

Milano, 19 ottobre 2023

## COMUNICATO STAMPA

### **Obesità infantile: 26 città coinvolte nel progetto LOVVATI di FARE X BENE e BNP Paribas Cardif per diffondere la cultura della corretta alimentazione nelle scuole di tutta Italia**

- *Dopo il successo di Milano, Roma, Napoli e Palermo della prima edizione, quest'anno LOVVATI coinvolge anche altre città in Lombardia, Abruzzo, Calabria, Emilia-Romagna, Liguria, Molise, Piemonte, Puglia, Toscana, Campania.*
- *Importanti i risultati ottenuti nelle prime due edizioni: **31 scuole**, quasi **4000 studenti**, circa **500 docenti**, quasi **8000 familiari** e **31 esperti** coinvolti.*
- *LOVVATI è il progetto italiano sviluppato come parte di **una grande iniziativa internazionale** lanciata nel 2021 da BNP Paribas Cardif, per prevenire il sovrappeso e l'obesità, che ha già toccato 12 nazioni e coinvolto circa 1,2 milioni di persone in due anni.*
- *Indagine di FARE X BENE su abitudini e conoscenze in ambito alimentare dei bambini coinvolti nel progetto: quasi tutti conoscono la definizione di obeso e sovrappeso; solo la metà conosce il bodyshaming; il 66% associa al cibo emozioni positive, ma le bambine citano anche fastidio e preoccupazione.*

In occasione della giornata mondiale dell'alimentazione, **FARE X BENE** e **BNP Paribas Cardif**, tra le prime dieci compagnie assicurative in Italia<sup>1</sup>, annunciano la ripartenza di **LOVVATI**, un progetto di sensibilizzazione, prevenzione ed educazione alimentare dedicato agli alunni delle scuole elementari e medie. Lanciato nel 2021, dopo il successo ottenuto a Milano, Napoli, Roma e Palermo della prima edizione, quest'anno il progetto coinvolge anche altre 22 città di 10 regioni: Lombardia, Abruzzo, Calabria, Emilia-Romagna, Liguria, Molise, Piemonte, Puglia, Toscana, Campania, con l'obiettivo di diffondere la cultura della corretta alimentazione e del benessere in tutto il Paese.

**LOVVATI** fa parte di un'iniziativa internazionale avviata da BNP Paribas Cardif nel 2021, per prevenire il sovrappeso e l'obesità con l'obiettivo di sensibilizzare i bambini - così come i dipendenti, i clienti e l'intera comunità - alla questione dell'obesità e alle abitudini alimentari sane in modo che cambino i loro comportamenti. Il programma ha già registrato risultati notevoli in tutto il mondo: iniziative in 12 paesi, 1,2 milioni di persone formate e oltre 300 pubblicazioni di prevenzione scientificamente qualificate disponibili. In Italia il programma è stato supportato con il lancio di LOVVATI, che a due anni dal suo esordio ha già coinvolto un totale di **31 scuole**, quasi **4000 studenti**, circa **500 docenti**, quasi **8000 familiari** e **31 esperti** tra psicologi e nutrizionisti.

Significativi i risultati dell'indagine condotta da FARE X BENE per capire la consapevolezza degli alunni sul tema alimentazione a inizio programma e, soprattutto, per analizzare come sono cambiate le loro abitudini alimentari a seguito di quanto appreso durante il percorso di LOVVATI. Su alcuni temi i bambini si sono mostrati già preparati: il 44% considera salutare mangiare 5 pasti alla giornata, la quantità considerata ideale dai nutrizionisti. Dal punto di vista del vocabolario, circa **9 su 10 conoscevano la definizione dei termini sottopeso, normopeso, sovrappeso e obeso**. Solo la metà sapeva, invece, cos'è il **bodyshaming**, un argomento affrontato anche dal programma, su cui sono necessari ulteriori sforzi. Il

