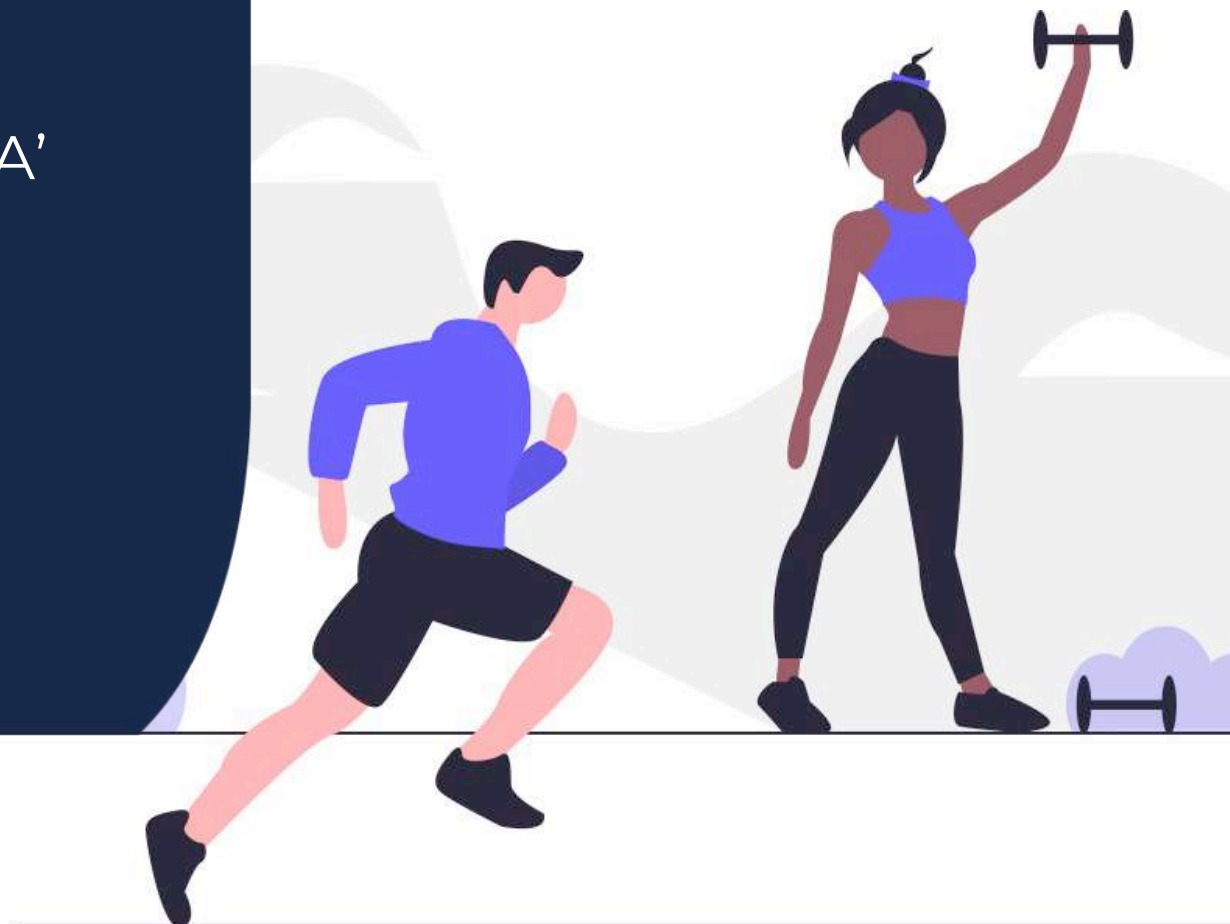




# LE BARRIERE ALL'ATTIVITA' FISICA E SPORTIVA: LA SEGMENTAZIONE DEGLI ITALIANI

novembre 2020



# PERCHÉ UNO STUDIO COMPORTAMENTALE SULLE BARRIERE ALL'ATTIVITA' FISICA E SPORTIVA

a BETTER PLACE

Ipsos

In collaborazione con gli istituti di ricerca **IPSOS** e l'**Istituto Europeo per il**

**Comportamento Umano**, (IESCUM – A Better Place), Sport e Salute ha avviato e completato nel corso del 2020 un'indagine sulle province campione di Bergamo e Catania per definire i segmenti della popolazione rispetto al loro diverso approccio alla pratica sportiva e all'attività fisica, nonché per individuare le barriere che frenano l'adozione di stili di vita maggiormente sani e attivi.

Lo studio si è avvalso delle conoscenze provenienti dalle scienze cognitive e comportamentali e dalle esperienze internazionali di successo in ambito pubblico – si vedano, in particolare, i casi di successo avviati nel 2010 da **Sport England** e nel 2013 da **Sport Australia**, nonché le pubblicazioni del Joint Research Centre della **Commissione europea** e dell'**Organizzazione per la cooperazione e lo sviluppo economico (OCSE)**.

Le scienze comportamentali muovono dall'assunto che la gran parte delle nostre decisioni sia affetta da razionalità limitata: le decisioni prese dalle persone non sono ottimali, non rappresentano il miglior modo di investire le proprie risorse (tempo, attenzione, energie, risorse economiche). Capire cosa le guida ci aiuta pertanto a indirizzare in maniera efficace gli individui verso scelte più salubri.

**«Spesso le persone si trovano a prendere decisioni che non avrebbero preso se avessero prestato piena attenzione, posseduto informazioni complete, capacità cognitive illimitate e totale autocontrollo.»**

Richard Thaler (premio Nobel economia nel 2017) & Cass Sunstein, "Nudge", 2008

## COSA SIGNIFICA «CAMBIARE COMPORTAMENTO»

Gli italiani stanno diventando sempre più poveri in termini di tempo e spesso, purtroppo, anche in termini di risorse economiche. La moltitudine di impegni, la difficile conciliazione del tempo lavoro-famiglia e il moltiplicarsi delle forme di intrattenimento, anche grazie all'uso delle tecnologie, rendono incrementalmente difficile la diffusione di stili di vita sani e attivi, nonché il lavoro di sensibilizzazione verso queste tematiche. I dati mostrano inoltre da diversi anni nuovi trend tra coloro che praticano attività fisica e sportiva in luoghi e con modalità non strutturate, che non sempre vengono intercettati da chi si occupa di sport.

La segmentazione dell'utenza implica la **suddivisione della popolazione di riferimento in gruppi di persone con esigenze, propensioni e comportamenti simili**, per aiutarci a capire cosa influenza le decisioni e i comportamenti delle persone in relazione allo sport e all'attività fisica.



### I NOSTRI SEGMENTI DI UTENZA

**Disinteressati**  
**Disimpegnati**  
**Attivi in compagnia**  
**Sportivi di default**  
**Attivi consapevoli**

Far cambiare abitudini e comportamenti alle persone è infatti tutt'altro che semplice. Lo sa bene chi ha provato almeno una volta nella vita a mettersi a dieta, a smettere di fumare o di mangiarsi le unghie.

**Tre sono gli ingredienti chiave per creare cambiamento nei comportamenti:**

- 1. la capacità delle persone di cambiare;**
- 2. le opportunità offerte alle persone per cambiare;**
- 3. la motivazione delle persone di cambiare.**

## IL BENCHMARK DI SPORT ENGLAND

In questo senso, il modello di segmentazione e misurazione adottato da **Sport England** rappresenta uno dei principali benchmark di riferimento per il lavoro condotto da Sport e Salute.

Il diagramma qui di lato ben sintetizza il metodo ispirato alle scienze comportamentali che è alla base delle strategie di Sport England, a partire dal **piano strategico pluriennale Towards an Active Nation 2016-2021**. Partendo dalle 3 macro-sfide comportamentali, Sport England ha infatti ricondotto i diversi stadi del cambiamento a quelli identificati dalle più accreditate teorie scientifiche, con particolare riferimento al Modello Transteorico. Infine, per ciascuno stadio, sono state identificate specifiche tecniche per incoraggiare gli individui a progredire nel percorso di cambiamento o a conservarlo nel tempo.

Analogamente, lo studio condotto da Sport e Salute individua, per ciascuno dei 5 segmenti di utenza, le leve motivazionali per promuovere stili di vita attivi.



# INDICE DEI CONTENUTI

---

Executive summary	6
.....	
Propensione allo sport: la segmentazione degli italiani, motivazioni e barriere cognitive	12
.....	
Attivi Consapevoli	16
Sportivi di Default	27
Attivi in Compagnia	38
Disimpegnati	49
Disinteressati	60
.....	
Allegati	71





A person wearing a bright red jacket, black leggings, and blue sneakers is running away from the camera on a paved path in a park. The path is lined with trees showing autumn foliage in shades of yellow and orange. In the background, a large stone building with a tower is visible through the trees. The sky is clear and blue.

**EXECUTIVE SUMMARY**

**SULLA SEGMENTAZIONE**

**DEGLI ITALIANI RISPETTO**

**ALLA PRATICA SPORTIVA**

## EXECUTIVE SUMMARY

Ad un primo sguardo si potrebbe pensare che chi non pratica attività fisica o sportiva non lo faccia semplicemente per pigrizia o per una minore predisposizione. Viceversa, chi è attivo viene spesso visto come persona dotata di grande forza di volontà, se non addirittura di un dono naturale.

Di contro, studi dimostrano che ognuno sperimenta **barriere o motivazioni diverse** che allontanano o spingono verso una maggiore pratica sportiva.

Nell'individuare tali diverse configurazioni delle dimensioni di consapevolezza, questa indagine ha potuto quindi delineare **cinque diversi segmenti** (o categorie) di utenza rispetto alla pratica sportiva e all'attività fisica,

evidenziando per ciascuno di esse indicazioni utili sui processi decisionali che le persone mettono in atto per decidere se, dove, come e quando sport o attività fisica.

Le conclusioni di questa indagine consentono *in primis* di **declinare strategie e proposte di azione specifiche e mirate**, perchè vanno ad agire su barriere e motivazioni sistematicamente rilevate; consente, poi, di effettuare analisi preventive dell'**efficacia delle politiche e delle azioni da adottare per aumentare la pratica sportiva a seconda del target a cui sono dedicate**.

Misurare e prevedere in anticipo l'efficacia delle politiche sportive è inoltre chiaramente fondamentale per massimizzare le risorse

pubbliche destinate annualmente per ridurre i livelli di sedentarietà e, di conseguenza, per **migliorare la qualità della vita degli individui, ridurre il rischio di malattie croniche, ridurre la pressione sul sistema sanitario, e non solo.**

L'Organizzazione Mondiale della Salute stima che a livello globale la sedentarietà costi 54 miliardi di dollari in assistenza sanitaria diretta e altri 14 miliardi di dollari in perdita di produttività.





# GLI ITALIANI E LO SPORT: I 5 SEGMENTI IN SINTESI

L'indagine ha mostrato cinque diversi macro-approcci alla pratica sportiva e all'attività fisica:

## SPORTIVI DI DEFAULT 34%



Segmento in cui l'attività sportiva vera e propria è più presente. Può rappresentare un gruppo su cui agire prioritariamente, sia per dimensione che per propensione. Occorre lavorare sul rafforzamento della consapevolezza della scelta.

## ATTIVI IN COMPAGNIA 18%



Per questo segmento, l'attività sportiva vera e propria è sotto la media, mentre l'attività fisica nel complesso è allineata. La componente sociale è quella che stimola maggiormente gli individui a muoversi. Possono essere stimolati facendo leva proprio su questo aspetto.

## DISIMPEGNATI 17%



Mostrano attività fisica discontinua, legata ad eventi esterni. La componente valoriale è bassa. Per stimolarli è necessario semplificare l'accesso al movimento, creando occasioni impreviste che non comportino sforzi né in termini di tempo né economici.

## ATTIVI CONSAPEVOLI 12%



Segmento in cui tutti gli assi della consapevolezza sono alti e l'attività fisica è già elevata. Può non rappresentare una priorità di intervento.

## DISINTERESSATI 20%



Rappresenta il segmento che pratica in assoluto meno attività fisica e in cui la pratica sportiva è sostanzialmente assente. La consapevolezza è bassa in tutte e 3 le dimensioni analizzate e le barriere cognitive e comportamentali sono elevate. Gli interventi necessari sono complessi e multicomponenti.



# L'INFORMAZIONE SUI BENEFICI C'È, LA COERENZA TRA VALORI E COMPORTAMENTI VA STIMOLATA

Lo studio ha evidenziato che l'informazione sui benefici dello sport e degli stili di vita sani c'è. La coerenza tra valori e comportamenti, invece, va stimolata.

## Complessiva apertura nei confronti dell'attività fisica e valore rinforzante

Il 60% degli intervistati si mostra consapevole del fatto che l'attività fisica gioca un ruolo importante per la salute, il 40% mostra di comprendere il forte nesso fra attività fisica attuale e salute futura. Oltre il 40% degli intervistati dichiara di provare soddisfazione e piacere nello svolgere attività fisica

## Conflitto di valori.

Se da un lato l'attività fisica è fonte di soddisfazione, dall'altro sembra confliggere con altre attività che le sottraggono spazio (tempo, importanza). Il 40% dichiara infatti di svolgere un'attività fisica routinaria (sempre la stessa, senza di fatto apertura all'esplorazione e flessibilità psicologica) e, soprattutto, più del 40% vincola la possibilità di svolgere attività fisica alla disponibilità di tempo.

## Informazione limitata

La conoscenza di che cosa offre il proprio territorio e di quali attività vengono svolte dagli altri può essere incrementata e la ricerca di informazioni al riguardo è decisamente bassa.

## La consapevolezza delle decisioni è bassa

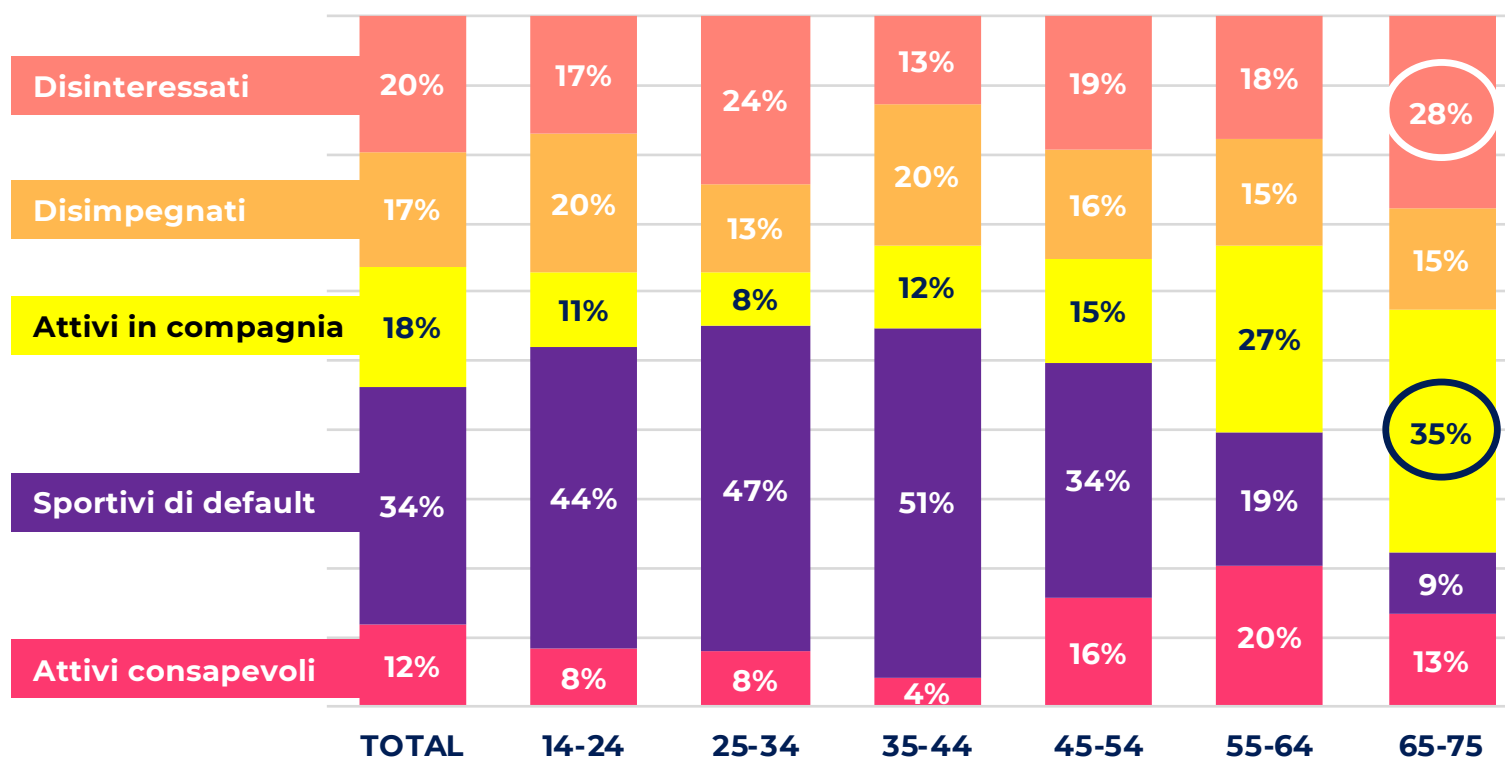
Particolarmente bassa la presenza di scelte consapevoli e deliberate verso l'attività fisica. E' un aspetto sul quale sarebbe opportuno lavorare per sostenere la propensione valoriale già presente verso l'attività fisica, stimolando nuove occasioni e opportunità per svolgere attività fisica e introducendo nudge a supporto.

Da considerare che l'impegno economico e lo sforzo fisico non sembrano barriere nel complesso rilevanti.



## LA SEGMENTAZIONE DEGLI OVER 65

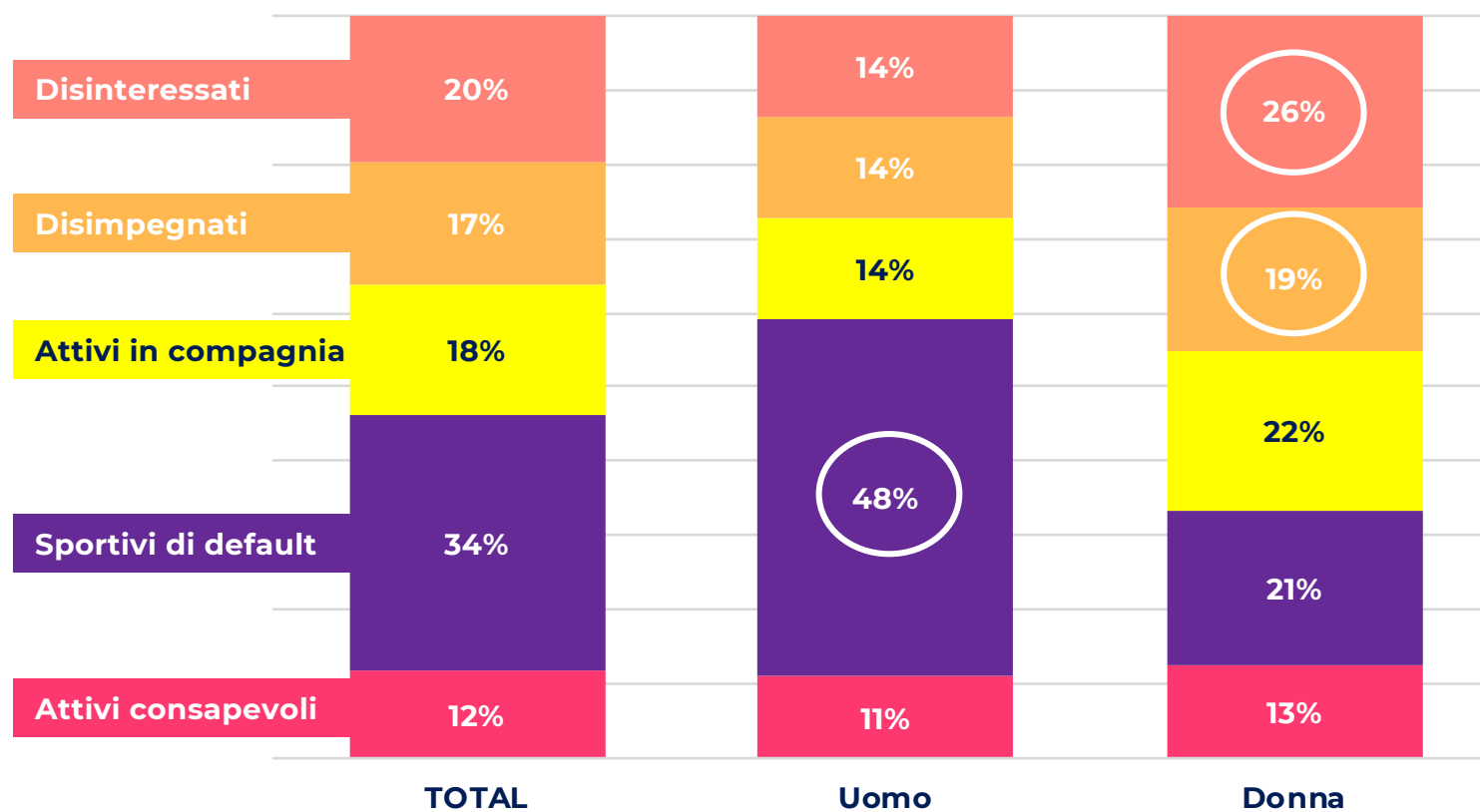
Approfondendo l'analisi per specifici target è emerso che le fasce più anziane mostrano una polarizzazione tra gli 'attivi in compagnia' e i 'disinteressati'.



