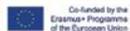




Città metropolitana  
di Roma Capitale

Roma, 15 Giugno 2022  
Sala Monsignor Di Liegro  
Palazzo Valentini



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union



**UISP**  
sportpertutti

**NEXT**  
Neighbourhood sport.  
Get healthy Get closer  
Conferenza finale

# RACCOMANDAZIONI NEXT

Pia Pauly, DTB, Germany

Saska Benedicic Tomat, ISCA, Slovenia

Simone Digennaro, Università di Cassino, Italia



Nel progetto Next, negli ultimi 2 anni, abbiamo imparato che la chiave per il successo e la sostenibilità di qualsiasi attività è un giusto mix di persone, strategia e una cultura positiva del "possiamo farlo solo insieme".



I principi chiave possano essere raggruppati in tre gruppi:

- **Pianificare, definire e sostenere una partnership** e una rete tra diversi attori nelle comunità locali,
- **Definire il nostro gruppo target** per le **attività** e per la **rete**.
- **Pianificare e implementare attività** che **si adattino alla comunità locale** e al **gruppo target**.

La partnership è la cosa più importante, a tutti i livelli: nazionale, regionale e locale. Bisogna trovare un gruppo di soggetti diversi con un interesse comune che accettino di lavorare insieme verso un obiettivo comune, ovvero la lotta all'inattività. Vediamo metodologie molto diverse per una rete di successo, ma anche molte sfide.



Formare una rete e mantenerla in funzione è altrettanto impegnativo e richiede tempo. Un club sportivo con una leadership di volontari è spesso sopraffatto. Perché spesso i club sportivi non hanno contatti personali con i possibili partner.

Ecco perché il sostegno dell'amministrazione comunale è molto importante. Per ispirare le persone a uno stile di vita attivo, abbiamo bisogno di spazi pubblici per l'esercizio fisico per aumentare la visibilità. E l'ultimo punto è un'infrastruttura che inviti a muoversi e sostenga l'attività fisica. La lotta contro l'inattività non è possibile senza la volontà politica e il sostegno dell'amministrazione comunale.

### **Decisione formale della vostra organizzazione**

Per impostare un nuovo argomento/programma nella vostra organizzazione, è necessaria una decisione formale. Dovete essere sicuri che la vostra organizzazione sostenga il progetto. Soprattutto se avete bisogno di risorse finanziarie o volete ottenere sovvenzioni per conto dell'organizzazione. È inoltre importante coinvolgere altri dipartimenti dell'organizzazione e utilizzare le loro competenze..

### **Lobbying politico per ottenere sostegno politico**

È compito della politica consentire alla popolazione di condurre una vita sana. La politica deve creare le condizioni quadro per consentire alla popolazione di condurre una vita sana. Ed è qui che entrano in gioco le organizzazioni sportive. Devono proporsi e posizionarsi come esperti del movimento e partner della politica, e portare le loro preoccupazioni e i loro interessi. Il lobbying politico è un compito strategico importante. Perché le condizioni quadro stabilite possono sostenere il vostro programma e rafforzare la vostra causa con la volontà politica.

NEXT

Raccomandazioni al settore sportivo per una promozione sostenibile dell'attività fisica

### **Rete intersettoriale per unire le forze**

Non siete soli con le vostre analisi e i vostri obiettivi. Ci sono molte altre organizzazioni con obiettivi generali simili ma con competenze diverse. La cooperazione e la collaborazione ci rafforzano tutti.

### **Collaborazione e partecipazione**

Una cooperazione di successo è caratterizzata dalla partecipazione e dalla fiducia, e questo a tutti i livelli. A livello di rete nazionale e anche a livello locale per l'attuazione del vostro programma.



E' importante sottolineare 4 principali insegnamenti e raccomandazioni.

L'apprendimento chiave è "fare con un gruppo target, e non senza". Il gruppo target dovrebbe essere il nostro stakeholder più importante. Dobbiamo pianificare tutte le attività nelle comunità locali con loro. Dobbiamo chiedere e definire con loro "qual è il posto giusto, il momento giusto, l'attività giusta e il prezzo giusto per loro".

Il nostro gruppo target, cioè i cittadini, deve sentire di poter contribuire alla fase di pianificazione. Più contribuiscono, più è probabile che si uniscano e portino altri a fare attività fisica.

È importante coinvolgere formatori competenti. Formatori che conoscono la comunità locale, che le persone conoscono e di cui si fidano. A volte è ancora meglio iniziare con attività sociali, come programmi culturali, sessioni di cucina, giochi... qualcosa con cui le persone hanno familiarità, per poi esplorare come l'attività fisica possa inserirsi in un quadro completo.

Il fulcro delle nostre attività programmate deve essere il divertimento, la gioia e la vita sociale. Soprattutto ora, dopo il periodo di Covid-19 , questo diventa ancora più importante.



Infine, ma **non meno importante**, il nostro spazio locale, a **portata di mano**.

Il **nostro spazio locale** ci offre opzioni per una vita sociale e attiva. E questo è ciò che fanno i **club locali**, per portare uno **stile di vita attivo** nel nostro spazio locale.

