



Comité économique et social européen

SOC/201

**"Obésité en Europe - Rôle et
responsabilités des différents
partenaires de la société civile"**

Bruxelles, le 28 septembre 2005

AVIS

du Comité économique et social européen

sur le thème

"Obésité en Europe - Rôle et responsabilités des différents partenaires de la société civile"

(avis d'initiative)

Le 18 février 2005, le Comité économique et social européen a décidé, en vertu de l'article 29, paragraphe 2 de son règlement intérieur, d'élaborer un avis d'initiative sur le thème

"Obésité en Europe - Rôle et responsabilités des différents partenaires de la société civile"

(avis d'initiative).

La section spécialisée "Emploi, affaires sociales, citoyenneté", chargée de préparer les travaux du Comité en la matière, a élaboré son avis le 5 septembre 2005 (rapporteuse: Mme SHARMA).

Lors de sa 420^{ème} session plénière des 28 et 29 septembre 2005 (séance du 28 septembre 2005), le Comité économique et social européen a adopté le présent avis par 83 voix pour, 4 voix contre et 10 abstentions.

*

* *

1. **Obésité – La responsabilité de la société**

1.1 Il est malheureux de constater que les deux principaux problèmes nutritionnels du monde contemporain sont, d'un côté, la famine, qui touche 600 millions de personnes et, de l'autre, l'obésité, qui concerne 310 millions de personnes.

1.2 Des documents, études et rapports interminables sur le régime alimentaire, l'exercice physique et l'obésité ont été élaborés par des experts, de grandes organisations internationales, et lors de tables rondes sans déboucher sur des solutions ou des **ACTIONS CONCRÈTES afin d'enrayer ce mal de nos sociétés, invalidant sur le plan économique.**

1.3 *Apport en calories excessif moins consommation de calories réduite = surplus énergétique, stocké sous forme de graisses.* Tel est le mécanisme qui est à la base de l'obésité et qui s'est accéléré durant les dernières décennies sous l'action de toute une série de facteurs économiques, sociaux et psychologiques au point qu'elle est devenue un problème de santé à caractère prioritaire.

1.4 Le nombre de personnes souffrant d'obésité a augmenté de manière spectaculaire durant les 30 dernières années. En 2000, l'OMS a défini l'obésité comme étant le principal problème de santé menaçant les pays occidentaux.

- Au total, 14 millions d'enfants souffrent de surcharge pondérale, dont 3 millions sont obèses¹, avec une augmentation de plus de 400 000 cas par an, ce qui représente quasiment 1 enfant sur 4 dans l'ensemble de l'Union à 25².
- 10 à 20% des enfants de l'Europe du Nord présentent une surcharge pondérale. Pour l'Europe du Sud, l'Irlande et le Royaume-Uni, ce chiffre passe à 20-35%³.
- Dans de nombreux pays de l'UE, plus de la moitié de la population adulte souffre de surcharge pondérale, 20 à 30% des adultes étant classés dans la catégorie des obèses⁴.
- L'obésité à l'âge mûr augmente le risque de démence future⁵.
- Six des sept principaux facteurs de risque de mort prématurée concernent la façon dont nous mangeons, buvons et nous dépensons (le septième étant le tabac)⁶.
- L'obésité représente entre 2 et 7% des dépenses globales de santé des pays développés⁷.

1.5 Face à la tendance d'une expansion de l'obésité et à ses effets dommageables, pour les personnes comme pour la société, il s'impose désormais d'adopter une approche interdisciplinaire et multifactorielle, qui exige une action caractérisée par l'interdépendance des nations, communautés et individus. Les pouvoirs publics, en coopération avec d'autres partenaires, jouent un rôle central dans la mise en place d'un environnement autorisant et incitant les individus, les familles et les communautés à faire des choix positifs allant dans le sens d'un mode de vie sain⁸.

2. Les facteurs contribuant à la propagation de l'obésité

Le développement des activités sédentaires, l'utilisation croissante de transports motorisés, le recul de l'activité physique ainsi qu'une plus forte consommation d'aliments et de boissons à fort apport énergétique et mal équilibrés quant à leur composition sont probablement les principaux facteurs contribuant à l'actuelle épidémie d'obésité.

1 *Obesity in children and young people: A crisis in public health* (L'obésité chez les enfants et les jeunes: une crise de santé publique), IOTF, 2004.

2 *Ibid.*

3 *Ibid.*

4 Rapport sur la santé en Europe, OMS, 2002.

5 *British Medical Journal* n°1136 du 29/04/05, "Obesity in middle age"

6 DG "Santé et protection des consommateurs".

7 IOTF, *Ibid.*

8 Dans ce rapport, le mode de vie sain suppose une alimentation saine, équilibrée, et une activité physique plus soutenue.

2.1 Les facteurs généraux

Les modèles de culture et de comportement propres à la "civilisation du bien-être" constituent la cause première de la montée explosive de l'obésité, à laquelle il ne sera possible de remédier que par des actions d'information et de prévention coordonnées au niveau national, local et même individuel, afin de modifier l'approche culturelle et les modèles comportementaux qui sont les plus nocifs, sans verser pour autant dans l'erreur ou la démarche instrumentalisante que représente la "médicalisation" du phénomène.

2.2 Les principaux points d'intervention couvriront dès lors un éventail très articulé de secteurs ou d'activités que l'on peut résumer comme suit :

- **société**: éducation à l'alimentation, qui abordera la question de la valeur nutritive globale des aliments, en ne se limitant plus à en évoquer les seuls aspects nutritionnels quantitatifs, ainsi qu'en faveur de modes de vie plus sains, notamment pour ce qui est de l'exercice physique,
- **école**: cours sur la qualité de la nourriture, les causes et les effets de l'obésité, renouveau de l'enseignement concernant l'économie familiale et l'éducation civique, afin d'inculquer des styles de vie plus sains, et mise en valeur de l'activité physique, y compris de loisir,
- **industrie**: stimulation des comportements éthiques dans l'industrie alimentaire, en particulier en ce qui concerne les activités de marketing et la publicité dans les médias, actions pour une politique du personnel qui favorise une alimentation convenable et une pratique physique adéquate,
- **transports**: lutte contre l'utilisation abusive des moyens de transport, qui s'effectue au détriment de l'activité physique, et définition de politiques qui n'alourdissent pas les frais de distribution des aliments frais, en particulier,
- **médias**: contrôles pour éviter que les pratiques publicitaires ne débouchent sur des consommations excessives ou déséquilibrées et sensibilisation des parents aux dangers, y compris physiques, d'une utilisation excessive et prolongée de la télévision, des jeux vidéos et d'Internet,
- **services de santé**: fourniture de véritables prestations informatives sur tout sujet et élaboration de campagnes d'information et de prévention en lieu et place d'interventions thérapeutiques tardives et souvent inefficaces,
- **politiques**: lancements d'investissements réfléchis et appropriés dans des initiatives concrètes qui, du niveau national au niveau local, s'adressent à toutes les couches de la population et tout particulièrement aux groupes les plus fragiles du point de vue de l'instruction et des revenus.

