.4 Informační a podpůrná opatření by se měla zaměřit i na starší obyvatelstvo, zejména na osoby žijící o samotě, osoby chudé nebo žijící na okraji společnosti, aby se tak zamezilo rozšířenému způsobu nezdravého stravování, které tyto životní situace s sebou často nesou.

5.6 Místní vláda

Kontrola obezity by proběhla napříč všemi regionálními a místními vládami a navrhovala by kroky směřující k prověření jejich aktivit v souvislosti s obezitou a na podporu kampaně na *kontrolu obezity*. Úřady a ministerstva by mohla být požádána, zda nemají zvláštní prostředky na propagaci kampaně.

5.6.1 Místní samosprávy by měly podpořit zřízení multidisciplinárních odborných poradních výborů zahrnujících technické odborníky a zástupce vládních agentur. Musejí mít nezávislého předsedu, aby bylo zajištěno, že vědecké důkazy budou vykládány bez střetu zájmů.

5.6.2 Národní, regionální a místní vlády by měly poskytnout podněty, jež by zajistily, aby chůze, jízda na kole a jiné formy fyzické aktivity byly přístupné a bezpečné; dopravní politika musí zahrnovat bezmotorové způsoby dopravy; politika práce a pracoviště by měla podporovat fyzickou aktivitu; a sportovní a rekreační zařízení by měla ztělesňovat koncepci sportu pro všechny.

5.7 Průmysl

„Průmysl“ zahrnuje zaměstnavatele i zaměstnance, kteří pracují společně ke vzájemnému prospěchu.

Zaměstnavatelé i zaměstnanci v průmyslu by byli požádáni, aby vyplnili *Kontrolu obezity*, a podpořili tak kampaň na *kontrolu obezity*. Kromě toho by mohly být požádány společnosti a odborové organizace, zda by jako součást své společenské odpovědnosti mohly věnovat zvláštní prostředky nebo kapitál na podporu kampaně *Kontrola obezity*.

5.7.1 Významným hráčem může být soukromý sektor, zejména proto, že mnohé společnosti působí globálně a mohou přenášet politiku na všech úrovních napříč národy v rámci jedné společnosti. Společenská odpovědnost firem by mohla sjednocovat rozličné partnery pracující s místními školami, podpořit tak strategii vzdělávání a zvýšit povědomí o zdravém stravování nebo zvýšit fyzický pohyb. Pro jistotu musí nejdříve proběhnout konzultace, při kterých by se diskutovaly případné střety zájmů.

5.7.2 Potravinářský průmysl, maloobchodníci, cateringové společnosti, výrobci sportovního zboží, reklamní a rekreační agentury, skupiny pojišťoven a bank, farmaceutické společnosti a média, ti všichni musí sehrát důležitou roli jako odpovědní zaměstnavatelé a zastánci zdravého životního stylu. Ti všichni by se mohli stát partnery vlád a nevládních organizací při implementaci opatření, jejichž cílem je vyslat pozitivní a trvalá

poselství, která by usnadnila a umožnila úsilí na podporu zdravého životního stylu.

5.8 Potravinářský průmysl

5.8.1 Výrobci potravin byli proaktivní a vytvořili mnoho iniciativ na snížení obsahu tuku, cukru a soli ve zpracovávaných potravinách, na snížení velikosti porcí a na častější zavádění inovačního, zdravého a výživného řešení.

5.8.2 Tento průmysl si je vědom toho, že reklama na potraviny ovlivňuje volbu a stravovací návyky, a musí zajistit, aby reklama nezneužívala nezkušenost a důvěřivost dětí. Vlády by měly spolupracovat se skupinami spotřebitelů a soukromým sektorem na vývoji příslušných víceodvětvových přístupů, jež by se zabývaly marketingem potravin pro děti, včetně takových otázek jako jsou sponzorství, propagace a reklama. Společně by měli vyvinout dohodu o společensky odpovědných postupech, jež neomezují svobodu volby, ale akceptuje, že děti neumějí určit nutriční obsah.

