

ENSEMBLE,
PRÉVENONS
L'OBESITÉ
DES ENFANTS



La obesidad infantil hoy en día

La obesidad infantil se convirtió en una preocupación a nivel de Salud Pública en la mayoría de los países industrializados.

En Francia, afecta actualmente cerca de un niño sobre seis.

Hoy está comprobado que un niño obeso corre el riesgo de permanecerlo a la edad adulta, implicando un aumento considerable de enfermedades asociadas (enfermedades cardiovasculares y diabetes de tipo 2) y que disminuyen de 13 años su esperanza de vida.

La atención siendo difícil y aún poco evaluada, es fundamental prevenir y atender desde una edad temprana el aumento de peso excesivo de los niños.

Para eso, la prevención se debe de sobrepasar el marco estrictamente médico implicando al conjunto de los protagonistas de la colectividad y así modificar los factores medioambientales en gran parte responsables de esta evolución alarmante.

“Conjunto, previenen la obesidad de los niños” se coloca:

Bajo el Alto Patronato:

- del Ministerio de Salud, Familia y Personas Discapacitadas,
- del Ministerio de Juventud, Educación Nacional e Investigación,
- del Ministerio de Deportes,
- del Ministerio de Agricultura, Alimentación, Pesca y Asuntos Rurales,
- del Ministerio delegado a la Ciudad y a la Renovación urbana,
- del Secretariado de Estado a las Pequeñas y medianas empresas, al Comercio, a la Artesanía, a Profesionales liberales y al Consumo

Bajo el Alto Patrocinio de:

- la Asociación de los Alcaldes de Francia

Bajo el Patrocinio de:

- el AFPA (Asociación Francesa de Pediatría Ambulatoria),
- el SFP (Sociedad Francesa de Pediatría)

La colaboración de los actores económicos

El financiamiento está garantizado en parte por las ciudades para todas las acciones establecidas localmente y por socios privados. Desde enero de 2004, dos socios fundadores apoyan el programa al nivel nacional: **Nestlé**, (socio del estudio Fleurbaix Laventie Ciudad Salud desde 1992) y **APS** (Aseguradores Prevención Salud, agrupación de los aseguradores salud francesa). En enero de 2006, el **Fundación Internacional Carrefour** también eligió apoyar el programa al nivel nacional.

Junto con los socios fundadores, **APS** y **Nestlé**, y de **Fundación Internacional Cruce**, el Club de Socios, reúnen a tres nuevos socios económicos del programa que volvió posible, por su apoyo y su compromiso, la extensión del programa EPODE a nuevas ciudades. Son miembros del Club de socios: **Ferrero**, el **Fundación CNP Seguros**, el **Fundación ISICA**, **Terraillon**.

La participación de actores económicos es una respuesta a las dificultades de financiamiento de las ciudades para las acciones de Salud Pública. Permite así facilitar e dinamizar la aplicación de una cultura de prevención en las ciudades de conformidad a las recomendaciones del informe 2003 IGAS y del PNS.

Los socios firmaron el contrato de colaboración contractual y se comprometen:

1. no comunicación de marca producto
2. no intervención en el contenido del programa

3. comunicación institucional referente solamente al planteamiento.
4. como contrapartida, los logotipos de los socios están presentes sobre los carteles y documentos de comunicación

Bajar el contrato de compromiso de los socios firmada por Nestlé y APS

Acompañar al consumidor para comer mejor, vivir mejor, está en el centro de la estrategia de cada uno de socios. Al comprometerse en el programa EPODE, los socios apoyan un planteamiento ciudadana emblemático.

Este planteamiento se inscribe en un planteamiento iniciado desde hace varios años, o incluso decena de años para cada uno de ellos.



MINISTERIOS

“Juntos, prevengamos la obesidad de los niños” (EPODE) se coloca bajo el Alto Patrocinio:

- del Ministerio de Salud, Familia y Personas Minusválidas,
- del Ministerio de Juventud, Educación Nacional e Investigación,
- del Ministerio de Deportes,
- del Ministerio de Agricultura, Alimentación, y Asuntos Rurales,
- del Ministerio delegado a la Ciudad y a la Renovación urbana,
- del Secretariado de Estado a las Pequeñas y medianas empresas, al Comercio, a la Artesanía, a Profesiones liberales y al Consumo.



ASOCIACION FRANCESA DE PEDIATRÍA (AFPA)

La Asociación Francesa de Pediatría Ambulatoria (AFPA) existe desde hace casi 14 años. Se fundó en 1990.

Esta asociación nació de la **necesidad de añadir a la formación inicial universitaria inevitable, una formación práctica más adaptada a las realidades diarias de la pediatría de terreno.**

La asociación francesa de pediatría ambulatoria agrupa pediatras que tienen un método de ejercicio a predominio liberal (pediatría de ciudad), la mayoría teniendo también una actividad hospitalaria, o en pediatría comunitario (guardería, guardería, casa de niños, PYCME, medicina escolar...)

Cuenta actualmente a más de a 1200 miembros.

