

## Obezite Hakkında OECD Raporu

- OECD ülkelerinde yaşayan her iki yetişkinden biri ve her altı çocuktan biri fazla kilolu ya da obezdir.
- Erişkin yaşlardaki obezite sıklığı en yüksek ABD, Meksika, Yeni Zelanda ve Macaristan'da iken; en düşük obezite sıklığı Japonya ve Kore'dedir.
- Obezite oranlarının 2030 yılına kadar artış göstereceği beklenmektedir. En hızlı artışın Kore ve İsviçre'de gerçekleşeceği tahmin edilmektedir.
- Özellikle fazla kilolu ya da obez kadınlar arasında sosyal eşitsizlikler belirgin şekilde dikkati çekmektedir. Bu konuda veri sunan 8 ülkeden dördünde; eğitim düzeyi düşük olan kadınlarda, eğitim düzeyi yüksek olanlara göre, fazla kilolu olma riski 3-4 kat daha yüksektir.
- Son birkaç yılda Belçika, Şili, Finlandiya, Fransa, Macaristan ve Meksika gibi bazı ülkelerde - sağlıklı beslenmeyi gündeme getirmek için- sağlıklı gıdaların fiyatının artırılması gibi tedbirlere başvurulmaya başlanmıştır.
- OECD'nin "Obezite Güncelleme 2017 Raporu"nda bireylerin sağlıklı beslenmesini sağlamak için halen artan sayıda OECD ülkesinde uygulanmakta olan iletişim politikalarına odaklanılmıştır.
- Bu iletişim politikaları içinde başlıcaları; kolay anlaşılabilir gıda etiketlemesi, toplumun farkındalığını arttırmak amacıyla yapılan kitlesel medya kampanyaları, sosyal medya ağlarının kullanılması, sağlığı güçlendirmek amacıyla düzenlenen kampanyalarda yeni teknolojilerin kullanılması ve sağlıklı gıdaların -özellikle çocuklara yönelik olduğunda- pazarlamasına sınır getirilmesidir.
- Bu iletişim politikaları içerisinde okul temelli müdahaleler ve 1. Basamak müdahaleleri ile bazı düzenleyici ve mali politikalar da yer almalıdır.

## Obezite İstatistikleri

- 2015 yılı itibari ile OECD ülkelerinde yetişkin yaşta toplumda obezite prevalansı ortalama %19,5'tir.
- Obezite sıklığı %6 ile Kore ve Japonya'da en düşük iken Macaristan, Yeni Zelanda, Meksika ve ABD de %30 un üzerindedir.
- Avustralya, Kanada, Şili , Güney Afrika ve Birleşik Krallık gibi ülkelerde her 4 yetişkinden biri obezdir.
- 1990 yılından bu yana İngiltere, Meksika ve ABD gibi ülkelerde fazla kiloluluk hızla artmaya başlamıştır.
- Son 10 yıldır fazla kiloluluk ve obezite prevalansı Kanada, Fransa , Meksika, İsviçre ve ABD'de artarken İtalya, Kore ve İspanya'da stabil hale gelmiştir.
- Bununla beraber obezite epidemisinin duracağına dair bir beklenti bulunmamaktadır.
- 15 yaş grubundaki çocuklarda fazla kiloluluk ve obezite prevalansı (%10 Danimarka'da) ile (%31 ABD'de) arasında bulunmaktadır.
- OECD ülkelerinde giderek artan sayıda politika üretilmesine rağmen 15 yaş fazla kiloluluk ve obezite oranları 2000 yılından bu yana hızla artmaya devam etmektedir.

- 3-17 yaş grubu çocuklarda ise örneğin Fransa’da 2012 yılına kadar nispeten stabil obezite rakamları ile karşılaşmışken İngiltere’de 2012 yılından beri ABD ‘de ise 2011 yılından beri kız ve erkeklerde obezite ve fazla kiloluluk artış eğilimi göstermektedir.