5.8.3 Neměly by být podporovány současné plány diskutovat o rychlých, příliš jednoduchých opatřeních jako například „semaforových“ ukazatelích na potravinách. Doporučení musejí být před implementací konzultována s potravinářským průmyslem a spotřebiteli. To lze podpořit informacemi v oblasti mediální gramotnosti, včetně informací týkajících se porozumění etiketám na potravinách a reklamním poselstvím poskytnutým v okamžiku prodeje, a prostřednictvím škol a organizací pro vzdělávání dospělých.

5.8.4 Spotřebitelé požadují přesné, standardizované a srozumitelné informace o obsahu složek potravin, aby mohli učinit zdravou volbu. Vlády mohou požadovat, aby byly poskytovány informace o klíčových nutričních aspektech, jak bylo navrhováno v Kodexu obecných zásad pro označování výživné hodnoty.

5.8.5 Protože roste zájem spotřebitelů o zdraví a nutričním aspektům potravin je věnována stále větší pozornost, výrobci čím dál častěji používají sdělení s odkazem na zdraví. Tato sdělení nesmějí mást veřejnost, co se týče prospěšnosti nebo rizik.

5.8.6 K doporučením pro potravinářský průmysl, jež by mohla být podpořena organizacemi občanské společnosti, patří:

- podporovat zdravý životní styl v souladu s evropskými hlavními směry a souhrnnými cíli globální strategie;
- omezovat hladinu nasycených tuků, transmastných kyselin, volných cukrů a soli ve výrobcích;
- dále vyvíjet a umožňovat spotřebitelům dostupnou, zdravou a výživnou volbu;
- poskytovat spotřebitelům adekvátní a srozumitelné informace o výrobcích a výživě;

- vést odpovědný marketing, jež podporuje *kontrolu obezity*, zejména s ohledem na propagaci a marketing potravin s vysokým obsahem nasycených tuků, cukrů nebo soli zvláště pro děti;
- vydávat jednoduché, odpovídající etikety na potraviny a tvrzení založená na důkazech prospěšnosti pro zdraví, která spotřebitelům pomohou učinit zasvěcenou a zdravou volbu;
- poskytovat informace o složení potravin národním orgánům;
- pomoci při vývoji a implementaci programů o zdravém stravování a fyzické aktivitě.

5.9 Zemědělství

5.9.1 Národní potravinářská a zemědělská politika by měla být v souladu s ochranou a podporou zdraví obyvatelstva. Mělo by se uvažovat o politice, jež by usnadnila přijetí zdravého stravování a zahrnovala bezpečnost potravin a udržitelné zajištění potravin.

5.9.2 Ceny ovlivňují volbu spotřebních produktů. Veřejné politiky mohou ovlivnit ceny prostřednictvím daní, subvencí nebo přímým stanovením ceny tak, aby podpořily spotřebu zdravých prospěšných potravin.

5.10 Média

5.10.1 Mediální průmysl hraje jednu z nejlivnějších rolí, protože často podvědomě proniká do každodenního života. Ochota všech mediálních kanálů pracovat společně na jediné evropské „kampani“ a přibližovat ji posluchačům jednoduše a důsledně po určité období, by zajistila, že poselství kampaně by nakonec dospělo ke **každému** jedinci v Evropě.

5.10.2 Ve společnosti, kde celebrity jsou oslavovány jako vzory, včetně olympijských vítězů, lze učinit více zapojením těchto osob do zprostředkování poselství „kampaně“.

5.10.3 Nová média, včetně počítačových her a internetu, hrají klíčovou úlohu u mladých uživatelů zejména proto, že jejich používání je spjato s nárůstem obezity.

5.10.4 S ohledem na pravděpodobné uživatele by mělo být pečlivě uváženo umístění a propagace produktů. To je zvláště důležité u dětí.