In termini concreti, lo studio ci consente di dire, ad esempio, che gli over 65 sono rappresentati per il 35% dal segmento Attivi in Compagnia e che, pertanto, per loro vanno pensate azioni che favoriscano soprattutto attività motorie di gruppo. Sappiamo inoltre che gli over 65, per il 28%, sono Disinteressati e, per il 13%, Attivi consapevoli. È quindi verosimile ritenere che le campagne di sensibilizzazione sui benefici fisici dello sport possano risultare insufficienti, se non addirittura inefficaci.

## LA SEGMENTAZIONE PER GENERE

Tra gli uomini vi sono molti 'sportivi di default', mentre tra le donne prevalgono maggiormente i segmenti delle 'disimpegnate' e delle 'disinteressate'.







**PROPENSIONE ALLO SPORT:**

**LA SEGMENTAZIONE DEGLI**

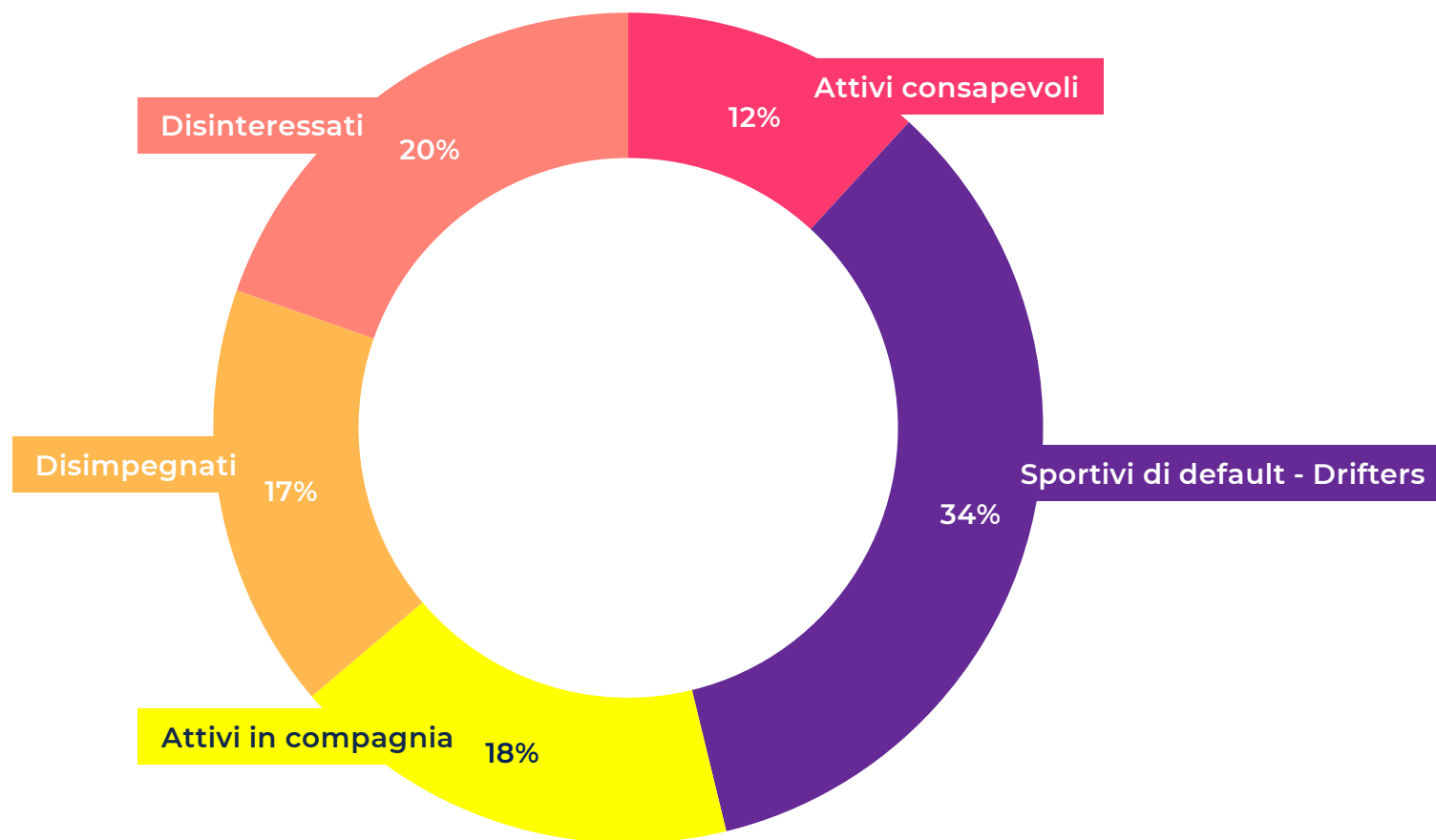
**ITALIANI, MOTIVAZIONI E**

**BARRIERE COGNITIVE**



# L'INDAGINE HA MOSTRATO 5 MODALITÀ DIVERSE DI APPROCCIARSI ALL'ATTIVITÀ FISICA E SPORTIVA

Segmentazione basata sugli assi della motivazione e barriere cognitive comportamentali.



## I 5 SEGMENTI HANNO LO STESSO PESO TRA LE 2 PROVINCE

	Total	Bergamo	Catania
Attivi consapevoli	12%	13%	11%
Sportivi di default	34%	33%	36%
Attivi in compagnia	18%	17%	18%
Disimpegnati	17%	16%	17%
Disinteressati	20%	21%	19%

## NOTE METODOLOGICHE PER LA LETTURA DEI SEGMENTI

L'allocazione di ciascun individuo ad un segmento è il risultato di un'analisi statistica (**analisi fattoriale e cluster k-means sugli score derivati dai fattori individuati**).

In ogni slide relativa al segmento viene riportata la **base di riferimento**, cioè il numero assoluto degli intervistati che sono stati classificati nel segmento di riferimento o che, all'interno del segmento, hanno risposto ad una determinata domanda (es. solo quelli che praticano sport). Tale numero è il risultato del totale campione intervistato (1.385 individuati) moltiplicato per il peso in percentuale del segmento (es. 12% per gli attivi consapevoli).

Nelle descrizioni dei segmenti sono sempre riportati gli **indici di scostamento** dei risultati espressi dagli individui appartenenti al segmento verso la media del campione intervistato. Gli indici sono il risultato del rapporto tra le percentuali di risposta nel segmento e le percentuali a totale campione, moltiplicati per 100. Esempio fasce di età Sportivi di Default:

	totale campione	% nel segmento	% nel segmento/ % totale campione *100
14-24	15,1%	19,2%	127
25-34	15,0%	20,6%	137

Tutte le informazioni nei segmenti sono riportate ordinate secondo l'indice di scostamento rispetto al campione. Per interpretare i dati bisogna valutare congiuntamente sia la % assoluta che l'indice (Nota bene: un indice molto alto su una percentuale piccola non è da considerarsi degno di nota). In rosso sono evidenziati gli indici <di 70 (quindi per cui la % nel segmento è minore del 30% rispetto al totale campione), in verde quelli >di 130 (quindi per cui la % nel segmento è maggiore del 30% rispetto al totale campione).

La somme delle percentuali nelle domande a risposta singola potrebbe non essere sempre uguale al 100% per 2 motivi:

- in alcuni casi (indicati con una nota) si sono riportati solo gli item più rilevanti, il restante è da considerarsi «altro»;
- arrotondamenti dovuti ai decimali.



## ATTIVI CONSAPEVOLI

12%

Segmento sovrarappresentato tra gli adulti-maturi, in cui la attività fisica è già molto presente.

Questo grazie ad un buon grado di consapevolezza evidente in tutte e 3 le componenti, legato ad una percezione gratificante dell'attività fisica e a basse barriere cognitive.

**Intervenire su questo segmento potrebbe non rappresentare una priorità dal il già buon livello di attività fisica praticata.**

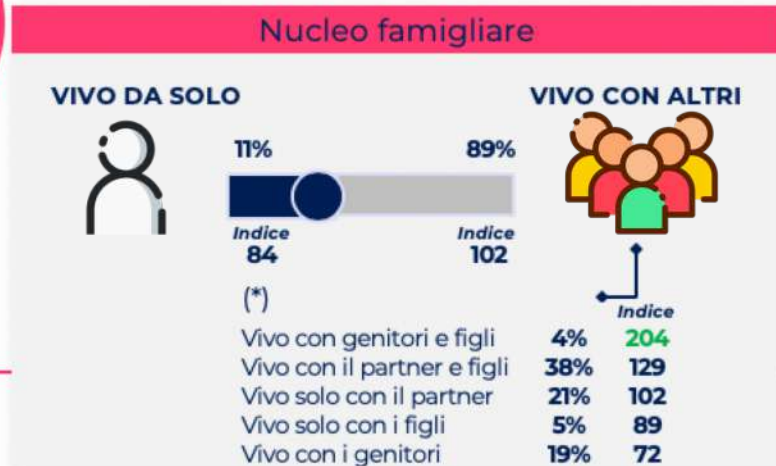
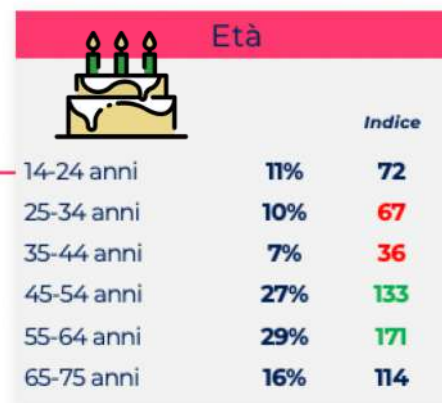
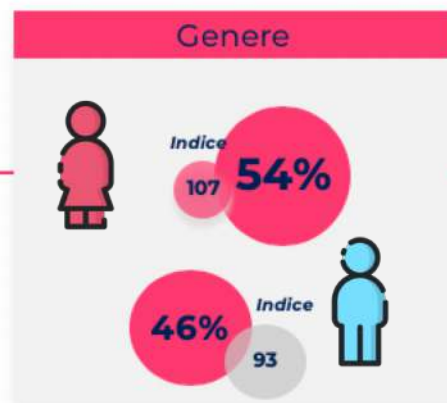


# PREVALENZA DI ADULTI MATURI

12%

Forte prevalenza di adulti maturi (45-64 anni), che vivono in famiglia. Nessuna differenziazione significativa di genere o stato occupazionale. Risorse economiche leggermente inferiori alla media.

## SOCIO-DEMO



Base: n=164

(\*) sono inserite solo le voci più rilevanti

Legenda Idx >130 Idx <70

# SODDISFATTI DELLA PROPRIA VITA

12%

Persone tendenzialmente più soddisfatte della media della propria vita in tutti gli aspetti. Attenzione alla salute.

LIVELLO DI BENESSERE ATTUALE

### Soddisfazione vita attuale



**FELICITA' COMPLESSIVA**  
Top 3 Box % (scala 1-10)



Indice 150

LIVELLO SODDISFAZIONE DI/ DEL...	Top 3 Box % (scala soddisfazione 1-10)	Indice
Tempo libero	51%	132
Rapporti con i suoi famigliari	81%	130
Attività lavorativa	41%	129
Vita affettiva e amorosa	68%	128
Reddito e beni che possiede	37%	127
Zona in cui vive	58%	126
Relazione che ha con il suo corpo e aspetto estetico	48%	117
Stato di salute	56%	116
Rapporti con gli amici/ persone che frequenta	61%	113
Attività di studio	33%	68

### Cosa vorrebbero migliorare in futuro



Risposta singola (\*)

	Indice
Migliorare il mio stato di salute	15% 147
Avere più soldi	27% 118
Fare più attività fisica e sportiva	4% 113
Avere più tempo libero	8% 98
Cambiare lavoro	5% 88
Cambiare città/paese	3% 85
Passare più tempo con i miei famigliari	6% 83
Cambiare casa	3% 61
Migliorare la mia vita affettiva e sentimentale	4% 57
Avere più contatto con la natura	2% 37
Passare più tempo con gli amici	1% 36
Migliorare il mio corpo e il mio aspetto fisico	2% 23

### Stato salute attuale

	Indice
Optimo	13% 112
Molto buono	44% 100
Discreto	43% 103
Cattivo	1% 19

PRESENZA MALATTIE CRONICHE	Indice
Sì, soffro di più di una malattia cronica	11% 151
Sì, di una malattia cronica	19% 124
No, non soffro di nessuna malattia cronica	69% 90

PRESENZA DISABILITÀ	Indice
Sì	12% 216
No	88% 93

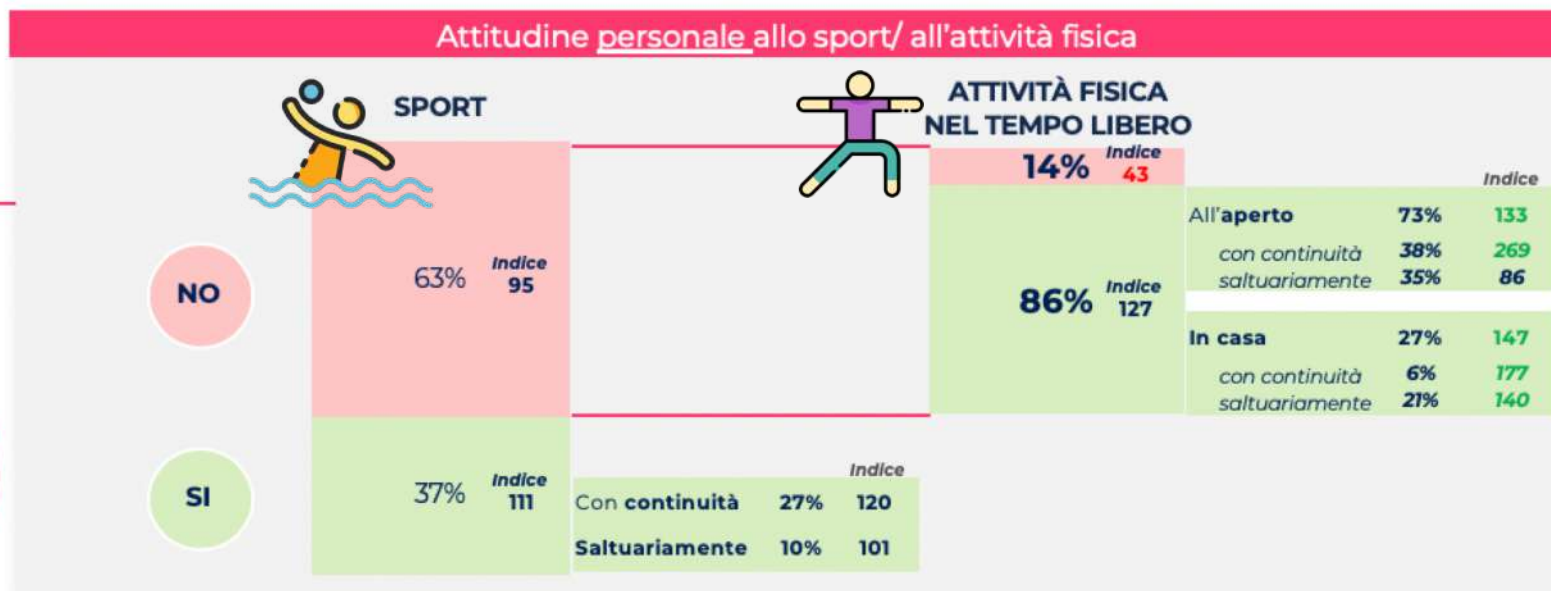
Base: n=164

(\*) sono inserite solo le voci più rilevanti  
Legenda Idx >130 Idx <70

# IN POCHI NON FANNO ATTIVITÀ

12%

Tendono a praticare più della media soprattutto attività non sportive e lo fanno con continuità. Non vengono da una tradizione familiare sportiva.



Base: n=164

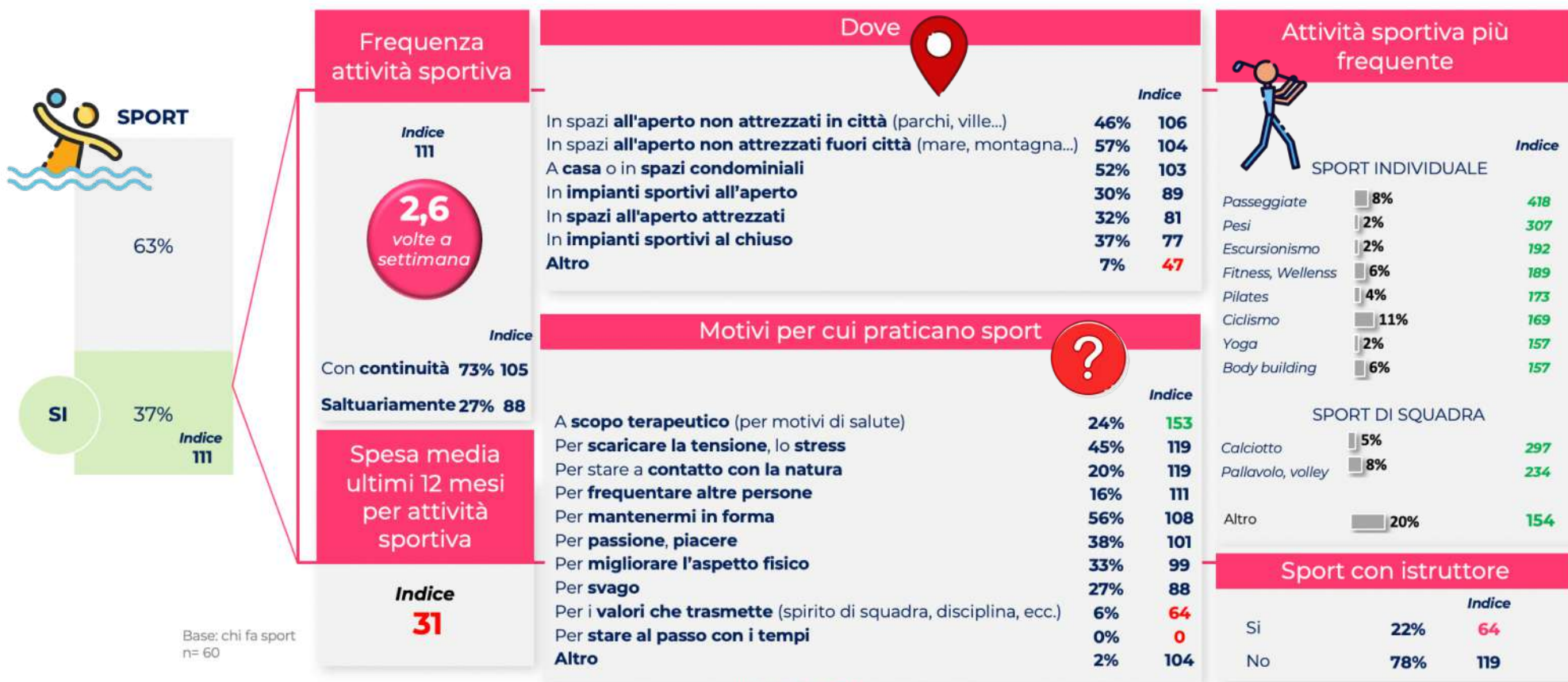
Legenda *Idx >130 Idx <70*



# SVOLGERE ATTIVITÀ FISICA NON È UN IMPEGNO ECONOMICO

12%

La loro spesa per fare movimento è meno di un terzo della media. In linea con la media la motivazione principale per cui dichiarano di fare sport è per mantenersi in forma, seguito dalla visione dello sport come modo per scaricare tensione e stress. Decisamente superiore alla media la sua utilità a scopi terapeutici.

