

Promuovere l'invecchiamento attivo attraverso la comunicazione: effetti di un intervento tramite app per incentivare l'attività fisica

Laura Picciafoco, Michela Vezzoli, Valentina Carfora, Patrizia Catellani*

Abstract:

This paper presents an experimental study aimed at promoting physical activity among individuals aged over 50 through an app-based messaging intervention. A total of 312 participants were recruited via online panels. The intervention involved the delivery of prefactual («if... then...») messages over a two-week period. These messages were framed in terms of 'Gain' or 'Non-Loss' and focused on either the physical or mental health consequences of engaging in physical activity. Findings indicated that, overall, exposure to 'Mental Non-Loss' messages led to an increase in light and moderate physical activity and a reduction in sedentary behaviour. The effectiveness of the messages varied according to individual interests: those with low interest in mental health showed increased light physical activity when exposed to 'Mental Gain' messages, whereas individuals with a high interest in physical health increased their light physical activity in response to 'Physical Non-Loss' messages. This intervention provides valuable insights into how personalised communication strategies can effectively promote physical activity among older adults.

Keywords: Active Ageing; Health; Older Adults; Persuasive Communication; Physical Activity

1. Introduzione

Nei Paesi più sviluppati si registra un progressivo aumento della popolazione anziana, il che rende fondamentale individuare strategie per tutelarne la qualità di vita. In questo scenario, la promozione dell'attività fisica riveste un ruolo

* Il contributo è il risultato del lavoro congiunto delle autrici. Per la stesura sono da attribuire a Laura Picciafoco i paragrafi 1, 2, 3 e 4, a Michela Vezzoli i paragrafi 5 e 6, a Valentina Carfora e Patrizia Catellani il paragrafo 7.

Laura Picciafoco, Catholic University of Sacro Cuore of Milan, Italy, laura.picciafoco@unicatt.it, 0009-0000-3794-3684

Michela Vezzoli, University of Urbino Carlo Bo, Italy, michela.vezzoli@uniurb.it, 0000-0003-2122-2764

Valentina Carfora, Catholic University of Sacro Cuore of Milan, Italy, valentina.carfora@unicatt.it, 0000-0002-4111-6443

Patrizia Catellani, Catholic University of Sacro Cuore of Milan, Italy, patrizia.catellani@unicatt.it, 0000-0002-7195-8967

Referee List (DOI 10.36253/fup_referee_list)

FUP Best Practice in Scholarly Publishing (DOI 10.36253/fup_best_practice)

Laura Picciafoco, Michela Vezzoli, Valentina Carfora, Patrizia Catellani, *Promuovere l'invecchiamento attivo attraverso la comunicazione: effetti di un intervento tramite app per incentivare l'attività fisica*, © Author(s), CC BY 4.0, DOI 10.36253/979-12-215-0744-7.52, in Vanna Boffo, Michele Bertani, Donatella Bramanti, Rabih Chattat, Laura Formenti (edited by), *Accompagnare la longevità. Buone pratiche educative e formative per l'invecchiamento attivo*, pp. 431-441, 2025, published by Firenze University Press, ISBN 979-12-215-0744-7, DOI 10.36253/979-12-215-0744-7

decisivo: da un lato, favorisce il mantenimento di salute e autonomia; dall'altro, riduce la pressione sui sistemi sanitari e assistenziali, contribuendo a un invecchiamento più sostenibile.

Numerosi studi evidenziano che l'attività fisica regolare contribuisce in modo significativo a ridurre il rischio di malattie cardiovascolari, diabete di tipo 2, alcuni tipi di tumore e patologie neurodegenerative. Inoltre, risulta associata a una maggiore resistenza allo stress, un miglioramento delle capacità cognitive, della qualità del sonno e della memoria. Infine, praticarla con costanza attenua i sintomi di ansia e depressione, migliora l'umore e favorisce un senso di realizzazione e controllo personale (O'Donovan et al. 2010; Lee et al. 2012).

2. Contesto di sviluppo

Nonostante i numerosi benefici per la salute fisica e mentale, in Italia l'attività fisica nella popolazione anziana rimane al di sotto delle soglie consigliate. Secondo le linee guida del Ministero della Salute, le persone sopra i 65 anni dovrebbero svolgere almeno 150 minuti di attività fisica moderata o 75 minuti di attività vigorosa a settimana, includendo esercizi di rafforzamento muscolare due volte a settimana e attività per migliorare l'equilibrio tre volte a settimana (Ministero della Salute 2019; Bull et al. 2020). Tuttavia, i dati ISTAT più recenti segnalano che solo una minoranza delle persone sopra i 50 anni segue tali raccomandazioni. Nel 2021, infatti, circa il 35% della popolazione anziana risultava sedentario, con una percentuale sensibilmente in aumento all'aumentare dell'età: tra gli ultrasessantacinquenni quasi il 70% non praticava alcuna attività fisica (ISTAT 2021).