5.11 Společnost

5.11.1 Nevládní organizace a organizace občanské společnosti by byly požádány o vyplnění **Kontroly obezity**. Organizace by mohly být požádány, zda by mohly věnovat zvláštní

prostředky, včetně jiné než finanční pomoci, na podporu kampaně mezi svými členy a organizacemi. Jsme si vědomi cenné práce těchto organizací na úrovni komunity, jež je klíčová pro úspěch jakékoli iniciativy.

5.11.2 Mnoho lidí se domnívá, že zabývání se obezitou je věcí osobní odpovědnosti. Částečně mají pravdu, ale navíc je to odpovědností společnosti, zejména na úrovni komunity prostých lidí. Občanská společnost a nevládní organizace musí sehrát důležitou úlohu v motivaci k proaktivnímu přístupu a ovlivnění činnosti prostřednictvím společného myšlení a místních iniciativ. Ty by mohly jednoduše zahrnovat školy využívající zařízení sportovních sdružení, místní média propagující místní kampaně, místní výrobce spolupracující s místními samosprávami na poskytování podpory v oblasti vzdělávání, místní zemědělce starající se o čerstvé produkty pro školy. Jejich cílem může být zajištění, aby zdravé potraviny byly k dispozici, cenově dostupné, vhodné a trvale udržitelné.

5.11.3 Nevládní organizace mohou účinně podporovat strategii, pokud budou spolupracovat s národními a mezinárodními partnery zejména v následujících oblastech:

- vedení mobilizace prostých lidí a zasazování se o to, aby zdravý životní styl byl uveden ve veřejném programu;
- podpora rozsáhlého šíření informací o prevenci obezity pomocí vyvážené, zdravé stravy a fyzické aktivity;
- vytváření sítí a akčních skupin na podporu dostupnosti zdravých potravin a možností fyzické aktivity a zasazování se o programy na propagaci zdraví a o vzdělávací kampaně;
- organizace kampaní a akcí, jež podněcují k činnosti;
- zdůrazňování role vlád v prosazování zdravého životního stylu, sledování pokroku v dosahování cílů a spolupráce s jinými zainteresovanými subjekty jako například subjekty soukromého sektoru;
- hraní aktivní role v podpoře implementace kampaně EU na *kontrolu obezity*;
- přispění k tomu, aby znalosti a důkazy byly převedeny do praxe;
- prosazování vzorů a osvědčených postupů zejména s ohledem na roli rodin a rodičů. Je nezbytné, aby se vzory zaměřovaly na pozitivní zdraví, ne na tělesný vzhled.

5.11.4 Charakter fyzické aktivity a stravy se liší v závislosti na pohlaví, kultuře a věku. O potravinách a výživě často rozhodují ženy a tato rozhodnutí se opírají o kulturu a tradiční stravu. Národní strategie a akční plány by proto měly být přizpůsobeny podle těchto odlišností.

6. Budoucnost bez činnosti

6.1 Lidská cena

6.1.1 Obezita v dětství je jedním z nejzávažnějších problémů veřejného zdraví, jemuž čelí rozvinuté a stále více i rozvíjející se země. Rozšíření obezity roste u dětí všech věkových kategorií.

6.1.2 Obézní děti trpí celou řadou komorbidit, některé jsou patrné okamžitě a jiné slouží jako varovná znamení v souvislosti s budoucí nemocí. Ačkoli primární prevence je skutečně nejúčinnější strategií pro potlačení epidemií, je léčba těchto dětí, které jsou nyní obézní, nutná, aby se zlepšily jejich okamžité a dlouhodobé zdravotní výsledky.

6.1.3 Obezita v mládí je spojena s řadou psychosociálních a léčebných komplikací. Nejběžnějšími důsledky jsou ty, jež jsou spojeny s psychosociální disfunkcí a společenskou izolací. Studie napříč odvětvími vykazují zejména u dospívajících nepřímou závislost mezi hmotností a sebeúctou spojenou s obrazem těla. U dospívajících dívek strach z nadváhy souvisí s nespokojeností s tělem, úsilím o hubenost a bulimií.