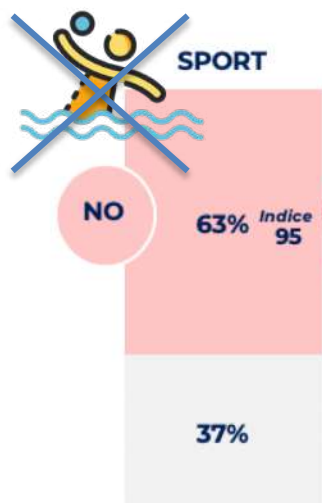




# LA SALUTE, FRENO E INCENTIVO ALLA PRATICA SPORTIVA

12%

La loro spesa per fare movimento è meno di un terzo della media. In linea con la media la motivazione principale per cui dichiarano di fare sport è per mantenersi in forma, seguito dalla visione dello sport come modo per scaricare tensione e stress. Decisamente superiore alla media la sua utilità a scopi terapeutici.



Base chi non fa sport : n=104



Legenda Idx >130 Idx <70

# ATTIVITÀ FISICA SIA IN CASA E ALL'APERTO CON CONTINUITÀ

12%

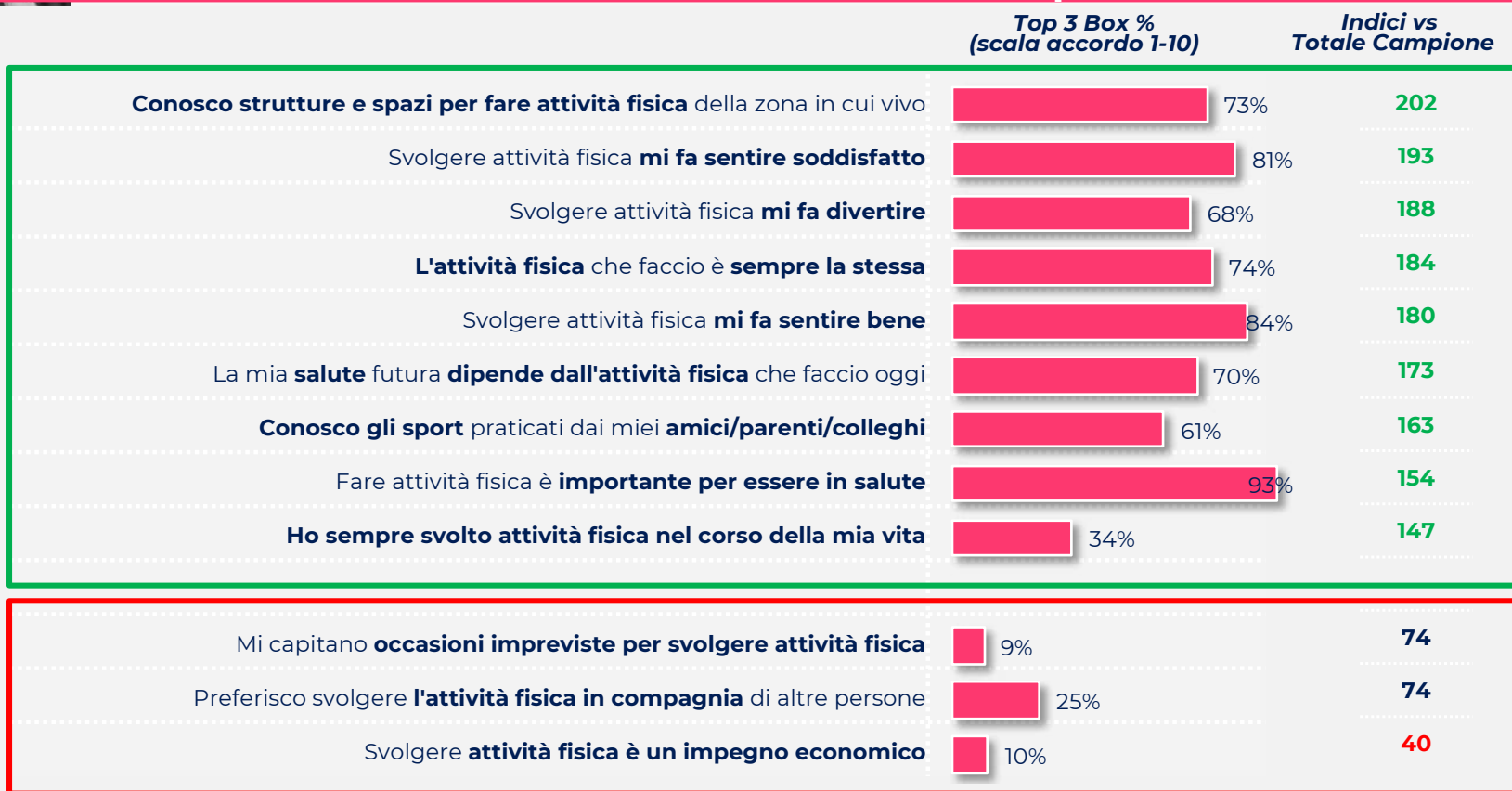
Anche se non praticano sport sono comunque più attivi della media, principalmente per mantenersi in forma e migliorare il proprio aspetto ma anche a scopo terapeutico. Questi pochi che non fanno attività dichiarano sopra media impegni familiari e motivi di salute.



Legenda *Idx >130 Idx <70*

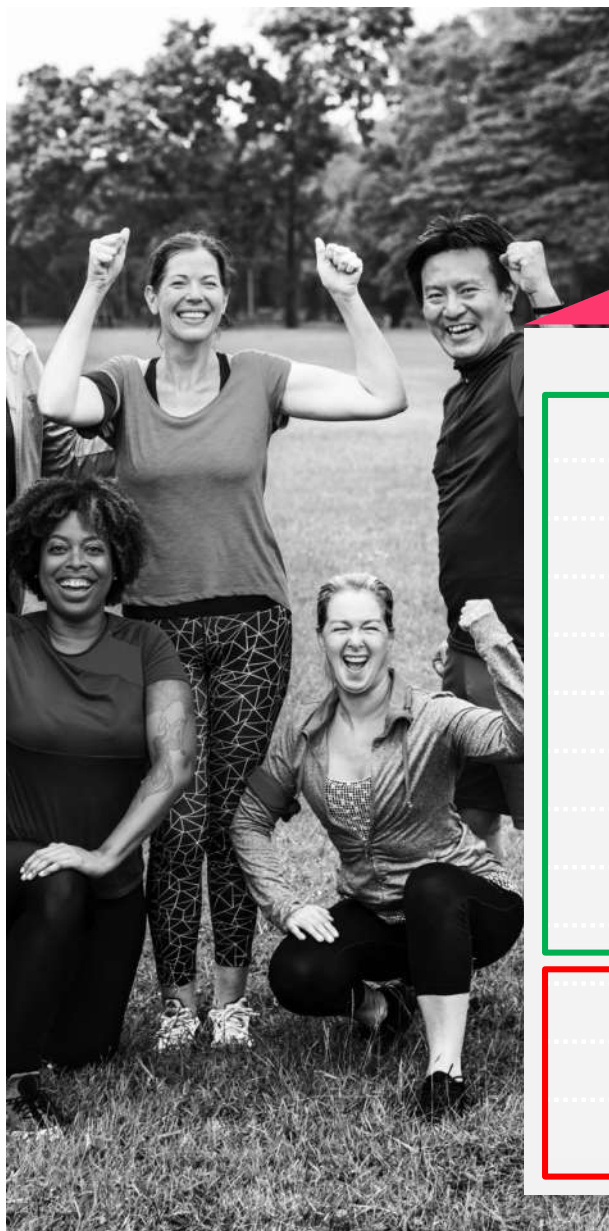
12%

## Motivazioni e attitudini all'attività sportiva/ fisica



Base: n=164

Legenda Idx >130 Idx <70



# BUON LIVELLO DI CONSAPEVOLEZZA

12%

## ASSE INFORMAZIONE-DISINFORMAZIONE

### MOLTO INFORMATI

Le persone di questo segmento sono tendenzialmente molto informate circa l'attività fisica e in modo trasversale: hanno informazioni complete circa le opportunità offerte dal territorio in cui vivono, sono informate sull'attività svolta dalle persone di riferimento, sanno consultare fonti informative e sono a conoscenza delle conseguenze positive sulla salute derivanti dall'attività fisica.

## ASSE SIGNIFICATO-ASSENZA DI SIGNIFICATO

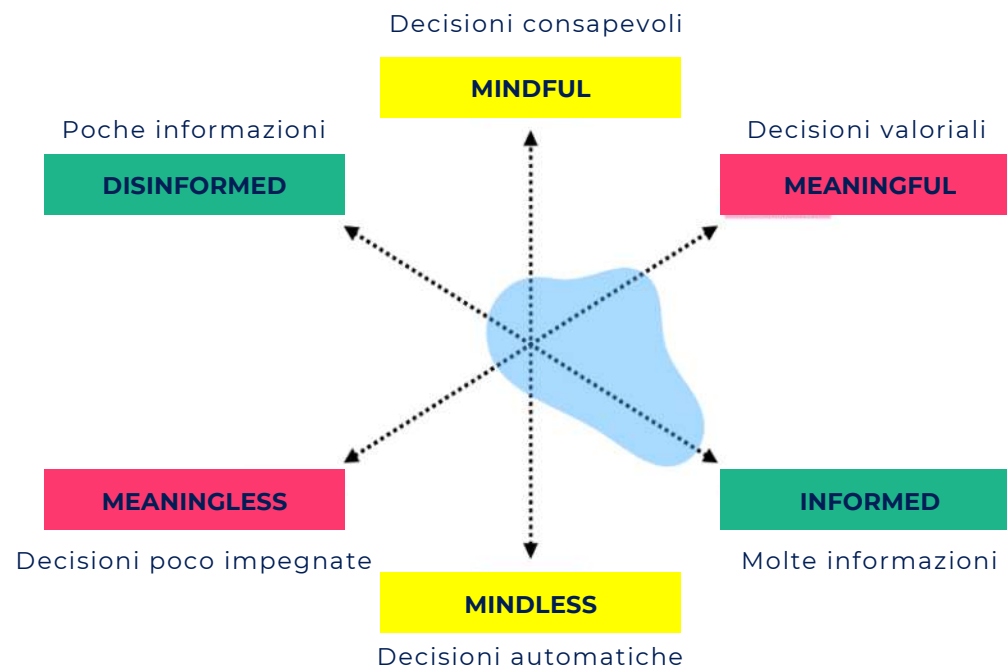
### BUON INVESTIMENTO

Mostrano di avere un buon investimento valoriale sull'attività fisica. Traggono grandissima soddisfazione personale dallo svolgere attività fisica e tendenzialmente non dipendono, nelle loro scelte, dalle opportunità o dalle barriere poste dalla disponibilità di tempo o di occasioni.

## ASSE CONSAPEVOLEZZA-ASSENZA DI CONSAPEVOLEZZA

### SUFFICIENTEMENTE CONSAPEVOLI

Non si soffermano particolarmente a riflettere sulla scelta di svolgere attività fisica. L'attività fisica fa già parte della loro vita, si tratta di una decisione in qualche modo già assunta e che non viene rimessa in discussione. Difficilmente mettono in discussione il tipo di attività fisica svolta.





# ATTIVITÀ FISICA: VALORE RINFORZANTE E BENEFICIO FUTURO

12%

## Dimensione **COMPORAMENTO**

Le persone di questo segmento mostrano una fortissima sensibilità al valore rinforzante dell'attività fisica. Svolgere attività fisica ha un impatto positivo, gratificante, su di loro.

L'attività fisica viene percepita come un divertimento, con valore rinforzante intrinseco (rinforzatore dinamico).

## Dimensione **COGNIZIONE**

Mostrano una forte consapevolezza del legame fra azione attuale (scelta di fare attività fisica) e conseguenze future (salute nel tempo).

Non emerge un legame cognitivo fra attività fisica e costo economico, anzi rifiutano particolarmente questo abbinamento.

## **BIAS PRINCIPALI:**

**Framing** – esistono radicate rappresentazioni positive dell'attività fisica su cui è possibile fare leva

**Positive Reinforcement** – Attività fisica con forte valore gratificante

**Hyperbolic Discounting** – positivo collegamento tra l'azione presente e conseguenze future

# SEGMENTO GIÀ ATTIVO, UTILE FAR LEVA SU IMMAGINE POSITIVA DELLO SPORT



Questo segmento raggruppa persone già evidentemente **attive**, con **elevati** livelli di **conoscenza** e **competenza** e con un marcato **investimento valoriale**.

Proprio questa loro evidente propensione ed abitudine all'attività fisica sembra rappresentare una barriera ad un investimento più deciso, che potrebbe portare un maggior numero di loro a svolgere attività sportiva.

Le precondizioni per un simile incremento di impegno sono presenti: per ottenerlo sarebbe sufficiente lavorare su una **rottura di abitudini consolidate** e stimolare una riflessione attiva, consapevole, riguardo alle loro decisioni in fatto di attività fisica e sport.

**Azioni: il segmento non sembra rappresentare una priorità in termini di intervento ma, nel caso, occorre far leva sulla rappresentazione positiva che hanno dell'attività sportiva.**

A photograph of a young man with short brown hair and a beard, wearing a light grey tank top, dark shorts, and white sneakers, running on a paved path in a park. He is wearing white earbuds and a black armband. The background shows lush green trees and a park bench. The image is partially overlaid by a purple graphic element.

# SPORTIVI DI DEFAULT

# 34%

Questo segmento è fortemente sbilanciato verso l'attività sportiva vera e propria, mentre risulta sotto media la presenza di chi fa altra attività fisica.

Sebbene siano attivi, il livello di consapevolezza della decisione sembra piuttosto basso e la pratica sportiva ha poco valore rinforzante (è meno della media fonte di gratificazione). La scelta di praticare sport viene «trascinata» e non sembra essere molto sostenuta né dal piacere né dalla consapevolezza di benefici futuri.

**Si rendono necessari interventi di sostegno di una scelta consapevole** in modo tale da un lato di coinvolgere chi all'interno del segmento non fa ancora sport, dall'altro dare un supporto aggiuntivo a chi già lo pratica.

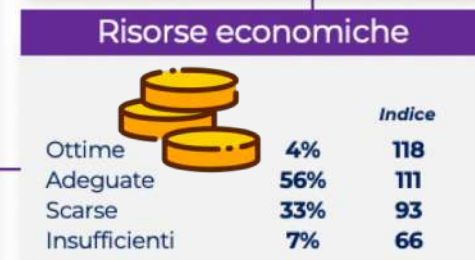
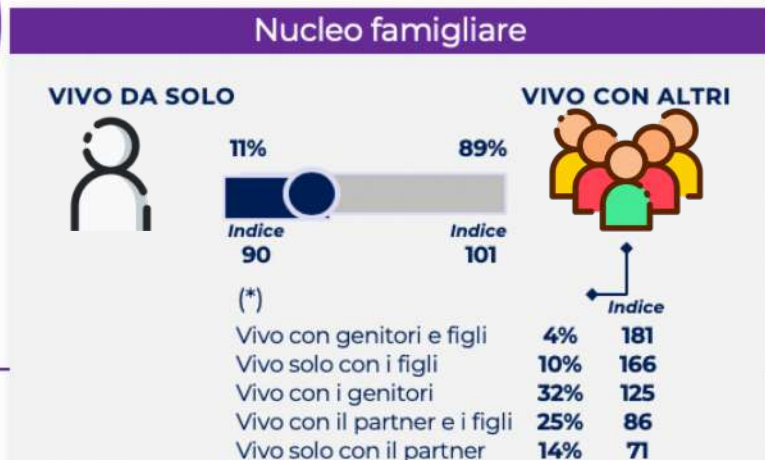
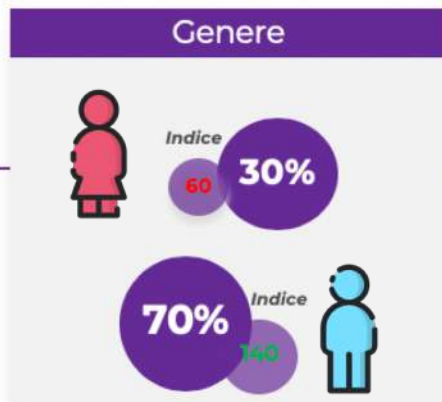


# GIOVANI, UOMINI E ISTRUITI

34%

Forte prevalenza di individui tra i 14-44 anni. Il 70% è composto da uomini. Più della metà lavora e, tra chi non lavora, risulta un'elevata presenza di studenti.

## SOCIO-DEMO



Base: n= 476

Legenda Idx >130 Idx <70

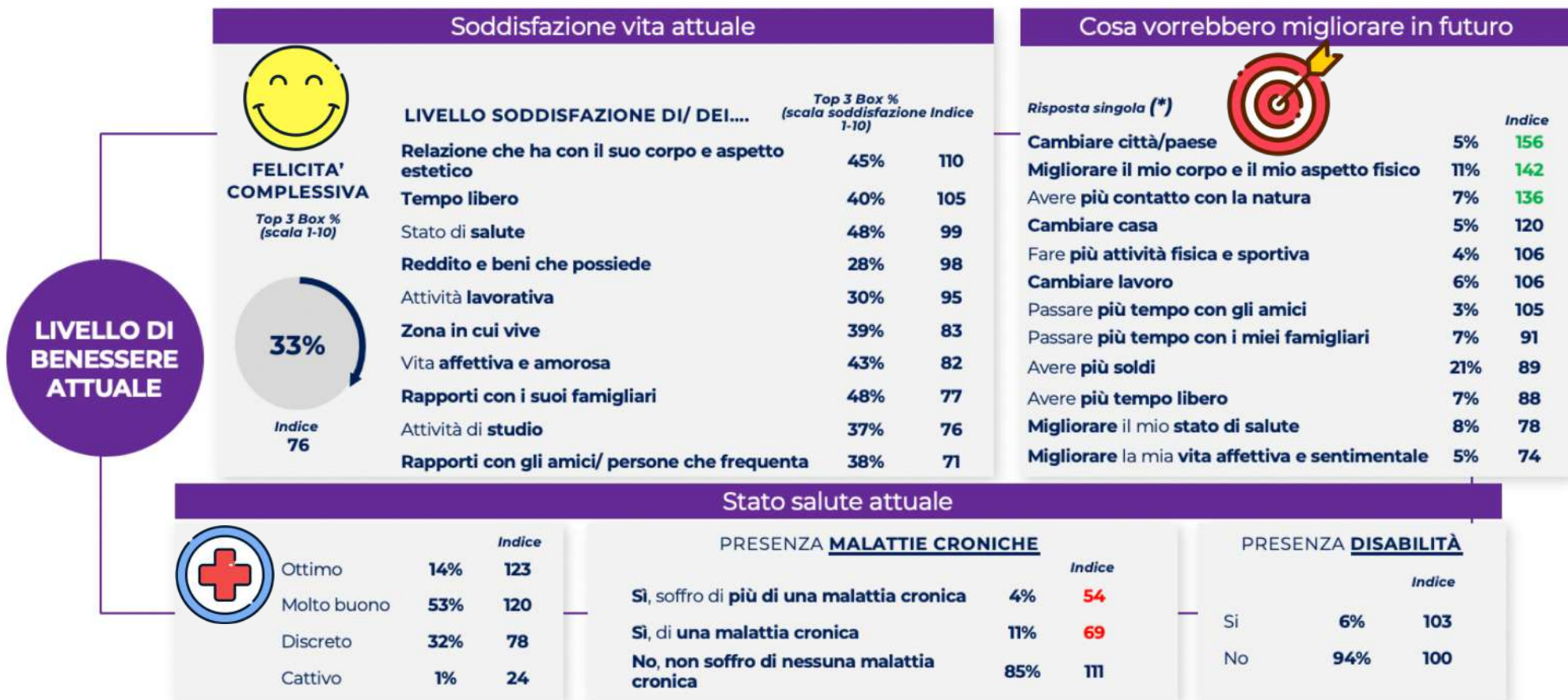
(\*) sono inserite solo le voci più rilevanti



# IN BUONA SALUTE, MA NON PARTICOLARMENTE SODDISFATTI

34%

Personae tendenzialmente meno soddisfatte della media della propria vita on gran degli aspetti considerati. Vorrebbero migliorare il proprio corpo.