3. Arrêter de culpabiliser les autres

- 3.1 Nos sociétés occidentales constituent un environnement très propice à l'obésité. Certaines causes sont évidentes, beaucoup le sont moins et la plupart ne sont pas considérées par la société comme nuisibles. On peut s'inquiéter du manque de prévoyance pour les générations futures et de la réticence généralisée des individus à prendre leurs responsabilités, préférant les rejeter sur d'autres.
- 3.2 Les causes sous-jacentes de l'obésité sont les suivantes: consommation importante d'aliments riches en calories mais pauvres en substances nutritives, qui comportent beaucoup de matières grasses, de sucre et de sel; peu d'exercice physique à la maison, à l'école, au travail, dans les loisirs et les transports. Les variations des niveaux de risques et les conséquences sur la santé sont en partie attribuables aux évolutions temporelles et quantitatives des facteurs économiques, démographiques et sociaux aux niveaux national et mondial.
- 3.3 L'introduction de modifications dans les habitudes alimentaires, de modèles d'exercice physique et d'un mode de vie sain nécessitera la coopération de nombreux acteurs du secteur public et du secteur privé sur plusieurs décennies. Un changement des mentalités, une prise de conscience et une éducation grâce à un ensemble d'actions efficaces et de bon sens sont nécessaires à tous les niveaux et doivent s'accompagner d'un soutien psychologique, d'une évaluation et d'un suivi étroits de leur impact. En outre, les individus doivent s'impliquer personnellement dans le changement.
- 3.4 Le CESE juge nécessaire d'adopter une **stratégie globale** afin que tous les acteurs luttent ensemble contre le problème en élaborant des politiques du haut vers le bas accompagnées de stratégies ascendantes, créant ainsi des actions sur le plan horizontal et vertical, avec l'engagement de tous, que ce soit d'un point de vue financier, en temps ou en nature. Bien que cela ne soit pas simple, l'objectif est de créer un environnement favorisant une alimentation saine et équilibrée accompagnée d'exercice physique partout en Europe, sans laisser la place au sentiment de culpabilité.

4. "Obesity Check"

- 4.1 **Le CESE propose de réduire l'obésité au moyen de la promotion en Europe d'une campagne de lutte contre l'obésité baptisée "Obesity Check", consistant à passer toute politique au crible de l'obésité, campagne de sensibilisation aux bénéfices d'un mode de vie sain et à la responsabilité de toutes les parties dans la prévention de l'obésité. La campagne sera basée sur un message simple comportant 10 objectifs et impliquant les secteurs public et privé, la société civile et les citoyens via leur engagement à soutenir la campagne. Il s'agit de promouvoir les habitudes liées à un mode de vie sain sans pour autant interférer avec les choix personnels de l'individu.**

4.2 Les 10 objectifs sont les suivants:

- poursuivre et améliorer le processus d'éducation de la population;
- coopérer pour une bonne communication et une prise de responsabilités;
- garantir que l'information parviendra à CHAQUE citoyen européen;
- mettre chacun devant ses responsabilités et maintenir cette situation;
- convaincre les individus et les organisations qu'ils peuvent influencer les autres;
- accepter que toutes les actions doivent être intégrées dans un large éventail de politiques communautaires et nationales;
- accepter qu'il s'agit d'une "responsabilité sociale collective";
- garantir une approche en plusieurs étapes, horizontale et verticale, à tous les niveaux;
- garantir la transparence, le désintéressement et supprimer les agendas secrets;
- sensibiliser les citoyens au fait que les effets de l'obésité sur la santé sont réversibles grâce à une alimentation saine et à l'exercice physique.

4.3 La campagne "*Obesity Check*", qui doit être clairement définie par les responsables politiques et les autres acteurs concernés et menée par la DG SANCO, consisterait en un message simple prouvant aux européens qu'il est nécessaire de manger sainement et de faire plus d'exercice physique, message transmis au moyen d'un engagement à passer au crible de l'obésité toutes les politiques et pratiques des parties concernées. Chaque organisation, de la Commission européenne à l'individu au sein de sa famille, peut être invitée à participer à la campagne afin d'analyser ses habitudes et les façons de les modifier pour prévenir le risque d'obésité.

4.4 Les campagnes précédentes telles que celles pour le port de la ceinture de sécurité, pour l'allaitement maternel, contre le tabac et contre le dopage étaient simples mais efficaces et relayées par toutes les couches de la société. Il s'agissait à chaque fois d'une association réussie d'éducation du consommateur, de législation, de modification des politiques et de programmes communautaires.

5. Campagne "**Obesity check**"

Un questionnaire a été élaboré pour inciter les destinataires à consacrer le temps qu'ils auront eux-mêmes choisi à soutenir, au sein de leur organisation ou à l'extérieur, les travaux de la DG SANCO en matière de promotion de l'idée consistant à passer toute politique au crible de l'obésité, via la campagne "*Obesity Check*". (Ce questionnaire est joint à l'avis. Il peut être modifié pour être utilisable par toute organisation).

Objectif – obtenir des résultats ciblés et suivre les progrès réalisés

À court terme – Les questionnaires complétés prouvent l’engagement et la volonté d’individus ainsi que d’organisations de contribuer à une prise de conscience, d’éduquer et d’informer les autres de la nécessité de changer de mode de vie. L’objectif peut être évalué en termes de temps ou de ressources consacrés à la campagne. Les exemples de meilleures pratiques peuvent également être recueillis.

À moyen terme – L’action effective. Maintenir l’engagement de temps et de ressources, y compris la lutte des organisations contre l’obésité. Dans le cadre de cet objectif, les exemples de meilleures pratiques recueillis à court terme devront également être publiés et diffusés. Les objectifs peuvent être appréciés grâce aux réactions positives et au suivi des questionnaires originaux et grâce à l’évaluation des progrès de la plate-forme européenne.

À long terme – Évaluer les progrès effectivement réalisés grâce à un avis du CESE, sous forme d’un rapport destiné aux autres institutions. Cela facilite les processus de réaction et de poursuite du mouvement.

