

Como uno de los tres nuevos compromisos de EROSKI por el bienestar del consumidor

EROSKI PONE EN MARCHA UNA CAMPAÑA DE PREVENCIÓN DE LA OBESIDAD INFANTIL



- El objetivo de esta iniciativa es llegar a más de un millón de consumidores para contribuir a generar hábitos de vida saludables, especialmente entre la población infantil.
- EROSKI, empresa de distribución pionera en el impulso de la prevención de la obesidad, pondrá en marcha a partir de este mes y durante el año 2008 diversas actividades por toda la geografía española.

Madrid, 4 de octubre de 2007.- EROSKI pone en marcha una ***“Campaña para la Prevención de la obesidad infantil”*** que comienza este mes de octubre y continuará durante todo el 2008. Mediante esta iniciativa, EROSKI tiene como objetivo llegar a más de un millón de consumidores en toda España difundiendo información y realizando distintas acciones que contribuyan a generar entre los niños hábitos de alimentación y vida beneficiosos para la salud.

Esta campaña se presenta como uno de los tres compromisos que adquirimos por el bienestar de los consumidores a raíz del lanzamiento del nuevo eslogan **EROSKI contigo**. La inclusión de un semáforo nutricional y la eliminación de las grasas menos saludables en los productos de marca propia son los otros dos compromisos con los que EROSKI contigo busca conseguir el bienestar de todos sus clientes.

La campaña, continua la línea de trabajo iniciada por EROSKI en 2005 y 2006 con campañas informativas como *“Prevenir la Obesidad es una Idea Sana”* o *“Comer*

bien, comer sano" . En esta ocasión la campaña se dirige específicamente a la población infantil, especialmente afectada por este problema.

Para conseguirlo se pondrán en marcha en diferentes actividades que girarán en torno a dos ejes: por un lado, transmitir la importancia de seguir una alimentación saludable, para lo cual se desarrollará una campaña de información que divulgue los hábitos de alimentación correctos que ayuden a prevenir la obesidad infantil; y por otro lado, la promoción de la actividad física.

Durante el tiempo de duración de la campaña, EROSKI contará con el apoyo y la colaboración de los miembros del Observatorio Idea Sana EROSKI, entre los cuales se cuenta **la Sociedad Española de Dietética y Ciencias de la Alimentación (SEDCA)**. El Observatorio nos pone en contacto con las principales asociaciones en España en el ámbito de la Alimentación que colaborarán con nosotros en las diferentes actividades y garantizan el rigor de la información que difundimos.

Además, contamos con la colaboración de **Fernando Romay**, deportista de élite y amigo de Fundación EROSKI que será el padrino de esta campaña. El objetivo es integrar al mayor número de implicados en la prevención de la obesidad y cooperar conjuntamente en las actividades que se pondrán en marcha.

Actividades de la campaña

- **Tour de Alimentación Saludable:** Se trata de inculcar hábitos saludables desde las edades más tempranas. Creemos que se puede aprender jugando y por esto hemos desarrollado una actividad que recorrerá diversos pueblos y ciudades de España. Se trata de actividades en un tono lúdico-educativo dirigidas a los niños y en las que se trasladarán los mensajes saludables clave. Estará supervisado por monitores especializados y consistirá en organizar un juego de pruebas que cada equipo tendrá que superar. Asimismo, se repartirá información sobre prevención de la obesidad infantil para todos los visitantes.
- **Circuito de Deportes:** Se creará una zona deportiva en los hipermercados del grupo durante los fines de semana para fomentar la actividad física, el

deporte y sus valores y el juego como claves en la prevención de la obesidad. En este circuito, que se pondrá en marcha de octubre a junio, los padres podrán dejar a los niños durante un rato jugando en este circuito, mientras ellos realizan sus compras. Se distribuirán folletos informativos sobre la prevención de la obesidad infantil, así como regalos para los participantes en la actividad.

- **Stands informativos en los puntos de venta:** Asimismo llevaremos la información al interior de nuestras tiendas. Durante el tiempo que dure la campaña instalaremos stands informativos en los hipermercados EROSKI, en los que se dará información a nuestros consumidores sobre las medidas a adoptar para prevenir la obesidad infantil. Consejos relacionados con una correcta alimentación, el fomento del consumo de alimentos frescos, pautas para cocinar correctamente los alimentos, así como los diferentes tipos de actividad física en función de los grupos de edad, la importancia del juego ...
- **Escuelas de consumidores:** Desarrollaremos escuelas de consumidores de una hora de duración centradas en tocar diferentes aspectos que inciden en la obesidad. Serán charlas específicas sobre aspectos concretos diferentes aspectos relacionados con el tema. Se desarrollarán durante todo el año comenzando la segunda quincena de octubre en todos los hipermercados del grupo. Estarán dirigidas por un experto en la materia.
- **Revista EROSKI Contigo Idea Sana:** La revista EROSKI contigo Idea sana, con una tirada mensual de 400.000 ejemplares y que se distribuye de forma gratuita en todas nuestras tiendas, contará a partir del nº de octubre con un espacio dedicado en exclusiva a la campaña. Un número amplio de paginas donde cada mes iremos tocando temas concretos y tratándolos en profundidad, como por ejemplo la alimentación y el ejercicio físico en los diferentes grupos de edades, el gasto energético, la prevención de la obesidad durante el embarazo, la importancia del juego... y otros muchos.
- Asimismo, esta información se incluirá en la **página web** www.eroski.es/contigo donde los consumidores podrán encontrar toda la información y actividades de la campaña además de otros muchos espacios,

como el consultorio de un nutricionista al que podrán preguntar sus dudas, menús saludables e incluso la posibilidad de escribir a Fernando Romay con cualquier consulta que quieran plantearle.

- El Observatorio Idea Sana EROSKI elaborará un **estudio específico sobre prevención de la obesidad infantil**, que se presentará en el mes de noviembre.

La obesidad, una realidad emergente entre los más pequeños

Según la Organización Mundial de la Salud (OMS), más de mil millones de personas adultas tienen sobrepeso, y de ellas, al menos 300 millones son obesas. En la última Jornada Nacional sobre Obesidad y Factores de Riesgo Cardiovascular, se diagnosticó la obesidad infantil como una enfermedad emergente.

España se ha convertido en el cuarto país de la Unión Europea con mayor número de niños con problemas de sobrepeso, presentando un cuadro de obesidad en un 16,1% entre menores de 6 a 12 años de edad, lo que contrasta con el 5% de niños obesos que se registraban hace cinco años. Un hecho alarmante en una sociedad con una de las mejores dietas alimentarias del mundo: la dieta mediterránea.

Según los especialistas, los cambios en los hábitos de alimentación y las nuevas formas de vida son los principales desencadenantes del aumento de la obesidad. Los estudios realizados por el Observatorio Idea Sana EROSKI en el año 2006, revelan que los niños pasan una media de 2´5 horas diarias viendo la televisión y media hora adicional jugando con videojuegos o conectados a Internet.

Para más información:
Sonia San Segundo/Ana González- Ketchum SEIS
Tfno. 917883200
sonia.sansegundo@ketchum.com