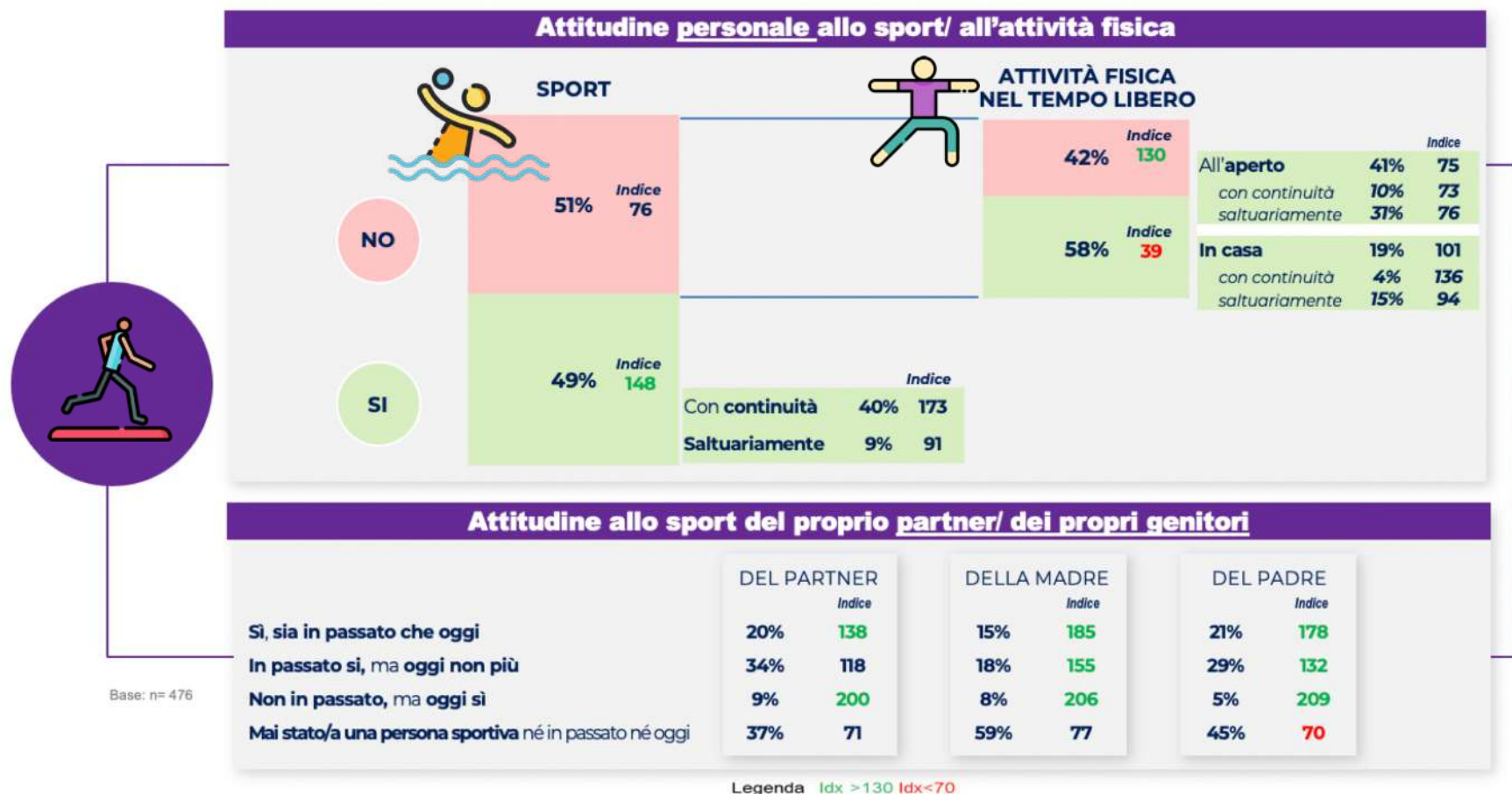


(\*) sono inserite solo le voci più rilevanti Legenda Idx >130 Idx <70

# ATTIVITÀ SPORTIVA PIÙ STRUTTURATA

34%

La loro attività sportiva è decisamente superiore alla media e chi lo pratica è decisamente più costante. Hanno partner sportivi e vengono da una famiglia tendenzialmente sportiva.



# INVESTIMENTO ECONOMICO ELEVATO

34%

Nella loro pratica sportiva spendono di più della media anche perchè utilizzano di più impianti, Non emergono motivazioni prevalenti per cui praticano sport. In linea con la media la motivazione principale per cui dichiarano di fare sport è per mantenersi in forma, seguito dalla passione e per scaricare tensione e stress





# COMPAGNIA, ASPETTO FISICO E NATURA COME DRIVER

34%

Tra coloro che non praticano sport, le motivazioni preponderanti sono mancanza di interesse e di tempo ma leggermente meno del resto del campione. Il fatto di non aver trovato nessuno che praticasse sport con loro rappresenta una motivazione decisamente sopra la media per non praticarlo. Potrebbero tornare a fare sport o farlo per la prima volta più della per mantenersi in forma, migliorare aspetto fisico e stare a contatto con la natura.



### Motivi per cui NON praticano sport

Motivo	Percentage	Indice
Mancanza di informazioni sulle possibilità di sport dove vivo	2%	286
Non ho trovato nessuno che venisse a fare sport con me	23%	271
Timidezza	7%	214
Disabilità	3%	100
Età	7%	97
Mancanza di impianti sportivi o difficoltà a raggiungerli	2%	90
Mancanza di interesse	25%	82
Mancanza di tempo (studio/lavoro)	24%	82
Motivi di famiglia	8%	78
Esperienze negative con lo sport e/o il mondo dello sport	0%	70
Gli orari degli impianti sono scomodi	3%	68
Motivi economici	8%	64
Stanchezza, pigrizia	17%	62
Motivi di salute	5%	54
Disagio	0%	0
Altro	1%	39

### Motivi per cui potrebbero cominciare

Motivo	Percentage	Indice
Per stare a contatto con la natura	16%	161
Per migliorare l'aspetto fisico	38%	157
Per mantenermi in forma	36%	98
Per scaricare la tensione, lo stress	24%	97
Per stare al passo con i tempi	0%	96
Per passione, piacere	11%	93
Per frequentare altre persone	7%	93
Per svago	14%	77
A scopo terapeutico (per motivi di salute)	14%	52
Per i valori che trasmette (es. spirito di squadra, disciplina...)	1%	22
Altro	1%	49



Legenda Idx >130 Idx <70



# MENO ATTIVITÀ FISICA PERCHÈ IN GENERALE MENO INTERESSANTE

34%

Potrebbero però esser stimolati a farla per mantenersi in buona salute e stare a contatto con la natura.

**NON FANNO SPORT...**

**51%**



**ATTIVITÀ FISICA NEL TEMPO LIBERO**

**NO** 42% *Indice 130*

**SI** 58% *Indice 39*

Base chi non fa sport:  
n=244

## Motivi per cui NON fanno attività fisica nel tempo libero



Mancanza di interesse	62%	161
Impegni di lavoro o di studio	16%	118
Impegni familiari	13%	95
Motivi di età	6%	80
Stanchezza, pigrizia	15%	55
Motivi di salute	2%	16
Altro	0%	8

Base: n=103

## Frequenza attività fisica nel tempo libero



**2,5**  
volte a settimana

*Indice 96*

## Modalità

All'aperto	41%	75
con continuità	10%	73
In casa	19%	101
con continuità	4%	136

Base: n=141

## Motivi per cui fanno attività fisica nel tempo libero



Per stare a <b>contatto con la natura</b>	28%	152
Per <b>mantenermi in buona salute</b>	57%	137
Per <b>passione, piacere</b> , divertimento	15%	121
Per <b>scopo terapeutico</b>	16%	115
Per <b>mantenermi in forma</b> , migliorare l'aspetto fisico	28%	97
Per <b>distrarmi</b> , scaricare la tensione, rilassarmi	24%	94
Per <b>stare con gli amici</b> , frequentare o conoscere altre persone	5%	67
Altro	0%	0

Legenda *Idx >130 Idx <70*

34%

## Motivazioni e attitudini all'attività sportiva/ fisica

	Top 3 Box % (scala accordo 1-10)	Indici vs Totale Campione
Leggo regolarmente <b>riviste/siti web...</b> che <b>parlano di attività fisica</b>	24%	186
<b>Ultimamente ho aumentato l'attività fisica</b>	12%	168
<b>Riesco sempre a trovare occasioni</b> per svolgere dell'attività fisica	30%	163
Mi capitano <b>occasioni impreviste per svolgere attività fisica</b>	18%	148
<b>Ho sempre svolto attività fisica nel corso della mia vita</b>	32%	139
Svolgere attività fisica è un modo <b>per stare in compagnia</b>	25%	69
La mia <b>salute</b> futura <b>dipende dall'attività fisica</b> che faccio oggi	27%	67
Ultimamente ho <b>ridotto l'attività fisica</b>	17%	67
<b>Conosco strutture e spazi per fare attività fisica</b> della zona in cui vivo	24%	67
<b>Mi è difficile modificare le mie abitudini</b> per fare attività fisica	20%	65
<b>La possibilità</b> di svolgere attività fisica <b>dipende dal tempo</b> disponibile	27%	63
<b>Impegni più importanti limitano</b> la possibilità di svolgere attività fisica	20%	61
Svolgere attività fisica è <b>faticoso</b>	20%	59

Base: n=164

# BUON INVESTIMENTO VALORIALE, MA BASSA CONSAPEVOLEZZA

34%

## ASSE INFORMAZIONE-DISINFORMAZIONE

### POCO INFORMATI

Le persone di questo segmento sono tendenzialmente meno informate del legame tra attività fisica e salute, circa le opportunità offerte dal territorio in cui vivono e di quanto fanno le persone di riferimento. La scarsa informazione è solo in parte compensata dal fatto che circa un quarto dichiara di consultare riviste, siti web, canali social o altri mezzi che parlano di attività fisica.

## ASSE SIGNIFICATO-ASSENZA DI SIGNIFICATO

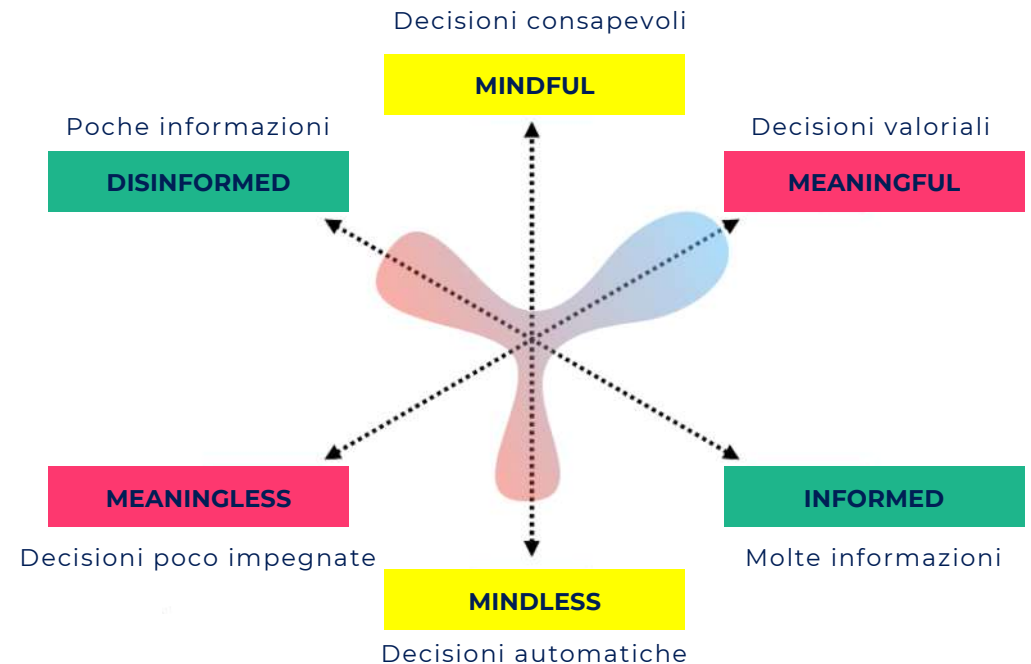
### BUON INVESTIMENTO

Mostrano di avere un buon investimento valoriale sull'attività fisica. Non dipendono, nelle loro scelte, dalle opportunità o dalle barriere poste dalla disponibilità di tempo o di occasioni e dichiarano di aver sempre dedicato tempo all'attività fisica nel corso della propria vita.

## ASSE CONSAPEVOLEZZA-ASSENZA DI CONSAPEVOLEZZA

### BASSA CONSAPEVOLEZZA

Non si soffermano particolarmente a riflettere sulla scelta di svolgere attività fisica. L'attività fisica fa già parte della loro vita, tendono a seguire le abitudini già instaurate ma sono anche aperti ad opportunità non pianificate: mostrano un comportamento di drifting decisionale.



# BASSO VALORE RINFORZANTE E CONSAPEVOLEZZA DEI BENEFICI

34%

## Dimensione **COMPORAMENTO**

Le persone di questo segmento mostrano una **bassa sensibilità al valore rinforzante dell'attività fisica**.

Svolgere attività fisica non sembra avere un impatto particolarmente positivo, gratificante, su di loro. Al tempo stesso, però, non vivono l'attività fisica come una fatica.

## Dimensione **COGNIZIONE**

Dimostrano una bassa consapevolezza del legame fra azione attuale (scelta di fare attività fisica) e conseguenze future (salute nel tempo).

Non emerge un legame cognitivo fra attività fisica e costo economico, anzi spendono di più della media.

## BIAS PRINCIPALI:

**Framing** –  
esistono radicate rappresentazioni positive dell'attività fisica su cui è possibile fare leva

**Positive Reinforcement** –  
Attività fisica con forte valore gratificante

**Hyperbolic Discounting** –  
positivo collegamento tra l'azione presente e conseguenze future



# SEGMENTO GIÀ ATTIVO, UTILE FAR LEVA SU IMMAGINE POSITIVA DELLO SPORT



Le persone di questo segmento presentano la possibilità e l'opportunità di essere “**risvegliate**”. Si tratta di persone con un alto livello di investimento valoriale, con una marcata propensione all'attività fisica ed allo sport, che però viene annacquata da un livello di informazione attualmente scarso (ma con significativo interesse ad informarsi) e soprattutto da una **bassa consapevolezza decisionale: si lasciano guidare**, nelle loro scelte, da abitudini consolidate e dal presentarsi di opportunità. Non hanno (ancora) sviluppato una scelta di impegno valoriale nei confronti dello sport, ma presentano tutte le precondizioni necessarie per compierla. **Necessitano di interventi che abbiano la funzione di un risveglio di coscienza.**

**Azioni: il segmento può rappresentare una priorità in termini di intervento sia per ampiezza (è composto da circa un terzo della popolazione intervistata) sia per semplicità di intervento. La predisposizione allo sport è buona ma deve essere stimolata attraverso azioni specifiche.**



## ATTIVI IN COMPAGNIA 18%

Questo segmento composto in gran parte da maturi/anziani non occupati, tende a praticare poco sport ma è allineato alla media per quanto riguarda l'esercizio di altre attività fisiche, soprattutto praticate all'aperto.

Le dimensioni della consapevolezza sono sostanzialmente in media ma emerge un ruolo rilevante della componente sociale: fare attività fisica è un modo di stare in compagnia e gradiscono farlo insieme agli altri.

In generale mostrano una buona predisposizione al cambiamento delle proprie abitudini.

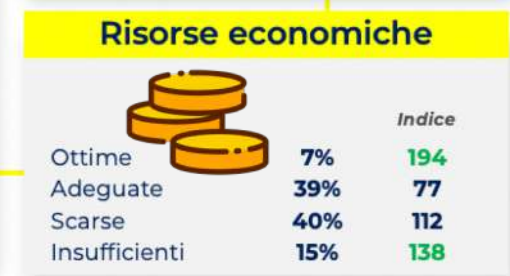
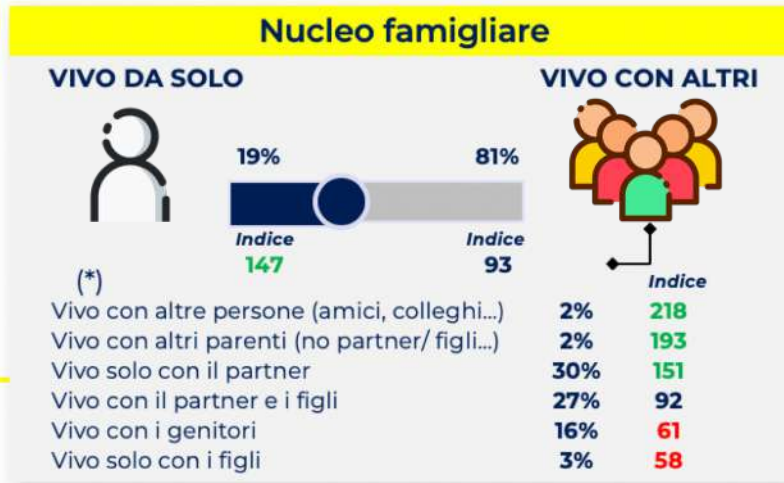
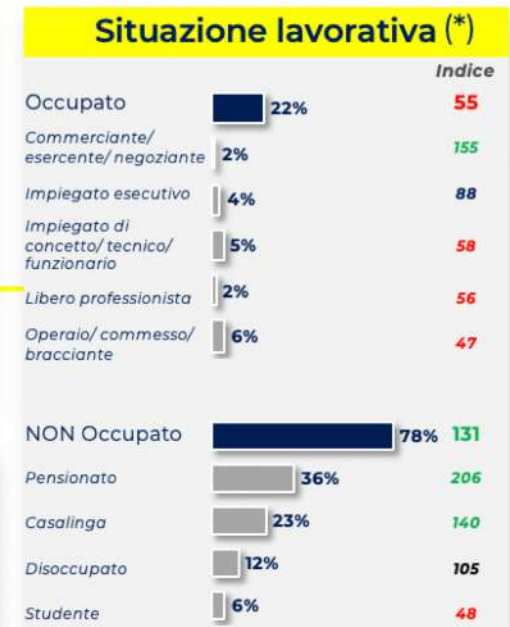
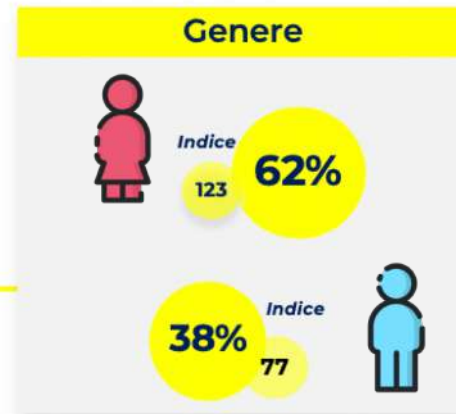
**Se opportunamente stimolati con interventi mirati che facciano leva sulle variabili sociali, possono incrementare il loro livello di attività fisica.**

# MATURI/ANZIANI, NON OCCUPATI

18%

Forte prevalenza >55 anni, gruppo leggermente più femminile con titolo studio medio basso. Forte presenza di persone che non lavorano tra cui emerge una buona percentuale di pensionati.