5.1 CESE

5.1.1 Le CESE a pour rôle de travailler avec la Commission, le Parlement et le Conseil pour rapprocher la société civile du processus décisionnel. Le CESE peut donc, avec tous les acteurs concernés, consacrer du temps à initier de réels changements via l’action volontaire de ses membres en faveur de la promotion de modes de vie plus sains. Les membres du CESE ont dû remplir le questionnaire "*Obesity check*" et ont montré l’exemple avec les suggestions suivantes:

- les employeurs pourraient proposer des modes de vie plus sains sur le lieu de travail, notamment en favorisant un choix plus important de produits alimentaires sains, en adoptant des politiques alimentaires cohérentes et en équipant leurs entreprises d’installations sportives ou de salles de sport. Pour les petites entreprises, il pourrait s’agir d’aider les salariés à adopter des modes de vie plus sains. Il serait également intéressant que les employeurs participent à des travaux de sensibilisation en dehors de leur entreprise. La Déclaration du millénaire des Nations Unies (septembre 2000) reconnaît que la croissance économique est limitée si la population est en mauvaise santé;
- les organisations salariales pourraient diffuser un message similaire à leurs membres, par exemple pour leur permettre d’intégrer l’exercice physique, la pratique de la marche ou du vélo à leurs habitudes quotidiennes. Les salariés pourraient également être encouragés à faire passer le message au sein de leurs familles et de leurs communautés, dans un processus d’éducation en continu;

- les ONG et notamment les organisations de consommateurs pourraient consacrer du temps, avec leurs membres, à participer à la diffusion du message auprès des autres institutions et communautés. Les organisations de jeunes et les organisations familiales peuvent être très utiles pour promouvoir des régimes alimentaires équilibrés ainsi que l'exercice physique. Toutes ces organisations peuvent promouvoir le caractère économiquement abordable d'une alimentation et de comportements sains, et fournir le savoir-faire connexe.

5.1.2 Le CESE travaille dans les 25 États membres à tous les niveaux de la société civile, ce qui en fait un instrument important dans la diffusion du message de cette campagne et fixe les bases pour d'autres campagnes à venir.

5.2 **Commission européenne et Parlement européen**

Les membres des DG de la Commission et les députés européens rempliront le questionnaire "*Obesity Check*", afin de montrer l'exemple.

5.2.1 Il convient de féliciter la DG SANCO pour le lancement de la Plate-forme d'action européenne en matière d'obésité. Il faut espérer que les membres de cette plate-forme pourront trouver un slogan (ou message de campagne) simple pouvant être utilisé dans toute l'Europe pour promouvoir un mode de vie sain. Des messages adaptés, cohérents et clairs devraient être élaborés et diffusés par les gouvernements, les ONG, les organisations de base et les entreprises. Ils devraient être diffusés via de nombreux canaux et sous la forme adaptée à la culture locale, à l'âge et au sexe. Il est notamment possible d'influencer les comportements dans les écoles, sur le lieu de travail, au sein des communautés éducatives et religieuses, par la voix des personnes exerçant une influence au niveau local, et par l'intermédiaire des médias.

5.2.2 Le responsable de la plate-forme, Robert MADELIN, a souligné que, pour gagner le combat contre l'obésité, toutes les actions doivent être intégrées dans un large éventail de politiques communautaires. A l'échelle mondiale, toutes les études montrent qu'il s'agit de politiques à long terme qui doivent s'appuyer sur des stratégies efficaces et durables à court, moyen et long terme, stratégies doublées d'actions et d'une participation multisectorielle, pluridisciplinaire et multifacteurs, ce qui signifie qu'il faut prévoir une consultation avec les personnes les plus directement concernées (familles, parents et enfants).

5.2.3 La DG SANCO fait en sorte que la plate-forme permette d'engager le dialogue avec d'autres DG de la Commission: DG Agriculture, DG Entreprises, DG Éducation, DG Recherche, DG Transports. En effet, il est essentiel que tous les acteurs concernés soient impliqués dès l'élaboration de la stratégie. Par la suite, il conviendra de réaliser une évaluation d'impact consultative afin de s'assurer que la stratégie ne montre du doigt ni ne pénalise aucune

institution en particulier mais qu'elle communique clairement ses propositions afin de les impliquer toutes, dans leur ensemble.

- 5.2.4 Sur la base des principes de subsidiarité et de complémentarité, les mesures de promotion au niveau communautaire peuvent renforcer l'effet des initiatives prises par les autorités nationales, le secteur privé et les ONG. Il conviendrait d'identifier plusieurs sources de financement qui, outre les budgets nationaux, aideraient à la mise en œuvre d'une stratégie et de la campagne "*Obesity Check*".
- 5.2.5 La DG Éducation et culture, notamment dans sa composante Sport, va demander des financements pour élaborer des stratégies clés en coopération avec les pouvoirs publics nationaux. Elle doit toutefois faire aussi passer dans ses messages l'idée selon laquelle les ressources financières ne sont pas toujours nécessaires pour accroître les niveaux d'exercice physique. Par exemple, les écoles n'ont pas toujours besoin de nouveaux équipements sportifs et de nombreux athlètes actuellement en recherche d'emploi pourraient être incités à travailler dans l'éducation. Les responsables de la promotion du sport pourraient persuader les stars du sport de diffuser des messages positifs.
- 5.2.6 Des études approfondies ont été menées par la DG EAC dans le domaine de l'exercice physique chez les jeunes mais il conviendrait également de s'intéresser aux loisirs des adultes. En effet, il faut tenir compte de l'importance des références familiales. Par exemple, les parents pratiquant un sport durant le week-end emmènent leurs enfants avec eux et les incitent à participer. Le sport devient alors une expérience familiale et cela fait évoluer les tendances culturelles.
- 5.2.7 La DG Agriculture dispose d'un budget "promotion" qui pourrait être utilisé comme un investissement en faveur de la promotion des fruits et légumes frais, ce qui lui permettrait de jouer son rôle de façon positive dans la campagne "*Obesity Check*". De même, elle pourrait fournir aux organes nationaux une assistance préalable pour les campagnes promotionnelles locales en faveur des produits agricoles nutritifs.
- 5.2.8 Il faut également tenir compte du rôle des partenaires internationaux dans la réalisation des objectifs. Les organisations du système des Nations Unies, les organes intergouvernementaux, les ONG, les associations professionnelles, les instituts de recherche et les entités du secteur privé doivent travailler de façon coordonnée.

5.3 États membres

Tous les pouvoirs publics d'Europe devront remplir le questionnaire "*Obesity Check*" et, afin de montrer l'exemple, l'on pourra leur demander de consacrer des ressources spécifiques à la promotion de la campagne. Il est essentiel que les gouvernements adoptent une approche "intégrée" prenant en compte les facteurs économiques, sociaux et environnementaux.