In Europa sono state avviate diverse iniziative per promuovere l'attività fisica tra gli anziani. Il gruppo HEPA Europe (Health-Enhancing Physical Activity), dal 2008, promuove programmi di attività fisica per gli anziani, focalizzandosi soprattutto sulla prevenzione delle cadute e sul miglioramento della salute mentale e fisica (WHO 2025)¹. Anche EUNAAPA (European Network for Action on Ageing and Physical Activity), una rete istituita dalla Commissione Europea nel 2005, svolge un ruolo significativo nella diffusione di buone pratiche per promuovere l'attività fisica tra gli over 65. In seno a queste iniziative, diverse nazioni europee hanno sviluppato programmi specifici: ad esempio, in Germania le persone anziane sono coinvolte in corsi su misura, mirati a mantenere la forza e l'equilibrio, riducendo così il rischio di cadute; in Austria i circoli sportivi organizzano attività rivolte agli anziani, con l'obiettivo di migliorare sia la qualità che la quantità dei programmi offerti².

¹ <[https://www.who.int/europe/groups/hepa-europe-\(european-network-for-the-promotion-of-health-enhancing-physical-activity\)/hepa-europe-events-and-working-groups/active-ageing--physical-activity-promotion-in-elderly](https://www.who.int/europe/groups/hepa-europe-(european-network-for-the-promotion-of-health-enhancing-physical-activity)/hepa-europe-events-and-working-groups/active-ageing--physical-activity-promotion-in-elderly)> (2025-06-15).

² Cfr. *Orientamenti dell'UE in materia di attività fisica*. 2008. <https://ec.europa.eu/assets/eac/sport/library/policy_documents/eu-physical-activity-guidelines-2008_it.pdf> (2025-06-15).

Sebbene a livello europeo siano state realizzate numerose iniziative in questa direzione, in Italia, gli interventi mirati per la popolazione anziana sono ancora rari. La promozione dell'attività fisica, infatti, rientra in programmi nazionali ampi³, ma manca un'attenzione specifica agli ultracinquantenni. Alcune iniziative locali cercano di colmare questa lacuna. Il progetto "Pillole di movimento" dell'UISP, ad esempio, ha coinvolto farmacie e medici per incentivare l'attività fisica tra gli anziani, mentre il programma di esercizi per ultrasessantenni dell'Università di Napoli Parthenope ha dimostrato risultati positivi in termini di capacità aerobica e benessere percepito (Gallè et al. 2017). Tuttavia, queste iniziative rimangono isolate e prive di una strategia nazionale coordinata.

Per promuovere l'attività fisica nella popolazione anziana in modo efficace, è essenziale sviluppare interventi basati su solidi riferimenti teorici (Conner e Norman 2017) che favoriscano un cambiamento duraturo nei comportamenti. Tra le molteplici iniziative suggerite dall'OMS per promuovere l'attività fisica, gli interventi di comunicazione sono particolarmente rilevanti. Questi interventi possono includere supporti cartacei come giornali o materiali pubblicitari collocati in spazi pubblici (cartelloni, cinema, punti vendita) e media digitali (WHO 2018). L'obiettivo è modificare conoscenze, credenze, atteggiamenti e comportamenti per incoraggiare uno stile di vita più attivo.

Un riferimento essenziale nella progettazione di interventi di comunicazione mirati per promuovere l'attività fisica è il Modello della Probabilità di Elaborazione (Petty e Cacioppo 1986). Secondo questo modello le persone possono elaborare i messaggi attraverso due percorsi mentali: il percorso centrale, basato su un'elaborazione accurata delle informazioni motivata da un interesse personale, e il percorso periferico, basato su segnali esterni come la credibilità della fonte o l'attrattività del messaggio. Applicare questo modello alla progettazione di interventi di promozione dell'attività fisica significa creare messaggi che siano rilevanti, chiari e coinvolgenti, così da favorire l'elaborazione attraverso il percorso centrale e, di conseguenza, determinare un cambiamento comportamentale più stabile e duraturo.