6.1.4 Nejzávažnější nemocí je diabetes 2. typu, který způsobuje poruchy oběhového systému, selhání ledvin a slepotu. Některé typy rakoviny (zejména rakovina prsu), kardiovaskulární poruchy včetně hypertenze, poruchy dýchání včetně spánkové apnoe, onemocnění jater, deprese, kloubní a kožní problémy jsou všechno důsledky zvýšeného tělesného tuku.

6.1.5 Zdá se, že některé účinky obezity na výsledný zdravotní stav jsou vratné, pokud dotyčná osoba zhubne.

6.2 Finanční náklady

6.2.1 Obezita významně ekonomicky zatěžuje již napjaté systémy zdravotnictví a společnosti způsobuje obrovské náklady. Zdraví je klíčovým faktorem rozvoje a předzvěstí ekonomického růstu. Národní kontrolní úřad Spojeného království počítá, že ekonomické důsledky v přímých nákladech spojených se zdravím činí přibližně 500 milionů £ ročně a další 2 miliardy £ v širších nákladech pro ekonomiku.

6.2.2 Obezita je rozšířená napříč společenskými třídami, ale zvláště běžná je mezi společensky znevýhodněnými skupinami, které mají nejmenší přístup k bezpečným ulicím a parkům a které jedí nejlevnější potravinářské výrobky, což jsou často potraviny s nejvíce tuky a cukry.

6.2.3 Je pravděpodobnější, že ženy v rozvinutých společnostech, které měly ke konci dospívání a v rané dospělosti

nadváhu, mají nižší rodinné příjmy a nižší sňatečnost. Kromě toho mohou mít obézní jedinci zkušenost se společenským odmítáním a diskriminací na pracovišti.

6.2.4 Nynější proaktivní kroky a vzdělávání mohou v pozdějších letech zajistit snížení finančních nákladů, jež budou investovány do trvale udržitelného rozvoje Evropy.

6.3 Posun ke společenské odpovědnosti

Opatření potlačující obezitu jsou součástí posunu k přijetí různých úrovní sdílené společenské odpovědnosti s náležitým respektem vůči osobní svobodě. Například:

6.3.1 Na politické úrovni

- Komise EU a vlády členských států s bilaterálními komunikačními strategiemi, odpovědné investování nebo iniciativy zaměřené na činnost k potlačení obezity.
- Vzdělávací systémy podporující zdravý životní styl.
- Zdravotní služby s prostředky na podporu zdraví.
- Orgány plánování prosazující cyklistické stezky, zelené parky a sportovní zařízení.

6.3.2 V průmyslu

- Potravinářský průmysl, který je poháněn potřebou spotřebitelů získat cenově dostupné, výživné potraviny.
- Tendence maloobchodníků zajistit, aby dobré potraviny byly k dispozici všem, i ve znevýhodněných komunitách.
- Zemědělství, jež poskytuje hojné, cenově dostupné, čerstvé a zdravé výrobky.
- Dopravní průmysl, který odrazuje od přílišného používání aut a podporuje bezpečnou chůzi a jízdu na kole.
- Mediální kultura, která odrazuje od pasivní konzumace a podporuje fyzickou aktivitu.

6.3.3 Ve společnosti

- Kultura s orientací na rodinu, kde se pokrmy vaří a konzumují společně doma, zároveň se zdravější stravou ve školách, nemocnicích, zařízeních sociálních služeb a v kantýnách na pracovišti.
- Změna k modelům udržitelné spotřeby s šetřením přírodních zdrojů a podporou fyzické aktivity.