- 5.3.1 Tous les partenaires, en particulier les gouvernements, doivent examiner simultanément un certain nombre de questions. En matière d'alimentation, il s'agit d'examiner tous les aspects de la nutrition, de la sécurité alimentaire (accessibilité, notamment financière, et disponibilité des aliments sains) et de la sûreté alimentaire. Il convient de promouvoir l'exercice physique au travail, au domicile et à l'école, en tenant compte de l'aménagement urbain, des transports, de la sécurité et de l'accès à l'exercice physique durant les loisirs. Les priorités en matière d'élaboration des activités gouvernementales de passage au crible de l'obésité, dans le cadre de la campagne "*Obesity Check*", seront définies en fonction de la situation de chaque État membre. Il existe des différences considérables au sein de chaque État membre ainsi que d'un État membre à l'autre et les collectivités régionales devraient participer à la définition des stratégies régionales.
- 5.3.2 Le soutien nécessaire devrait être apporté par une infrastructure adaptée, des programmes de mise en œuvre, un financement adéquat, un suivi et une évaluation ainsi qu'un processus de recherche continu. Les stratégies doivent s'appuyer sur les meilleures recherches et preuves scientifiques existantes et intégrer les politiques, l'action et les échéances.
- 5.3.3 Il convient de donner la priorité aux activités ayant des répercussions positives sur les populations les plus pauvres. Ce type d'activités nécessite en général des actions au sein des communautés fortement appuyées et très surveillées par les pouvoirs publics.
- 5.3.4 A l'image de la Plate-forme d'action européenne, les gouvernements nationaux devraient créer des canaux de communication et des tables rondes réunissant les ministères et les institutions chargés des politiques alimentaire, agricole, de la jeunesse, des loisirs, des sports, de l'éducation, du commerce et de l'industrie, de la finance, des transports, des médias et de la communication, des affaires sociales et de l'aménagement urbain et environnemental afin de débattre de la lutte contre l'obésité. Des tables rondes réunissant parents et jeunes pourraient permettre d'intégrer les contributions des individus les plus concernés. Toutes les parties intéressées doivent coopérer et s'engager dans ce processus sans agenda caché. La task-force internationale sur l'obésité (*International Obesity Task Force, IOTF*) est un "réservoir d'idées" s'appuyant sur des données scientifiques et jouant un rôle de conseiller et de catalyseur, qui fournit des données pertinentes pour le débat. Ces canaux de communication devraient être élargis aux partenariats entre le secteur public et le secteur privé. Ils ne doivent absolument pas gaspiller les ressources en augmentant les coûts administratifs ou en créant des doublons avec des organes existants.
- 5.3.5 Les gouvernements doivent penser en termes d'actions résultant dans la mise à disposition d'informations simples et sensées permettant aux consommateurs de faire facilement des choix éclairés. Les gouvernements doivent également garantir la disponibilité des programmes adéquats de promotion de la santé et d'éducation à la santé. L'information des consommateurs doit tenir compte des différences de niveau d'alphabétisation, des obstacles à

la communication et de la culture locale et les messages doivent être compris par tous les segments de la population.

- 5.3.6 Les gouvernements, en application du principe de subsidiarité, jouent un rôle de premier plan, en coopération avec d'autres partenaires, dans la création d'un environnement autorisant et favorisant l'évolution des comportements chez les individus, dans les familles et les communautés, évolution qui les conduit vers des choix positifs allant dans le sens d'un mode de vie sain.

5.4 **Éducation**

Dans chaque établissement d'enseignement, des personnes devront compléter le questionnaire "*Obesity Check*". Les autorités responsables de l'enseignement pourraient être incitées à consacrer des ressources spécifiques à la promotion de la campagne auprès de leurs organes constitutifs à tous les niveaux de l'enseignement.

- 5.4.1 Pour la prévention et la surveillance de l'obésité, il est essentiel d'adopter une perspective sur toute la durée de la vie, de diffuser une check-list de l'obésité qui soit simple et compréhensible aussi bien par les jeunes que par les personnes âgées. Cette approche débute par la santé maternelle durant la grossesse et l'alimentation prénatale, l'allaitement⁹ et la santé du nourrisson, de l'enfant et de l'adolescent. Sont concernés ensuite: les enfants à l'école, les adultes sur leur lieu de travail et ailleurs et, enfin, les personnes âgées. Cette approche favorise donc un mode de vie plus sain dès la période prénatale et jusqu'à un âge avancé.
- 5.4.2 L'apprentissage de la santé devrait faire partie des programmes d'enseignement pour adultes. Ces programmes permettent aux professionnels de la santé et aux prestataires de services d'améliorer leurs connaissances en matière d'alimentation et d'exercice physique et d'atteindre les populations marginalisées. L'apprentissage par les médias est également possible afin de donner aux consommateurs les clés qui leur permettent de comprendre l'étiquetage et les publicités pour faire le bon choix ainsi que des conseils pratiques pour la préparation des repas.
- 5.4.3 L'école influence la vie de la plupart des enfants. Elle devrait les protéger en fournissant des informations sur la santé, en améliorant l'apprentissage de la santé, en éduquant leur goût et en faisant la promotion d'un mode de vie sain. Les écoles doivent proposer un minimum de cours quotidiens d'éducation physique (au moins deux heures par semaine) ainsi qu'un enseignement des bases de l'alimentation équilibrée. Elles devraient disposer des installations et équipements adaptés. Elles devraient admettre que, même en présence de contraintes budgétaires, il reste possible d'agir avec les installations existantes.

⁹ "*Breast-feeding and childhood obesity - a systematic review*". Arenz, S.; Ruckerl, R.; Koletzko, B.; von Kries, R. - International Journal of Obesity, 28 (10): 1247-1256, 2004

Les dépenses en matière d'installations sportives doivent faire l'objet d'un suivi rigoureux afin de garantir que les activités proposées sont autant destinées aux filles qu'aux garçons, le taux d'obésité chez les filles augmentant plus rapidement que chez les garçons.

- 5.4.4 Les gouvernements sont encouragés à adopter des politiques en faveur d'une alimentation équilibrée à l'école et à limiter la présence de produits alimentaires riches en sel, sucre et matières grasses. Les écoles, associées aux parents et aux autorités responsables, devraient envisager de signer des contrats d'approvisionnement pour les cantines scolaires avec les producteurs locaux, afin d'assurer un marché local pour les produits sains. Il conviendrait d'adopter une politique alimentaire et nutritionnelle cohérente après consultation du personnel, des élèves, des parents et des autorités publiques compétentes.
- 5.4.5 Lorsque l'activité entrepreneuriale est encouragée dans les écoles, cela ne doit pas se faire sous la forme de stands de friandises et autres pâtisseries, où l'on trouve traditionnellement des chips et des confiseries. Cela pourrait être remplacé par des produits sains.
- 5.4.6 Une attention particulière doit être accordée aux personnes âgées car les plus de 60 ans sont également concernés par l'obésité¹⁰. En outre, les personnes âgées ont beaucoup d'informations et une longue expérience de l'alimentation et des méthodes de préparation traditionnelles et peuvent à ce titre participer à l'éducation de leurs familles.

5.5 Services de santé

Dans chaque établissement de santé publique, les patients devraient être invités à compléter le questionnaire "*Obesity Check*". Les autorités responsables de la santé publique pourraient être incitées à consacrer des ressources spécifiques à la promotion de la campagne auprès de leurs organes constitutifs (cliniques, hôpitaux, cantines du personnel, groupes de patients, par exemple).