El AFPA tiene por principal objetivo la formación médica continua de los pediatras de ciudad para mejorar el seguimiento de los niños del nacimiento al final del crecimiento: cumple con éxito esta misión gracias a:

- A sus congresos semestrales con talleres prácticos,
- A sus seminarios regionales a lo largo del año,
- A los diplomados que estableció (Pediatras en maternidad, desordenes de aprendizajes, luxación de caderas...)
- En el trabajo de los grupos de investigación: amamanto, adolescencia, guarderías, infecciología, luxación de cadera, neonatología, nutrición, obesidad, retrasos escolares y trastornos de los aprendizajes... Estos grupos realizan estudios y valoraciones, establecen relaciones interprofesionales y institucionales o administrativas
- Al sitio Internet muy activo, rico y vivo: www.afpa.org, accesible a los profesionales de salud como a los padres que permiten intercambios instantáneos.
- A la edición de la revista bimensual "el Pediatra"

El AFPA también realizó dos programas informáticos:

- Infansoft* para facilitar el ejercicio al gabinete (agarrada de los datos médicos, vacunas, consejos dietéticos, vigilancia de las curvas de crecimiento,...) pero que es también un apoyo de FMC por sus cuestionarios siempre validados y actualizados,
- así como Prescaide* que es una herramienta de ayuda al diagnóstico (sistema informático de ayuda a la prescripción).

Por otra parte el AFPA tiene una importante actividad de investigación y evaluación gracias a sus grupos de investigación, (el AFPA participa en numerosos estudios de investigaciones epidemiológicos, clínicos y de prevención) así que una actividad de valoración para el ANAES, el AFSSA, las DG, los Ministerios, el CNAM,...

El AFPA está en relación con las sociedades científicas de medicina infantil francesas y europeas.

Por fin, el AFPA desarrolló acciones humanitarias pediátricas importantes, en numerosos países (Birmania, Burkina Faso, Madagascar, Moldavia, Nepal, Vietnam).

Domicilio social:

110 avenida Eiffel,
21000 DIJON

Teléfono: 03 80 41 77 09

Fax: 03 80 42 81 02

Sitio Internet: www.afpa.org

ASOCIACION DE LOS ALCALDES DE FRANCIA (AMF)

Una idea compartida, de los servicios en común

Fundada en 1907, reconocida de servicio público en 1933, la Asociación de los alcaldes de Francia reúne hoy más de 35.000 miembros. Su representatividad y su pluralismo hacen de ella un interlocutor inevitable de los poderes públicos. Desde 1999, abrió sus estatutos a los establecimientos públicos de cooperación a fiscalidad propia.

La asociación es administrada por una Mesa compuesta de 36 miembros adherentes, cuyos tres cuartos al menos deben ser alcaldes. Políticamente paritario, incluye al menos a un tercio de Presidentes de asociaciones departamentales y al menos un cuarto de Presidentes de comunidades. Esta Mesa, elegida por tres años, es compuesta de Presidente, primer Vicepresidente, un Secretario General y un tesorero general. Son también Vice-Presidente de derecho los miembros de la Oficina que presiden a una comisión permanente de la AMF. La Mesa está asistida en opinión de un Comité director de ciento miembros incluidos los tres cuartos al menos deben ser alcaldes.

Una red de 100 asociaciones departamentales de alcaldes contribuye al ejercicio de las misiones del AMF.

Dos grandes misiones

- **Una fuerza de propuesta y representación**

La AMF interviene como interlocutor privilegiado de las autoridades públicas por todas partes donde se juegan el futuro de municipios, de sus agrupaciones y las condiciones de su desarrollo.

- **Una fuente de consejos, información permanente y ayuda para decisiones al servicio de todos los alcaldes y Presidentes de agrupaciones intercomunales**

Una información fiable permite una gestión eficaz del municipio, o de la estructura intercomunal.

Los servicios de la AMF ejercen un seguimiento y un análisis de la actualidad legislativa y reglamentaria. Ellos efectúan un trabajo de valoración que permite entregar consejos personalizados a los alcaldes y a Presidentes de agrupaciones.

Competencias al servicio de las colectividades locales

- **El Congreso anual y el Salón de los Alcaldes y Colectividades Locales**

Organizados cada año en París EXPO, Porte de Versailles, el congreso reúne más de 12.000 participantes, el salón acoge por su parte a 600 expositores y a 45.000 visitantes.

- **La revista Alcaldes de Francia**

Esta revista propone análisis sobre expedientes de actualidad, presenta iniciativas locales.

- **La ética Alcaldes de Francia**

Su nuevo formato de 6 páginas ofrece una información completa sobre la actualidad jurídica y reglamentario.

- **Maire-Info: www.maire-info.com**

Diario de información en línea.

- **Guías prácticas**

Estas guías están disponibles y gratis en el sitio Internet del AMF. Tienen por objeto acompañar los alcaldes y Presidentes de comunidad en el ejercicio de su mandato.

- **www.amf.asso.fr**

La página tiene como objetivo ser un cruce de la actualidad para todos los cargos electos y protagonistas locales, un centro de valoración de la gestión comunal e intercomunal, por fin un observatorio de lo que está en juego de la vida pública local. Están disponibles in situ este todos los datos de las asociaciones departamentales así como las posiciones del AMF sobre la actualidad.

Servicios específicos

- **FONPEL** es un fondo de pensión específicamente creado para las municipalidades.

- **AYUNTAMIENTO 2000:** asociación creada en 1985. Su misión es aportar una asistencia técnica y financiera a las asociaciones departamentales de alcaldes para acciones de información cuyos tienen el control.

- **SERVICIO PÚBLICO 2000:** creada en 1996, la asociación da opinión como experto a los municipios y a comunidades en sus relaciones contractuales con las empresas sobre la gestión de servicios públicos.

