

多蔬果·多運動·拒零食·健康加分

文／王鳳英 新竹教育大學

快速成長的加工零食及速食餐飲含有高油脂、高糖分或是高鹽分替代了傳統法國餐飲，改變了飲食改變了體型，也將會改變人們對於纖細苗條法國人的印象。

香甜酥脆、濃郁口感…這樣的廣告詞最常在零食見到，也意味著這零食具有高油脂、高糖分或是高鹽分的情形，也就是零食正在漸漸侵蝕著我們的健康，因為高油脂、高糖分或是高鹽分的飲食將會增加罹患心血管疾病的風險。

2007年3月1日法國政府指定食品業界的廣告應加註「停止吃零食、多吃蔬菜水果、多運動」的警語，要求少油、少糖或是少鹽的食品。這項措施起因於法國節節高聲的肥胖人口比例，原因不外乎生活習慣的改變，全球的速食、零食流行，相對於強調品味的細嚼慢嚥、一餐需吃上數小時的法國傳統餐飲文化來說，更是一個強烈對比；除了法國以外，歐洲各國也陸續對相關廣告做出規範和限制。

因為當加工過的零食及速食品入侵到法國人的餐桌及傳統的法式料理時，事實上對於多數法國人的纖細苗條印象也正在瓦解中，所以法國政府除了極力保持法國人纖細苗條的意識形態外，也擔心其年輕人將面臨肥胖的成長風險與增加罹患心血管疾病的風險。

數字會說話，深刻的纖細的法國人印象正在逐漸瓦解中，因為在6,340萬的法國公民中，約有大於9%的人口是肥胖，2/3是過重。雖然肥胖的問題最嚴重的是美國人，在美國約有1/3是肥胖，2/3是過重，目前在歐洲幾個都會區及東歐國家幾乎也有相似的統計數字。

因此不朽的法國著作極力廣告並限制這樣的起飛與成長，這本書打著「法國女人不可以變胖」做為銷售廣告，論述著法國人因為細嚼慢嚥、細細品味食品的風味，又能吃得明智，因此能夠吃肥鵝鴨肝和牛角麵包而不肥胖。然而，快速成長的加工零食及速食餐飲含有高油脂、高糖分或是高鹽分替代了傳統法國餐飲，改變了飲食改變了體型，也將會改變人們對於纖細苗條法國人的印象。

法國及世界衛生組織特別擔心這個肥胖風行打擊到年輕人，而帶來將來的健康風險，如增加糖尿病、高血壓及心血管疾病的罹患率。世界衛生組織警告歐洲有20%的胖小孩，並以每年40萬人的速度

在成長。歐洲各國也陸續隨著法國跟進對相關廣告做出規範和限制，如：瑞典、挪威禁止電台廣播針對孩童廣告，愛爾蘭強迫電視禁止廣告糖果和速食餐飲，不准利用名人、運動明星推銷速食餐飲給孩童，英國則採取在食品外包裝增加營養的指引。

法國的新健康指引對於加工食品、甜食和含鹽食品，直接在電視、電台廣播、廣告牌和網際網路上廣告增加營養指引。健康部長認為這樣的法規設計為的是好幫助孩童「指導自己」做出吃得正確抉擇。

廣告者如果拒絕在廣告上增加營養指引時，則將處以1.5%廣告費的罰金付給國家健康教育研究所。最近又選擇了4個警語，以更新法規保持他們的有效性：

1. 為了您的健康，每天至少吃5份的蔬菜水果。
2. 為了您的健康，請保持規律運動。
3. 為了您的健康，請避免吃太油、甜、鹹的食品、
4. 為了您的健康，請避免在餐間吃零食。

有些法國消費者很歡迎這樣的行動，但是有些則認為做的不夠好，他們認為食品業者應該停止放太多這些油脂、糖或鹽於他們製造的食品中，如果食品業者不努力一點，那麼對於政府制定的法規，則一切枉然，無法貫徹。法國國立的食品工業學會忠告其會員附加這些健康警語，以表示業者對於這些訊息和教育法規的贊同。

有些消費者團體批評這些新的廣告努力以及這些健康警語僅只是對於消費者很小的衝擊，過了數週後消費者就淡忘忽略了。甚至於在對於相似廣告的衝擊實驗，以700人調查中，發現有一半以上的人無視於這些新的廣告健康警語。