- 5.5.1 Le rôle des pouvoirs publics est crucial lorsqu'il s'agit de déclencher des changements durables en matière de santé publique. Ils sont au premier plan pour lancer et élaborer une stratégie de réduction de l'obésité dans le cadre d'un effort de santé publique plus vaste, global et coordonné. Il faut diffuser des messages simples et directs sur l'exercice physique nécessaire, aussi bien au niveau de la quantité que de la qualité, pour apporter des bienfaits substantiels en matière de santé. Les administrations régionales et locales devront, elles aussi, être mises à contribution et participer activement à ce processus d'information.
- 5.5.2 Dans leurs relations habituelles avec les patients, les professionnels de santé doivent inclure des conseils pratiques portant sur les bienfaits d'une alimentation saine et d'une augmentation de l'exercice physique ainsi qu'un soutien pour aider les patients à mettre en place et à

¹⁰ Rapport du gouvernement britannique "*Diet and nutritional survey of people aged 65 and over*" (Enquête sur l'alimentation des personnes âgées de 65 ans et plus)

conserver des comportements sains, grâce à une check-list de l'obésité. Les pouvoirs publics devraient envisager des incitations pour motiver les services de prévention et identifier les opportunités dans les services cliniques existants, y compris une structure de financement améliorée pour soutenir les professionnels de santé et leur permettre, notamment pour les soins de santé primaires mais également dans d'autres services (tels que les services sociaux et les pharmacies), de consacrer davantage de temps à la prévention. Il pourrait s'agir d'un message simple, positif et proactif du type "Marchez plus, mangez moins".

- 5.5.3 Les mesures de soutien et d'information devraient viser en premier lieu les parents, en les informant sur le meilleur choix en matière de nutrition pour le plus jeune groupe d'âge (nourrissons et enfants en bas âge). Il existe désormais des preuves scientifiques solides montrant que les nourrissons allaités ont, plus tard, une tendance moindre à l'obésité que ceux qui ont été nourris avec du lait en poudre; ainsi, la prévention pourrait commencer par la promotion d'une alimentation adéquate du nourrisson¹¹.
- 5.5.4 Les mesures de soutien et d'information devraient également s'adresser aux personnes âgées, notamment les personnes seules, en situation de pauvreté ou de marginalité, afin d'éviter les fréquentes pratiques alimentaires malsaines que ces situations de précarité tendent souvent à engendrer.

5.6 Collectivités locales

Dans chaque collectivité locale et régionale, le questionnaire "*Obesity Check*" devra être complété en vue d'actions spécifiques pour passer leurs activités au crible de l'obésité et soutenir la campagne "*Obesity Check*". Les instances responsables au niveau local pourraient être incitées à consacrer des ressources spécifiques à la promotion de la campagne.

- 5.6.1 Les collectivités locales devraient favoriser la création de comités consultatifs d'experts multisectoriels et pluridisciplinaires réunissant des experts techniques et des représentants des agences gouvernementales. Leurs présidents devraient être indépendants pour garantir que les preuves scientifiques sont interprétées à l'écart de tout conflit d'intérêts.
- 5.6.2 Les pouvoirs publics nationaux, régionaux et locaux devraient prévoir des incitations pour garantir que la pratique de la marche, du vélo et d'autres formes d'exercice physique soit accessible et sans danger; les politiques de transport doivent laisser une place aux moyens de transport non motorisés; les politiques de l'emploi et du travail devraient encourager l'exercice physique; enfin, les installations de sport et de loisirs devraient refléter le concept du sport pour tous.

¹¹ "*Breast-feeding and childhood obesity - a systematic review*" - Arenz, S.; Ruckerl, R.; Koletzko, B.; von Kries, R. - International Journal of Obesity, 28 (10): 1247-1256, 2004.

5.7 **Industrie (à savoir les employeurs et les salariés, qui travaillent ensemble pour leur bénéfice mutuel)**

Dans l'industrie, employeurs et salariés devront compléter le questionnaire "*Obesity Check*" pour soutenir la campagne.

Les entreprises et les syndicats pourraient être incités à consacrer des ressources spécifiques ou une partie de leur capital à la promotion de la campagne "*Obesity Check*", dans le cadre de la responsabilité sociale des entreprises.

5.7.1 Le secteur privé peut être un acteur important, notamment parce que de nombreuses entreprises développent leur activité sur le plan mondial et peuvent donc appliquer des politiques à tous les niveaux de l'entreprise et dans les différents pays. Au niveau de leur responsabilité sociale, les entreprises pourraient faire intervenir différents partenaires qui coopéreraient avec les établissements scolaires locaux pour soutenir la stratégie éducative de sensibilisation à l'alimentation saine ou d'augmentation de l'exercice physique. Par précaution, une consultation doit être organisée au préalable afin d'examiner les éventuels conflits d'intérêts.

5.7.2 L'industrie alimentaire, les distributeurs, les entreprises de restauration, les fabricants d'équipements sportifs, les entreprises de publicité et de loisirs, les assurances et les groupes bancaires, les laboratoires pharmaceutiques et les médias ont tous un rôle important à jouer en tant qu'employeurs responsables et défenseurs d'un mode de vie sain. Ils pourraient tous devenir partenaires des gouvernements et ONG dans la mise en œuvre de mesures destinées à envoyer des messages positifs et cohérents afin de faciliter les efforts intégrés de promotion d'un mode de vie sain.

5.8 **Industrie alimentaire**

5.8.1 Les fabricants de produits alimentaires ont œuvré proactivement à la mise en place de nombreuses initiatives visant à réduire les quantités de matières grasses, de sucre et de sel présentes dans les produits alimentaires transformés, ainsi qu'à réduire la taille des portions et à augmenter le recours aux produits novateurs, nutritifs et sains.

5.8.2 L'industrie alimentaire est consciente du fait que la publicité affecte les choix des consommateurs et influence leurs habitudes alimentaires et qu'il convient de s'assurer que la publicité ne profite pas du manque d'expérience ou de la naïveté des enfants. Les pouvoirs publics devraient travailler en coopération avec les groupes de consommateurs et le secteur privé pour élaborer des approches multisectorielles adaptées en ce qui concerne la vente de nourriture aux enfants (questions du parrainage, de la promotion et de la publicité). Ils devraient parvenir ensemble à un accord sur des pratiques socialement responsables qui ne supprime pas la liberté de choisir mais reconnaisse que les enfants ne sont pas en mesure d'identifier le contenu nutritionnel.