Un aspetto rilevante nei messaggi di promozione dell'attività fisica è il focus sui benefici che ne possono derivare. Nei messaggi da noi proposti i benefici hanno riguardato il miglioramento della salute fisica oppure mentale. Ad oggi, questo tema non è stato indagato in modo approfondito. Tuttavia, la letteratura più ampia relativa ai predittori dei comportamenti salutari suggerisce che le persone appaiono più facilmente convinte dai benefici mentali, come il miglioramento dell'umore o il sollievo dallo stress, rispetto ai benefici fisici. I primi infatti sono più immediati, mentre i secondi si sperimentano solo nel lungo periodo (Williams e Evans 2014). L'efficacia dei messaggi centrati sui benefici mentali è confermata anche dagli studi che collegano l'attività fisica alla salute

³ Cfr. *Piano Nazionale della Prevenzione*. <<https://www.sportesalute.eu/images/studi-e-dati-dello-sport/schede/2022/100-Piano-Nazionale-della-Prevenzione-2020-2025.pdf>> (2025-06-15).

cognitiva. A questo proposito Price e colleghi (2011) sottolineano che evidenziare il legame tra esercizio e mantenimento della lucidità mentale potrebbe essere una strategia motivante per gli anziani, per i quali la salute cognitiva è una priorità. Inoltre, messaggi che mettono in risalto benefici psicologici e sociali, come il senso di benessere e di appartenenza, risultano più coinvolgenti e aumentano la probabilità di adesione ai programmi di attività fisica (Price et al. 2011). Infine, messaggi che fanno leva sull'idea di un invecchiamento sano e indipendente – mantenendo la mente lucida e la capacità di prendersi cura di sé – risultano particolarmente motivanti (Laditka et al. 2009). Evidenziare la possibilità di vivere a lungo mantenendo intatta la funzionalità mentale è percepito quindi come un obiettivo realistico e desiderabile, rendendo questi messaggi più efficaci nel promuovere comportamenti salutari.

Per sviluppare messaggi efficaci è importante non solo scegliere accuratamente il loro contenuto, ma anche il modo in cui i messaggi vengono formulati. Utile a questo proposito è il riferimento alla teoria autoregolatoria del *framing* (Cesario, Corker e Jelinek 2013), secondo la quale nei messaggi formulati come raccomandazioni è possibile distinguere diversi livelli di *framing*. Il primo livello riguarda le conseguenze edoniche, ovvero il piacere derivante dall'adesione o, al contrario, il dolore connesso alla mancata adesione a un comportamento raccomandato. Il secondo livello riguarda la sensibilità agli esiti e distingue ulteriormente i messaggi con valenza positiva (piacere dell'adesione) in messaggi centrati sul guadagno e messaggi centrati sulla non perdita. Mentre i messaggi centrati sul guadagno descrivono la presenza di esiti positivi, i messaggi centrati sulla non perdita sono focalizzati sull'assenza di esiti negativi. L'applicazione della teoria del *framing* al contesto della promozione dell'attività fisica ha mostrato che quando i messaggi enfatizzano i guadagni derivanti dall'attività fisica sono generalmente più efficaci, rispetto a quando enfatizzano le perdite derivanti dall'inattività fisica (Williamson et al. 2020; Latimer, Brawley e Bassett 2010). Questo è tanto più vero nel caso della popolazione anziana (Notthof et al. 2016).

Alcuni studi sottolineano l'importanza di strutturare i messaggi con valenza positiva in termini prefattuali, ossia con una formulazione condizionale del tipo «Se... allora...». Tale formulazione aiuta le persone a simulare mentalmente le conseguenze future di un'azione ipotetica, aumentando così la percezione di controllo sugli esiti di tale azione (Carfora e Catellani 2021). La formulazione prefattuale dei messaggi è in linea con le leve motivazionali alla base dell'attività fisica, come la crescita personale e il benessere, poiché suggerisce la possibilità di migliorare la propria condizione di salute attraverso l'adozione di un comportamento positivo. Inoltre, la possibilità di anticipare mentalmente le conseguenze positive di un'azione stimola un coinvolgimento emotivo che si traduce conseguentemente in una maggiore intenzione di agire (Bertolotti, Chirchiglia e Catellani 2016).