## SOCIO-DEMO



Base: n= 244

Legenda Idx >130 Idx <70

(\*) sono inserite solo le voci più rilevanti



# MEDIAMENTE SODDISFATTI DELLA PROPRIA VITA

18%

Potrebbero migliorarla grazie ad una maggiore socialità.

LIVELLO DI BENESSERE ATTUALE



(\*) sono inserite solo le voci più rilevanti

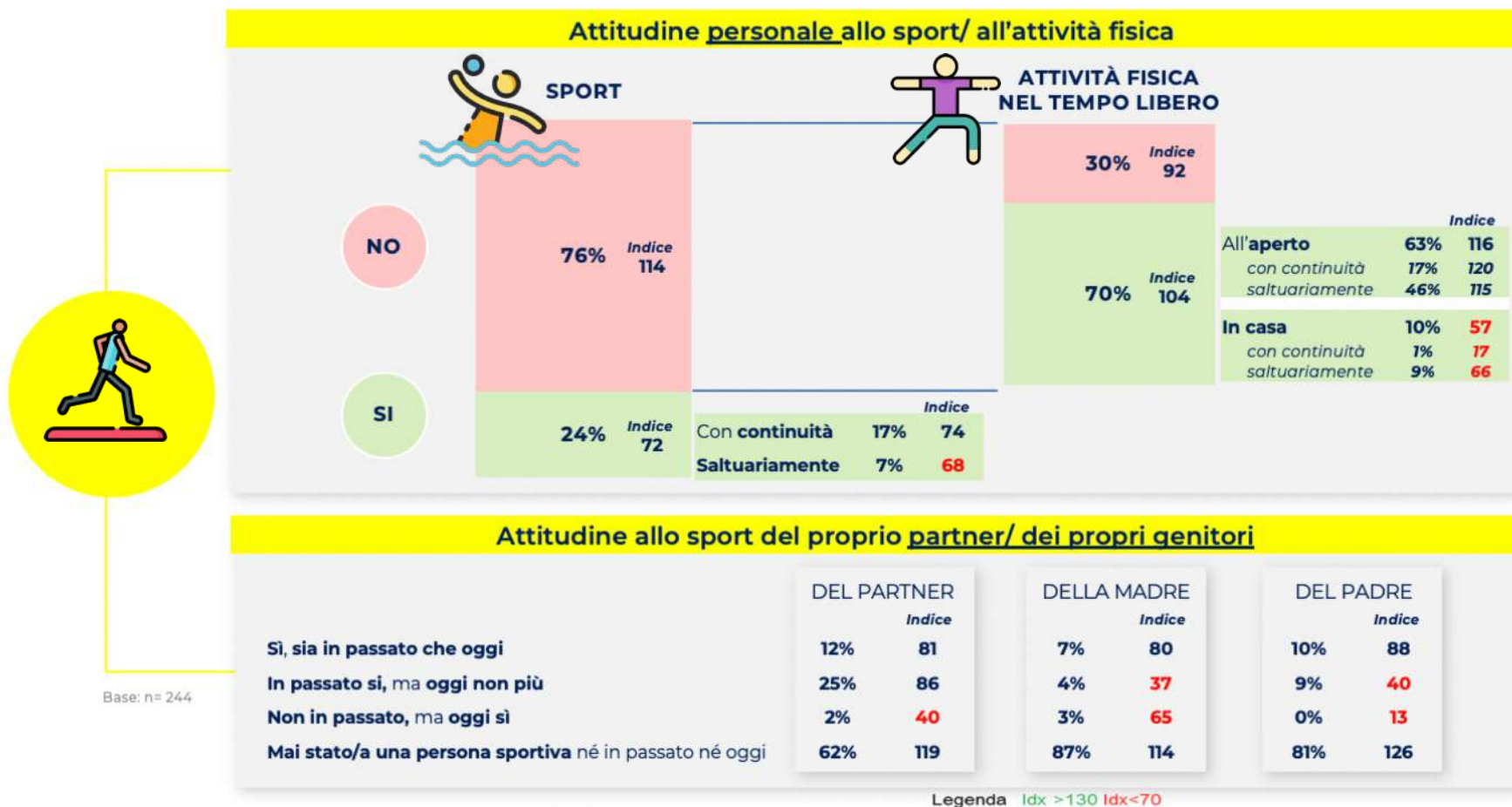
Legenda Idx >130 Idx <70



# MENO SPORT, MA ATTIVITÀ FISICA NELLA MEDIA

18%

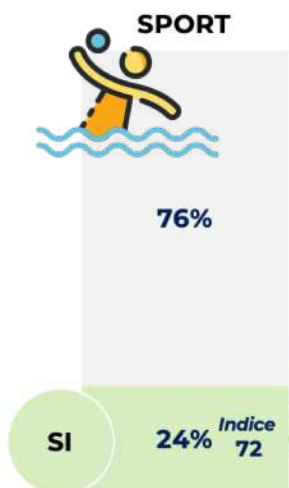
La loro attività sportiva è inferiore alla media. Non sono persone sportive per tradizione (la famiglia non ha abitudini sportive e neanche i partner).



# SPORT PRATICATO PER SVARIATE MOTIVAZIONI, SOPRATTUTTO SOCIALITÀ

18%

Solo un quarto di questo segmento pratica sport ma chi lo fa lo vede come possibilità di frequentare altre persone, stare a contatto con la natura, svagarsi, migliorare il proprio aspetto e come piacere.



Base: chi fa sport n= 58

Legenda Idx >130 Idx <70



### Dove

		<i>Indice</i>
A casa o in spazi condominiali	55%	108
In impianti sportivi al chiuso	47%	98
In spazi all'aperto non attrezzati fuori città (mare, montagna...)	54%	98
In spazi all'aperto attrezzati	32%	82
In spazi all'aperto non attrezzati in città (parchi, ville...)	33%	76
In impianti sportivi all'aperto	20%	58
Altro	12%	88

### Motivi per cui praticano sport

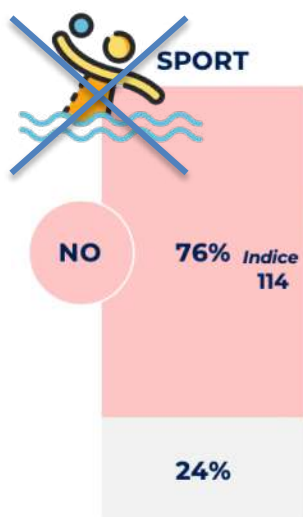
		<i>Indice</i>
Per frequentare altre persone	38%	273
A scopo terapeutico (per motivi di salute)	31%	201
Per stare a contatto con la natura	27%	164
Per svago	47%	152
Per migliorare l'aspetto fisico	44%	132
Per passione, piacere	49%	129
Per i valori che trasmette (spirito di squadra, disciplina, ecc.)	9%	106
Per mantenermi in forma	54%	104
Per scaricare la tensione, lo stress	34%	90
Per stare al passo con i tempi	0%	10
Altro	0%	0



# LA COMPAGNIA COME DRIVER

18%

Le motivazioni per cui non praticano sport sono allineate alla media. Potrebbero cominciare a praticarlo se fosse l'opportunità di stare insieme ad altre persone e se riuscissero ad appassionarsi e a trovare piacere.



Base chi non fa sport: n= 186

## Motivi per cui NON praticano sport



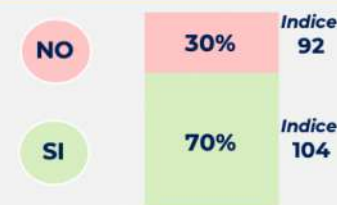
		<i>Indice</i>
<b>Disagio</b>	2%	154
<b>Mancanza di informazioni</b> sulle possibilità di sport dove vivo	1%	140
<b>Motivi economici</b>	15%	119
<b>Motivi di salute</b>	11%	112
<b>Mancanza di tempo</b> (studio/lavoro)	32%	109
<b>Motivi di famiglia</b>	11%	104
<b>Stanchezza, pigrizia</b>	27%	99
<b>Mancanza di interesse</b>	29%	95
<b>Disabilità</b>	3%	88
<b>Mancanza di impianti sportivi</b> o difficoltà a raggiungerli	2%	86
Non ho trovato <b>nessuno che venisse a fare sport con me</b>	6%	68
<b>Età</b>	5%	63
Gli <b>orari</b> degli impianti sono scomodi	2%	40
<b>Timidezza</b>	1%	27
<b>Esperienze negative</b> con lo sport e/o il mondo dello sport	0%	0
Altro	6%	238

## Motivi per cui potrebbero cominciare



		<i>Indice</i>
Per i <b>valori che trasmette</b> (es. spirito di squadra, disciplina...)	4%	148
Per <b>frequentare altre persone</b>	11%	141
Per <b>passione, piacere</b>	15%	134
Per <b>mantenermi in forma</b>	39%	107
Per <b>migliorare l'aspetto fisico</b>	25%	103
A <b>scopo terapeutico</b> (per motivi di salute)	28%	100
Per <b>svago</b>	17%	95
Per <b>scaricare la tensione, lo stress</b>	20%	82
Per stare a <b>contatto con la natura</b>	6%	64
Per <b>stare al passo con i tempi</b>	0%	0
Altro	2%	88

## Attività fisica nel tempo libero



Legenda *Idx* >130 *Idx*<70



# SOCIALITÀ, PASSIONE E NATURA ALLA BASE DELL'ATTIVITÀ FISICA

18%

NON FANNO SPORT...

76%



ATTIVITÀ FISICA NEL TEMPO LIBERO

NO 30% *Indice 92*

SI

70% *Indice 104*

Base chi non fa sport: n=186

## Motivi per cui NON fanno attività fisica nel tempo libero



Motivi di salute	20%	176
Impegni di lavoro o di studio	19%	143
Stanchezza, pigrizia	34%	122
Impegni familiari	16%	116
Mancanza di interesse	19%	49
Motivi di età	2%	29
Altro	11%	197

Base: n=55

## Frequenza attività fisica nel tempo libero



3,0  
volte a settimana

*Indice 114*

## Modalità

All'aperto	63%	116
con continuità	17%	120
In casa	10%	57
con continuità	1%	17

Base: n=131

## Motivi per cui fanno attività fisica nel tempo libero



Per <b>stare con gli amici</b> , frequentare altre persone	14%	180
Per <b>passione, piacere</b> , divertimento	18%	147
Per stare a <b>contatto con la natura</b>	24%	131
Per <b>distrarmi</b> , scaricare la tensione, rilassarmi	27%	105
Per <b>mantenermi in buona salute</b>	39%	94
Per <b>mantenermi in forma</b> , migliorare l'aspetto fisico	16%	55
Per <b>scopo terapeutico</b>	3%	24
Altro	2%	149

Legenda *Idx >130* *Idx <70*



18%

## Motivazioni e attitudini all'attività sportiva/ fisica

	Top 3 Box % (scala accordo 1-10)	Indici vs Totale Campione
Preferisco svolgere <b>l'attività fisica in compagnia</b> di altre persone	71%	211
Svolgere attività fisica è un modo <b>per stare in compagnia</b>	71%	191
Svolgere attività fisica <b>mi fa sentire bene</b>	55%	118
Fare attività fisica è <b>importante per essere in salute</b>	71%	118
La mia <b>salute</b> futura <b>dipende dall'attività fisica</b> che faccio oggi	46%	115
<b>Impegni più importanti limitano</b> la possibilità di svolgere attività fisica	24%	73
<b>Leggo</b> regolarmente <b>riviste/siti web...</b> che <b>parlano di attività fisica</b>	7%	55
<b>Mi è difficile modificare le mie abitudini</b> per fare attività fisica	16%	54
Svolgere attività fisica è <b>faticoso</b>	15%	47
Mi <b>capitano occasioni impreviste</b> per svolgere attività fisica	6%	46

Base: n=164

Legenda Idx >130 Idx <70

# CONSAPEVOLEZZA DA STIMOLARE

18%

## ASSE INFORMAZIONE-DISINFORMAZIONE

### INFORMAZIONE MEDIA

Hanno un livello di informazione delle conseguenze legate all'attività fisica, di che cosa fanno le persone che sono a loro vicine e di che cosa offre il loro territorio in linea con il resto del campione. Non sembrano interessati ad approfondire i temi legati all'attività fisica.

## ASSE SIGNIFICATO-ASSENZA DI SIGNIFICATO

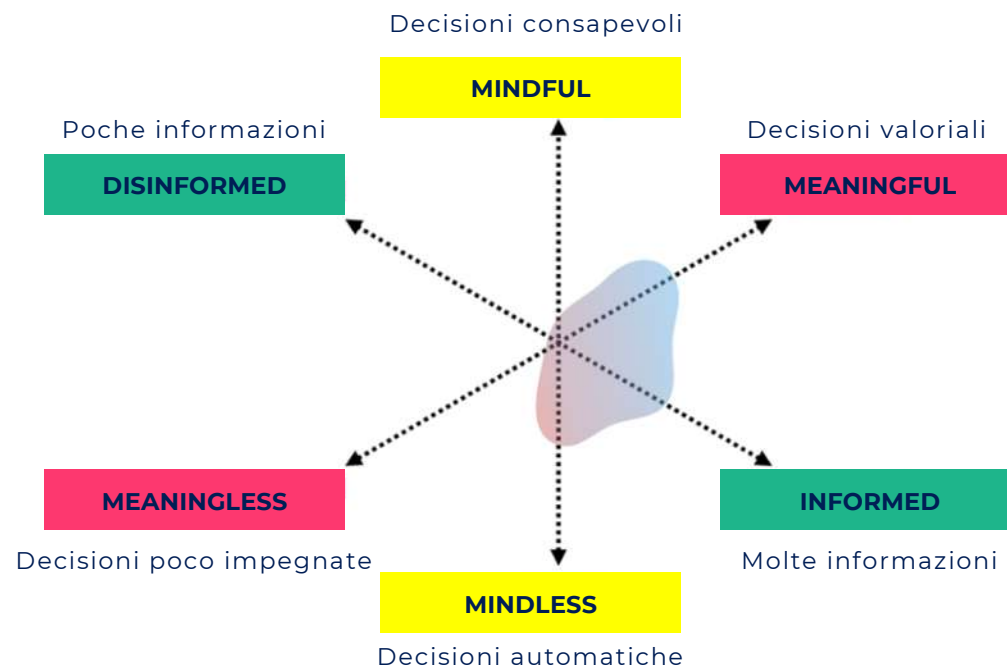
### INVESTIMENTO VALORIALE MEDIO

Il livello di soddisfazione personale dato dallo svolgere attività fisica è leggermente superiore alla media così come il collegamento con il mantenimento della propria salute. Preponderante la valenza sociale legata alla pratica sportiva: oltre il 70% ritiene la pratica dell'attività sportiva un modo per stare in compagnia di altre persone.

## ASSE CONSAPEVOLEZZA-ASSENZA DI CONSAPEVOLEZZA

### CONSAPEVOLEZZA MEDIO-BASSA

Non mostrano particolare consapevolezza nelle decisioni che riguardano l'attività fisica: tendono a comportarsi automaticamente secondo abitudini o decisioni già pianificate. Dichiarano di non avere quasi mai scelto di svolgere attività fisica sulla base di occasioni impreviste.



# VALORE RINFORZANTE LEGATO ALLA COMPONENTE SOCIALE

18%

## Dimensione **COMPORAMENTO**

Il valore rinforzante dell'attività attività fisica è leggermente superiore alla media ma, soprattutto, l'associano decisamente meno della media allo sforzo e alla fatica.

## Dimensione **COGNIZIONE**

Mostrano una buona consapevolezza del legame fra azione attuale (scelta di fare attività fisica) e conseguenze future (salute nel tempo). La componente sociale legata all'attività fisica è fondamentale.

Mostrano poca resistenza al cambiamento di piani ed abitudini (basso livello di bias dello status quo).

## **BIAS PRINCIPALI:**

### **Social proofing –**

la scelta di fare attività fisica è influenzata da un gruppo o da altre persone di riferimento.

# APERTURA AL CAMBIAMENTO

Questo segmento presenta una **buona apertura al cambiamento**, offerta da alcune caratteristiche peculiari che lo caratterizzano in termini di barriere cognitive e comportamentali. Queste persone dimostrano **scarsa resistenza sia cognitiva** (basso livello di bias dello status quo: si dichiarano propensi a modificare le proprie abitudini sportive) che comportamentale (basso livello di response cost: tendono a non percepire l'attività fisica come uno sforzo). Accanto a queste basse resistenze, presentano una **sensibilità alla pressione sociale** davvero molto marcata: la valenza sociale dell'attività fisica è un fattore al quale si dimostrano significativamente sensibili e che può essere senz'altro utilizzato come leva di cambiamento, utile a favorire nuove abitudini anche stabili, in quanto si presenta come un potenziale attivatore valoriale e rinforzatore dinamico.

**Azioni: il segmento può rappresentare una priorità in termini di intervento. E' un potenziale bacino di cambiamento comportamentale stabile e generalizzabile a diversi contesti e sport.**





## DISIMPEGNATI

17%

Il numero di persone che praticano attività sportiva e fisica all'interno di questo segmento è sostanzialmente allineato alla media, ma tale pratica risulta discontinua.

L'investimento valoriale è basso e nelle loro scelte vengono trascinati dagli eventi esterni. Anche il livello di consapevolezza legato alle proprie decisioni risulta basso.

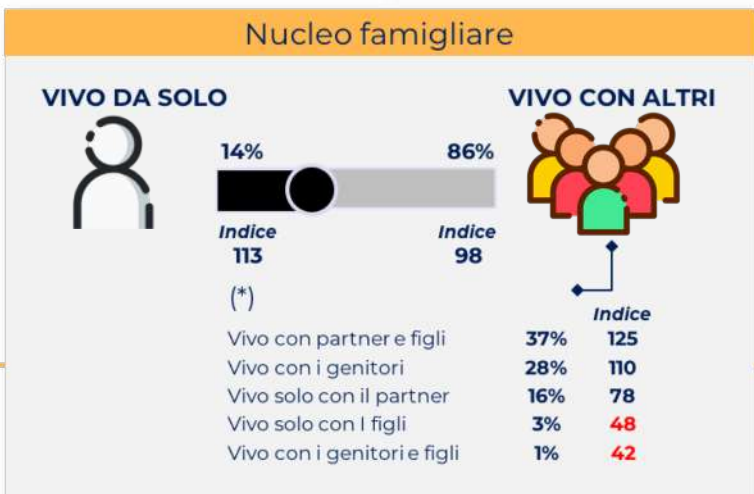
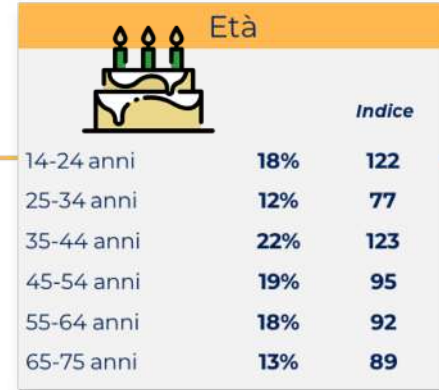
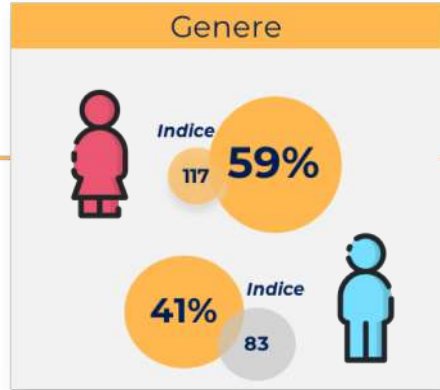
Per agire su questo segmento è necessario **semplificare l'accesso all'attività fisica, creando occasioni che non comportino particolari sforzi né in termini di tempo da dedicare, né economici.**

# PREVALENZA DI DONNE E GIOVANI ADULTI

17%

Forte prevalenza di donne, e di giovani adulti (35-44 anni), che vivono con partner e figli.