<sup>1</sup> Classifica Ania 2021

rapporto emotivo dei bambini con il cibo è risultato, invece, variegato: se da un lato, **due terzi (66%) del campione associa al cibo emozioni positive** (piacere, gioia, felicità), c'è un **25% che non prova alcun sentimento**, e un **7% - composto esclusivamente da bambine - che associa emozioni negative** (ad es. fastidio e preoccupazione). In generale, il 64% pensa che tradizioni e cultura d'appartenenza influenzino le proprie abitudini alimentari. È proprio su queste ultime che l'indagine svolta a fine programma ha fatto emergere gli effetti positivi del progetto sui partecipanti, rilevando un maggior consumo di frutta, verdura e pesce e una progressiva riduzione di biscotti e snack.

La diffusione della cultura della prevenzione dei rischi associati al sovrappeso e all'obesità è una missione prioritaria per BNP Paribas Cardif in Italia che, oltre a clienti e comunità, coinvolge anche i suoi collaboratori. Molte le iniziative e gli strumenti offerti alla popolazione aziendale in questi anni per prendersi cura di sé: dai **servizi gratuiti per il wellness, con running challenge, corsi sportivi online e nutrizionisti a disposizione sino ai webinar dedicati al benessere nutrizionale**. Quest'anno sono previste l'offerta di **frutta fresca nelle aree break** degli uffici e l'**ingaggio** in prima linea **dei colleghi** nel progetto LOVVATI **come volontari**, attraverso attività che saranno svolte a contatto diretto con i bambini delle scuole.

### **IL PROGETTO INTERNAZIONALE: L'OBESITY PREVENTION PROGRAMME**

Il progetto di LOVVATI si inserisce all'interno dell'iniziativa internazionale implementata nel 2021 da BNP Paribas Cardif per prevenire il sovrappeso e l'obesità per fare la differenza sia a livello locale sia globale. Grazie all'esperienza dell'UNICEF, delle ONG e degli esperti medici, il programma ha raggiunto direttamente 1,2 milioni di persone e ha coinvolto più di 250 collaboratori in 12 paesi: Cile, Messico, Brasile, Colombia, Perù, Spagna, Portogallo, Francia, Paesi Bassi, Lussemburgo, Germania e Italia. Il programma di prevenzione dell'obesità si articola su quattro pilastri: istruzione, ricerca medico-scientifica, tecnologia e collaborazione tra i partner.

### **IL PROGETTO LOVVATI IN ITALIA**

LOVVATI ha l'obiettivo di sensibilizzare i bambini e gli adulti di riferimento (docenti, famiglie e personale ATA) sui **quattro passi fondamentali** per il proprio e altrui "ben-essere": **Accettazione di sé e stare bene con gli altri; la corretta alimentazione; benessere digitale; muoversi tutti i giorni**. Il percorso si sviluppa in 8 ore di workshop/laboratorio e prevede una serie di incontri in plenaria - con più classi contemporaneamente - e nelle singole classi con gli esperti di FARE X BENE:

- **psicologi** con focus su: accettazione del sé e di chi è altro da me, alimentazione e autostima, il peso dello sguardo altrui, pregiudizi e apparenze, educazione alimentare e sviluppo identitario;
- **nutrizionisti** con focus su: cosa mangio, corretta alimentazione, disturbi alimentari, saper leggere e comprendere le etichette, vere e proprie carte di identità dei prodotti che aiutano la consapevolezza individuale;
- **esperti social e digital** con focus su: prevenzione e uso sicuro, corretto e consapevole dei social e del web, bullismo e cyberbullismo (body shaming, fat shaming);
- **docenti di motoria** con focus su: scacciare la pigrizia e muoversi tutti i giorni, esercitazioni pratiche e schede di lavoro domiciliare.