Da ultimo, è importante considerare che l'efficacia della comunicazione persuasiva può variare in funzione di caratteristiche individuali dei destinatari della comunicazione (Conner e Norman 2017). A conferma di questo, una revisione sistematica della letteratura di Latimer, Brawley e Bassett (2010) ha mostrato

che in 10 studi su 12 i messaggi personalizzati hanno aumentato i livelli di attività fisica delle persone, confermando l'importanza di una comunicazione su misura per migliorare l'impatto degli interventi.

3. Finalità e obiettivi

Il presente studio aveva l'obiettivo di testare l'efficacia di diverse formulazioni di messaggi volti a promuovere la pratica di attività fisica leggera e moderata di persone italiane sopra i 50 anni, contrastando la sedentarietà. Più nello specifico, lo scopo dello studio è stato quello di rispondere alle seguenti domande di ricerca:

Qual è l'efficacia di messaggi centrati sulla salute mentale, piuttosto che fisica, nel promuovere l'attività fisica leggera e moderata e nel ridurre la sedentarietà?

Quale valenza ('Guadagno' piuttosto che 'Non Perdita') del messaggio migliora l'efficacia di messaggi sulla salute mentale, piuttosto che fisica, nel promuovere l'attività fisica leggera e moderata e nel ridurre la sedentarietà?

La motivazione alla salute (fisica e mentale) influenza l'impatto dei messaggi sulla promozione dell'attività fisica leggera e moderata?

4. Azione descrittiva

Nel presente studio abbiamo adottato un disegno sperimentale randomizzato con misure ripetute. I partecipanti sono stati assegnati in modo casuale ai diversi gruppi sperimentali, così da rendere i gruppi il più possibile omogenei e limitare l'influenza di potenziali variabili confondenti. Il disegno ha inoltre previsto misure ripetute nel tempo, consentendo così di valutare l'evoluzione degli effetti dell'intervento e di confrontare i risultati tra le diverse condizioni sperimentali. Tutti i partecipanti hanno compilato due questionari, uno prima dell'intervento (Tempo 1 – T1) e uno dopo l'intervento (Tempo 2 – T2).

Nel primo questionario (T1) sono state rilevate diverse variabili psicosociali; di seguito riportiamo nel dettaglio solo quelle utilizzate nelle analisi qui prese in esame. Inizialmente, abbiamo fornito ai partecipanti una definizione di attività fisica leggera e moderata con esempi pratici. Abbiamo poi chiesto di rispondere a due *item*, utilizzando una scala *Likert* da 1 (mai) a 4 (tutti i giorni), formulati nel modo seguente: «Con quale frequenza si impegna abitualmente in attività ricreative o sportive leggere, come salire le scale, fare ginnastica leggera o attività simili?» e «Con quale frequenza si impegna abitualmente in attività ricreative o sportive moderate, come ballare, andare in bicicletta o attività simili?» (adattato da Washburn et al. 1999).

Abbiamo inoltre misurato il comportamento sedentario, chiedendo ai partecipanti di rispondere all'*item*: «Quanto tempo trascorre abitualmente seduto o sdraiato durante il giorno mentre svolge varie attività (ad es., usare il computer, leggere, guardare la televisione, guidare)?» utilizzando una scala *Likert* da 1 (1-2 ore) a 5 (più di 10 ore) (adattato da Šuc A. et al. 2024).

Per misurare l'interesse per la salute fisica e mentale, abbiamo chiesto ai partecipanti di esprimere il loro grado di accordo con affermazioni come: «Mi interessa molto la mia salute fisica/mentale» o «Penso spesso alla mia salute fisica/mentale» o ancora «Mi importa molto della mia salute fisica/mentale», utilizzando una scala *Likert* da 1 (per niente d'accordo) a 7 (completamente d'accordo).

Infine, abbiamo rilevato alcune variabili sociodemografiche, ossia genere, età, livello di istruzione e condizione lavorativa.

Dopo il primo questionario, i partecipanti sono stati assegnati casualmente a una di quattro condizioni sperimentali o alla condizione di controllo. I partecipanti nelle condizioni sperimentali hanno ricevuto quotidianamente, per 14 giorni, un messaggio tramite l'app *PsyMe*⁴. Ogni messaggio era composto da 30-35 parole e illustrava, utilizzando una formulazione prefattuale, il nesso causa-effetto tra il fatto di fare attività fisica e i benefici per la salute fisica o mentale. I messaggi includevano esempi concreti di attività fisiche (ad es. camminata veloce, ginnastica dolce, nuoto), risultando così informativi e facilitando la traduzione delle informazioni fornite dai ricercatori in azioni concrete. Ai partecipanti assegnati alla condizione di controllo, invece, non è stato inviato alcun messaggio relativo all'attività fisica. Le persone in questo gruppo hanno ricevuto solo dei promemoria per la compilazione del secondo questionario.

