Soggetto a embargo fino al 4 novembre alle ore 16:00 CET

Il settore globale degli articoli sportivi si unisce per aiutare la prossima generazione a muoversi di più

Le principali aziende mondiali del settore degli articoli sportivi si impegnano ad aiutare le nuove generazioni a muoversi di più, poiché i nuovi dati dell'OMS mostrano che l'86% degli adolescenti non raggiunge ancora i livelli di attività fisica raccomandati.

Berna, 4 novembre 2026 - 84 aziende e federazioni del settore degli articoli sportivi hanno firmato una lettera aperta coordinata dalla Federazione mondiale dell'industria degli articoli sportivi (WFSGI) impegnandosi a intensificare gli sforzi per aiutare un numero maggiore di giovani a godere dei benefici a lungo termine dello sport, dell'attività fisica e del movimento.

La lettera è stata redatta in risposta ai nuovi dati globali sull'attività fisica pubblicati oggi dall'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) su *The Lancet*, che evidenziano la portata della sfida che i giovani di tutto il mondo devono affrontare. I risultati mostrano che l'86% degli adolescenti non raggiunge i livelli di attività raccomandati, mentre circa uno su quattro (240 milioni di ragazzi dagli 11 ai 17 anni) dichiara di non svolgere nessun tipo di attività fisica in una settimana tipo. Le ragazze rimangono meno attive dei ragazzi in ogni regione del mondo. Considerando inoltre che l'inattività fisica è uno dei principali fattori di rischio per le malattie non trasmissibili, responsabili del 75% dei decessi a livello globale, è fondamentale sostenere i giovani affinché sviluppino l'abitudine di praticare sport, attività fisica e movimento.

Tra i firmatari figurano adidas, ASICS, Bauer, Decathlon, New Balance e Nike, che si uniscono a un totale di 84 associazioni, produttori, marchi e rivenditori di articoli sportivi provenienti da tutta la catena del settore.

Una risposta unitaria del settore a una sfida comune

La lettera aperta riflette un crescente riconoscimento, diffuso in tutto il settore degli articoli sportivi, del fatto che rimuovere le barriere e facilitare la partecipazione dei giovani all'attività fisica non sia solo essenziale per la salute pubblica, ma anche per il futuro dello sport stesso.

Le aziende firmatarie della lettera riconoscono che, sebbene il settore investa in programmi di base, iniziative comunitarie, sponsorizzazioni di atleti e campagne di partecipazione, gli ultimi dati dell'OMS indicano che è necessaria un'azione collettiva più mirata, in particolare per raggiungere i giovani meno attivi e colmare i persistenti divari di partecipazione.

Nessuna singola azienda può invertire da sola questa tendenza, ma il settore degli articoli sportivi si trova in una posizione unica per guidare la risposta, grazie alla portata, all'influenza e alla credibilità necessarie per ispirare e rendere possibile un movimento su larga scala. Secondo *«The Industry That Moves the World»*, il nuovo rapporto sull'impatto economico della WFSGI realizzato in collaborazione con Oliver Wyman, il settore contribuisce con circa 675 miliardi di dollari di fatturato annuo e sostiene 28 milioni di posti di lavoro a livello globale.

«Il nostro principale concorrente è l'inattività. La nostra più grande opportunità è la partecipazione», ha affermato **Emma Zwiebler, Amministratore Delegato della WFSGI**. *«Gli*

ultimi dati dell'OMS dimostrano perché non possiamo restare inerti. Come settore, disponiamo della portata, delle competenze e dell'opportunità per contribuire a guidare il cambiamento. Questa lettera rappresenta un impegno a collaborare tra noi e i partner del settore pubblico e privato all'interno dell'ecosistema sportivo e oltre. Se i governi, l'industria e la società intendono seriamente creare popolazioni più sane e attive, dovremmo essere altrettanto determinati nel sostenere i giovani, specialmente i meno attivi, affinché abbiano l'opportunità di muoversi, giocare e realizzarsi».