### **Obezite ve Fazla Kilolu Olan Grupta Sosyal Eşitsizlikler Artıyor**

- OECD ülkelerinin çoğunda kadınlarda obezite erkeklerden daha yüksektir. Bununla beraber ülkelerin çoğunda eğitim düzeyi düşük kadınlarda obezite oranları -eğitim düzeyi yüksek olanlara göre- 3-4 kat daha yüksek iken; erkeklerde böyle derin bir eşitsizlik bulunmamaktadır. Ek olarak ABD’de yüksek eğitilmiş erkekler arasında da obezite hızla artış göstermektedir.
- Aynı şekilde obezite sosyo-ekonomik durumla da ilgilidir. Obez kişilerin işleri (meslekleri) ile ilgili beklentileri normal kişilere göre daha kötüdür. Obez kişiler iş bulmakta ve yeniden işe alınmakta zorluklarla karşılaşmaktadır. Benzer şekilde obez kişilerin iş verimliliği daha düşüktür, daha çok hastalık izni kullanmaktadır, çalışma saatleri daha azdır ve normal kilodaki kişilere göre %10 oranında daha az kazanmaktadır.
- Obeziteye yönelik etkili mücadele politikalarının geliştirilmesi sağlık ve sosyal alanlardaki eşitsizlik kısırdöngüsünü de ortadan kaldıracaktır.

### **Sosyal Medya ve Yeni Teknolojilerin Farkındalık Amacıyla Kullanılması**

Son yıllarda sağlığı geliştirme kampanyalarının Facebook, Twitter ya da mobil uygulamalar aracılığıyla giderek daha fazla kullanıldığı görülmektedir. Yapılan bir derlemeye göre mobil telefon uygulamasının kullanılmasıyla obez bireylerde kilo kaybı sağlanabildiği gösterilmiştir. Bu kampanyaların çok başarılı olacağı yönünde henüz çok kanıtlarımız olmasa da İngiltere gibi ülkelerde yapılan kampanyaların (örneğin Change4Life) hedef kitleye ulaştığı görülmüştür. Bu kampanyaya katılan yetişkin kişilerin %58 i düşük yağlı ürünleri satın almaya başlarken kontrol grubunda bu oran %26 da kalmıştır.

### **Gıda Etiketlemesi**

- Gıda etiketleri besin öğelerinin listelenmesi, besin profili, bilgilendirici logolar (pozitif veya negatif yönde düşündüren trafik ışıkları gibi renklendirme şemaları) ile zorunlu ya da istemli temele dayalı uygulamalarla şekillendirilebilir.
- Besin paketlerinin üzerinde besin listelerinin bulunması OECD ülkelerinin çoğunda yasa ile zorunlu kılınmıştır. Bu konuda zorunlu (örneğin Şili, Kore) ve istemli (Örneğin İsveç, Danimarka) etiketleme sistemleri kullanılabilmektedir.
- Yapılan çalışmalarda, anlaşılması kolay bilgilendirici etiketlemenin -basit listelemeye göre- besin seçimi ve beslenme üzerindeki etkileri bakımından daha başarılı olduğu gösterilmiştir. Ayrıca bu şekildeki regülasyonlar gıda üreticilerinin ürünlerini yeniden geliştirme (reformülasyon) yaklaşımlarını da güçlendirmektedir.
- Trafik ışıkları sistemiyle renklendirmenin bireylerin daha sağlıklı gıdalara yönelmeleri ve daha az kalori almaları bakımından potansiyel yararları olduğu gösterilmiştir.