41 Quai d'Orsay,
75.343 Paris cedex 07
Teléfono: 01 44 18 14 14
Fax: 01 44 18 14 15
Internet: <http://www.amf.asso.fr>

SOCIEDAD FRANCESA DE PEDIATRIA (SFP)

Creada en 1929, la Sociedad Francesa de Pediatría, asociación regulada mediante la ley de 1901, agrupa los médicos pediatras resultantes de todos los métodos de ejercicio de la pediatría.

La SFP inscribió en prioridad de sus objetivos la promoción de toda iniciativa en favor de la salud del niño, de la concepción a la adolescencia, en particular, comprometiéndose en acciones de información y de prevención relativa a la infancia a destino de los profesionales y/o del público.

La SFP tiene también vocación suscitar toda acción en favor del desarrollo de la pediatría francesa, promover los distintos métodos de ejercicio de la pediatría y favorecer colaboraciones e intercambios en el marco de redes, promover la investigación en pediatría y dar a conocer los trabajos científicos de pediatras franceses.

Sede: Hospital Necker
Servicio de Neumología y Allergologie Pediátrico
149 rue de Sèvres - 75015 PARÍS

Secretariado: Hospital Manojó
Secretariado del Pr G. Leverger
26 avenue du Dr A Netter - 75012 París
Telf.: 01 49 28 92 96 - Fax: 01 49 28 92 96
Lugar: <http://www.SFPediatric.com>
Mail: societe.francaise.pediatric@wanadoo.fr

ASEGURADORES PREVENCIÓN SALUD (SPS)

No hay seguro posible, que sea obligatoria o complementaria, sin prevención. Que sea bajo el aspecto económico o bajo el aspecto humano, la prevención en el ámbito de la salud es una necesidad que se hace cada vez más sentir. Es la verdadera clave de la longevidad, del bienestar, tanto como la del control gastos de salud.

Los aseguradores cubren los riesgos pero tienen también la misión fundamental de prevenirlos.

Con este fin, las sociedades de seguros ofreciendo una protección complementaria contra la enfermedad o contratos de seguro de vida crearon, en 1982, a la asociación "Aseguradores, Prevención, Salud" que tiene como vocación promover toda iniciativa que tiende a preservar y a mejorar la salud de los Franceses.

En su relación privilegiada con el mundo del seguro cuyo oficio consiste en definir los riesgos y en medir las consecuencias, el APS se beneficia de una valoración esencial.

Durante estos veinte últimos años, y bajo la autoridad de su Comité médico, el APS difundió gratuitamente más de 60 millones de fichas o prospectos relativos a una treintena de temas de salud. Entre los principales difusores, se tienen en cuenta las farmacias, la medicina del trabajo, las administraciones, a las escuelas y a los aseguradores, ellos mismos.

Financiada por 250 sociedades de seguro de vida y salud agrupadas en la Federación Francesa de las Sociedades de Seguros (FFSA), la asociación Aseguradores, Prevención, Salud llevó también grandes campañas de información, en particular, aquéllas acerca de la prevención del MST-Sida, de los riesgos cardiovasculares y de la dependencia.

La próxima campaña tendrá por tema la OBESIDAD INFANTIL. En efecto, una mala alimentación en el primeros años de la vida pueden implicar consecuencias a menudo dramáticas a la edad adulta: problemas cardíacos,

articulares y respiratorios. Pero es sobre todo la diabetes que preocupa ya que se anuncia como siendo la plaga mundial de los veinte próximos años.

Fuerte de la experiencia de Fleurbaix-Laventie, y bajo el control de las más Altas Autoridades y competencias en este ámbito, la asociación Aseguradores, Prevención, Salud se compromete en esta importante misión de sensibilización en 10 ciudades situadas en distintas regiones francesas.

[http://Sitio Internet: www.ffsa.fr](http://www.ffsa.fr)

Nestlé

Volviéndose socio de "Conjunto, prevenamos la Obesidad de los Niños ", después de haber apoyado el estudio Fleurbaix-Laventie ciudad Salud, Nestlé se inscribe naturalmente en la permanencia de sus compromisos en materia de nutrición y salud.

Desde su creación en 1866, Nestlé tiene en efecto acompañado los profundos cambios que señalaron nuestras necesidades y nuestros métodos de consumo alimentarios.

Al final del Siglo XIX siglo, se trataba en primer lugar de favorecer el acceso del mayor número a una alimentación sana y de calidad. Nestlé contribuyó enérgicamente creando y difundiendo métodos de conservación y de preparación de los alimentos ahora asociados a marcas mundialmente conocidas como Maggi y Nescafé.

Desde, los aproximadamente 3.500 colaboradores y colaboradoras de la investigación Nestlé que trabajan en el mundo entero no cesó de desarrollar y de mejorar los productos en los ámbitos del gusto, del placer, de variedad, y de la calidad alimenticia, para satisfacer las exigencias crecientes de los consumidores.

Las calidades alimenticias de los productos se colocan ahora en 2da prioridad después del gusto, y el público es ahora consciente de la influencia de los comportamientos alimentarios sobre algunas enfermedades y sobre la esperanza de vida.

Por esta razón Nestlé procura anticipar las expectativas y preocupaciones de la sociedad, sobre temas tan distinto que la educación de los sentidos, la prevención de la osteoporosis, el equilibrio de la flora intestinal, la desnutrición en los ancianos, y, bien obviamente, el tema principal que lo reúne hoy: la prevención de la obesidad infantil.