Nelle condizioni sperimentali sono stati manipolati la valenza del *framing* dei messaggi ('Guadagno' vs 'Non Perdita') e il focus (messaggi incentrati sulla salute fisica o sulla salute mentale). I partecipanti assegnati alla condizione 'Guadagno Fisico' hanno ricevuto messaggi che evidenziavano i benefici per la salute fisica derivanti dall'attività fisica. Un esempio di messaggio è: «Se ti impegni in attività fisiche di leggera intensità (come fare le scale o spolverare in casa), innalzi i livelli di ossigenazione del sangue, e quindi la tua salute cardiaca migliora». Nella condizione 'Guadagno Mentale', i messaggi sottolineavano invece i benefici per la salute mentale. Ad esempio: «Se ti impegni in attività fisiche di leggera intensità (come fare le scale o spolverare in casa), migliori le funzioni cognitive, e quindi la tua memoria». Per quanto riguarda la condizione 'Non Perdita Fisica', i messaggi evidenziavano come l'attività fisica potesse aiutare a prevenire conseguenze negative per la salute fisica. Ad esempio: «Se ti impegni in attività fisiche di leggera intensità (come fare le scale o spolverare in casa), eviti un abbassamento dei livelli di ossigenazione del sangue, e quindi il rischio di malattie cardiache». Infine, nella condizione 'Non Perdita Mentale', i messaggi evidenziavano i benefici del prevenire conseguenze negative per la

⁴ *PsyMe* è un'app gratuita per *smartphone* dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e dell'Università di Pavia. È stata sviluppata per supportare la ricerca scientifica nel campo della psicologia sociale e dell'intelligenza artificiale. Consente l'invio di questionari, messaggi e notifiche *push* per ricordare alle persone di leggere i messaggi. L'app *PsyMe* garantisce la *privacy* e l'anonimato degli utenti non richiedendo indirizzi email o numeri di telefono per la comunicazione, <<https://centridiricerca.unicatt.it/psylab-home-psyme-app>> (2025-06-15).

salute mentale. Ad esempio: «Se ti impegni in attività fisiche di leggera intensità (come fare le scale o spolverare in casa), eviti un peggioramento delle funzioni cognitive, e quindi della tua memoria».

Al termine dell'intervento, tutti i partecipanti hanno completato il secondo questionario, nel quale sono state misurate variabili relative alla valutazione dei messaggi ricevuti (in termini di coinvolgimento, elaborazione approfondita ed emozioni suscitate) e i livelli di attività fisica.

5. Soggetti

Lo studio ha avuto l'approvazione della Commissione Etica dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano.

Per la raccolta dei dati è stato utilizzato un *panel* online (fornito da una società di sondaggi), da cui è stato estratto un campione stratificato sulla base di quote rappresentative della popolazione italiana per aree geografiche e sesso biologico. I criteri di inclusione nello studio prevedevano un'età superiore ai 50 anni e la nazionalità italiana, mentre come criterio di esclusione è stata considerata la presenza di esenzioni mediche che impedissero lo svolgimento di attività fisica leggera o moderata.

Dopo questa prima fase di selezione, 471 partecipanti sono stati contattati per prendere parte allo studio. Di questi, 366 hanno completato il primo questionario. Successivamente, sono stati esclusi dal *dataset* finale coloro che avevano letto meno di quattro messaggi sull'attività fisica leggera e meno di tre messaggi sull'attività fisica moderata ($n = 42$), che non avevano completato il secondo questionario ($n = 3$) o che avevano fallito le domande di controllo dell'attenzione in entrambi i questionari ($n = 9$). Di conseguenza, il campione finale è composto da 312 partecipanti.

6. Tempi e luoghi

Lo studio è stato condotto tra luglio e settembre 2024. La raccolta dati e l'invio dei messaggi sono stati effettuati tramite l'app *PsyMe*.

La scelta di utilizzare un'app per implementare il presente studio è stata basata sull'evidenza che tale strumento risulta essere efficace per promuovere l'attività fisica negli adulti anziani, inclusi coloro che hanno poca familiarità con la tecnologia. King e colleghi (2013) hanno infatti dimostrato che le app basate su principi di scienza comportamentale e di progettazione centrata sull'utente possono aumentare significativamente l'attività fisica negli adulti di mezza età e anziani, oltre a ridurre il tempo trascorso in attività sedentarie.

