



Conclusa con grande successo la quattordicesima edizione dell'Obesity Day, promossa il 10 ottobre scorso in tutta Italia dall' ADI – Associazione Italiana di Dietetica e Nutrizione Clinica, per il tramite della sua Fondazione, al fine di sensibilizzare e informare la popolazione sul tema obesità come vera e propria patologia clinica.

Sono stati compilati in totale 1.357 questionari e più di 200 centri in Italia hanno offerto servizi di consulenza gratuita ai partecipanti. Tale successo conferma un bisogno costante di informazione e approfondimento da parte della popolazione su questa patologia e vista la gravità della situazione in Italia ADI sostiene di non poter spegnere i riflettori sull'argomento.

Per questo da oggi a un mese dall'Obesity Day fino alla prossima edizione, l'Associazione si impegnerà a inviare ogni mese ai media nazionali approfondimenti, dati aggiornati, riflessioni sul tema, ma soprattutto esempi virtuosi di iniziative già presenti in Italia e all'estero.

“Non è necessario diventare *pazienti*, e quindi ammalarsi, per iniziare a stare meglio. Sappiamo che tra le principali cause di sovrappeso e obesità c'è uno stile di vita sedentario che, unito ad errate abitudini alimentari, caratterizza sempre più i giovani – spiega Giuseppe Fatati, Presidente della Fondazione ADI – Esistono esempi virtuosi in Italia che mostrano come è possibile promuovere una buona educazione al movimento per famiglie e figli, giovani e adulti”.

“Un esempio su cui accendiamo i riflettori – continua il Prof Fatati – è *EUROBIS (Epode Umbria Region Obesity Intervention Study)* che vede l'Umbria regione pilota di un progetto europeo di educazione al movimento per le famiglie e i bambini che nasce proprio con lo scopo di combattere la tendenza al sovrappeso e all'obesità nei più piccoli. Tutte le azioni intraprese in questa direzione vedranno il coinvolgimento delle famiglie, della scuola, dei pediatri di libera scelta, delle autorità politiche locali, delle imprese che si occupano della filiera alimentare, delle associazioni sportive e dei responsabili della comunicazione. Il progetto mette a disposizione proposte concrete di movimento come esperienze di Urban Trekking o gite di gruppo, offrendo in rete possibilità di confronto e informazione. È un progetto che condividiamo e sosteniamo”.

“Simile, ma diverso, è un altro progetto internazionale *BEAT THE STREET*. Non c'è ancora in Italia, ma è un esempio intelligente e vincente. L'idea è quella di incoraggiare i bambini a muoversi andando e tornando a scuola a piedi, motivando una sana competizione tra le diverse classi e scuole. Siamo certi che parlando con questo linguaggio così vicino ai bambini, questa attività avrà largo seguito e successo. Anche in questo caso l'Umbria sarà capofila dell'iniziativa”.

*fonte: ufficio stampa*