El seguimiento atento de todas las etapas y de los resultados del estudio de intervención Fleurbaix-Laventie ciudades Salud, que acompañamos desde hace 10 años que muestra al paso nuestro compromiso a largo plazo sobre este tema -, nos convenció del interés en ampliar este planteamiento a 10 ciudades en Francia.

Y es pues con mucho entusiasmo que decidieron ampliar así nuestra contribución a la creación y a la difusión de las buenas prácticas en el ámbito de la nutrición, de la higiene de vida y de promoción del ejercicio físico.

Sean convencidos de que encontrarán con Nestlé-Francia a un socio determinado pero discreto, que tendrá entusiasmo al poner sus medios al servicio de este proyecto que exalta y tan importante, para garantizarle el éxito y la repercusión que merece.

FUNDACION INTERNACIONAL CARREFOUR (FIC)

Creada en julio de 2000, "la Fundación de Empresa Internacional Carrefour" participa en catástrofes naturales y tecnológicas con ayuda de urgencia y a la reconstrucción y se produce en favor de la lucha contra la exclusión.

En 5 años, se convirtió en una estructura reconocida, de estatura internacional, estableciendo "relaciones oficiales" con la UNESCO, obteniendo el estatuto consultivo en el Consejo Económico y Social (ECOSOC) y trabaja conjuntamente con los Gobiernos.

La Fundación Internacional Carrefour procura aportar una ayuda concreta a las poblaciones las más pobres y a responder a las problemáticas locales. Para eso garantiza la eficacia de su acción federando los colaboradores alrededor de proyectos vinculados a los oficios y a las competencias de los hombres y de mujeres del Grupo Carrefour por:

- La colecta y la distribución de productos alimenticios, de productos de higiene, de industrias textiles en las tiendas sociales que establece o por una ayuda conjunta con los almacenes Carrefour a Bancos Alimentarios.

- La ayuda de urgencia y la reconstrucción en las catástrofes respondiendo a las necesidades expresadas y garantizando una logística rápida, eficaz y organizada de distribución,
- El acompañamiento técnico y financiero de micro crédito y el desarrollo rural a través de los sectores alimentarios,
- La ayuda a la reinserción, a la escolarización, a la formación profesional o la oferta de períodos de prácticas en almacenes y la inserción de las personas discapacitadas gracias a los apoyos que aportan los asalariados,
- La participación en campañas de prevención contra la desnutrición y en favor de la seguridad alimentaria por la difusión y la comunicación de una información científica pertinente.

En este marco y como protagonista de la distribución alimentaria, Carrefour desea responsabilizarse en la salud de sus asalariados y clientes. La obesidad, reconocida como uno de los riesgos principales de Salud Pública, es una de la problemática a la cual la Fundación Internacional Carrefour deseó responder al ser socio del Programa EPODE. Contribuye a la reducción de la obesidad de los niños por la educación de familias a la toma de conciencia de la importancia de una alimentación sana y equilibrada y a la promoción de una actividad física regular. La Fundación Internacional Carrefour moviliza también a los equipos de Carrefour para que garanticen un enlace local de la información y utilizan los soportes desarrollados para el planteamiento EPODE. Cada empresa procura así difundir y distribuir los "leaflets" temáticos realizados para la acción "la temporada tiene del gusto" o a animar talleres pedagógicos en colaboración con educadores y profesores para los niños.

Consciente que la acción conducirlo de todos puede llevar a una prevención eficaz de la obesidad en Francia pero también en Europa, en España y Bélgica, el Grupo Carrefour, a través de su Fundación, es orgulloso de participar de la prevención y la atención a partir de la más temprana edad del sobrepeso de los niños.

Fundación Internacional Cruce
112, avenue Kléber
75116 Paris cedex 16
FRANCIA

Sitio Internet:

www.fondation-internationale-carrefour.org

FERRERO

En Francia:

Filial de una empresa familiar italiana, Ferrero Francia se creó en 1959. La empresa se sitúa hoy en primera posición en el mercado francés de la confitería de chocolate con una cuota de mercado del 20% (en valor). En 2005, la empresa realizó un volumen de negocios de 853 millones de euros.

Ferrero Francia emplea alrededor de 900 colaboradores distribuidos en tres sitios en Seine-Maritime.

El grupo está presente en 10 mercados y comercializa aproximadamente 50 productos diferentes a través del mundo. En Francia, la empresa está presente a través de marcas muy conocidas como Nutella, Kinder, Ferrero Roca, Raffaello, Mi Amar, Duplo y Tic TAC.

Placer y compromiso, el planteamiento Ferrero

Ferrero fabrica productos de placer especialmente apreciados de los niños. Consciente de sus responsabilidades y del respeto que debe a sus consumidores, la empresa se compromete de conformidad con los objetivos de Salud Pública en materia de alimentación y de nutrición.

Esta voluntad se traduce en hechos por:

- **Porciones adaptadas a las necesidades de los niños:**

Desde siempre, los productos Ferrero destinados a los niños se proponen en pequeñas porciones adaptadas a su necesidad y embaladas individualmente. Eso traduce el compromiso de la empresa en favor de una cantidad y de un consumo razonable de sus productos.

- **Una comunicación responsable:**

Porque el joven niño es incapaz de distinguir la ficción de la realidad, Ferrero eligió después varios años de no difundir ningún anuncio en las emisiones para niños.

En la actualidad, esta voluntad se traduce en el compromiso de no hacer publicidad en los programas donde los niños menores de 10 años representan más de un 25% de los telespectadores.