- Bezpečnější městské prostředí s nižší kriminalitou a řízenou dopravou.
- Větší rovnost a společenské začlenění s cílem zajistit, aby každá domácnost měla přístup ke zdravým potravinám a zdrojům pro bezpečné trávení volného času.
- Podpora rodičů a pečovateli pro zajištění zdravé volby pro ně samotné a jejich děti.

6.3.4 Vlády jsou voleny lidmi; lidé jsou nejvíce ovlivňujícím faktorem ve společnosti a jako jednotlivci, skupiny nebo organizace mohou něčeho dosáhnout. Náklady nemusejí být vždy finanční. Změny lze dosáhnout společně, jakmile přestane obviňování a přijme se odpovědnost.

7. Závěr

Obezita je „gordickým uzlem“, v němž se mísí psychologické, sociologické, ekonomické, kulturní,

V roce 1997 WHO prohlásila morbidní obezitu za nemoc a v roce 2005 klasifikovala obezitu jako nemoc. Morbidní obezita a obezita jsou spjaté se zvýšenou úmrtností v důsledku komorbidit jako například diabetes 2. typu, hypertenze a srdeční choroba.

7.1 Nabízí se jedinečná příležitost formulovat a implementovat účinnou strategii pro podstatné snížení počtu úmrtí a chorob zkvalitněním stravování a podporou fyzické aktivity. Důkazy spojitosti mezi zdravým chováním a pozdější chorobou a špatným zdravotním stavem jsou silné. Účinné zásahy, jež by lidem umožnily žít delší a zdravější život, snížit nerovnost a zvýšit rozvoj, mohou být navrženy a implementovány prostřednictvím jednoduché a jasné kampaně, která zapojí každého a která bude následně vyhodnocena.

7.2 Dosažení změn ve stravovacích návycích, modelech fyzické aktivity a zdravém životním stylu bude vyžadovat společné úsilí mnoha zainteresovaných subjektů, veřejných i soukromých, po dobu několika desítek let. Je nutná změna smýšlení, zvyšování povědomí a vzdělávání prostřednictvím kombinace rádných a účinných kroků na všech úrovních, s psychologickou podporou, přísným sledováním a hodnocením jejich dopadu. Navíc budou jednotlivci muset brát změny za své a převzít za ně odpovědnost.

7.3 Mobilizací úplného potenciálu občanské společnosti spolu s hlavními zainteresovanými subjekty se tato vize může stát realitou. „**Změnou, kterou hledáte, se musíte stát vy sami.**“ **Gándhí.**

8. Dotazník podporující stanovisko z vlastní iniciativy EHSV

Obezita – odpovědnost společnosti

Tento dotazník v současné době slouží **jen pro účely výzkumu**, ale uvítali bychom, kdybyste ho vyplnili a zaslali zpět.

Industrializovaný svět dvacátého prvního století je prostředím, jež velmi přispívá k obezitě. Některé příčiny jsou zjevné, mnohé jsou méně pochopeny a většinu společnost nepokládá za škodlivé. Nejvíce znepokojující je nedostatek prozíravosti pro budoucí generace a touha všech lidí nebrat věci za své, nenést odpovědnost, a místo toho vinit ostatní.

— V EU složené z 25 států je 14 milionů dětí s nadváhou včetně 3 milionů obézních

— V mnoha zemích EU má více než polovina dospělé populace nadváhu, 20 – 30 % dospělých je v kategorii obézních.

— Počet dětí trpících nadváhou a obezitou narůstá v EU ročně o více než 400 000 a postihuje téměř 1 ze čtyř dětí v celé EU složené z 25 států.

— 10 – 20 % dětí v severní Evropě trpí nadváhou, v jižní Evropě a ve Spojeném království se jejich počet pohybuje kolem 20 – 35 %.