## SOCIO-DEMO



Base: n=229

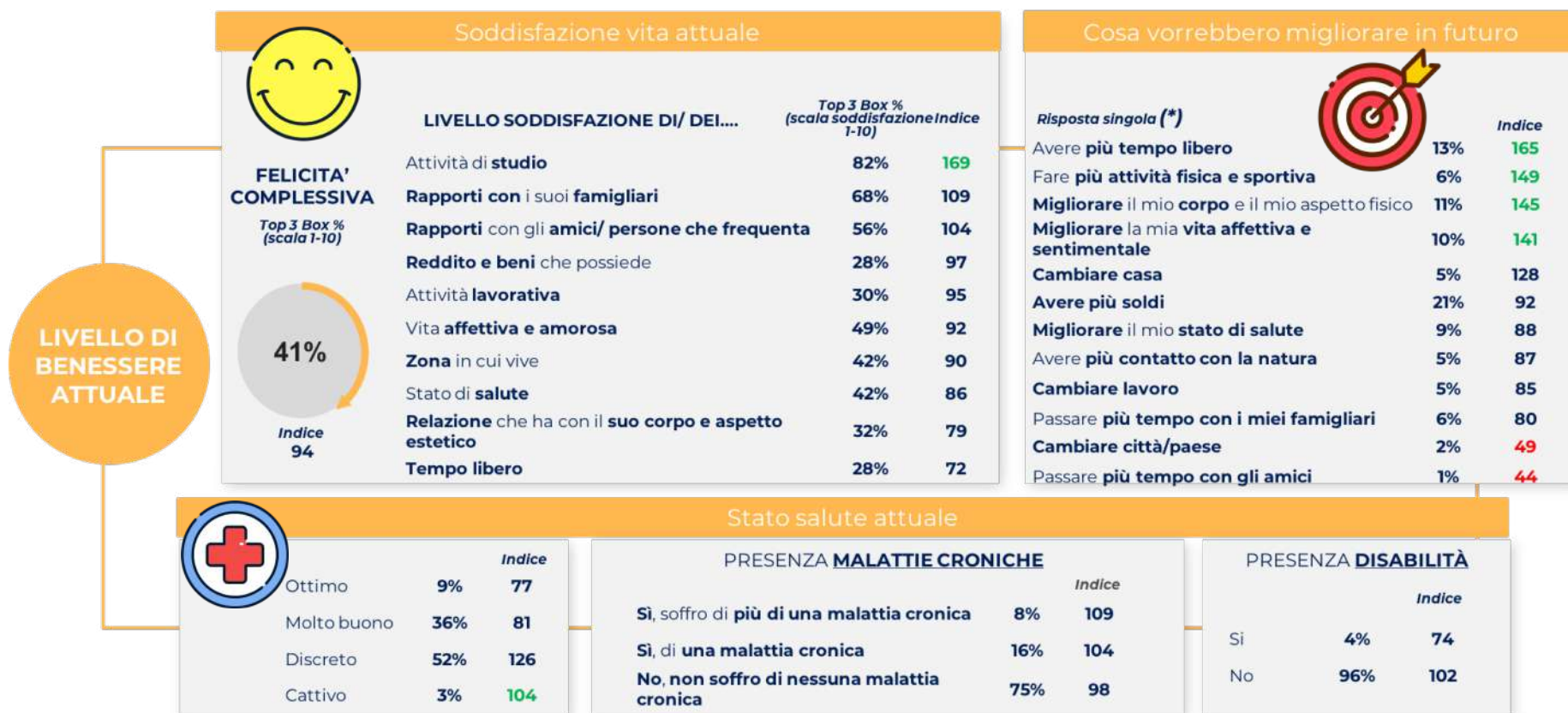
(\*) sono inserite solo le voci più rilevanti

Legenda Idx >130 Idx <70

# MIGLIORARE IL PROPRIO CORPO LI RENDEREbbe PIÙ SODDISFATTI

17%

Inoltre vorrebbero avere più tempo libero e migliorare la propria vita affettiva. Sopra media chi vorrebbe muoversi di più ma la percentuale rimane bassa.

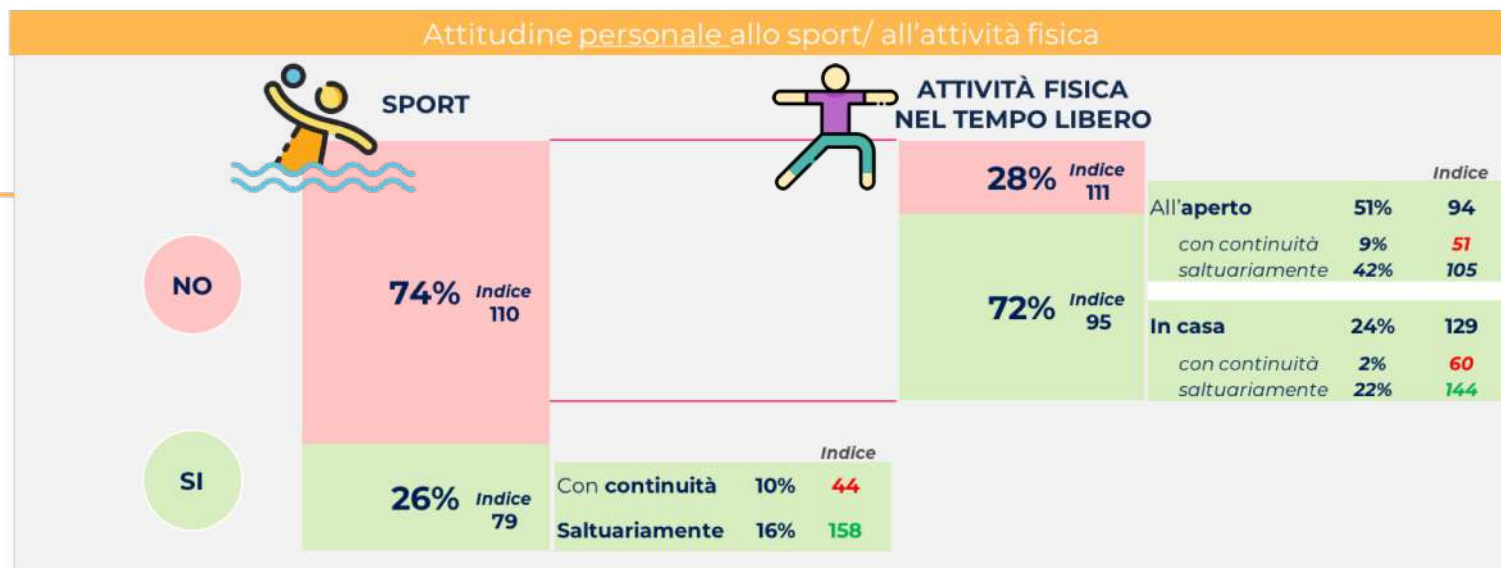


Base: n=229

(\*) sono inserite solo le voci più rilevanti  
Legenda Idx >130 Idx <70

# POCO SPORT E PIÙ SALTUARIO, ATTIVITÀ FISICA DISCONTINUA

17%



Base: n=229

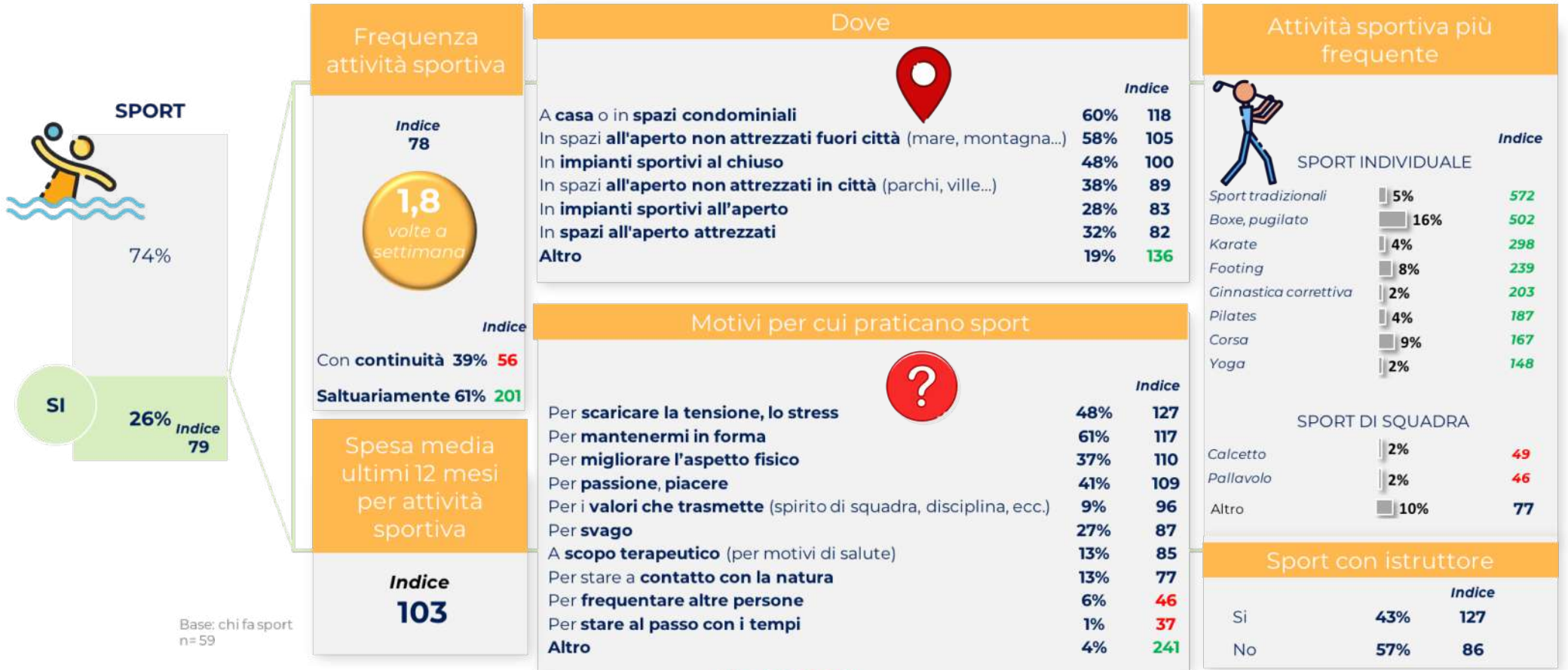
Legenda *Idx* >130 *Idx*<70



# COMPORAMENTI SPORTIVI IN MEDIA

17%

A parte la minor frequenza della pratica sportive, la frequentazione dei luoghi in cui farla è allineata alla media, così come l'investimento economico. Chi lo pratica lo fa prevalentemente per mantenersi in forma (in media) e per scaricare tensione e stress.



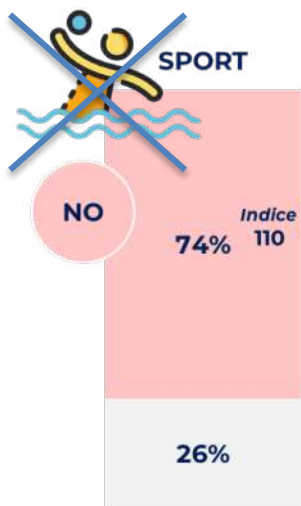
Base: chi fa sport  
n=59

Legenda Idx >130 Idx <70

# MOTIVAZIONI LOGISTICHE LIMITANO LA PRATICA SPORTIVA

17%

Dalla mancanza di tempo, alla scomodità degli orari, a motivi famigliari ed economici, perfino l'età. Considererebbero di fare sport per scaricare tensione e stress e per frequentare altre persone



Base chi non fa sport n=170

### Motivi principali per cui NON praticano sport

Motivo	Percentage	Indice
Disagio	4%	331
Gli orari degli impianti sono scomodi	11%	283
Motivi di famiglia	17%	169
Motivi economici	20%	161
Età	11%	156
Mancanza di tempo (studio/lavoro)	45%	156
Esperienze negative con lo sport e/o il mondo dello sport	1%	145
Timidezza	4%	114
Motivi di salute	11%	105
Stanchezza, pigrizia	29%	105
Mancanza di impianti sportivi o difficoltà a raggiungerli	3%	100
Mancanza di interesse	27%	89
Disabilità	2%	65
Non ho trovato nessuno che venisse a fare sport con me	5%	56
Mancanza di informazioni sulle possibilità di sport dove vivo	0%	0
Altro	0%	2

### Motivi principali per cui potrebbero cominciare

Motivo	Percentage	Indice
Per stare al passo con i tempi	2%	364
Per i valori che trasmette (es. spirito di squadra, disciplina...)	8%	281
Per scaricare la tensione, lo stress	40%	163
Per frequentare altre persone	12%	150
A scopo terapeutico (per motivi di salute)	39%	142
Per svago	23%	128
Per mantenermi in forma	31%	85
Per passione, piacere	9%	83
Per migliorare l'aspetto fisico	15%	64
Per stare a contatto con la natura	4%	41
Altro	1%	29



Legenda Idx >130 Idx <70

# SCARICARE TENSIONE E MANTENERSI IN FORMA I DRIVER

17%

NON FANNO SPORT...

74%



ATTIVITÀ FISICA NEL TEMPO LIBERO

NO

28%

Indice 87

SI

72%

Indice 106

Base chi non fa sport: n=170

Motivi per cui NON fanno attività fisica nel tempo libero



Motivi di età	12%	164
Motivi di salute	16%	146
Impegni familiari	19%	133
Impegni di lavoro o di studio	17%	129
Mancanza di interesse	24%	61
Stanchezza, pigrizia	13%	46
Altro	16%	285

Base: n=48

Frequenza attività fisica nel tempo libero



1,9 volte a settimana

Indice 74

Modalità

All'aperto	51%	94
con continuità	9%	61
In casa	24%	129
con continuità	2%	60

Base: n=122

Motivi per cui fanno attività fisica nel tempo libero

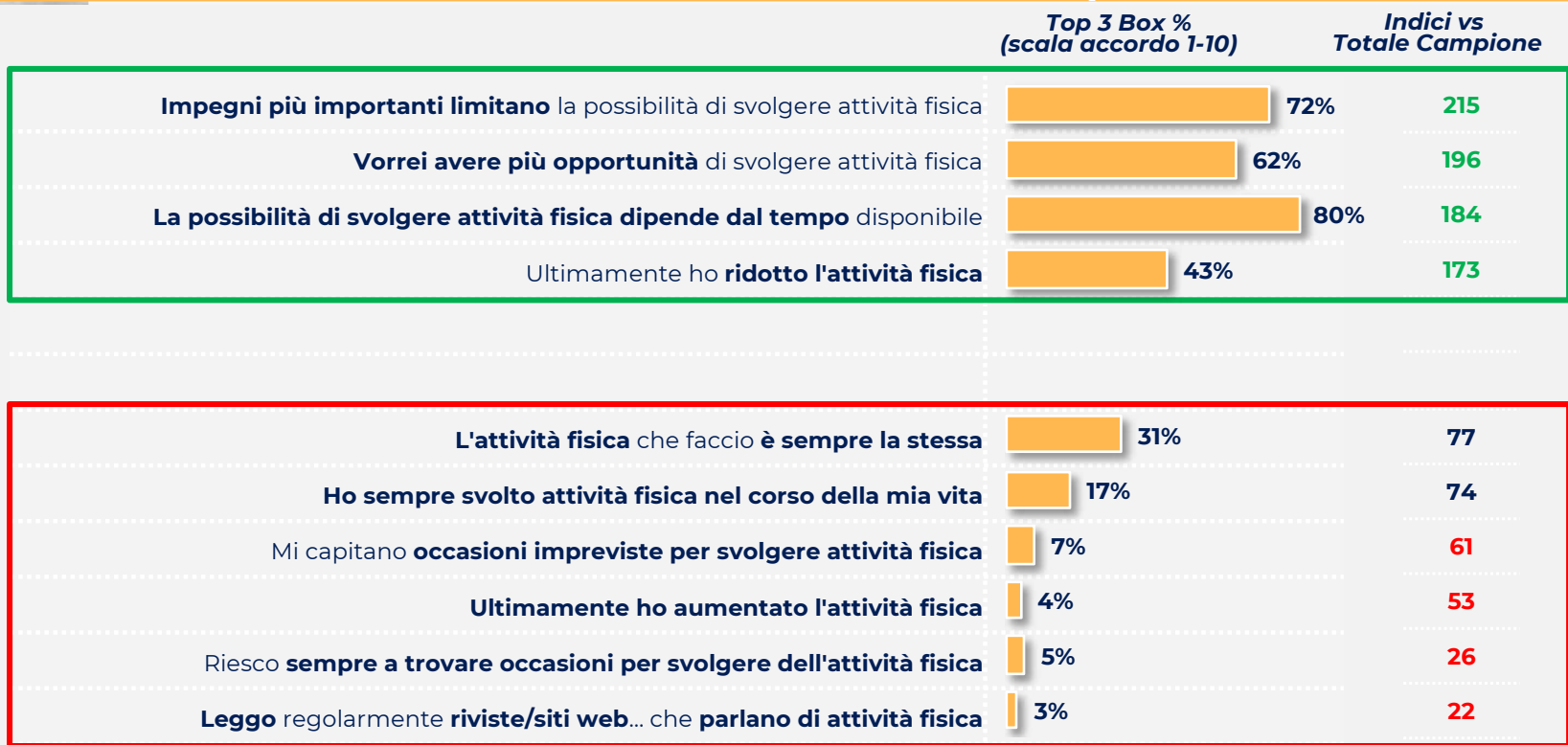


Per <b>distrarmi</b> , scaricare la tensione, rilassarmi	43%	171
Per <b>mantenermi in forma</b> , migliorare l'aspetto fisico	43%	147
Per stare a <b>contatto con la natura</b>	19%	103
Per <b>scopo terapeutico</b>	13%	94
Per <b>mantenermi in buona salute</b>	39%	93
Per <b>passione, piacere, divertimento</b>	7%	59
Per <b>stare con gli amici</b> , frequentare o conoscere altre persone	1%	7
Altro	1%	107

Legenda Idx >130 Idx <70

17%

## Motivazioni e attitudini all'attività sportiva/ fisica



Base: n=229

Legenda Idx >130 Idx <70



# INVESTIMENTO VALORIALE BASSO E DECISIONE POCO CONSAPEVOLE

17%

## ASSE INFORMAZIONE-DISINFORMAZIONE

### INFORMAZIONE MEDIA

Hanno un livello di informazione delle conseguenze legate all'attività fisica, di che cosa fanno le persone che sono a loro vicine e di che cosa offre il loro territorio leggermente maggiore rispetto al resto del campione. È invece decisamente sotto la media la tendenza a ricercare attivamente ulteriori informazioni sui temi legati all'attività fisica.