Ferrero se prohíbe también toda comunicación en los apoyos de prensa que les están específicamente destinados.

La publicidad Ferrero va dirigida a los padres, en una lengua que es el de los adultos. Su contenido pone el acento en promover un método de vida sano y activo en un universo socializado.

- **Una información transparente:**

Ferrero pone a disposición de los consumidores sobre cada embalaje un etiquetado detallado de características alimenticias de sus productos. Indica el contenido en calorías y en principales nutrimentos, a los 100 g pero también a la porción, dando así una información clara, simple y útil.

- **La mejora de la calidad alimenticia de nuestros productos:**

Desde siempre, concedemos una gran importancia a la calidad alimenticia de los productos que proponemos. Eso se traduce a primer lugar por materias primas seleccionadas para su calidad. Así pues, se realizó un trabajo importante para suprimir las materias grasas hidrogenadas y para limitar el contenido en sodio en los productos. Un equipo dedicado de nuestro centro INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO prosigue este trabajo y estudia por ejemplo las posibilidades de reducción de la cantidad de azúcares simples.

- **El apoyo a programas de investigación:**

El desarrollo del predominio de la obesidad es un fenómeno complejo cuyas causas son múltiples y sus interacciones a veces desconocidas. Con el fin de profundizar en el conocimiento, Ferrero apoya varios estudios científicos en asociación con establecimientos públicos de investigación (Universidad, Institutos Nacionales...) más específicamente en los ámbitos de la sociología, de la economía y de la estadística.

- **El apoyo en Bélgica y Francia de programas locales de prevención de la obesidad infantil:**

Ferrero está convencido de que cada individuo es protagonista de su salud y que solamentelas acciones concretas llevadas en proximidad pueden actuar eficazmente en prevención de la obesidad. Ferrero sostiene pues el programa **EPODE** (Conjunto previenen la Obesidad de los Niños) en Francia y hace parte de socios fundadores de **Viasano** en Bélgica.

Estas iniciativas, llevadas en 10 ciudades piloto en Francia desde 2004 (30 ciudades a partir de 2007) y 2 ciudades pilotos en Bélgica, tienen por principio de implicar mucho el conjunto de la población así como los protagonistas locales cuyas misiones no son a priori retransmitir mensajes de prevención salud (cantinas, ayuntamientos, supermercados, asociaciones deportivas, profesores...). Los conceptos de placer y de facilidad de uso, estrechamente adjuntas a nuestra tradición culinaria, siguen siendo central en todas las acciones propuestas.

Estos programas de prevención se construyen al diario en un planteamiento participativo que incite a la movilización de todos. Ferrero, que desea también favorecer en su sector el establecimiento de un diálogo constructivo susceptible de favorecer una verdadera colaboración de terreno, se siente cerca de los valores y modalidades de estos programas.

En Francia, en Bélgica y en otros lugares en el mundo, Ferrero quiere promover una movilización global de protagonistas implicados en la prevención de la obesidad así como la cooperación de todos y la responsabilización de cada uno: individuos, colectividades públicas locales, Estado y empresas. Es en este sentido que Ferrero preside en Francia el Sindicato Nacional de la Chocolatería y que la empresa orienta su actividad; pero también que implica día después de día sus asalariados.

FUNDACIÓN CNP SEGUROS

CNP Seguros, contratada en un mecenazgo de solidaridad

Porque la vida está en el centro de su oficio, CNP Seguros, primer asegurador de personas en Francia, eligió, a partir de 1988, comprometerse y a largo plazo y significativamente en un mecenazgo de solidaridad en favor:

- de la salud, mediante la Fundación CNP Seguros consagrada a la lucha contra el dolor y a la mejora de su ascensión a todas las edades de la vida, al hospital, en medicina de ciudad o al domicilio. Después su compromiso en el programa dolor, 110 proyectos se beneficiaron del apoyo de la Fundación para más de 5 millones de euros de subvenciones.
- Ética y calidad de los servicios que favorecen autonomía de los ancianos mediante la asociación GERIAPA, iniciadora y al origen de la elaboración y la difusión de los referenciales "Servicios a Personas a domicilio" y " Establecimientos de Alojamiento para Ancianos".
- CNP Seguros se vio otorgar el premio Admical especial del jurado 2005 para el conjunto de su acción de mecenazgo. Portador de la identidad y los valores de la empresa, el mecenazgo CNP Seguros contribuye

en señalar la responsabilidad social de la empresa apoyando acciones innovadoras, perennes y reproducibles.

La Fundación CNP Seguros diversifica sus acciones y se compromete en el programa EPODE, “Conjunto, prevengamos la Obesidad de los Niños”

La obesidad no deja de progresar en Francia desde 1997 y se convierte en interés de salud pública. Para hacer frente a este nuevo reto, la Fundación CNP Seguros eligió confirmar su tema “Salud” diversificando sus acciones y comprometiéndose en la Prevención de la obesidad del niño gracias al programa EPODE.

Así pues, la Fundación CNP Seguros sostiene más concretamente, en el marco de la red de las ciudades EPODE, la formación de los protagonistas de terreno (Jefe de proyecto, dietista, médico escolar y/o enfermera escolar, profesores) que establecen el programa “EPODE” en las ciudades voluntarias. Basándose en herramientas validadas y proponiendo una formación adaptada a los protagonistas de terreno de las ciudades implicadas, los equipos municipales tienen así el seguro de comunicar a los conciudadanos mensajes coherentes en vínculo con las recomendaciones del Programa Nacional Nutrición Salud (PNS) y de proponerles acciones de proximidad de calidad.