- 5.8.3 Les projets actuels d'élaboration de mesures rapides simplistes telles que les indicateurs, devant figurer sur les produits alimentaires, sur la base d'une signalétique vert-orange-rouge, devraient être découragés. Les recommandations doivent faire l'objet d'une consultation avec l'industrie alimentaire et les consommateurs avant leur mise en oeuvre. Ces projets peuvent être appuyés par des campagnes d'information dans les médias, portant notamment sur l'étiquetage, et des messages publicitaires diffusés sur les points de vente, dans les écoles et les centres de formation pour adultes.
- 5.8.4 Les consommateurs veulent des informations précises, standardisées et compréhensibles sur le contenu des produits alimentaires afin d'être en mesure de faire le bon choix pour leur santé. Les pouvoirs publics peuvent demander à ce que des informations soient fournies sur les principaux aspects nutritionnels, tel que cela est proposé dans les lignes directrices du Codex sur l'étiquetage nutritionnel.
- 5.8.5 Étant donné que les consommateurs sont de plus en plus intéressés par les questions de santé et que l'on accorde de plus en plus d'attention aux aspects nutritionnels de l'alimentation, les fabricants ont de plus en plus recours à des messages en rapport avec la santé. Mais ces messages ne doivent pas induire les consommateurs en erreur à propos des bienfaits ou des risques.
- 5.8.6 Les recommandations faites à l'industrie alimentaire, qui pourraient être appuyées par la société civile organisée, sont les suivantes:
- promouvoir les modes de vie sains, conformément aux lignes directrices communautaires et aux objectifs généraux de la stratégie mondiale;
 - limiter les niveaux de graisses saturées, d'acides gras trans, de glucides rapides et de sel dans les aliments;
 - continuer à mettre au point et à proposer aux consommateurs des produits abordables, sains et nutritifs;
 - fournir aux consommateurs des informations adaptées et compréhensibles sur le produit et la nutrition;
 - pratiquer un marketing responsable en accord avec la campagne "*Obesity Check*", notamment en ce qui concerne la promotion et le marketing des produits riches en graisses saturées, en sucre ou en sel, particulièrement auprès des enfants;
 - utiliser un étiquetage simple et cohérent et des allégations nutritionnelles scientifiquement fondées qui aident les consommateurs à faire des choix éclairés pour leur santé;
 - fournir aux pouvoirs publics nationaux des informations sur la composition des produits alimentaires;
 - soutenir l'élaboration et la mise en oeuvre de programmes en faveur d'une alimentation saine et de l'exercice physique.

5.9 Agriculture

- 5.9.1 Les politiques alimentaires et agricoles nationales doivent être cohérentes avec la protection et la promotion de la santé publique. Il conviendrait d'envisager des politiques favorisant l'adoption d'une alimentation saine et garantissant la sûreté alimentaire et une sécurité alimentaire durable.
- 5.9.2 Les prix influencent les consommateurs dans leurs choix. Les politiques publiques peuvent influencer sur les prix par le biais de la fiscalité, des subventions ou de la fixation directe des prix, de façon à encourager la consommation de produits bons pour la santé.

5.10 Médias

- 5.10.1 Les médias jouent l'un des rôles les plus importants car ils sont présents dans la vie quotidienne, souvent de façon subliminale. Si tous les médias coopéraient autour d'une campagne européenne et en faisaient la promotion auprès de leur public de façon simple et régulière sur une période prolongée, le message de la campagne finirait par atteindre **chaque** citoyen européen.
- 5.10.2 Dans nos sociétés où les stars sont considérées comme des modèles, y compris les champions olympiques, l'on pourrait faire plus pour les impliquer dans la diffusion du message de la campagne.
- 5.10.3 Les nouveaux médias, notamment les jeux vidéo et l'Internet, ont un rôle essentiel à jouer auprès du jeune public, d'autant plus que leur utilisation est liée à l'augmentation de l'obésité.
- 5.10.4 Le placement et la promotion des produits dans les films de cinéma devraient être soigneusement adaptés au public visé. Cette prudence s'impose particulièrement lorsque le public est constitué d'enfants.

5.11 Société

- 5.11.1 Les ONG et les organisations de la société civile devront compléter le questionnaire "**Obesity Check**". Les organisations pourraient être incitées à consacrer des ressources spécifiques, y compris en nature, à la promotion de la campagne auprès de leurs membres et organisations constitutives. La qualité du travail de ces organisations au niveau communautaire est reconnue et essentielle pour la réussite de toute initiative.
- 5.11.2 Nombreux sont ceux qui pensent que la question de l'obésité est de la responsabilité de chacun. Ils ont en partie raison mais il s'agit également d'une responsabilité de la société, notamment au niveau communautaire de base. La société civile et les ONG ont un rôle important à jouer pour encourager une attitude proactive et inciter à l'action en mettant en

commun les réflexions et les initiatives locales. Il peut simplement s'agir de l'utilisation par les écoles des installations d'associations sportives, de la promotion par les médias locaux des campagnes locales, d'une coopération entre les entreprises locales et les pouvoirs publics locaux pour proposer des aides à l'éducation ou encore de l'approvisionnement en produits frais des écoles auprès des agriculteurs locaux. L'objectif peut être de garantir que les aliments sains sont disponibles, abordables, adaptés et durables.

5.11.3 Les ONG peuvent soutenir efficacement cette stratégie si elles coopèrent avec leurs partenaires nationaux et internationaux, notamment:

- en prenant la tête de la mobilisation à la base de la société et en demandant à ce que le thème des modes de vie sains soit intégré au débat public;
- en aidant à la diffusion à grande échelle des informations sur la prévention de l'obésité au moyen d'une alimentation équilibrée et saine et de l'exercice physique;
- en créant des réseaux et des groupes d'action pour promouvoir la disponibilité des produits alimentaires sains et les possibilités d'exercice physique et soutenir les programmes de promotion de la santé et les campagnes d'éducation;
- en organisant des campagnes et événements qui incitent à l'action;
- en soulignant le rôle des gouvernements dans la promotion d'un mode de vie sain, le suivi des progrès réalisés dans la poursuite des objectifs fixés et la coopération avec d'autres acteurs concernés tels que le secteur privé;
- en jouant un rôle actif dans la promotion de la mise en œuvre de la campagne communautaire "*Obesity Check*";
- en contribuant à mettre en pratique le savoir et les preuves scientifiques;
- en promouvant les modèles de rôle et les meilleures pratiques à suivre, notamment dans le domaine du rôle des familles et des parents. Il est essentiel que les modèles mettent l'accent sur une image positive liée à la santé et non à l'apparence physique.

5.11.4 Les modèles d'exercice physique et d'alimentation varient en fonction du sexe, de la culture et de l'âge. Ce sont souvent les femmes qui prennent les décisions en matière d'alimentation et de nutrition, en s'appuyant sur leur culture et sur l'alimentation traditionnelle. Par conséquent, les stratégies et plans d'action nationaux devraient tenir compte de ces différences.

6. **L'avenir en l'absence d'actions**

6.1 **Le coût humain**

6.1.1 L'obésité chez les enfants est l'un des principaux problèmes de santé publique auxquels sont confrontés les pays développés et, de plus en plus, les pays en développement. L'obésité est en augmentation chez les enfants de tous âges.

