



Giornata del diabete, a Milano il tram per sensibilizzare sul tipo 1

Descrizione

(Adnkronos) In occasione della Giornata mondiale del diabete, che si celebra il 14 novembre, Movi Spa presenta la campagna di sensibilizzazione "Il diabete di tipo 1 è un passeggero invisibile": un tram completamente decorato si trasforma in un manifesto in movimento che attraversa le strade di Milano, per raccontare e rendere visibile la realtà di chi convive ogni giorno con questa malattia. Il veicolo diventa il segno tangibile di un messaggio importante: guardare oltre ciò che non si vede, per comprendere la realtà di milioni di persone nel mondo. In Italia circa 1 persona su 200 convive con il diabete di tipo 1, una patologia autoimmune cronica che spesso si manifesta in giovane età e richiede un monitoraggio costante e un supporto continuo.

La scelta della data del 14 novembre, che ricorda la nascita di Frederick Banting, scopritore dell'insulina, ricorda una nota importanza di prevenzione, educazione e gestione corretta del diabete, temi fondamentali richiamati ogni anno dall'Organizzazione mondiale della sanità (Oms) e dalla International Diabetes Federation (Idf). La scelta di realizzare l'iniziativa a Milano, dove Movi ha le proprie radici e il cuore operativo, è per portare in strada un messaggio di vicinanza e conoscenza. Il tram, mezzo quotidiano per migliaia di cittadini, chiarisce l'organizzazione e diventa simbolo di un viaggio condiviso: così come il tram accompagna le persone nei loro spostamenti, il diabete accompagna silenziosamente ogni giorno chi ne è affetto. Lo stesso concept della campagna racconta proprio questo: una presenza costante e totalizzante che influenza scelte, emozioni e quotidianità senza mai definire chi la vive. Un passeggero invisibile agli occhi degli altri, ma reale e concreto per chi convive con la malattia.

Con questa iniziativa afferma Enrico Ceribelli, Director Business Unit Biosystem di Movi Spa, vogliamo raccontare la quotidianità di chi vive con il diabete di tipo 1, una malattia che, pur non avendo ad oggi una cura definitiva, può essere gestita con maggiore serenità, consapevolezza e supporto. È un viaggio continuo, ogni giorno diverso. Il tram è il simbolo del nostro impegno per rendere visibile ciò che troppo spesso resta nascosto, per promuovere l'importanza di attività di sensibilizzazione per una maggiore consapevolezza, conoscenza e attenzione e come gesto di assoluta vicinanza alla Diabetes Community.

La creatività, sviluppata in collaborazione con Sprim Italia, traduce in immagine il tema dell'invisibilità: le fiancate mostrano una texture di sagome stilizzate, rappresentanti la moltitudine di persone che popolano la città. L'effetto visivo racconta una condizione invisibile agli occhi, ma presente e concreta nella vita di molti. La palette cromatica verde, colore aziendale di Movi, e blu, colore simbolo del diabete, è un simbolo di fiducia, vicinanza e movimento, mentre la call to action "Sali a bordo: resta informato" invita i cittadini a scoprire di più sul progetto sul sito diabete.movigroup.com/gmd2025/.

Per la gestione del diabete di tipo 1, la tecnologia oggi offre strumenti sempre più semplici, sicuri e personalizzati: microinfusori, sensori, algoritmi evoluti, App e piattaforme di scarico dati non solo migliorano il controllo clinico, ma aiutano a ridurre il carico di gestione quotidiana e a favorire l'autonomia delle persone.

Il diabete di tipo 1 è un passeggero invisibile: non si vede, ma condiziona profondamente la vita di chi lo vive e di chi gli sta accanto ogni giorno, dichiara Enrico Ceribelli, Director Business Unit Biosystem Movi. Con questa campagna vogliamo renderlo visibile, per favorire empatia, conoscenza e sostegno. Da sempre l'impegno di Movi è viaggiare accanto ai professionisti sanitari, alle persone con diabete e ai loro familiari, con l'obiettivo di semplificare, supportare e migliorare la qualità della loro vita.

??

salute

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Novembre 11, 2025

Autore

redazione