FUNDACION ISICA

La Fundación de empresa ISICA tiene la vocación de crear y hacer prosperar en el grupo AG2R-ISICA un Polo alimentario paritario que realiza acciones para favorecer la higiene alimentaria.

La Fundación consagra su acción en el ámbito profesional del sector alimentario para aportar reflexiones y soluciones a las preocupaciones de los asalariados activos y jubilados del sector, como el envejecimiento, la prevención de la obesidad, las enfermedades profesionales o también la desnutrición.

Para ello, eligió trabajar sobre proyectos en asociación con organismos competentes en estos ámbitos.

Los programas EPODE, juntos previenen la Obesidad de los Niños, y EPODE+ (vuelto hacia los adultos y los adultos mayores) responden totalmente a estos criterios de prevención sobre la salud Programa de terreno que trae colectividades locales responsables por comprometerse plenamente en un planteamiento de prevención en las escuelas, el asociaciones, las empresas y el propio ayuntamiento, EPODE permite a los ciudadanos implicarse en acciones de interés general que refuerzan el vínculo social y la solidaridad.

La Fundación de empresa ISICA examina esta cuestión a partir de las constataciones del comportamiento de los jóvenes, adultos mayores, del método de consumo y producción con el fin de intervenir sobre lo que debe cambiar. Es necesario también interesarse por la evolución de las estructuras familiares y demográficas que influyeron mucho sobre los cambios producidos en las modalidades de formación, transmisión y evolución de los gustos y de comportamientos. Era pues natural que estuviéramos presentes a los lados de uno de los protagonistas más importantes sobre estas cuestiones.

TERAILLON

El compromiso Terraillon para el bienestar de sus consumidores

Fiel al espíritu de vanguardia que presidió a su creación, Terraillon concibe y fabrica aparatos después 1946, que preceden las esperas de los consumidores. Referencia en el universo de las básculas, de impedancímetros, y de las balanzas de cocina, Terraillon diversifican sus actividades desde 2003 proponiendo productos de bienestar y salud, de las garrafas filtradas, así como de los productos de pequeña puericultura bajo la marca Petit Terraillon.

Líder en el mercado francés de las balanzas de cocina y de las básculas desde la creación de la empresa, Terraillon no cesó desde poner su huella en las más importantes innovaciones.

Parte integral del patrimonio de las marcas francesas, los aparatos Terraillon indican su modernidad y su tecnología en todas las partes de la casa, de la cocina al cuarto de baño.

El espíritu Terraillon se expresa a través de 3 valores fundamentales:

- **La Creatividad**, por el diseño y la innovación
- **La Simplicidad**, por la creación de productos útiles y fáciles a utilizar
- **La Confianza**, por nuestra constancia en la calidad y la fiabilidad de nuestros productos

Percibido como el ángel guardián de la casa, Terraillon es una marca emblemática para los consumidores. Desde su creación, Terraillon es una marca que conoce el valor de las cosas y que sabe dar señales de la vida "exactamente" a través de las distintas edades. Por sus productos astuciosos y prácticos para la función principal del mantenimiento del cuerpo en buena salud, Terraillon acompaña el diario y es atento a sus consumidores. Es una marca que genera placer protegiéndonos al mismo tiempo.

En la continuidad de esta promesa, Terraillon se compromete hoy en la protección de la familia y más especialmente en la lucha contra la obesidad de los niños. Sensibilizado por este problema de Salud Pública, Terraillon multiplica las intervenciones para ayudar a las familias al diario y se compromete en el programa EPODE como miembro del club de los socios.

Terraillon está convencido de que es a través de acciones de sensibilización, información, formación y de prevención que el problema de obesidad infantil puede combatirse. El planteamiento del programa EPODE que sobrepasa el marco estrictamente médico implicando el conjunto de los protagonistas de la ciudad permite dar señales a nuestros niños. Y es precisamente este fuerte compromiso que Terraillon desea apoyar y promover hoy...