Inoltre, la letteratura suggerisce che i messaggi brevi, visivamente accattivanti e supportati da immagini sono più efficaci nel promuovere l'attività fisica rispetto a testi lunghi e complessi (Williamson et al. 2020). Per tale ragione, si è ritenuto opportuno utilizzare un'applicazione che permettesse di integrare dei contenuti visivi ai messaggi. Sono stati creati dei messaggi corredati da vignette che rappresentavano esattamente le attività consigliate nel testo del messag-

gio, rafforzando così il legame tra contenuto visivo e informativo. Ad esempio, in un messaggio che suggeriva di passeggiare al parco o di fare ginnastica dolce, le immagini illustravano persone anziane intente a camminare in un parco o praticare ginnastica leggera. Infine, Williamson et al. (2020) suggeriscono che, per migliorare la comprensione e l'accettazione del contenuto dei messaggi, è fondamentale che questi siano proposti da fonti credibili. A questo proposito, nei messaggi sono stati inseriti il logo dell'Università Cattolica del Sacro Cuore di Milano e quello del Centro di ricerca *PsyLab*, con l'obiettivo di rafforzare la percezione di autorevolezza e affidabilità del messaggio.

7. Risultati

Le analisi statistiche condotte hanno permesso di individuare effetti significativi delle diverse condizioni sperimentali sui livelli di attività fisica (leggera e moderata) e di sedentarietà pre e post intervento. In particolare, per indagare questi effetti sono state eseguite analisi di regressione lineare. Le variabili indipendenti considerate sono state le diverse condizioni sperimentali (invio di messaggi di 'Guadagno Mentale', 'Guadagno Fisico', 'Non Perdita Mentale', 'Non Perdita Fisica' vs controllo), mentre come variabili dipendenti sono stati utilizzati i cambiamenti nei livelli di attività fisica leggera, moderata e sedentarietà dopo l'intervento di messaggistica. Nei modelli di regressione è stato testato anche l'effetto di interazione per indagare il ruolo moderatore dell'interesse individuale per la salute fisica e mentale rilevato inizialmente prima dell'intervento.

I messaggi di 'Non Perdita Mentale' si sono rivelati efficaci nell'aumentare l'attività fisica, sia leggera sia moderata, e nel ridurre la sedentarietà in tutti i partecipanti, indipendentemente dalle loro caratteristiche individuali. Questo risultato, in accordo con la letteratura, suggerisce che sottolineare il vantaggio di 'non perdere' le proprie capacità cognitive (ad es. la memoria o l'attenzione) e psicologiche (ad es. la gestione dello stress o la regolazione dell'umore) rappresenta una forte leva motivazionale per questa fascia di popolazione. Messaggi di questo tipo potrebbero essere veicolati efficacemente tramite la televisione, poiché i dati ISTAT (2023) mostrano che oltre il 90% della popolazione sopra i 55 anni e quasi il 95% degli over 65 ha l'abitudine di guardare la TV. Utilizzare questo canale di comunicazione potrebbe quindi massimizzare la diffusione del messaggio e il coinvolgimento della popolazione anziana.

I messaggi di 'Guadagno Mentale' si sono rivelati particolarmente efficaci nell'aumentare l'attività fisica leggera tra coloro che avevano scarso interesse per la salute mentale. È possibile che chi è meno interessato alla salute mentale sia anche meno consapevole dei benefici psicologici dell'attività fisica, e quindi più incline a essere positivamente sorpreso da questi messaggi. Per questo motivo, potrebbe essere utile diffondere questi messaggi in contesti meno tradizionali, come centri ricreativi o luoghi che ospitano eventi culturali, dove le persone potrebbero essere più aperte a recepire nuove informazioni.

I messaggi di 'Non Perdita Fisica' hanno incrementato l'attività fisica leggera tra i partecipanti con un elevato interesse per la salute fisica. Poiché, come evi-

denziato dai dati ISTAT (2023), questa fascia di popolazione tende a frequentare con una certa regolarità attività ricreative e sociali, comprese le sale da ballo, diffondere questi messaggi in contesti di svago e aggregazione potrebbe rappresentare una strategia efficace per stimolare ulteriormente persone già motivate in direzione dell'attività fisica. Infine, in messaggi di 'Guadagno Fisico' non si sono rivelati particolarmente efficaci nel modificare i comportamenti dei partecipanti, forse perché erano focalizzati su degli effetti e una modalità comunicativa data per scontata e di conseguenza non in grado di attirare adeguatamente l'attenzione dei riceventi.