- 6.1.2 Les enfants atteints d'obésité souffrent de nombreuses pathologies associées, certaines évidentes, d'autres servant de signal d'alarme de maladies futures. Bien que la prévention primaire reste en définitive la stratégie la plus efficace pour lutter contre l'épidémie, il est nécessaire de traiter les enfants actuellement obèses afin d'améliorer à la fois leur santé immédiate et leur santé à long terme.
- 6.1.3 L'obésité chez les jeunes est associée à un ensemble de complications psychosociales et médicales. Les conséquences les plus fréquentes sont celles liées au dysfonctionnement psychosocial et à l'isolement social. Des études transversales ont démontré l'existence d'une relation inverse entre le poids, d'un côté, et l'amour-propre et l'image corporelle, de l'autre, en particulier chez les adolescents. Chez les adolescentes, la peur de la surcharge pondérale est liée à une mauvaise image corporelle, à une quête de la minceur et à la boulimie.
- 6.1.4 La pathologie la plus fréquente est le diabète de type 2, à l'origine de troubles circulatoires, de défaillances rénales et de cécité. Les cancers (en particulier le cancer du sein), pathologies cardiovasculaires (notamment l'hypertension), pathologies respiratoires (notamment l'apnée du sommeil), pathologies rénales, dépressions, problèmes articulaires et dermatologiques peuvent résulter d'une augmentation de la masse grasseuse corporelle.
- 6.1.5 **Certains effets de l'obésité sur la santé sont réversibles si la personne perd du poids.**
- 6.2 **Le coût financier**
- 6.2.1 L'obésité impose d'importantes contraintes économiques à des systèmes de santé déjà mis à rude épreuve et coûte très cher à la société. La santé est un facteur clé du développement et un pré-requis pour la croissance économique. Le *National Audit Office* du Royaume-Uni chiffre les conséquences économiques de l'obésité à près de 500 millions de livres sterling par an pour les coûts de santé directs et à 2 milliards de livres sterling pour les coûts économiques globaux.
- 6.2.2 L'obésité existe dans toutes les catégories sociales mais elle est particulièrement fréquente dans les catégories socialement désavantagées, qui ont sans doute moins accès aux rues et parcs où l'on peut circuler en toute sécurité et qui achètent les produits alimentaires les moins chers, qui sont souvent ceux qui contiennent le plus de matières grasses et de sucre.
- 6.2.3 Dans les pays développés, les femmes ayant une surcharge pondérale à la fin de l'adolescence et au début de l'âge adulte sont plus susceptibles d'avoir des revenus familiaux moindres et d'être célibataires. De plus, les personnes obèses peuvent être rejetées socialement et faire l'objet de discriminations sur leur lieu de travail.
- 6.2.4 **Grâce aux actions proactives et à l'éducation, il est désormais possible de garantir que les coûts financiers seront réduits afin d'investir dans le développement durable de l'Europe.**

6.3 **Un pas vers la responsabilité sociale**

Les mesures de lutte contre l'obésité s'inscrivent dans une évolution allant dans le sens de la reconnaissance des différents niveaux de responsabilité partagée de la société, dans le respect de la liberté individuelle. Par exemple:

6.3.1 **Sphère politique**

- une Commission européenne et des gouvernements des États membres mettant en oeuvre des stratégies de communication bilatérales, des initiatives en faveur d'investissements responsables ou tournées vers l'action afin de décourager l'obésité;
- des systèmes d'enseignement promouvant les modes de vie sains;
- des services de santé disposant de ressources pour assurer la promotion de la santé;
- des services de l'aménagement du territoire promouvant les pistes cyclables, les parcs et les installations sportives.

6.3.2 **Industrie**

- une industrie alimentaire centrée sur les besoins des consommateurs en aliments nutritifs abordables;
- des méthodes de distribution garantissant que les aliments sains sont accessibles à tous, même aux populations défavorisées;
- une agriculture fournissant en abondance des produits frais sains et abordables;
- un secteur des transports décourageant l'utilisation excessive de l'automobile et favorisant la pratique de la marche et du vélo en toute sécurité;
- des médias décourageant la consommation passive et promouvant l'exercice physique.

6.3.3 **Société**

- une culture centrée sur la famille, favorisant la préparation et la prise des repas au domicile, ainsi que des repas plus sains dans les écoles, hôpitaux, établissements sociaux et cantines des lieux de travail;
- une modification des modèles de consommation durable, en conservant les ressources nutritives et en promouvant l'exercice physique;
- des environnements urbains plus sûrs, avec moins de criminalité et une circulation maîtrisée;
- plus d'égalité et d'inclusion sociale pour garantir que tous les foyers ont accès aux aliments sains et aux loisirs en toute sécurité;
- un soutien destiné aux parents et à l'entourage pour garantir qu'ils sont en mesure de faire des choix judicieux en matière de santé pour eux et leurs enfants.

- 6.3.4 **Les gouvernements sont élus par les citoyens. Ces derniers influencent considérablement les sociétés en tant qu'individus, groupes ou organisations et peuvent faire bouger les choses. Les coûts ne sont pas nécessairement d'ordre financier. Il est possible de faire avancer les choses ensemble à condition d'arrêter de culpabiliser les autres et de prendre ses propres responsabilités.**

7. Conclusion

L'obésité est un problème complexe associant des aspects psychologiques, sociologiques, économiques, culturels et historiques et des comportements individuels.

En 1997, l'OMS a classé l'obésité morbide¹² au rang des maladies. Elle en a fait de même avec l'obésité en 2005. L'obésité morbide et l'obésité sont liées à une augmentation de la mortalité due aux pathologies associées telles que le diabète de type 2, l'hypertension et les pathologies cardiaques.

- 7.1 Il existe une opportunité unique de formuler et de mettre en œuvre une stratégie efficace visant à réduire substantiellement le nombre de décès et de maladies en améliorant l'alimentation et en favorisant l'exercice physique. La relation entre les comportements malsains et les pathologies et problèmes de santé ultérieurs est clairement établie. Des actions efficaces en vue de permettre à la population de vivre plus longtemps en restant en bonne santé, de réduire les inégalités et de renforcer le développement peuvent être conçues et mises en œuvre au moyen d'une campagne simple et claire impliquant et incluant tous les citoyens, qui sera soumise à une évaluation a posteriori.
- 7.2 L'introduction de modifications dans les habitudes alimentaires, de programmes d'exercice physique et d'un mode de vie sain nécessitera la coopération de nombreux acteurs du secteur public et du secteur privé sur plusieurs décennies. Un changement des mentalités, une prise de conscience et une éducation grâce à un ensemble d'actions efficaces et de bon sens sont nécessaires à tous les niveaux et doivent s'accompagner d'un soutien psychologique, d'une évaluation et d'un suivi étroits de leur impact. En outre, les individus doivent s'impliquer personnellement dans le changement.
- 7.3 Cette vision peut devenir une réalité si l'on mobilise tout le potentiel de la société civile ainsi que les principaux acteurs concernés. Comme le disait Gandhi, "vous devez être les acteurs du changement que vous souhaitez".