- Fransa’da 60 süpermarkette yapılan 10 haftalık gıda etiketleme çalışmasında, 5 renkli etiketlemenin çok başarılı olduğu gösterilmiş ve Nisan 2017’den itibaren ülke çapında uygulamaya konulmuştur.
- Kanada, “Sağlıklı Yeme Stratejisi Programı” çerçevesinde Aralık 2016’dan itibaren, özellikle yüksek miktarda sodyum, şeker ve doymuş yağ içeren gıdalar konusunda uyarı için yiyeceklerin besin etiketlerindeki logoların renklerini halka danışmaya başlamıştır.
- Az sayıdaki ülkede restoranlarda da benzer bir uygulamaya geçilmiştir. Bazı ülkelerde ( ABD, Avusturalya ve Kanada-Ontario’daki zincir restoranlarda menülerin içerdiği kalorilerin gösterilmesi yönetmelik olarak zorunlu tutulmuştur. ABD’nin New York gibi eyaletlerinde de bazı zincir restoranlarda 2300mg’ı aşan miktarda sodyum içeren menülere uyarı konulması yine yönetmelik gereği zorunlu tutulmuştur. Gıda etiketleri besin öğelerinin listelenmesi, besin profili, bilgilendirici logolar (pozitif veya negatif yönde düşündüren trafik ışıkları gibi renklendirme şemaları) ile zorunlu ya da istemli temele dayalı uygulamalarla şekillendirilebilir.
- Besin paketlerinin üzerinde besin listelerinin bulunması OECD ülkelerinin çoğunda yasa ile zorunlu kılınmıştır. Bu konuda zorunlu (örneğin Şili, Kore) ve istemli (Örneğin İsveç, Danimarka) etiketleme sistemleri kullanılabilmektedir.
- Yapılan çalışmalarda, anlaşılması kolay bilgilendirici etiketlemenin -basit listelemeye göre- besin seçimi ve beslenme üzerindeki etkileri bakımından daha başarılı olduğu gösterilmiştir. Ayrıca bu şekildeki regülasyonlar gıda üreticilerinin ürünlerini yeniden geliştirme (reformülasyon) yaklaşımlarını da güçlendirmektedir.
- Trafik ışıkları sistemiyle renklendirmenin bireylerin daha sağlıklı gıdalara yönelmeleri ve daha az kalori almaları bakımından potansiyel yararları olduğu gösterilmiştir.
- Fransa’da 60 süpermarkette yapılan 10 haftalık gıda etiketleme çalışmasında, 5 renkli etiketlemenin çok başarılı olduğu gösterilmiş ve Nisan 2017’den itibaren ülke çapında uygulamaya konulmuştur.
- Kanada, “Sağlıklı Yeme Stratejisi Programı” çerçevesinde Aralık 2016’dan itibaren, özellikle yüksek miktarda sodyum, şeker ve doymuş yağ içeren gıdalar konusunda uyarı için yiyeceklerin besin etiketlerindeki logoların renklerini halka danışmaya başlamıştır.
- Az sayıdaki ülkede restoranlarda da benzer bir uygulamaya geçilmiştir. Bazı ülkelerde ( ABD, Avusturalya ve Kanada-Ontario’daki zincir restoranlarda menülerin içerdiği kalorilerin gösterilmesi yönetmelik olarak zorunlu tutulmuştur. ABD’nin New York gibi eyaletlerinde de bazı zincir restoranlarda 2300mg’ı aşan miktarda sodyum içeren menülere uyarı konulması yine yönetmelik gereği zorunlu tutulmuştur.

### **Kitlesel Medya Kampanyaları**

- OECD ülkelerinde halkı sağlıklı gıda seçimine yöneltmek için kitlesel farkındalık kampanyaları yürütülmeye başlanmıştır. Bu kampanyalar daha geniş kitlelere ulaşmayı ve yeterli miktarda sebze-meyve tüketiminin önemi konusunda farkındalığı arttırmayı sağlamıştır.
- Örneğin “Günde 2+5 Kampanyası”nda Batı Avusturalya’da 3 yıl içinde sebze ve meyve tüketiminde %20 artış sağlandığı gösterilmiştir. Benzer şekilde Avusturalya’da uygulanan “LiveLighter” kampanyasında toplum farkındalığının diğer kampanyalara göre daha belirgin

şekilde arttığı ve kampanya ile sağlanan davranış değişikliklerinin daha uzun sürer devam ettirildiği gösterilmiştir."