Nel complesso, dai risultati di questo studio emergono indicazioni utili per *policymaker* e *stakeholder* interessati a promuovere l'attività fisica tra gli ultracinquantenni. Questi risultati suggeriscono che una strategia di comunicazione combinata – che unisca messaggi universali (come quelli di 'Non Perdita Mentale') con interventi personalizzati basati sulle motivazioni individuali – potrebbe essere la chiave per coinvolgere in modo più ampio ed efficace la popolazione anziana. Adattare il contenuto e il *framing* comunicativo in base all'interesse individuale verso la salute fisica o mentale consentirebbe di aumentare la probabilità di adesione e mantenimento di uno stile di vita sano. Infine, la diffusione dei messaggi in contesti mirati – come spazi pubblici, centri sportivi e luoghi culturali – potrebbe amplificare ulteriormente l'impatto dell'intervento, contribuendo a promuovere un invecchiamento attivo e sostenibile.

Riferimenti bibliografici

- Bertolotti, M., Chirchiglia, G., e P. Catellani. 2016. "Promoting Change in Meat Consumption Among the Elderly: Factual and Prefactual Framing of Health and Well-being." *Appetite* 106: 37-47. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2016.02.150>.
- Bull, F.C., Al-Ansari, S.S., Biddle, S., Borodulin, K., Buman, M. P., Cardon, G. et al. 2020. "World Health Organization 2020 Guidelines on Physical Activity and Sedentary Behaviour." *British Journal of Sports Medicine* 54 (24): 1451-62. <https://doi.org/10.1136/bjsports-2020-102955>.
- Carstensen, L.L., Isaacowitz, D.M., e S.T. Charles. 1999. "Taking Time Seriously: A Theory of Socioemotional Selectivity." *American Psychologist* 54 (3): 165. <https://doi.org/10.1037//0003-066x.54.3.165>.
- Carfora, V., e P. Catellani. 2021. "The Effect of Persuasive Messages in Promoting Home-based Physical Activity During COVID-19 Pandemic." *Frontiers in Psychology* 12: 644050. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.644050>.
- Cesario, J., Corker, K.S., e S. Jelinek. 2013. "A Self-regulatory Framework for Message Framing." *Journal of Experimental Social Psychology* 49 (2): 238-49. <https://doi.org/10.1016/j.jesp.2012.10.014>.
- Commissione Europea. 2008. *Orientamenti dell'UE in materia di attività fisica*. Bruxelles: Commissione Europea. <https://ec.europa.eu/assets/eac/sport/library/policy_documents/eu-physical-activity-guidelines-2008_it.pdf> (2025-06-15).
- Conner, M., e P. Norman. 2017. "Health Behaviour: Current Issues and Challenges." *Psychology & Health* 32 (8): 895-906. <https://doi.org/10.1080/08870446.2017.1336240>.