V krátkodobém horizontu – vyplnění dotazníky svědčí o angažovanosti a ochotě jednotlivců a organizací zvyšovat povědomí, vzdělávat a informovat ostatní o nutnosti změny životního stylu. Cíle lze měřit množstvím času nebo prostředků, jež byly pro kampaň přislíbeny. **Také je možné shromažďovat příklady osvědčených postupů.**

Stanovisko EHSV zaujímá přístup, jenž do strategie společného boje s tímto problémem **zahrnuje všechny**. Využít politiky „shora dolů“ doplněné strategiemi „zdola nahoru“ a vytvořit opatření horizontálně i vertikálně, přičemž **každý přijme závazek, finanční, časový či věcný.**

Chtěla bych posoudit Váš závazek a závazek Vaší organizace a uvítala bych, kdybyste tento dotazník přeposlali dál lidem, kteří by se k této záležitosti rádi vyjádřili nebo se chtěli angažovat.

Dotazník mi zašlete prosím zpět e-mailem: madi.sharma@es-c.eu.int, faxem: 0115 9799333 nebo poštou: Madi Sharma, EESC, C/o 40 Ridge Hill, Lowdham, Notts. NG14 7EL, UK.

Byl sestaven následující dotazník žádající jednotlivce a organizace, aby určité množství času nebo zdrojů, které si sami zvolí, věnovali v rámci svých organizací nebo externích orgánů na podporu činnosti GR pro ochranu zdraví a spotřebitele při propagaci kampaně na zvýšení povědomí o zdravém životním stylu. Je důležité, aby to z důvodu sledování pokroku bylo možné kvantitativně vyjádřit.

Například:

- Zaměstnavatelé a organizace zaměstnavatelů by mohli zvážit zdravější životní styl v rámci pracoviště, včetně podpory volby zdravé stravy, zejména u výrobků z prodejních automatů, a zavedení sportovních zařízení či tělocvičen. U menších společností by to mohlo podpořit a povzbudit zaměstnance, aby zvažovaly zdravější životní styl. Cenná by byla rovněž jejich činnost mimo společnost, především v oblasti vzdělávání. Závazek x hodin měsíčně.
- Odborové organizace a organizace zaměstnanců by mohly šířit podobné poselství ke svým členům a podpořit zaměstnance v začleňování fyzické aktivity, chůze nebo jízdy na kole do jejich denního režimu. Ti by kromě toho mohli tyto rady předat ve svých rodinách a komunitách.

- Nevládní organizace a zejména organizace zastupující zájmy spotřebitelů by mohly se svými členy věnovat čas a pomoci šířit poselství dál, do jiných institucí a komunit.
- Jednotlivci se mohou zasadit o změny životního stylu jako vzory prostřednictvím zvýšené fyzické aktivity nebo volbou zdravějšího stravování. Toto lze propagovat ústně povzbuzováním ostatních, ať si také vyzkouší změny. Bylo by to zvláště prospěšné v prostředí rodiny. Věnujte 15 minut za měsíc tomu, že se o změny ve Vašem životě podělíte s ostatními.

Věnuji 30 minut měsíčně práci se školami na zvýšení povědomí o zdravém životním stylu a s ženskými organizacemi na pomoc šíření poselství směrem k rodičům. Také propaguji své změny životního stylu, poněvadž jsem díky chůzi a sledování výživné hodnoty zhubla o 10 kg.

Co můžete nabídnout:

Ujišťujeme Vás, že veškeré tyto informace jsou důvěrné a nebudou předávány dál bez Vašeho svolení, v této fázi se jedná pouze o příslib.

Jméno

Organizace

Kontaktní údaje: Telefon **E-mail**

Nabízený závazek:

Čas: Počet hodin týdně / měsíčně

Na splnění tohoto úkolu:

Kapitálové prostředky:

Budou použity na

Zdroje

na podporu

Další připomínky / modely osvědčených postupů

Pokud bude navrženo logo / slogan na propagaci změn životního stylu, propagovala by je Vaše organizace např. na marketingových materiálech? ANO/NE

V Bruselu dne 28. září 2005.

Předseda
Evropského hospodářského a sociálního výboru
Anne-Marie SIGMUND