### **Çocuklara Yönelik Reklamlara Kısıtlama Getirilmesi**

- 2011 yılından bu yana 7 OECD ülkesinde çocuklara yönelik gıda (sağlıksız yiyecekler ve şekerli içecekler) reklamlarına daha sıkı sınırlamalar düzenlemeler getirilmeye başlanmıştır. Şili, İzlanda, İrlanda ve Meksika’da çocukların uyanık olduğu saatlerde radyo ve televizyonda yiyecek ve içecek reklamlarının yapılması yasaklanmıştır. Benzer şekilde okullarda (Şili, Polonya, İspanya ve Türkiye), toplu taşıma araçlarında (Avusturalya) ve diğer kamuya açık alanlarda (Norveç) farklı yasaklamalar uygulanmaktadır.
- Mayıs 2016’da Avrupa Komisyonu, işitsel ve görsel medyanın rekabeti ve tüketicinin korunması arasında denge sağlamayı amaçlayan yönergede yeni önerilerde bulunmuştur. Bu revize yönergede isteğe bağlı video paylaşım platformlarında küçüklerin korunmasını amaçlayan yeni kurallar önerilmiş, aynı zamanda ticari iletişim araçlarına yeni düzenlemeler (öz düzenlemenin motive edilmesi, medya sahiplerine daha fazla esneklik tanınması gibi) konulması tavsiye edilmiştir. Bu revizyonlar halen Avrupa Parlamentosu ve Avrupa konseyi tarafından tartışılmaktadır.
- Çocuklara yönelik besin ile ilişkili reklamlara getirilen yeni düzenlemelerin, kalori alımını azaltmak, gıda kalitesinin arttırmak ve bir dereceye kadar çocukların gıda reklamlarına maruziyetini azaltmak açısından olumlu sonuçlar sağlayacağı düşünülmektedir.
- Her şeye rağmen istemli yaklaşımların, çocukların reklamlara maruz kalmasını azaltmak açısından yasal düzenlemeler kadar etkili olmayacağı açıktır. Çünkü bu düzenlemeler olmazsa; kampanyalara büyük gıda şirketleri katılmayacak, uygulamalara katılım zayıf olacak ve önerilere uyulmaması halinde cezalandırma gündeme gelmeyecektir.
- Pek çok OECD ülkesinde sağlıklı yaşam tarzının geliştirilmesinde iyi sonuçlar sağlamak açısından sinerji oluşturabilmek amacıyla eş zamanlı olarak tamamlayıcı iletişim araçları kullanılmaktadır. Örneğin Kanada, “Sağlıklı Yeme Stratejisi Programı” kapsamında besin etiket logoları uygulaması ve çocuklara yönelik sağlıksız yiyecek-içecek pazarlama stratejilerini kısıtlama gibi yaklaşımları uygulamaya koymuştur.
- Benzer şekilde Danimarka’da da uygulamaya konulan çeşitli ulusal kampanyalar ile gıda etiketlenmesi ve sağlıklı yeme alışkanlıkları geliştirilmesi konusunda halkın farkındalığının artırılmasına çalışılmaktadır.
- Bu kampanyalar endüstri, pazarlama ve farklı paydaş kurumların ortak çabasıyla uygulanmaktadır.
- Aynı şekilde İrlanda, “2016-2025 Sağlıklı Kilo” (A Healthy Weight for Ireland 2016-2025) kampanyası çerçevesinde obezite politikası ve eylem planını uygulamaya koymuştur. Bu kampanyada etiketlemede kalorilerin belirtilmesi için düzenleme yapılması ve yiyecek firmalarının pazarlama ve reklam uygulamalarında gönüllü olarak birkaç ay içinde kod uygulamasına geçmesi için çalışmalara başlanmıştır.
- Türkiye ise 2013 yılından itibaren sağlığı geliştirme amacıyla “Sağlıklı Olmak İçin Hareket Et” (Move for Health) ve “Porsiyonları Küçült” (Reducing Portion Sizes) kampanyalarını

uygulamaya koymuştur. Bunlara ilave olarak Türkiye’de, “Fiziksel Aktivitenin Geliştirilmesi Projesi” (Promoting Physical Activity Project) kapsamında okullara, üniversitelere, belediyelere ve kar amacı gütmeyen organizasyonlara 275.000 adet bisiklet verilmiştir.