Javier López, amministratore delegato di Decathlon, prosegue spiegando*: «Le ultime scoperte dell'OMS rafforzano l'urgente necessità di accelerare gli interventi contro l'inattività giovanile. Noi di Decathlon ci impegniamo costantemente per comprendere e superare gli ostacoli al movimento e a uno stile di vita attivo. Garantire il benessere dei nostri giovani è una responsabilità collettiva che richiede una collaborazione intersettoriale, affinché ogni bambino e adolescente possa sperimentare i benefici dello sport per tutta la vita».*

Quattro impegni condivisi

Attraverso la lettera aperta, i firmatari si impegnano a:

1. Realizzare iniziative volte ad aumentare la partecipazione dei giovani, colmare il divario di genere e raggiungere gli adolescenti meno attivi.
2. Condividere le migliori pratiche e soluzioni basate su dati scientifici attraverso la collaborazione all'interno del settore degli articoli sportivi e oltre.
3. Lavorare in partnership con le parti interessate a livello globale, nazionale e regionale per essere in grado di trasformare i sistemi e gli ambienti che influenzano l'attività fisica degli adolescenti.
4. Collaborare maggiormente con i governi per promuovere un maggiore allineamento tra le politiche in materia di salute, istruzione, sport, commercio e pianificazione urbana.

Nel loro insieme, questi impegni mirano a rafforzare la collaborazione tra industria, governi, scuole, professionisti della salute e organizzazioni sportive. Contribuiremo a garantire che ogni giovane abbia un accesso equo a opportunità di attività fisica, sport e movimento sicure, accessibili e divertenti.

I leader del settore uniscono le forze per far muovere la prossima generazione

Vanessa Garcia-Brito, Vicepresidente e Chief Impact Officer, NIKE, Inc. *– «I nuovi dati dell'OMS ci ricordano che troppi giovani in tutto il mondo non praticano l'attività fisica di cui hanno bisogno per crescere in modo sano – con le ragazze che, più dei ragazzi, tendono a non avere giorni in cui praticano attività fisica, un dato che il nostro settore conosce bene e che stiamo cercando di cambiare insieme ai nostri colleghi del WFSGI. Dobbiamo agire ora, con urgenza, per rendere lo sport e il gioco più accessibili, più divertenti e accoglienti per tutti. In Nike, stiamo lavorando con i nostri dipendenti, atleti, organizzazioni comunitarie, esperti e allenatori per creare un futuro dello sport giovanile che sia accessibile, divertente e inclusivo, in cui ogni giovane, specialmente le ragazze, si senta parte integrante».*

Gary Raucher, Responsabile globale del marketing e membro del Consiglio esecutivo di ASICS *– «Il nostro "Movement Conservation Report" mostra come la vita moderna stia*

silenziosamente eliminando il movimento dalla vita quotidiana. I nuovi dati dell'OMS sull'inattività giovanile pubblicati oggi dimostrano come questo fenomeno stia colpendo in modo particolare i giovani. Il movimento è essenziale non solo per il nostro corpo ma anche per la nostra mente, una convinzione che guida ASICS da oltre 75 anni. Ma nessun marchio può affrontare questa sfida da solo. Ecco perché ASICS è al fianco del settore in questa battaglia."

Mary-Kay Messier, CMO di Bauer Hockey – *«Lo sport favorisce la salute, la fiducia in sé stessi, le amicizie e un duraturo senso di appartenenza. Il calo dell'attività fisica tra i giovani richiede un intervento. Bauer collabora da tempo con i leader delle comunità per avvicinare un numero maggiore di bambini all'hockey. Attraverso la WFSGI, possiamo unire la portata e le risorse del nostro settore per rimuovere le barriere e creare maggiori opportunità di giocare. Mentre Bauer si avvicina al suo centesimo anniversario, il potere del gioco sarà al centro di tutto ciò che facciamo».*

Rapporto dell'OMS: Una generazione che si sta perdendo qualcosa

L'analisi dell'OMS si basa sui dati provenienti da 389 indagini condotte su campioni di popolazione in 140 paesi e territori, che rappresentano oltre 3,2 milioni di adolescenti di età compresa tra gli 11 e i 17 anni.