¹² Obésité morbide: IMC supérieur à 35.

8. Questionnaire – À l'appui de l'avis d'initiative du CESE

"Obésité – Une responsabilité collective"

Le présent questionnaire n'a pour le moment qu'un **but documentaire**; il serait cependant apprécié que vous le remplissiez et nous le renvoyiez.

Le monde industrialisé du 21^e siècle crée un environnement hautement propice à l'obésité. Certaines causes sont évidentes, de nombreuses autres sont moins bien comprises et la plupart ne sont pas considérées comme nuisibles par la société. Ce qui est très préoccupant, c'est le manque de prévoyance vis-à-vis des générations futures et le fait que personne ne veuille prendre ses responsabilités, chacun se contentant de condamner les autres. Le monde industrialisé du 21^e siècle crée un environnement hautement propice à l'obésité. Certaines causes sont évidentes, de nombreuses autres sont moins bien comprises et la plupart ne sont pas considérées comme nuisibles par la société. Ce qui est très préoccupant, c'est le manque de prévoyance vis-à-vis des générations futures et le fait que personne ne veuille prendre ses responsabilités, chacun se contentant de condamner les autres.

- **Dans l'Union à 25, 14 millions d'enfants souffrent de surcharge pondérale, dont 3 millions d'obésité¹³;**
- **dans plusieurs pays de l'UE, plus de la moitié de la population adulte présente une surcharge pondérale; entre 20 et 30% d'adultes sont considérés comme obèses¹⁴;**
- **le nombre d'enfants européens souffrant de surcharge pondérale et d'obésité augmente de plus de 400.000 cas par an et ce problème touche quasiment 1 enfant sur 4 dans l'ensemble de l'Union à 25¹⁵;**
- **10 à 20% d'enfants en Europe du Nord sont en surpoids, alors qu'en Europe du Sud et au Royaume-Uni la proportion est de 20 à 35%¹⁶;**

À court terme, les questionnaires complétés témoigneront de l'engagement et de la volonté des personnes et des organisations pour ce qui est de sensibiliser, d'éduquer et d'informer les autres quant à la nécessité de modifier les modes de vie. La réalisation des objectifs peut être appréciée en termes de temps ou de ressources consacrés à la campagne. **Des exemples de meilleures pratiques peuvent également être transmis à la rapporteuse.**

13 Rapport sur l'obésité des enfants, groupe de travail international sur l'obésité (IOTF - Childhood obesity report), mai 2004.

14 Rapport sur la santé en Europe, Organisation mondiale de la santé, 2002.

15 Rapport sur l'obésité des enfants (IOTF - Childhood obesity), *op. cit.*

16 *Ibid.*

L'approche adoptée dans l'avis du CESE consiste à "**tout inclure**" dans une stratégie commune visant à combattre le problème. Il s'agit de combiner des politiques allant du haut vers le bas avec des stratégies allant du bas vers le haut, tout en lançant des actions aussi bien horizontales que verticales, **où chacun s'engage à apporter une contribution, financière, en temps ou en nature.**

Je souhaiterais évaluer votre engagement ainsi que celui de votre organisation et vous serais reconnaissante de faire suivre ce questionnaire à toute personne ou organisation souhaitant éventuellement formuler des commentaires ou s'engager.

Veuillez renvoyer vos réponses par courrier électronique à madi.sharma@esc.eu.int, par télécopie au 0115 9799333 ou par courrier à Madi SHARMA, CESE, C/o 40 Ridge Hill, Lowdham, Notts. NG14 7EL. UK.

Ce questionnaire a été élaboré afin de demander aux personnes et aux organisations de consacrer une quantité de temps ou une somme d'argent librement choisie à travailler au sein de leurs organisations ou dans des organes extérieurs pour aider la DG SANCO à mener une campagne de sensibilisation pour un mode de vie plus sain. Il est essentiel que ces efforts puissent être quantifiés afin de pouvoir juger de leurs résultats.

Par exemple:

- Les employeurs et les organisations d'employeurs pourraient envisager la promotion de modes de vie plus sains sur le lieu du travail, notamment en encourageant la consommation d'une nourriture plus saine, en particulier en ce qui concerne les produits proposés dans les distributeurs automatiques ou bien en prévoyant des équipements sportifs ou des salles de gymnastique. Les entreprises plus petites pourraient encourager leurs employés à envisager des modes de vie plus sains et les soutenir dans cette démarche. Des actions en dehors de l'entreprise, surtout dans le domaine de l'éducation, seraient également appréciables: elles pourraient consister en un engagement correspondant à un certain nombre d'heures par mois.
- Les syndicats et les organisations de travailleurs pourraient diffuser un message similaire parmi leurs membres afin de les encourager à intégrer une activité physique, la marche ou le cyclisme, dans leur vie quotidienne. De plus, ceux-ci pourraient faire des émules dans leurs familles et leurs communautés.
- Les ONG et surtout les organisations de consommateurs pourraient consacrer du temps, avec leurs membres, à contribuer à une diffusion plus large du message, au sein des autres institutions et communautés.
- Les individus peuvent s'engager à changer leur mode de vie afin de servir de modèles en augmentant leur activité physique ou en optant pour des régimes alimentaires plus sains. La promotion de tels comportements, qui pourra encourager les autres à essayer de modifier, eux aussi, leurs habitudes, peut se faire de bouche à oreille. C'est

essentiellement au sein du cadre familial qu'une telle évolution serait bénéfique. Tous les mois, durant 15 minutes, il convient de communiquer aux autres les changements réalisés.

Je consacre 30 minutes par mois à travailler avec les écoles afin de les sensibiliser à un mode de vie plus sain et avec des organisations de femmes afin de contribuer à transmettre le message aux parents. Je présente également les changements apportés à mon mode de vie; j'ai perdu 10kg grâce à la marche et à un suivi nutritionnel.

Ce que vous pouvez offrir:

Veillez noter que toutes ces informations sont confidentielles et ne seront transmises à personne sans votre accord; à ce stade, il s'agit uniquement d'un engagement.

Nom

Organisation

Coordonnées Téléphone **Courrier électronique**.....

Engagement:

Temps: Nombre d'heures Par semaine / mois

Pour remplir les tâches suivantes.....

.....

Ressources propres:

À utiliser pour

.....

Ressources de

Pour soutenir

.....

Autres observations/ exemples de meilleures pratiques.....

Si un logo ou un slogan est choisi afin de promouvoir les changements du mode de vie, votre organisation accepterait-elle de participer à sa diffusion par le biais de matériel promotionnel?
Oui/Non

Bruxelles, le 28 septembre 2005.

La Présidente
du Comité économique et social européen

Le Secrétaire général
du Comité économique et social européen

Anne-Marie SIGMUND

Patrick VENTURINI