## ASSE SIGNIFICATO-ASSENZA DI SIGNIFICATO

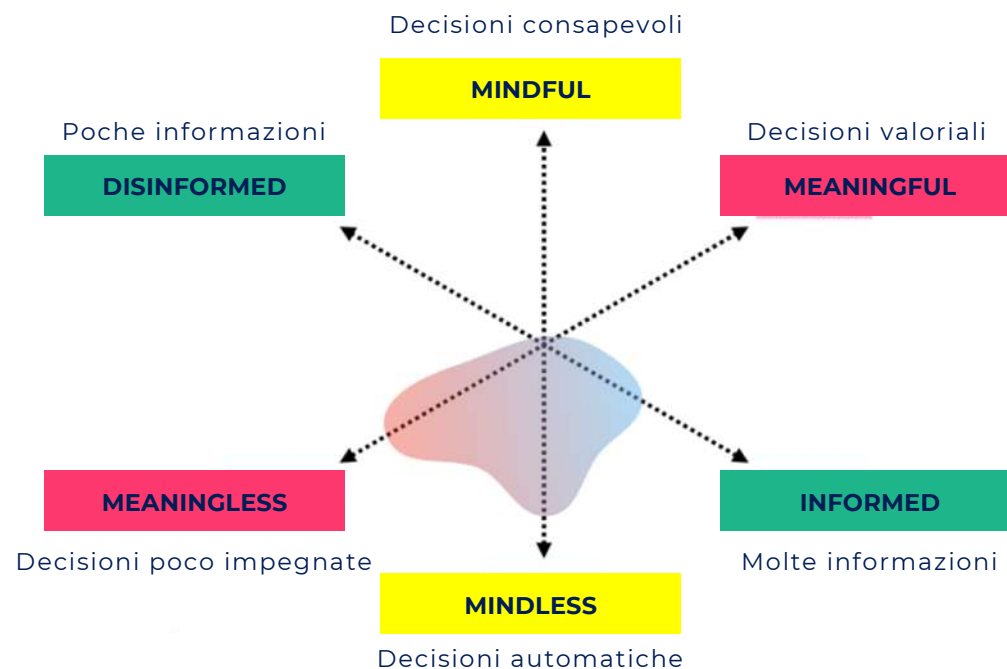
### INVESTIMENTO VALORIALE BASSO

Non mostrano di avere un buon investimento valoriale sull'attività fisica. Nelle loro scelte dipendono in maniera marcata dalle opportunità o dalle barriere poste dalla disponibilità di tempo o di occasioni. La soddisfazione personale tratta dallo svolgere attività fisica è in media, così come la consapevolezza del collegamento tra attività fisica e salute futura.

## ASSE CONSAPEVOLEZZA-ASSENZA DI CONSAPEVOLEZZA

### CONSAPEVOLEZZA BASSA

Dichiarano che vorrebbero avere più occasioni per svolgere attività fisica ma non riescono a pensare attivamente a come inserirla nella propria vita, trovando occasioni anche impreviste per muoversi. Attribuiscono a fattori esterni la loro riduzione di pratica di attività fisica.



# LA MANCANZA DI ATTIVITÀ FISICA È PERCEPITA COME PERDITA

17%

## Dimensione **COMPORAMENTO**

Il valore rinforzante dell'attività attività fisica è in media.

## Dimensione **COGNIZIONE**

La consapevolezza del legame fra azione attuale (scelta di fare attività fisica) e conseguenze future (salute nel tempo) è in media.

La componente sociale è in media.

Emerge sopra media il desiderio di svolgere più attività fisica, non dimostrato dai comportamenti. Fattore su cui si può puntare.

## **BIAS PRINCIPALI:**

### **Loss aversion –**

La mancanza di pratica sportiva è una perdita

# SEMPLIFICAZIONE E NECESSITÀ DI ABBASSARE IL COSTO DELLA RISPOSTA



Una caratteristica positiva di questo segmento è la presenza di una **discreta base di informazioni sui benefici dell'attività fisica e su ciò che offre il proprio territorio**. Manca però una tendenza a ricercare attivamente ulteriori informazioni, così come **estremamente basse sono la consapevolezza nelle decisioni intraprese e l'attivazione valoriale nei confronti dello sport e dell'attività fisica**. Sono persone che presentano una marcata indifferenza verso questi temi e questo rappresenta un forte ostacolo al cambiamento, in particolare all'attecchimento di abitudini sportive. Per poter promuovere cambiamento comportamentale è necessario offrire loro scalini bassi, occasioni alla loro portata e che non richiedano impegno o sforzo, interventi di **semplificazione**. Il loro comportamento dipenderà però costantemente da tali azioni incentivanti, mentre sarà assai più difficile instaurare un mantenimento autonomo e una generalizzazione di tali comportamenti, proprio perché mancano le precondizioni per un'azione impegnata.

**Azioni: occorre lavorare sul framing legato all'attività fisica che non vuol dire necessariamente sport. Questo segmento ha bisogno di azioni continuative nel tempo. Si può puntare anche sulla percezione di perdita legata alla mancanza di attività fisica.**



## DISINTERESSATI

20%

Rappresenta il segmento che pratica in assoluto meno attività fisica e in cui la pratica sportiva è sostanzialmente assente.

La consapevolezza è bassa in tutte e 3 le dimensioni analizzate e la barriere cognitive e comportamentali sono elevate.

**Il complessivo disinteresse e la ridotta propensione al cambiamento rende un eventuale intervento su questo segmento particolarmente complesso e articolato.**

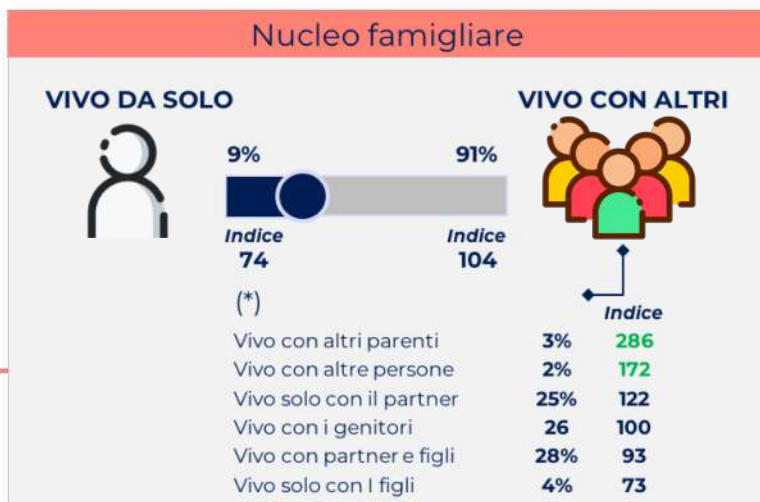
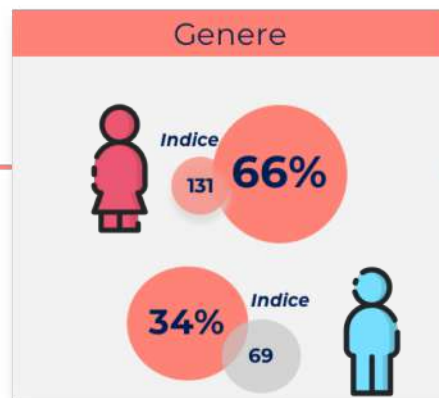


# PREVALENZA DI ANZIANI E DONNE

20%

Percentuale di lavoratori leggermente inferiore alla media e un quarto è rappresentato da casalinghe.

## SOCIO-DEMO



Base: n=272

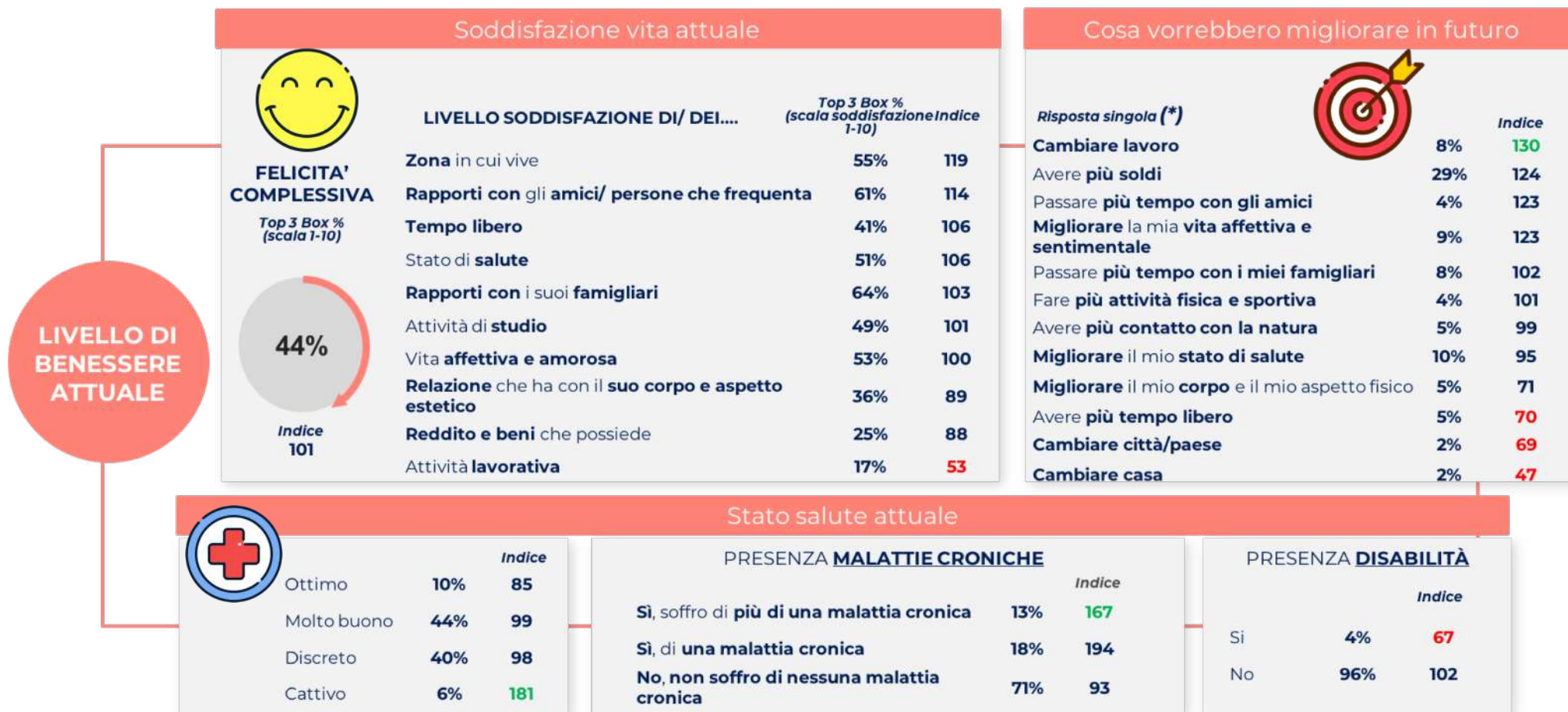
(\*) sono inserite solo le voci più rilevanti

Legenda Idx >130 Idx <70

# SODDISFATTI DELLA PROPRIA VITA

20%

Gradirebbero avere più soldi, passare più tempo con gli amici e migliorare la propria vita affettiva.



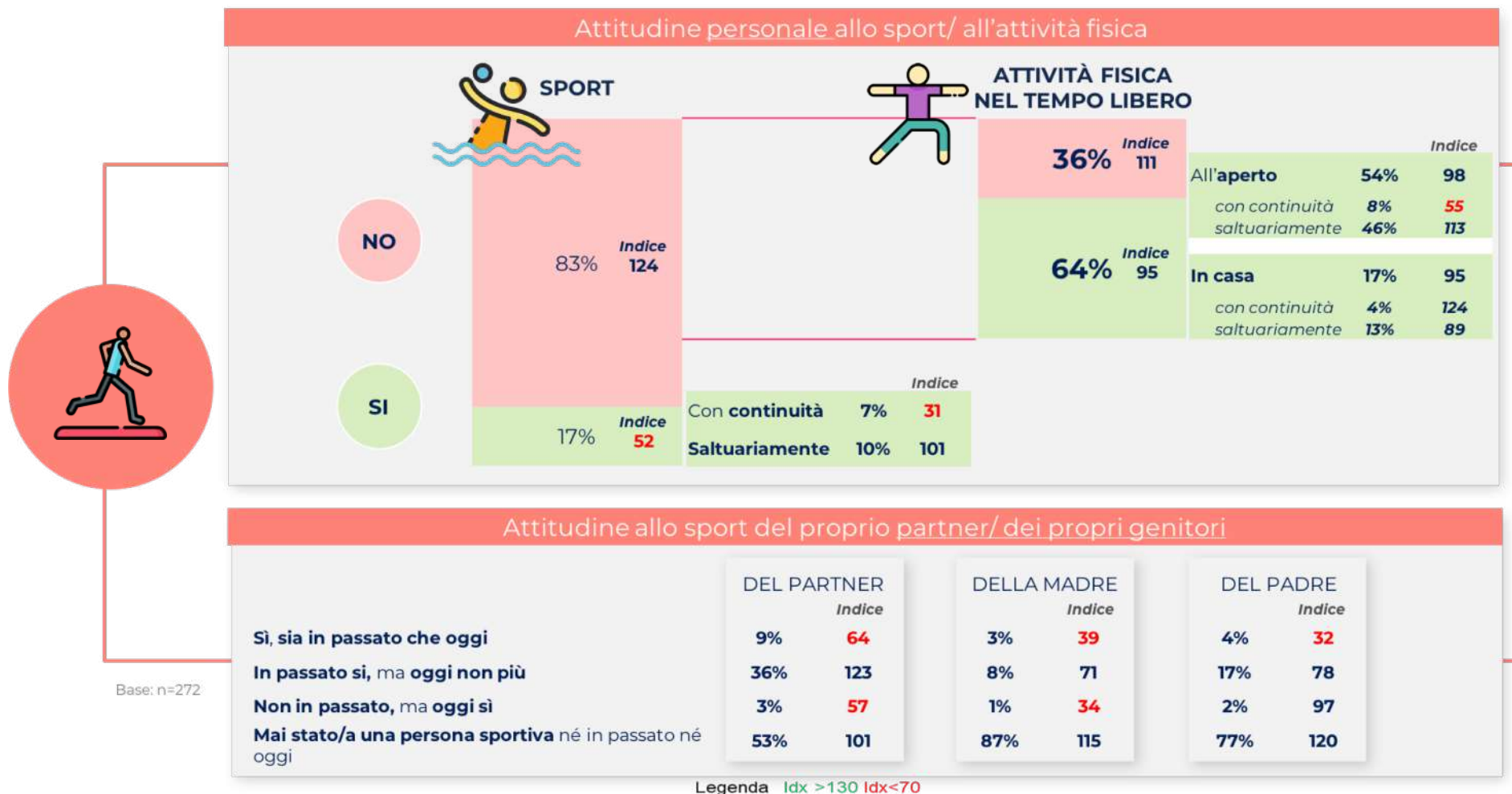
Base: n=164

(\*) sono inserite solo le voci più rilevanti  
 Legenda Idx >130 Idx <70

# UN TERZO NON PRATICA ATTIVITÀ

20%

Decisamente sotto media la percentuale di chi fa sport. Allineata alla media chi fa altra attività fisica ma con discontinuità.

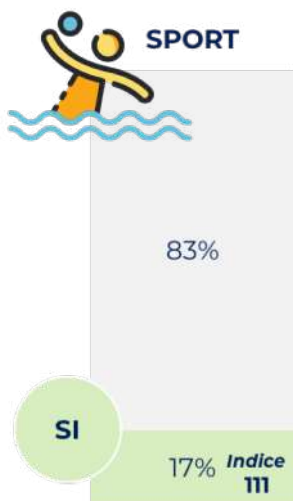




# NESSUNA FORTE MOTIVAZIONE PER FARE SPORT

20%

Tra i pochi che lo praticano l'investimento economico è molto basso e tutte le motivazioni alla base dell'attività sportive o sono allineate o sotto media



Base: chi fa sport n=60



**Dove**

		<b>Indice</b>
In spazi <b>all'aperto non attrezzati fuori città</b> (mare, montagna...)	50%	91
In <b>impianti sportivi al chiuso</b>	44%	91
In <b>spazi all'aperto attrezzati</b>	34%	87
A <b>casa</b> o in <b>spazi condominiali</b>	38%	75
In spazi <b>all'aperto non attrezzati in città</b> (parchi, ville...)	31%	72
In <b>impianti sportivi all'aperto</b>	20%	58
<b>Altro</b>	15%	103

**Motivi per cui praticano sport**

		<b>Indice</b>
Per stare a <b>contatto con la natura</b>	16%	99
Per i <b>valori che trasmette</b> (spirito di squadra, disciplina, ecc.)	9%	99
Per <b>svago</b>	29%	95
Per <b>stare al passo con i tempi</b>	2%	94
Per <b>frequentare altre persone</b>	12%	88
Per <b>mantenermi in forma</b>	40%	76
Per <b>migliorare l'aspetto fisico</b>	25%	75
Per <b>scaricare la tensione, lo stress</b>	28%	73
Per <b>passione, piacere</b>	28%	73
A <b>scopo terapeutico</b> (per motivi di salute)	11%	70
<b>Altro</b>	1%	47

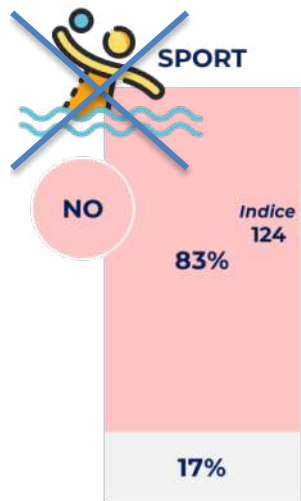
Legenda **Idx >130** **Idx <70**





# MANCANZA DI INTERESSE E PIGRIZIA LIMITANO L'ATTIVITÀ

20%



Base n=228

### Motivi principali per cui NON praticano sport

Motivo	Percentage	Indice
Esperienze negative con lo sport e/o il mondo dello sport	1%	207
Mancanza di impianti sportivi o difficoltà a raggiungerli	4%	168
Età	10%	138
Stanchezza, pigrizia	37%	136
Mancanza di interesse	39%	131
Motivi di salute	12%	118
Motivi economici	12%	94
Timidezza	3%	91
Disabilità	3%	87
Mancanza di tempo (studio/lavoro)	22%	76
Motivi di famiglia	7%	72
Disagio	0%	43
Non ho trovato nessuno che venisse a fare sport con me	3%	40
Gli orari degli impianti sono scomodi	1%	38
Mancanza di informazioni sulle possibilità di sport dove vivo	0%	0
Altro	3%	120

### Motivi principali per cui potrebbero cominciare

Motivo	Percentage	Indice
Per svago	21%	118
Per stare a contatto con la natura	10%	104
A scopo terapeutico (per motivi di salute)	28%	100
Per passione, piacere	11%	98
Per scaricare la tensione, lo stress	23%	93
Per mantenermi in forma	33%	89
Per migliorare l'aspetto fisico	20%	81
Per stare al passo con i tempi	0%	73
Per i valori che trasmette (es. spirito di squadra, disciplina...)	2%	66
Per frequentare altre persone	4%	54
Altro	3%	95

### Attività fisica nel tempo libero

Category	Percentage	Indice
NO	36%	111
SI	64%	95

Legenda Idx >130 Idx <70

# STANCHEZZA E PIGRIZIA LE BARRIERE PIÙ FORTI

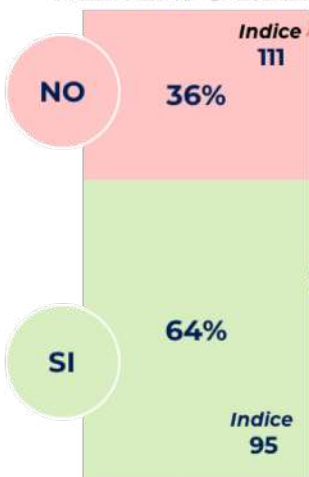
20%

NON FANNO SPORT...

