Questa sintesi della presentazione si basa sulle **Linee guida EHLA per la promozione dell'attività fisica (v0.2)** e si concentra su strategie di comunicazione efficaci volte a favorire un cambiamento comportamentale nei bambini di età compresa tra i 6 e i 12 anni. È pensata su misura per educatori, responsabili della pianificazione delle risorse e partenariati sportivi locali.

Titolo della presentazione: Comunicazione efficace per la promozione di attività salutari

Sottotitolo: Principi e tecniche fondamentali per il coinvolgimento delle parti interessate

SLIDE 1: Introduzione & sfide della comunicazione

- **Il problema:** L'inattività fisica è uno dei principali fattori di rischio di mortalità; l'81% degli adolescenti in tutto il mondo non soddisfa le raccomandazioni in materia di attività fisica.

- **Il divario comunicativo:** Molte campagne pubbliche rimangono astratte e non riescono a fornire gli strumenti pratici necessari per trasformare le intenzioni in abitudini quotidiane.

- **L'obiettivo:** Tradurre i dati scientifici e l'innovazione in azioni concrete che possano essere adottate nelle scuole, nelle famiglie e nelle comunità.

- **Messaggio chiave:** La comunicazione deve essere multisettoriale e coinvolgere scuole, genitori, operatori sanitari e organizzazioni sportive per creare un ambiente favorevole all'attività fisica.

SLIDE 2: Principi fondamentali — Equità, inclusione e divertimento

- **Dare priorità all'inclusività:** Concentrare i messaggi sui gruppi con i tassi di partecipazione più bassi, in particolare le ragazze, le popolazioni con basso livello socioeconomico e i bambini con disabilità.

- **Creare un'atmosfera positiva:** Mettere in primo piano il divertimento, la crescita personale e il lavoro di squadra piuttosto che la competizione ad alto rischio o la vittoria.

- **Linguaggio inclusivo:** Garantire che i servizi e i programmi sanitari siano promossi come accessibili, pertinenti e alla portata di tutti.

- **Accessibilità:** Informare sulla disponibilità di programmi a basso costo o gratuiti, quali iniziative di prestito di attrezzature o sovvenzioni, al fine di eliminare gli ostacoli finanziari.

Slide 3: Il modello COM-B — Una base per la progettazione dei messaggi

Le strategie di comunicazione dovrebbero tenere conto dei tre pilastri del quadro di riferimento COM-B per il cambiamento comportamentale:

- **Competenza:** Fornire consigli pratici e informazioni per aiutare le persone a sviluppare le capacità fisiche e psicologiche necessarie per svolgere un'attività.
- **Opportunità:** Utilizzare la comunicazione per mettere in evidenza gli spazi esistenti (come parchi e scuole) e gli ambienti sociali in cui è possibile svolgere attività.
- **Motivazione:** Progettare interventi che stimolino il desiderio di essere attivi attraverso il coinvolgimento sociale e l'ispirazione.

Slide 4: Tecnica — Ispirazione tra pari e storie di successo

- **Influenza tra pari:** Utilizzare modelli come il programma "BASE", in cui l'ispirazione fornita dai coetanei e l'impegno sociale motivano le persone inattive a iniziare a muoversi.
- **Evidenziare i successi**: Condividiamo storie di vita reale di persone che sono passate da uno stile di vita sedentario a uno attivo, affinché possano rappresentare una potente fonte di ispirazione.
- **Coinvolgimento degli studenti:** Coinvolgere direttamente i bambini nella progettazione dei programmi di attività; il loro contributo migliora il livello di partecipazione e rende il messaggio più facilmente comprensibile per i loro coetanei.

Slide 5: Engaging Schools and Educators

- **Approccio a livello scolastico:** Promuovere l'importanza della "ricreazione attiva", delle pause di movimento durante le lezioni e dei metodi didattici che prevedono l'attività fisica (ad esempio, il programma finlandese "Scuole in movimento").
- **Coaching positivo:** Formare educatori e allenatori sulle tecniche positive che rafforzano la fiducia in sé stessi e prevengono l'impatto negativo del bullismo o dell'esclusione.
- **Tutela dell'orario scolastico:** Assicurarsi che i responsabili della programmazione e gli educatori diano priorità e tutelino il tempo dedicato all'educazione fisica (EF) e alla ricreazione nell'orario scolastico.

Slide 6: Coinvolgere le famiglie — Il legame tra casa e scuola

- **Strumenti pratici per i genitori:** Distribuire opuscoli con consigli specifici sul gioco attivo e organizzare pomeriggi sportivi per le famiglie, per dimostrare l'importanza che la scuola attribuisce alla salute.

- **Esempio da seguire:** Incoraggiare i genitori a svolgere attività fisica insieme ai propri figli, poiché la partecipazione congiunta è un fattore determinante per i livelli di attività fisica dei bambini

- **Limiti al tempo trascorso davanti allo schermo:** Fornire indicazioni chiare e prive di giudizi di valore su come stabilire limiti al tempo trascorso davanti allo schermo per scopi ricreativi e su come incoraggiare passatempi alternativi che prevedano attività fisica.

Slide 7: Campagne comunitarie e sensibilizzazione dell'opinione pubblica

- **Messaggi semplici e chiari:** Utilizzare campagne mediatiche (TV, social media) per diffondere obiettivi chiari, come ad esempio: "I bambini hanno bisogno di 60 minuti di gioco al giorno!".

- **Sostegno alle politiche multisettoriali:** I responsabili della pianificazione dovrebbero instaurare un dialogo tra i vari settori per collegare la pianificazione urbana (ad esempio, piste ciclabili, attraversamenti pedonali sicuri) agli obiettivi sanitari.

Eventi di partecipazione di massa: Sponsorizzare e promuovere eventi come le giornate sportive per famiglie o le “strade del gioco” per rendere l’attività fisica una parte normale e visibile della vita della comunità.

Slide 8: Monitoraggio e comunicazione basata sui dati

- **Feedback oggettivo:** Utilizzare semplici contapassi o cruscotti digitali per fornire a bambini e genitori un feedback sui passi giornalieri o sui minuti di attività fisica.

- **Basare le azioni sui dati:** Le scuole e le autorità pubbliche dovrebbero utilizzare i dati di monitoraggio (ad esempio, i sondaggi) per individuare i gruppi a rischio e adattare di conseguenza i propri messaggi.

- **Trasparenza e sicurezza:** Assicurarsi che tutte le procedure di raccolta e monitoraggio dei dati siano comunicate chiaramente ai genitori, al fine di garantire la privacy e mantenere la fiducia.