

## comunicato stampa

### **OBESITÀ: AL VIA LA CAMPAGNA “NON NASCONDERTI DIETRO FALSE CONVINZIONI. LA VERITÀ SUL PESO.”**

*Parte la campagna di sensibilizzazione di Novo Nordisk, in partnership con società scientifiche e l'associazione Amici Obesi, per sostenere chi è affetto da questa malattia, stimolandolo a rivolgersi al medico, ma soprattutto per combattere l'informazione scorretta, molto diffusa sul tema.*

*Secondo lo studio ACTION-IO di Novo Nordisk, nato per identificare le attitudini, i comportamenti e gli ostacoli per la cura dell'obesità, le persone con obesità hanno una percezione distorta della propria condizione: il 62 per cento delle persone con obesità e persino un quarto di quelle fortemente obese si ritengono solo sovrappeso.<sup>1</sup> Anche i risultati su bambini e adolescenti dello studio ACTION Teens, recentemente presentati all'European Congress on Obesity 2022, evidenziano come un genitore su tre non riconosca l'obesità del proprio figlio e un adolescente su quattro non si renda conto di essere obeso, ma soprattutto, i due terzi dei giovani che realizzano di essere obesi non sanno come affrontare la malattia e si sentono gli unici responsabili del proprio perdere peso<sup>2</sup>*

**Milano, 11 maggio 2022** – L'obesità non è riconducibile semplicemente a uno stile di vita scorretto e per curarla non bastano impegno e forza di volontà: è una malattia cronica e come tale va trattata. La comprensione e la conoscenza di questa malattia sono gli obiettivi primari della campagna di sensibilizzazione “Non nasconderti dietro false convinzioni. La verità sul peso” promossa da Novo Nordisk in partnership con Amici Obesi Onlus, Associazione Italiana Dietetica e nutrizione clinica (ADI), Associazione Medici Endocrinologi (AME), Fondazione Associazione Italiana Dietetica e nutrizione clinica (Fondazione ADI), Italian Obesity network (IO Net), Obesity policy engagement network (OPEN), Società Italiana di Chirurgia dell'obesità e delle malattie metaboliche (SICOB), Società Italiana di Endocrinologia (SIE), Società Italiana di Medicina Generale (SIMG), Società Italiana di Medicina Interna (SIMI), Società Italiana Obesità (SIO).

Realizzata nell'ambito di Driving Change in Obesity, programma internazionale in collaborazione con componenti accademiche, sociali e scientifiche volto a migliorare la vita delle persone con obesità; la campagna si propone di coinvolgere l'opinione pubblica sulle difficoltà che le persone con obesità affrontano quotidianamente, sostenendo chi ne è affetto e stimolandolo a rivolgersi al medico, ma soprattutto di combattere l'informazione scorretta e molto diffusa sul tema, spesso ridotto a un semplice problema di alimentazione o a una questione di mancanza di forza di volontà.

L'obesità è una malattia cronica multifattoriale molto complessa che dipende da diversi fattori genetici, ambientali e psicologici ed è associata allo sviluppo di malattie croniche non trasmissibili come diabete di

tipo 2, malattie cardiovascolari, ipertensione, malattie del fegato e almeno 12 tipi di tumori. Per la cura e il trattamento richiede il coinvolgimento di molteplici figure sanitarie specializzate.

*«Tutt'oggi, purtroppo, l'obesità è associata a uno stigma oltre che sociale anche clinico, a causa delle notizie imprecise o del tutto sbagliate che ancora troppo spesso circolano sull'argomento. Infatti, come evidenziato dallo studio ACTION-IO di Novo Nordisk, nato per identificare le percezioni, le attitudini, i comportamenti e gli ostacoli per la cura dell'obesità, seppure il 91 per cento dei medici affermi che l'obesità è una malattia cronica, ancora 8 esperti su 10 ritengono che vada affrontata migliorando il proprio stile di vita», commenta **Giovanna Rosso, Senior Director Obesity Novo Nordisk Italia**. «Sempre dai dati di ACTION-IO emerge, inoltre, come le persone con obesità abbiano una percezione distorta della propria condizione: il 62 per cento si ritiene solo sovrappeso.<sup>1</sup> Lo stesso problema di percezione si riscontra riguardo a bambini e adolescenti. Infatti i risultati dello studio ACTION Teens, recentemente presentati all'European Congress on Obesity 2022, evidenziano come un genitore su tre non riconosca l'obesità del proprio figlio e un adolescente su quattro non si renda conto di essere obeso, ma soprattutto, i due terzi dei giovani che realizzano di essere obesi non sanno come affrontare la malattia e si sentono gli unici responsabili del proprio perdere peso».<sup>2</sup>*