Sitio Internet: www.terraillon.com

LA CIUDAD, AL CENTRO DE LA PREVENCIÓN

Un nuevo protagonista de Salud Pública: la Ciudad

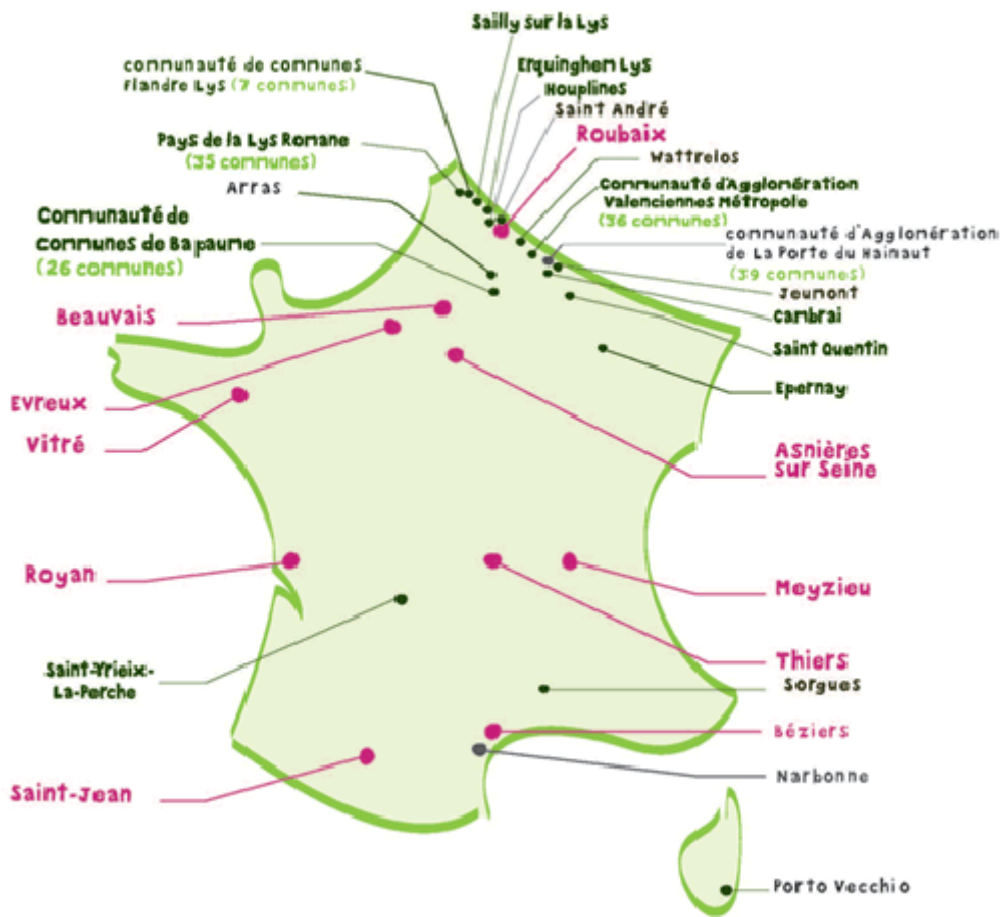
Ser eficaz en materia de Salud Pública supone realizar acciones concretas, visibles y duraderas en las cuales se implica el conjunto de los protagonistas. La comunicación en torno a estas acciones facilita la apropiación, la movilización y la implicación de los habitantes.

Realizar acciones de Salud Pública en la ciudad es un factor clave de éxito y eficacia que debe ser reforzado por una fuerte voluntad política del alcalde y los cargos electos locales.

Como dan prueba la experiencia de Fleurbaix Laventie Ciudad Salud y las recomendaciones actuales*, este enfoque es primordial y constituye una prueba de eficacia. El nivel local es el nivel ideal de toda campaña de prevención ya que su éxito reside en acciones concretas, de proximidad: acciones federalizadoras que movilizan e implican el conjunto de los protagonistas de la colectividad.

"Conjunto, previenen la obesidad de los niños" (EPODE) es un programa puesto en marcha inicialmente en 10 ciudades en Francia.

Preocupadas de responder lo que está en juego a nivel de Salud Pública principal, las 10 ciudades piloto EPODE se comprometieron a establecer acciones concretas, a más cerca de la población, durante 5 años gracias a la movilización de el conjunto de la colectividad.



Se invita profesores, profesionales de salud, padres, asociaciones, comerciantes, cada uno a participar de iniciativas desarrolladas en las escuelas y en la ciudad para redescubrir la alimentación y promover mayor actividad física en los niños.

Las 10 ciudades piloto EPODE:

Asnières-sur-Seine, Beauvais, Béziers, Evreux, Meyzieu, Roubaix, Royan, San Juan, Esmaltado, Thiers

Las ciudades que se incorporaron al programa en 2007 y 2008:

Arrás, Cambrai, Comunidad de Municipios Bapaume, Comunidad de Municipios Flandes Lirio, Comunidad de Aglomeración de la Puerta del Hainaut, Comunidad de Aglomeración de Valenciennes, Douai, Epernay, Erquinghem, Houplines, Jeumont, Narbonne, País del Lirio Romance, Oporto Vecchio, Sailly sobre el Lirio, San André, St Yrieix la Pértiga, San Quentin, Sorgues, Wattrelos

EL PROGRAMA EPODE EN PRACTICA

Los iniciadores del programa

La asociación Fleurbaix Laventie Ciudad Salud enero de 2004 inició el programa EPODE en Enero 2004.

El **Comité de expertos** se ha nombrado para validar las iniciativas establecidas. Los expertos interesados representan las distintas disciplinas en cuestión: nutrición, pediatría, psicología, sociología, pedagogía. Él se compone siguientes personalidades:

- Doctor Michel BORYS, endocrinólogo y nutricionista, codirector del programa EPODE,
- Nathalie RIGAL, psicóloga de la nutrióloga a la Universidad de Nanterre,
- Profesor Daniel RIVIÈRE, jefe de servicio Exploración Función Respiratoria y Medicina del Deporte CHU Purpan, Toulouse y Vicepresidente de la Sociedad Francesa de Medicina del Deporte,
- Monique ROMON, nutrióloga, responsable del servicio nutrición al CHU de Lille, miembro SFN,

Doctor Sophie TREPPOZ, pediatra en Lyon, representante del AFPA, coordinadora de la grande red REPOP Lyon.



LAS GRANDES ETAPAS DEL PROGRAMA EPODE

“Conjunto, prevengamos la obesidad de los niños” se articula en torno a dos principios de intervención. Inicialmente, una prevención “primaria” ante el conjunto de colectividad para sensibilizar el conjunto de los protagonistas, formar los participantes, actuar en las escuelas y la ciudad.