Quale sarebbero le **raccomandazioni** in merito?



E' fondamentale fare promozione fin dall'inizio, nel momento giusto e utilizzando gli strumenti giusti. Dobbiamo pensare alla promozione migliore per i diversi gruppi target, ad esempio i materiali funzionano in modo diverso per i bambini, per gli anziani le raccomandazioni da parte di persone di fiducia sono le migliori, e chi è interessato al fitness può essere motivato attraverso i social media e i video o le attività di fitness nello spazio pubblico.

L'esperienza dimostra anche che il passaparola è un modo efficace per promuovere e portare le persone alle attività. Il luogo delle attività deve essere visibile e segnalato con striscioni, bandiere da spiaggia o materiali simili. Utilizzate anche i social media per la promozione. I video delle attività sui social media o sul sito web della comunità o del club aiutano molto nella promozione.



Una grande sfida è rivolgersi alle persone veramente inattive e motivarle a fare il primo passo. Di solito si tratta di anziani (che hanno un'immagine fissa dell'attività fisica e dello sport), che non hanno mai fatto sport o esercizio fisico. Per rivolgersi a questo gruppo target, abbiamo bisogno di partner che siano in contatto con il gruppo target e godano della loro fiducia. In questo modo la motivazione e l'attivazione possono avere successo

È importante promuovere attività a lungo termine e non solo eventi "vieni e prova". Un cambiamento di comportamento non avviene con un solo evento, ma richiede tempo, spesso fino a un anno! Dobbiamo concentrarci su un'esperienza di apprendimento permanente per i cittadini, in modo che possano diventare membri del club locale, essere socialmente coinvolti e avere a disposizione una gamma completa di attività. Ma assicuratevi che il club o la comunità locale offrano "attività sane".



Il concetto di Healthy Club in Slovenia è un marchio di qualità per i club che offrono "attività salutari" ai cittadini. Per i cittadini è facile trovare un club, è facile riconoscere e scegliere le attività giuste vicino a dove vivono. Ma la cosa più importante è che le attività dei club salutari sono pianificate e organizzate con i comuni, i centri sanitari e le compagnie di assicurazione sanitaria. E qui dobbiamo sottolineare ancora una volta la partnership. Senza la collaborazione tra i diversi attori, le diverse parti interessate e i cittadini, i club della salute non avrebbero tanto successo.

Ciò che vorrei menzionare alla fine del nostro intervento è che noi - tutte le parti interessate - dobbiamo definire un processo di monitoraggio insieme, dobbiamo definire cosa misurare e come misurare i risultati e i cambiamenti significativi nella comunità locale. Non si tratta solo di raccogliere e riportare storie e dati, ma anche di capire cosa apprezzano i diversi gruppi e individui. E cosa apprezzano gli stakeholder? Con il giusto sistema di monitoraggio possiamo definire il futuro delle attività NEXT, il futuro del partenariato e l'orientamento delle politiche nelle comunità locali.



Possiamo definire le nostre convinzioni comuni nelle comunità locali. Possiamo farlo solo insieme, in un gruppo di stakeholder più ampio. Per questo siamo felici di avere qui oggi diversi attori. Oltre ai rappresentanti dei Comuni, della Regione Lazio e dell'Associazione Italiana dei Comuni.

Nella prossima diapositiva potete vedere anche una gamma completa di strumenti che abbiamo sviluppato nel progetto NEXT. Include anche un lungo elenco di raccomandazioni precise. Vi invitiamo a leggerlo e ad agire nella vostra comunità.



CONSIGLIO 1  
Chiarire  
l'obiettivo e il  
gruppo target

CONSIGLIO 6  
Puntate sul  
divertimento,  
sulla gioia e sui  
contatti sociali

CONSIGLIO 7  
Invitare  
osservatori e  
curiosi

CONSIGLIO 2  
Create una  
rete e trovate  
dei partner che  
sostengano la  
vostra azione!

CONSIGLIO 5  
Formatori/istru  
ttori  
competenti

CONSIGLIO 8  
Pubblicità e  
promozione

CONSIGLIO 11 Il  
potere della  
metodologia del  
cambiamento  
più significativo

CONSIGLIO 3  
Evento  
informativo e  
sociale

CONSIGLIO 4  
Pianificare  
offerte di  
esercizi a  
bassa soglia

CONSIGLIO 9  
Passaggio a  
un'offerta  
permanente

CONSIGLIO 10  
Vantaggi  
dell'iscrizione  
al club



**Manifesto:**  
La casa è  
dove c'è lo  
sport!

**NEXT toolkit:**  
con linee  
guida e buoni  
esempi

**Programma  
di sviluppo  
delle  
capacità**

**Raccomanda  
zioni  
politiche**

<https://www.movethehood.com/resources/>



# Grazie

Pia Pauly, DTB, Germany

Saska Benedicic Tomat, ISCA, Slovenia

Simone Digennaro, Università di Cassino, Italia



ASOCIAȚIA JUDEȚEANĂ  
"SPORTUL PENTRU TOȚI"  
SUCEAVA



Sportska zajednica  
Istarske županije