*«L'inconsapevolezza circa la malattia e la mancanza del corretto supporto medico portano molte persone a raccontarsi una serie di false verità, per sopportare meglio la loro condizione e sopravvivere a una società, spesso crudele, che stigmatizza chi è affetto da obesità. Purtroppo, tuttavia, negare la propria condizione è una prassi comune, per questo campagne di sensibilizzazione come "Non nasconderti dietro false convinzioni. La verità sul peso", sono di fondamentale importanza», spiega **Iris Zani, Presidente dell'associazione Amici Obesi Onlus**. «Infatti, oltre a sfatare l'idea errata che l'eccesso di peso sia responsabilità personale, causata da abitudini errate, e che le persone affette da questa malattia cronica possano gestirla autonomamente, aiuta chi direttamente coinvolto a non sentirsi discriminato e solo».*

La campagna si basa su una serie di scatti fotografici, dal forte impatto emotivo, del noto fotografo Davide Bellocchio. Partendo da alcune false convinzioni che ruotano attorno alla malattia, grazie a oggetti trasformati in vere e proprie "icone", nascondiglio dei protagonisti, vengono create immagini suggestive, che vogliono rievocare una verità dura, ma reale. Gli scatti della campagna saranno disponibili in formato digitale, cartaceo e come affissioni in centri commerciali selezionati sul territorio; contenuti video o approfondimenti scritti, realizzati con il contributo dei partner saranno condivisi sulla pagina Facebook di campagna di Novo Nordisk Italia e sul sito [www.laveritasulpeso.it](http://www.laveritasulpeso.it). Inoltre, la campagna sarà animata da influencer del mondo lifestyle e salute, il cui apporto sarà fondamentale per veicolare anche tramite i social network il messaggio centrale: «l'obesità è una malattia, rivolgiamoci al giusto specialista e affrontiamo, insieme, il percorso più adatto».

*"Non nasconderti dietro false convinzioni. La verità sul peso" è inoltre integrata e rafforzata da uno spot video in onda sul web e sulle principali reti televisive, realizzato da Novo Nordisk in partnership con le società scientifiche e l'associazione Amici Obesi, e dal sito [www.laveritasulpeso.it](http://www.laveritasulpeso.it) realizzato da Novo Nordisk nel 2020 proprio con l'intento di aumentare la consapevolezza delle persone sulle reali cause dell'obesità, sui corretti comportamenti da tenere e sulle opportunità di cura, attraverso news, articoli di approfondimento, suggerimenti e consigli di facile comprensione, ma scientificamente validati da un board di esperti.*

*«Novo Nordisk è vicino alle persone con obesità e si impegna a dare un aiuto concreto attraverso diverse attività di sensibilizzazione e di supporto. A testimoniare, oltre alla campagna lanciata oggi, è attivo da due anni lo spazio virtuale "La verità sul peso" per dare informazioni corrette e chiare sull'obesità e sulle possibili*

*cure. Entrambe le iniziative, inoltre, sono realizzate all'interno del programma internazionale Driving Change in Obesity, che vuole sensibilizzare l'opinione pubblica e favorire l'empatia e il rispetto per le persone con obesità, si propone così di cambiare il modo in cui viene vista, prevenuta e trattata questa malattia cronica, che colpisce 800 milioni di persone nel mondo», conclude **Drago Vuina, General Manager e Vice President Novo Nordisk Italia***

**Bibliografia:**

1. Sbraccia P, Alfadda A, and Caterson I, et al., The underestimation of obesity by individuals needs to be addressed by healthcare professionals. Abstract presented at ECO-ICO Online, 1–4 September 2020.
2. Fernández-Aranda F, Baur L, Bereket A, et al. ACTION teens global survey: attitudes about obesity and weight loss among adolescents living with obesity, caregivers and healthcare professionals. Poster presented at the European Congress on Obesity (ECO), 5 May 2022, Maastricht, The Netherlands.

**Per maggiori informazioni**

**Novo Nordisk Italia**

Arianna Baroni, email [arbi@novonordisk.com](mailto:arbi@novonordisk.com)

**Ufficio stampa Novo Nordisk Italia**

**Hill+Knowlton Strategies**

Laura Fezzigna, mob. +39 347 4226427, email [laura.fezzigna@hkstrategies.com](mailto:laura.fezzigna@hkstrategies.com)

Martina Persico, mob. +39 342 5488403, email [martina.persico@hkstrategies.com](mailto:martina.persico@hkstrategies.com)

Aurora Marchetti, mob. +39 340 5926048, email [marchetti.consultant@hkstrategies.com](mailto:marchetti.consultant@hkstrategies.com)