Le scuole coinvolte potranno accedere ad una piattaforma web multicanale dedicata; riceveranno dei kit per lavorare in classe con i docenti, che contribuiranno a loro volta a creare materiali didattici di supporto, nonché attività pratiche per portare in famiglia le buone prassi apprese. Sono previsti, inoltre, anche incontri con gli adulti di riferimento, genitori e docenti e personale ATA, insieme a tutti gli esperti coinvolti nel progetto. Ai bambini viene anche consegnato un contapassi per monitorare il ritmo dei propri progressi.



**BNP PARIBAS  
CARDIF**



#### **FARE X BENE**

**FARE X BENE** è un'associazione non profit che sostiene, promuove e realizza progetti e attività per contrastare ogni forma di violenza tra pari e di genere, fornendo assistenza psicologica e legale alle vittime di abusi e violenze. Promuove e realizza da anni nelle scuole di ogni ordine e grado, percorsi di sensibilizzazione prevenzione e contrasto a discriminazione e violenza di genere, bullismo e cyberbullismo, progetti insigniti del premio di rappresentanza del Presidente della Repubblica nell'anno 2015. FARE X BENE fa parte dell'Advisory Board di "Generazioni Connesse" (SIC ITALY III) progetto coordinato dal Ministero dell'Università e della Ricerca (MIUR) che promuove strategie finalizzate a rendere Internet un luogo più sicuro per gli utenti più giovani. Negli ultimi due anni, FARE X BENE ha realizzato percorsi nelle scuole di tutta Italia, raggiungendo oltre 50.000 giovani e i loro adulti di riferimento. Per conoscere e sostenere le attività e i progetti nelle scuole: [www.farexbene.it](http://www.farexbene.it)

#### **Per informazioni**

##### **FARE X BENE**

Giusy Laganà

[giusy.lagana@farexbene.it](mailto:giusy.lagana@farexbene.it)

cell. 338-8241428

#### **BNP Paribas Cardif**

BNP Paribas Cardif dal 1989 sviluppa e distribuisce in Italia prodotti assicurativi per i segmenti Protezione e Risparmio attraverso diversi canali ([www.bnpparibascardif.it](http://www.bnpparibascardif.it)). Leader mondiale nel creditor insurance\*, BNP Paribas Cardif fornisce ai suoi oltre 80 milioni di clienti prodotti e servizi che consentono loro di realizzare i propri obiettivi e di proteggersi dagli eventi imprevisti. Come azienda assicurativa impegnata, BNP Paribas Cardif lavora per avere un impatto positivo sulla società e per rendere l'assicurazione più accessibile. La Compagnia, filiale di BNP Paribas, si avvale di un modello di business unico fondato sulla partnership, sviluppando soluzioni per oltre 500 distributori partner di vari settori - tra cui banche e istituti finanziari, aziende automotive, retail, telecomunicazioni e società energetiche - oltre che consulenti finanziari e broker che commercializzano i prodotti ai propri clienti. Con una presenza in più di 30 Paesi e forte posizionamento in tre regioni - Europa, Asia e America Latina -, BNP Paribas Cardif è uno specialista a livello globale nell'assicurazione personale e svolge un ruolo importante a sostegno dell'economia reale. Con quasi 8.000 dipendenti in tutto il mondo, BNP Paribas Cardif ha registrato una raccolta premi lordi pari a €30,0 miliardi nel 2022.

Segui le ultime notizie su BNP Paribas Cardif su LinkedIn, X or [www.bnpparibascardif.it](http://www.bnpparibascardif.it)

\*Source : Finaccord – 2022

#### **Per informazioni**

##### **MY PR**

Roberto Grattagliano

Fabio Micali

02 54123452 – 3389291793

[roberto.grattagliano@mypr.it](mailto:roberto.grattagliano@mypr.it)

[fabio.micali@mypr.it](mailto:fabio.micali@mypr.it)

#### **BNP Paribas Cardif Italia**

Cristina Cislaghi

Head of Media Relations & Corporate PR

[cristina.cislaghi@cardif.com](mailto:cristina.cislaghi@cardif.com)