Luego una prevención “secundaria” profesionales de salud, con el fin de atender a los niños con sobrepeso. Estas etapas son inevitables para una prevención eficaz.

La prevención primaria

Informar y sensibilizar al conjunto de los protagonistas

Inicialmente el conjunto de los protagonistas locales, de los profesionales de salud, de los profesores luego familias se informan mediante reuniones públicas, cuadernos, letreros, intervenciones en los medios de comunicación...

Capacitar los participantes

Los profesionales de salud (médicos y enfermeras escolares, médicos de ciudad y hospital) se benefician de una formación relativa a la obesidad del niño, su detección y su atención. Formaciones complementarias se proponen a los que desean profundizar en sus conocimientos.

Los profesores se benefician, por su parte, de una *información* privilegiada.

Actuar en las escuelas y las ciudades

Se desarrollan algunos materiales pedagógicos a destino de los profesores.

El objetivo consiste en proponer a los profesores que lo desean de integrar en sus cursos los conceptos de nutrición, diversidad y equilibrio alimentario.

Se propone también a las escuelas transformar los cursos de recreación, con el fin de favorecer quince a treinta minutos de actividad física espontánea diaria para los niños.

Por fin, se emprende una acción para la restauración escolar con un máximo aprovechamiento de ésta, una preparación pedagógica a las degustaciones y un seguimiento.

Se establecen algunos espacios temáticos Ludopedagógicos con los servicios de restauración escolar de ciudad en colaboración con los nutriólogos para aprender a los niños a cocinar, permitirles realizar talleres del gusto...

Se propone un fuerte tiempo, federalista y visible en la ciudad en torno a la nutrición y la actividad física cada año con motivo de la Semana de la nutrición y la actividad física.

Algunos ejemplos de acción:

En el ámbito de la alimentación: "La temporada tiene sabor".

El principio es poner al honor, cada trimestre a una familia de alimentos para promover el consumo según las recomendaciones del PNS.

La familia de alimentos está fomentada en las escuelas gracias a la entrega de documentos pedagógicos para los profesores y su puesta al honor durante las comidas tomadas al comedor escolar.

En paralelo, se entrega una información a los médicos sobre el grupo de alimentos y sus virtudes nutricionales.

Se les fomenta también a poner a disposición de sus pacientes en su sala de espera de los documentos de información. El mismo planteamiento se propone a los farmacéuticos.

Se entrega un documento de información práctica a los padres e información circula en la ciudad mediante los

Diarios locales y las distribuciones de fichas en los lugares públicos.

Los medios de comunicación están informados a la ocasión de una conferencia o de un comunicado de prensa. Los protagonistas económicos se solicitan: por ejemplo, puesta al honor de menus en los restaurantes, operaciones promocionales en los distribuidores...

En el ámbito de la actividad física, de las acciones de tipo "Conjunto, caminemos hacia la escuela" (autobús escolar peatonal administrado por padres que por turno conducen a un grupo de niños a pie a la escuela) son fomentadas así como toda una serie de otras iniciativas destinadas a favorecer gracias a la participación de asociaciones deportivas locales el acceso a una actividad física de diversión y no exclusivamente deportiva.

Las acciones realizadas en cada escuela y cada ciudad pueden diferir de una ciudad a otra en la medida dónde se basan en las especificidades locales y la inversión de la población.

Por fin, se pesa y mide a los todos los niños de 5 a 12 años cada año. Se prorroga su IMC así calculado sobre la curva de masa corporal que corresponde, curva sistemáticamente comentada y dirigida a los padres.

Se incita a los padres de niños en riesgo o con sobre peso a consultar a su médico.

Prevención secundaria

Este tipo de prevención se destina esencialmente a los profesionales de salud (médicos y enfermeras alumnos, médicos de ciudad, generalistas y especialistas hospitalarios y liberales) con una intervención en los niños detectados.

El objetivo consiste en permitir a los niños estabilizar su masa corporal o reducirla.

Según las regiones y la sociología de los centros escolares, 5 al 25% de los niños tienen un problema de obesidad.

Se trata pues, por una parte, de proponer a los médicos beneficiarse de una formación y/o de una ayuda para la atención y, por otra parte, de incitar los padres a consultar a su médico.

La capacitación de los médicos voluntarios se efectúa en forma de enseñanza postuniversitaria en relación con los expertos locales previamente formados.

Los médicos disponen de herramientas, en particular, resultantes del Programa Nacional Nutrición Salud, para la toma en carga de la obesidad.

EPODE SE EXPORTA

Sobre la base del éxito del programa EPODE en Francia y porque la epidemia de obesidad infantil prevalece por todas partes en Europa, la extensión del programa a otros países europeos está en marcha desde principio del 2006. Así pues, el planteamiento EPODE se duplica poco a poco y se adapta a cada país teniendo en cuenta sus especificidades culturales, políticas, institucionales y económicas.

Hasta ahora, el programa comenzó en Bélgica bajo el nombre de **VIASANO** y en España bajo el nombre de **THAO Salud Infantil**. El EPODE European Network se estableció también desde el año 2008 con el apoyo de la Comisión Europea y de socios privados, con el fin de enriquecer **el modelo de prevención EPODE** en vista de experiencias existentes (EPODE, Viasano, Thao y demás) y contribuir así a una prevención eficaz y duradera de la obesidad del niño y las enfermedades vinculadas al método de vida (enfermedades cardiovasculares, diabetes de tipo 2...).