- Gallè, F., Di Onofrio, V., Romano Spica, V., Mastronuzzi, R., Russo Krauss, P., Belfiore, P., Buono P., e G. Liguori. 2017. "Improving Physical Fitness and Health Status Perception in Community-dwelling Older Adults through a Structured Program for Physical Activity Promotion in the City of Naples, Italy: A Randomized Controlled Trial." *Geriatrics & Gerontology International* 17 (10): 1421-28. <https://doi.org/10.1111/ggi.12879>.
- ISTAT. 2021. *Sport, attività fisica, sedentarietà 2021*.
- ISTAT. 2024. *Cultura e tempo libero*.
- King, A.C., Hekler, E.B., Grieco, L.A., Winter, S.J., Sheats, J.L., Buman, M.P., Banerjee, B., Robinson, T.N., e J. Cirimele 2013. "Harnessing Different Motivational Frames Via Mobile Phones to Promote Daily Physical Activity and Reduce Sedentary Behavior in Aging Adults." *PloS one* 8 (4), e62613. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0062613>.
- Latimer, A.E., Brawley, L.R., e R.L. Bassett. 2010. "A Systematic Review of Three Approaches for Constructing Physical Activity Messages: What Messages Work and What Improvements Are Needed?" *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity* 7: 1-17. <https://doi.org/10.1186/1479-5868-7-36>.
- Laditka, S.B., Corwin, S.J., Laditka, J.N., Liu, R., Tseng, W., Wu, B., Beard, R.L., Sharkey, J.R., e S.L. Ivey. 2009. "Attitudes About Aging Well Among a Diverse Group of Older Americans: Implications for Promoting Cognitive Health." *The Gerontologist* 49 (S1): S30-S39. <https://doi.org/10.1093/geront/gnp084>.
- Lee, I.M., Shiroma, E.J., Lobelo, F., Puska, P., Blair, S.N., e P.T. Katzmarzyk. 2012. "Effect of Physical Inactivity on Major Non-communicable Diseases Worldwide: An Analysis of Burden of Disease and Life Expectancy." *The lancet* 380 (9838): 219-29. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(12\)61031-9](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(12)61031-9).
- Ministero della Salute. 2019. *Linee di indirizzo sull'attività fisica per le differenti fasce d'età e con riferimento a situazioni fisiologiche e fisiopatologiche e a sottogruppi specifici di popolazione*. <https://www.salute.gov.it/imgs/C_17_pubblicazioni_2828_allegato.pdf> (2025-06-15).
- Ministero della Salute. 2020. *Piano Nazionale della Prevenzione*. <<https://www.sport-salute.eu/images/studi-e-dati-dello-sport/schede/2022/100-Piano-Nazionale-della-Prevenzione-2020-2025.pdf>> (2025-06-15).
- Notthoff, N., Klomp, P., Doerwald, F., e S. Scheibe. 2016. "Positive Messages Enhance Older Adults' Motivation and Recognition Memory for Physical Activity Programmes." *European Journal of Ageing* 13: 251-57. <https://doi.org/10.1007/s10433-016-0368-1>.
- O'Donovan, G., Blazevich, A.J., Boreham, C., Cooper, A.R., Crank, H., Ekelund, U. et al. 2010. "The ABC of Physical Activity for Health: A Consensus Statement from the British Association of Sport and Exercise Sciences." *Journal of Sports Sciences* 28 (6): 573-91. <https://doi.org/10.1080/02640411003671212>.
- Petty, R.E. e J.T. Cacioppo. 1986. "The Elaboration Likelihood Model of Persuasion." *Experimental Social Psychology* 19: 123-205.
- Price, A.E., Corwin, S.J., Friedman, D.B., Laditka, S.B., Colabianchi, N., e K.M. Montgomery. 2011. "Older Adults' Perceptions of Physical Activity and Cognitive Health: Implications for Health Communication." *Health Education & Behavior* 38 (1): 15-24. <https://doi.org/10.1177/1090198110369764>.
- Šuc, A., Einfalt, L., Šarabon, N., e K. Kastelic. 2024. "Validity and Reliability of Self-reported Methods for Assessment of 24-h Movement Behaviours: A Systematic

- Review.” *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity* 21, 83. <https://doi.org/10.1186/s12966-024-01632-4>.
- Organizzazione Mondiale della Sanità. 2019. *Piano d'azione globale per l'attività fisica 2018–2030: Persone più attive per un mondo più sano*, a cura di R. Chiodo Karpinsky, trad. di C. Guarnaschelli, e R. Roma. Roma: Unione Italiana Sport Per tutti. <<https://iris.who.int/bitstream/handle/10665/272722/9789241514187-ita.pdf>> (2025-06-15).
- Washburn, R.A., McAuley, E., Katula, J., Mihalko, S.L., e R.A. Boileau. 1999. “The Physical Activity Scale for the Elderly (PASE): Evidence for Validity.” *Journal of Clinical Epidemiology* 52 (7): 643-51. [https://doi.org/10.1016/S0895-4356\(99\)00049-9](https://doi.org/10.1016/S0895-4356(99)00049-9).
- Williams, D.M., e D.R. Evans. 2014. “Current Emotion Research in Health Behavior Science.” *Emotion Review* 6 (3): 277-87. <https://psycnet.apa.org/doi/10.1177/1754073914523052>.
- Williamson, C., Baker, G., Mutrie, N., Niven, A., e P. Kelly. 2020. “Get the Message? A Scoping Review of Physical Activity Messaging.” *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity* 17: 1-15. <https://doi.org/10.1186/s12966-020-00954-3>.
- World Health Organization. 2018. *Global Action Plan on Physical Activity 2018-2020: More Active People for a Healthier World*. <<https://www.who.int/publications/i/item/9789241514187>> (2025-06-15).