A livello globale, un adolescente su quattro ha dichiarato di non aver svolto alcuna attività fisica durante la settimana precedente, il che equivale a circa 240 milioni di giovani in tutto il mondo. Questi nuovi dati superano le precedenti stime globali, secondo cui nel 2016 l'81% degli adolescenti non raggiungeva gli obiettivi di attività fisica raccomandati.

Colmare il divario per le ragazze

I nuovi dati evidenziano un persistente divario di genere nella partecipazione in ogni regione. Il 28% delle ragazze ha dichiarato di non aver svolto alcuna attività fisica in una settimana tipo, rispetto al 22% dei ragazzi.

Riconoscendo che gli ostacoli alla partecipazione sono spesso diversi per le ragazze, i firmatari si sono impegnati a condividere approfondimenti e a esplorare approcci che aiutino un maggior numero di ragazze a rimanere coinvolte nello sport e nell'attività fisica, anche attraverso l'accesso ad attrezzature, spazi sicuri, istruttori e programmi scolastici.

Cosa succederà ora

La lettera aperta rimane disponibile per l'adesione da parte delle aziende dell'intera filiera dei prodotti sportivi, inclusi produttori, marchi e rivenditori.

Le aziende interessate a sostenere l'iniziativa possono contattare Caroline Brooks, responsabile dell'attività fisica presso la WFSGI, all'indirizzo cbrooks@wfsgi.org . L'obiettivo è semplice: riunire un numero maggiore di organizzazioni in uno sforzo comune per garantire che la prossima generazione abbia tutte le opportunità di sperimentare i benefici duraturi dello sport, dell'attività fisica e del movimento.

La lettera completa e l'elenco degli 84 firmatari sono disponibili QUI

##FINE##

Note per i redattori

- I dati sull'attività fisica degli adolescenti provengono dall'Organizzazione Mondiale della Sanità e da The Lancet, pubblicati il 4 novembre 2026 – si vedano i due link seguenti:
- Strain T, Flaxman SR, Ricardo LIC, Guthold R, Riley LM, Cowan M, et al. Tendenze nazionali, regionali e globali nell'attività fisica degli adolescenti dal 2010 al 2025: un'analisi aggregata di 389 indagini con 3,2 milioni di partecipanti provenienti da 140 paesi. Lancet Global Health. 2026; https://doi.org/10.1016/j.langlo.2026.104099
- Il rapporto dell'OMS: Una generazione perduta: tendenze globali nell'attività fisica degli adolescenti, 2010–2025. Ginevra: Organizzazione Mondiale della Sanità; 2026. https://doi.org/10.2471/B09945
- I dati relativi al settore sono tratti da **The Industry That Moves the World** (WFSGI e Oliver Wyman, settembre 2026). economic-report.pdf
- La lettera aperta, l'elenco dei firmatari e il materiale visivo di lancio sono disponibili all'indirizzo: https://wfsgi.org/news-events/open-letter-youth-inactivity/ Data di embargo: 4 novembre 2026, ore 16:00 CET
- Portavoce disponibili per interviste: Emma Zwiebler, CEO, WFSGI; Gary Raucher, Responsabile globale del marketing e membro del consiglio di amministrazione di ASICS
- WFSGI, in collaborazione con SGI Europe, organizza il 12 novembre un webinar dal titolo «Politica, partecipazione e prosperità: perché il settore degli articoli sportivi è importante», durante il quale verranno discussi i nuovi dati dell'OMS sull'inattività giovanile. Registrati qui.

Informazioni su WFSGI

La Federazione mondiale dell'industria degli articoli sportivi (WFSGI) è la federazione globale che rappresenta il settore degli articoli sportivi. Le sue oltre 150 aziende associate, tra cui marchi, produttori e rivenditori, rappresentano circa il 70% del fatturato globale degli articoli sportivi. La WFSGI riunisce il settore per coordinare, sostenere e agire sulle priorità che ne determinano il futuro, dal commercio alla sostenibilità, fino all'attività fisica. È l'unica organizzazione del settore non pubblico a godere dello status di «Relazioni ufficiali» con l'Organizzazione Mondiale della Sanità.

Contatto per i media

Linda Murphy, Responsabile della comunicazione della WFSGI: lmurphy@wfsgi.org