

OBECITY, PRONTO IL PIANO DELLE ATTIVITÀ 2020 PER SENSIBILIZZARE IL PUBBLICO SUL TEMA PREVENZIONE OBESITÀ

Dopo il successo dell'ObeCity Village a Catania dello scorso maggio, SG Company annuncia le città nelle quali proseguirà il roadshow di sensibilizzazione sul tema obesità. Tra i materiali di comunicazione, il "metro-guida" distribuito per tenere sotto controllo i centimetri del girovita e i corretti stili di vita.

Milano, 10 ottobre 2019 – Gli allarmanti dati sull'obesità, l'aumento continuo di malati e di persone in grave sovrappeso, la necessità di informare e prevenire soprattutto l'obesità infantile, ha convinto **SG Company** - uno dei principali player in Italia nella comunicazione integrata Live & Digital e quotata all'AIM Italia di Borsa Italiana (ticker: SGC) - a portare avanti l'impegno intrapreso 5 mesi fa insieme a un Advisory Board composto di scienziati e luminari: **farsi promotrice di un piano di attività volto a comunicare agli italiani i gravi pericoli di sovrappeso e obesità** (si parla ormai di 1 deceduto ogni 10 minuti per cause ad essa collegate).

Il piano 2020 di ObeCity – presentato oggi in conferenza stampa presso il CSRO (Centro di Studio e Ricerca sull'Obesità - Università degli Studi di Milano) attua concretamente la necessità di agire in modo determinato, **utilizzando strumenti e linguaggio di facile comprensione** tenendo fede così agli obiettivi del progetto fissati al momento di lancio: porre l'attenzione verso la fascia pediatrica, dialogando con la famiglia e con la rete di adulti che la circonda, avviando una vera e propria **svolta culturale che azzera i luoghi comuni**, già a partire dai primi giorni di vita.

SG Company distribuirà al pubblico il metro-guida che misura il girovita: un semplice ed efficace strumento di autocontrollo per adulti e bambini (a partire dai 6 anni) che evidenzia se si è normopeso, sovrappeso o obeso. È in fase di realizzazione e di prossima distribuzione **il tool kit post-parto**: mini guida cartacea che contiene semplici ma fondamentali consigli e regole (alimentari e per corretti stili di vita) dedicata alle mamme in allattamento e svezzamento; al tool kit si aggiungerà il **manifesto/locandina** affisso negli studi dei pediatri.

Tutti i materiali sono stati realizzati con la supervisione di un **Advisory Board**, composto da **10 esperti del mondo scientifico** in ambito nutrizione e comunicazione, presieduto dal Prof. Michele Carruba, Presidente Centro Studi e Ricerche sull'Obesità dell'Università degli Studi di Milano.

*"Con il piano attività ObeCity 2020 desideriamo continuare il percorso di informazione e prevenzione dell'obesità iniziato lo scorso maggio in occasione dello European Obesity Day – afferma **Davide Verdesca, Chairman & CEO di SG Company** – tenendo fede a quanto avevamo promesso e mettendo a disposizione ciò che SG Company sa fare meglio: raccogliere il sapere e l'autorevolezza di chi studia cause ed effetti di un determinato tema per poi tradurli in strumenti e attività concrete al servizio della popolazione. Il tema obesità ci sta molto a cuore perché testimonia il nostro impegno nella creazione di valore. Una popolazione insana è infelice, non produce benessere e ricchezza né per sé né per gli altri. Occorre attirare l'attenzione della cittadinanza e far luce mediatica su un tema ancor più grave dell'obesità stessa: l'obesità infantile".*

Dopo la tappa di Catania del 18 maggio scorso, prosegue anche l'organizzazione del Roadshow ObeCity nelle principali piazze d'Italia: **per il biennio 2020/2021 sono state scelte Napoli, Bologna, Bari** e, in via di definizione, Milano e Roma.

*"I dati dell'obesità devono far riflettere – spiega il **Presidente dell'Advisory Board, il Prof. Michele Carruba** – Sono 25 milioni gli italiani in sovrappeso, 6 milioni gli obesi (+10% rispetto al 2001). Il lavoro dell'Advisory Board di ObeCity è stato sinergico e ha consentito a ognuno dei componenti di portare un valore aggiunto grazie alla propria esperienza clinica, scientifica e professionale di gestione della malattia".*

*"A 10 anni 1 bambino su 5 è in sovrappeso, 1 su 10 è obeso – aggiunge il **Prof. Claudio Maffeis, Pediatra e Nutrizionista**, in rappresentanza di SIP (Società Italiana Pediatria) – "Molti genitori (ma anche i nonni) non hanno la giusta percezione del peso corretto di un bambino. Rivolgersi al pediatra è fondamentale ed è con questo intento che l'Advisory Board ha visto di buon grado l'idea del metro-guida".*

ObeCity vede la collaborazione di aziende sponsor del progetto. La prima che ha deciso di aderire all'iniziativa è stata **Medtronic**, leader nel settore biomedicale e che si contraddistingue per la sua forte e attenta missione di sensibilizzazione sulle patologie croniche, attraverso l'adesione a campagne di responsabilità sociale rivolte alla popolazione e all'opinione pubblica.

*“Abbiamo deciso di sostenere il progetto ObeCity – spiega **Michele Perrino, Presidente e Amministratore Delegato di Medtronic Italia** – perché risponde alla nostra Missione, sancita dal nostro fondatore Earl Bakken, pioniere nella tecnologia medica ma al contempo padre di invenzioni che hanno migliorato la qualità di vita di milioni di persone nel mondo e grande filantropo. Fedele a questa Missione, Medtronic annovera il supporto a ObeCity, ai suoi principi, ai suoi valori all’interno della Strategia di Corporate Social Responsibility, la quale intende prevenire l’impatto di malattie croniche che affliggono le nostre comunità”.*

SG Company S.p.A.

SG Company S.p.A. è uno dei principali player in Italia nella comunicazione integrata Live & Digital e capogruppo delle società controllate Sinergie Srl, Special Srl, CEV Holding Srl (articolata in Centoeventi, Twico e Lievita), Brainwaves Srl e Double Srl: tutte società attive nei mercati B2B (Business to Business), B2C (Business to Consumer) e BTL (Below The Line). Completano il perimetro del Gruppo Core Srl – dedicata alle corporate relations – e Bellanova Design Srl. Nata nel 2000 come Sinergie, con una forte specializzazione nei grandi eventi B2B e viaggi incentive, nel corso degli anni la società ha integrato aziende e competenze arrivando a dare vita all’attuale Gruppo guidato da un costante impegno nella creazione di valore: SG, acronimo di Sharing Growth, rappresenta, infatti, obiettivo preminente e ispirazione quotidiana della società. 20 anni di storia, 160 dipendenti, oltre 40 milioni di fatturato consolidato pro-forma sono i principali numeri di SG Company che, negli anni, ha ideato, promosso e realizzato i format Milano Food Week, Milano Wine Week, Vivite, Sneakerness, Social Music City, BluE e ObeCity e servito centinaia di clienti, tra cui Allianz, Alpagartas/Havaianas, Dainese, Enel, Generali, Google, L’Oréal, Luxottica, Pandora, Poste Italiane e Sky. SG Company è quotata all’AIM Italia di Borsa Italiana (ticker: SGC) dal 26 luglio 2018.