83%



ATTIVITÀ FISICA NEL TEMPO LIBERO



Base chi non fa sport: n=226

## Motivi per cui NON fanno attività fisica nel tempo libero



Motivi di età	12%	164
Stanchezza, pigrizia	45%	162
Motivi di salute	12%	109
Mancanza di interesse	35%	91
Impegni di lavoro o di studio	8%	63
Impegni familiari	9%	62
Altro	2%	45

Base: n=81

## Frequenza attività fisica nel tempo libero



2,5  
volte a settimana

Indice 95

## Modalità

All'aperto	54%	Indice 98
con continuità	8%	55
In casa	17%	95
con continuità	4%	124

Base: n=145

## Motivi per cui fanno attività fisica nel tempo libero



Motivo	Percentuale	Indice
Per <b>passione, piacere</b> , divertimento	15%	122
Per <b>stare con gli amici</b> , frequentare o conoscere altre persone	9%	110
Per <b>mantenermi in buona salute</b>	39%	94
Per <b>scopo terapeutico</b>	12%	85
Per <b>mantenermi in forma</b> , migliorare l'aspetto fisico	24%	82
Per stare a <b>contatto con la natura</b>	15%	82
Per <b>distrarmi</b> , scaricare la tensione, rilassarmi	16%	62
Altro	2%	115

Legenda Idx >130 Idx <70

20%

## Motivazioni e attitudini all'attività sportiva/ fisica

	Top 3 Box % (scala accordo 1-10)	Indici vs Totale Campione
Svolgere attività fisica è <b>faticoso</b>	76%	231
<b>Mi è difficile modificare le mie abitudini</b> per fare attività fisica	62%	204
Svolgere <b>attività fisica è un impegno economico</b>	50%	197
Svolgere attività fisica è un modo <b>per stare in compagnia</b>	27%	72
Preferisco svolgere <b>l'attività fisica in compagnia</b> di altre persone	24%	70
Svolgere attività fisica <b>mi fa sentire bene</b>	21%	68
<b>Vorrei avere più opportunità</b> di svolgere attività fisica	8%	67
<b>Leggo</b> regolarmente <b>riviste/siti web...</b> che <b>parlano di attività fisica</b>	24%	60
Svolgere attività fisica <b>mi fa sentire soddisfatto</b>	20%	57
<b>Riesco sempre a trovare occasioni per svolgere dell'attività fisica</b>	9%	55
<b>Ho sempre svolto attività fisica</b> nel corso della mia vita	10%	49
<b>Ultimamente ho aumentato l'attività fisica</b>	3%	43
		39

Base: n=164

Legenda Idx &gt;130 Idx &lt;70

# BUON LIVELLO DI CONSAPEVOLEZZA

20%

## ASSE INFORMAZIONE-DISINFORMAZIONE

### INFORMAZIONE MEDIO - BASSA

Hanno un livello di informazione delle conseguenze legate all'attività fisica, di che cosa fanno le persone che sono a loro vicine e di che cosa offre il loro territorio leggermente inferiore rispetto al resto del campione. Sotto media l'interesse ad approfondire i temi legati all'attività fisica.

## ASSE SIGNIFICATO-ASSENZA DI SIGNIFICATO

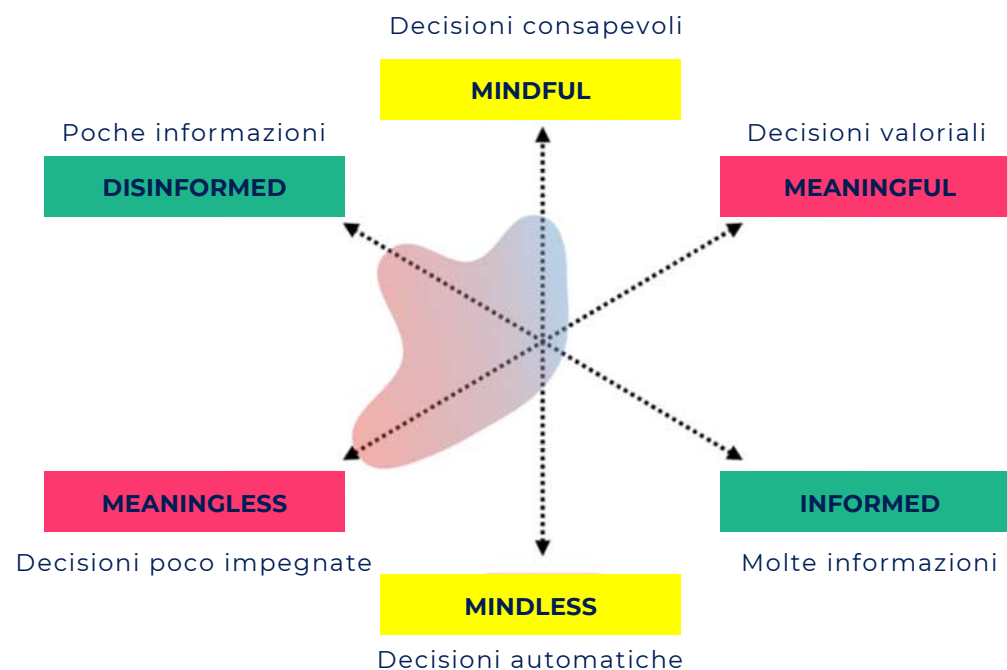
### INVESTIMENTO VALORIALE MOLTO BASSO

Le persone di questo segmento non sono sensibili alle opportunità o alle barriere poste dalla disponibilità di tempo o di occasioni: sono semplicemente e chiaramente disinteressati, mostrano uno scarso investimento valoriale nei confronti dell'attività fisica

## ASSE CONSAPEVOLEZZA-ASSENZA DI CONSAPEVOLEZZA

### CONSAPEVOLEZZA MEDIO ALTA

Sono poco attivi nelle loro decisioni riguardanti l'attività fisica, perché subiscono una decisione già presa a monte, dettata dallo scarsissimo interesse verso l'attività fisica e tendono a non metterla in discussione.





# ATTIVITÀ FISICA: SCARSO VALORE RINFORZANTE

20%

## Dimensione **COMPORAMENTO**

Il **valore rinforzante** dell'attività fisica è decisamente inferiore alla media. Non è collegata a benessere né a divertimento mentre è fortemente legata alla fatica. Ultimamente non hanno né incrementato né diminuito l'attività fisica svolta e in generale non sono mai stati sportivi (storia di apprendimento).

## Dimensione **COGNIZIONE**

La consapevolezza del legame fra azione attuale (scelta di fare attività fisica) e conseguenze future (salute nel tempo) è solo leggermente inferiore alla media. Ciò nonostante dimostrano scarso interesse ad aumentare il loro livello di attività. L'impegno economico risulta una barriera rilevante. Il ruolo sociale dello sport è sotto media.

## **BIAS PRINCIPALI:**

**Framing:** esistono rappresentazioni negative e radicate dell'attività fisica.

**Loss aversion:** sport vissuto come impegno economico.

**Response cost:** fare attività fisica è faticoso.

**Experiential avoidance:** la scelta di non fare attività fisica è frutto del tentativo di evitare circostanze sgradevoli.

**DRI (Differential Reinforcement of Incompatible Behaviors):** altre attività, diverse e incompatibili con l'attività fisica, portano già gratificazioni e occupano spazio nelle loro vite. Resta poco spazio per andare ad esplorare aspetti gratificanti nell'attività fisica.

**Status quo bias:** difficoltà a modificare le proprie abitudini.

# DISINTERESSE E FORTE RESISTENZA AL CAMBIAMENTO

Questo segmento presenta un forte e netto disinteresse rispetto ai temi dello sport e dell'attività fisica. Si tratta di un "vuoto" che porta con sé, come conseguenza prevedibile, scarsa attenzione e propensione ad approfondire la tematica, scarsa pratica e scarsa ricerca attiva di opportunità od esperienze. Paradossalmente, questo disinteresse concede spazio alla costruzione di occasioni che facciano leva sull'informazione (che è, in partenza, sotto la media) e su occasioni mascherate, che li mettano nelle condizioni di svolgere attività fisica senza dichiararla tale e legandola ad altri valori per loro più significativi.

**Azioni: è il segmento forse più resistente al cambiamento e sui cui le azioni dovrebbero lavorare su tutti i livelli di consapevolezza in modo da abbattere abitudini radicate. Per questo motivo potrebbe non rappresentare una priorità in termini di intervento**

A cyclist wearing a blue helmet, a blue and black long-sleeved jersey, black cycling shorts, and a black backpack is riding a road bike on a grassy path. The bike has 'CREST' written on the frame. The background is a lush green landscape with a large bush in the foreground. The text is overlaid on the left side of the image.

**ALLEGATO 1:**

**SCIENZE COMPORTAMENTALI**

**E LIMITI DELLA RAZIONALITÀ**

## LE VARIABILI IN ANALISI

Sono stati sviluppati i 23 item che tengono in considerazione i 3 assi della consapevolezza e i più rilevanti bias emersi nella fase esplorativa.

<b>Asse Informed-Disinformed</b>	Fare attività fisica è importante per essere in salute
	Conosco gli sport praticati dai miei amici/parenti/colleghi
	Conosco le strutture e gli spazi per fare attività fisica presenti nella zona in cui vivo
	Leggo regolarmente riviste, siti web, canali social o altri mezzi che parlano di attività fisica

<b>Asse Mindful-Mindless</b>	L'attività fisica che faccio è sempre la stessa
	Pianifico in anticipo tempi e luoghi per svolgere attività fisica
	Riesco sempre a trovare occasioni per svolgere dell'attività fisica
	Mi capitano occasioni impreviste per svolgere attività fisica

<b>Asse Meaningful-Meaningless</b>	Svolgere attività fisica mi fa sentire soddisfatto
	La possibilità di svolgere attività fisica dipende dal tempo disponibile
	Altri impegni o interessi più importanti limitano la mia possibilità di svolgere attività fisica
	Ho sempre svolto attività fisica nel corso della mia vita

Hyperbolic Discounting	La mia salute futura dipende dall'attività fisica che faccio oggi
Social Proofing, Framing	Svolgere attività fisica è un modo per stare in compagnia
Social Proofing	Preferisco svolgere l'attività fisica in compagnia di altre persone
Loss Aversion	Vorrei avere più opportunità di svolgere attività fisica
Status quo bias	Mi è difficile modificare le mie abitudini quando si tratta di fare attività fisica
Framing, Loss Aversion	Svolgere attività fisica è un impegno economico
Recency Effect	Ultimamente ho ridotto l'attività fisica che faccio
Recency Effect	Ultimamente ho aumentato l'attività fisica che faccio
Positive Reinforcement	Svolgere attività fisica mi fa divertire
Positive Reinforcement	Svolgere attività fisica mi fa sentire bene
Response Cost	Svolgere attività fisica è faticoso



# LA PROPENSIONE ALL'ATTIVITÀ TRA CHIARI E SCURI

Totale Bergamo - Catania

## Motivazioni e attitudini all'attività sportiva/ fisica



## I 3 ASSI DELLA CONSAPEVOLEZZA

### 1. INFORMAZIONE - CONSAPEVOLEZZA DI CIÒ CHE FACCIAMO

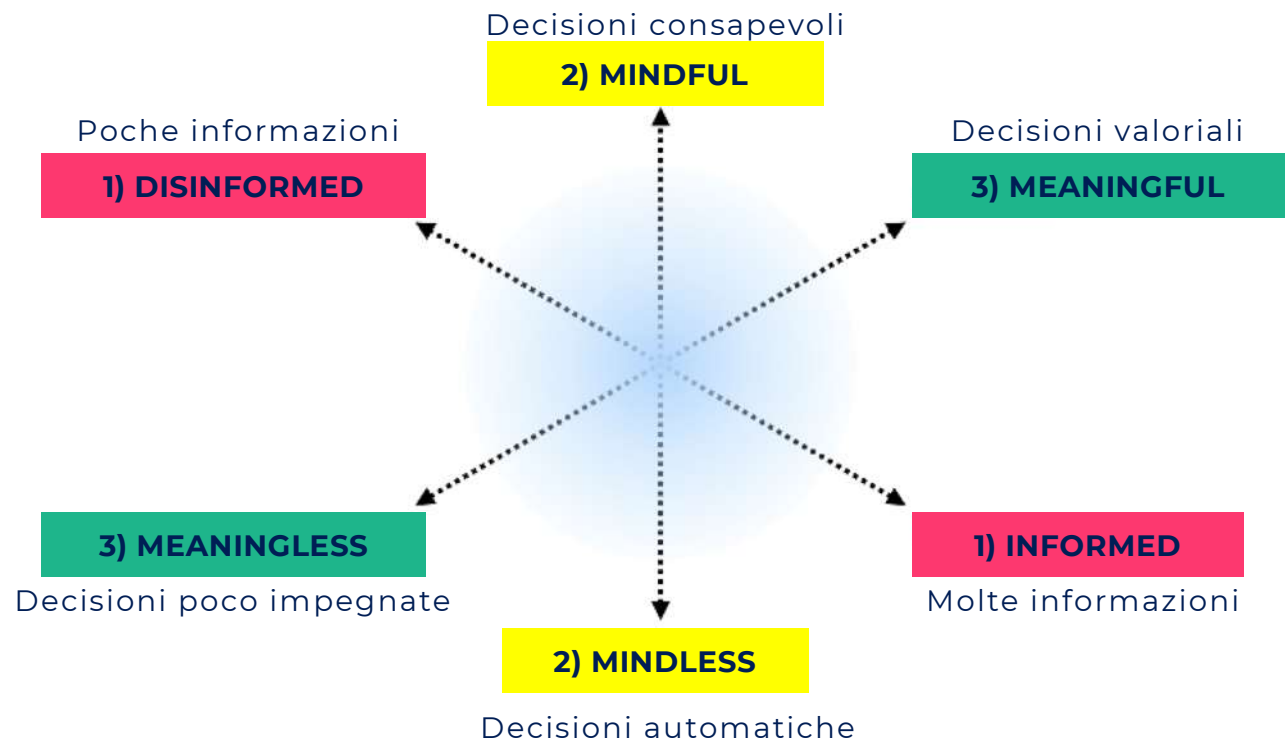
Avere informazioni e conoscere le **conseguenze** delle nostre scelte, essere correttamente informati.

### 2. MINDFULNESS - CONSAPEVOLEZZA DI FARE

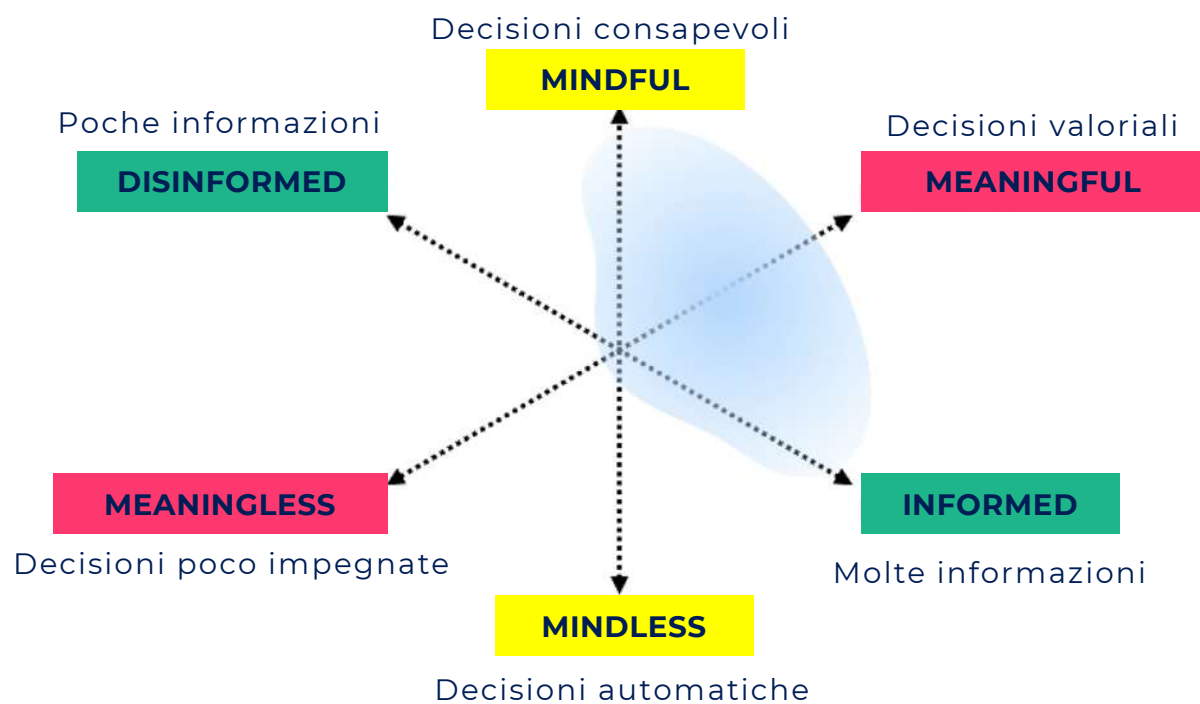
Rendersi pienamente conto che le conseguenze dipendono da ciò che, momento per momento, scegliamo di fare.

### 3. SIGNIFICATO – CONSAPEVOLEZZA DEL PERCHÉ LO FACCIAMO

I valori sono il vento portante delle decisioni, quello che può creare un percorso. Vanno identificati, coltivati, negoziati, rispolverati periodicamente.



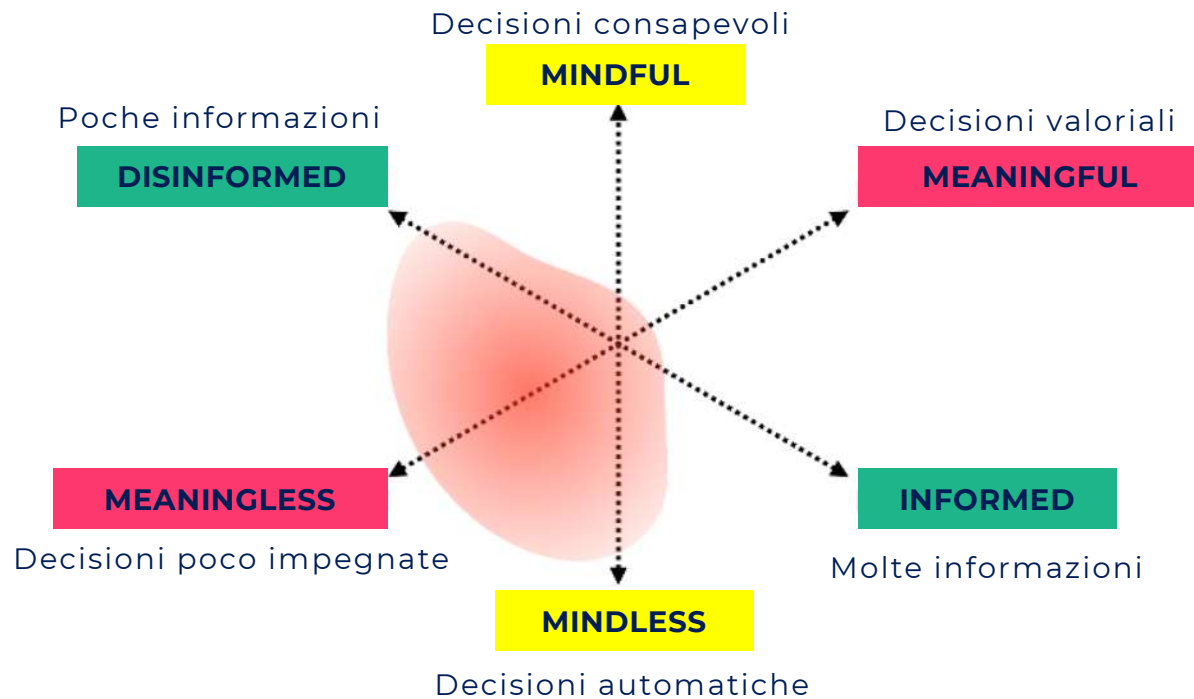
## DECISIONI STABILI



Alti livelli di consapevolezza sui tre assi sono, in genere, fattori protettivi rispetto ai bias.

**Le decisioni delle persone sono più stabili e frutto di ragionamento, influenzabili sul piano logico.**

## DECISIONI PIÙ INFLUENZABILI



Bassi livelli di consapevolezza sui tre assi sono, in genere, fattori di rischio rispetto ai bias.

**Le decisioni delle persone sono instabili, subiscono le influenze del contesto, sono soggette a trappole di ragionamento.**





**SPORT**  
E SALUTE

Per maggiori informazioni

**Sport e Salute**

Area Strategie, Affari Legislativi  
e Relazioni con gli Stakeholders

Ufficio Strategie e Studi dello Sport  
*[strategie@sportesalute.eu](mailto:strategie@sportesalute.eu)*