BERNA, 4 NOVEMBRE 2026

Lettera aperta al settore degli articoli sportivi in occasione della pubblicazione dei dati dell'OMS del 2026 sull'inattività fisica dei giovani

Unire le forze per affrontare il nostro principale concorrente: l'inattività giovanile

---

Cari colleghi del settore mondiale degli articoli sportivi,

questa lettera non è indirizzata ai governi.

È rivolta a noi: i produttori, i marchi, i rivenditori e le federazioni che costituiscono uno dei settori più dinamici al mondo.

Oggi la Federazione mondiale dell'industria degli articoli sportivi (WFSGI) invita ogni azienda della catena degli articoli sportivi a unirsi a noi nella firma di questa lettera aperta e a impegnarsi a fare ancora di più per affrontare una delle sfide più grandi che il futuro dello sport e dell'attività fisica deve affrontare: l'inattività giovanile.

Attraverso i nostri prodotti, le nostre comunità e le nostre sponsorizzazioni, siamo il motore che stimola la partecipazione allo sport e all'attività fisica in tutto il mondo. **Siamo, in tutti i sensi, il settore che muove il mondo.**

Ma oggi **i nuovi dati dell'OMS presentano un quadro allarmante: l'86% degli adolescenti a livello globale non raggiunge i livelli raccomandati di attività fisica, uno su quattro dichiara di non avere giorni dedicati all' attività fisica durante la settimana e le ragazze rimangono costantemente meno attive dei ragazzi in tutte le regioni del mondo.**

L'articolo di *The Lancet Global Health* sulle tendenze dell'attività fisica negli adolescenti, 2010-2025, e il rapporto dell'OMS che lo accompagna, **A Generation Missing Out**, rivelano una grande sfida globale alla quale noi come settore, insieme ad altri soggetti interessati del settore pubblico e privato, dobbiamo rispondere.

PERCHÉ QUESTO È IMPORTANTE PER IL NOSTRO SETTORE

Il settore degli articoli sportivi genera oltre 614 miliardi di dollari di fatturato annuo, contribuisce con circa 675 miliardi di dollari al PIL globale e sostiene 28 milioni di posti di lavoro in tutto il mondo. Investe in innovazione, programmi di base, sponsorizzazioni di atleti, iniziative comunitarie e prodotti che ispirano le persone a muoversi.

Il nuovo rapporto dell'OMS evidenzia come il cambiamento degli stili di vita, l'ambiente circostante e l'aumento del tempo trascorso davanti agli schermi stiano riducendo le opportunità per i giovani di muoversi. **Per molti bambini e adolescenti, lo sport e l'attività fisica sono stati eliminati dalla vita quotidiana, e, per tutta la vita, perderanno i benefici fisici, mentali e sociali che il movimento offre.**

Si tratta di una sfida per la salute pubblica, l'istruzione, la società e l'economia. Ma è anche una sfida per il nostro settore.

Il calo della partecipazione indebolisce le comunità, i percorsi di formazione e la cultura su cui si basano lo sport e il nostro settore. Se un numero minore di giovani sviluppa un legame duraturo con il movimento, la partecipazione diminuisce, i percorsi di sviluppo dei talenti si restringono, le comunità si indeboliscono e le fondamenta su cui poggiano il nostro settore e l'economia sportiva in senso lato diventano più fragili.

Gli ultimi risultati dell'OMS devono rappresentare un campanello d'allarme per tutti gli attori del settore e per la società nel suo complesso, spingendoci a chiederci: cosa faremo di più?

RISPONDERE ALLA SFIDA

La risposta sarà diversa per ogni azienda. Potrebbe significare rendere i prodotti più accessibili, investire in programmi di partecipazione, sostenere le scuole e le comunità, ripensare il modo in cui interagiamo con i giovani o utilizzare l'innovazione per rimuovere gli ostacoli all'attività fisica.

Nessuna singola azienda può da sola invertire la crisi dell'inattività giovanile ma come settore siamo in una posizione unica per dare un contributo significativo. **Abbiamo una portata globale, marchi affidabili, forti legami con le comunità, competenze nel campo del cambiamento comportamentale e uno scopo condiviso radicato nel movimento.**

Nel 2024, 25 aziende membri della WFSGI si sono unite per sensibilizzare l'opinione pubblica sulla crescente crisi dell'inattività tra gli adulti. Nel 2025, la WFSGI ha pubblicato *il* suo primo *Rapporto sull'impatto dell'attività fisica*, mettendo in evidenza gli sforzi di 36 aziende per aumentare la partecipazione. Gli ultimi dati dell'OMS sui giovani mostrano che i progressi si sono arrestati e che la sfida sta diventando sempre più urgente.

Ecco perché le aziende firmatarie di questa lettera si impegnano a collaborare con la WFSGI, sia collettivamente come settore che individualmente, per fornire una risposta in quattro aree chiave:

1. *Realizzare iniziative che aumentino la partecipazione dei giovani, colmino il divario di genere e raggiungano gli adolescenti meno attivi*
2. *Condividere le migliori pratiche e le 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. *Intensificare il dialogo con i governi per promuovere un maggiore allineamento tra le politiche in materia di salute, istruzione, sport, commercio e pianificazione urbana, al fine di formare una generazione più attiva*.

AGGIUNGETE IL VOSTRO NOME, LA VOSTRA VOCE E IL VOSTRO IMPEGNO

Non possiamo permetterci di accettare l'inattività giovanile come la nuova normalità e pertanto invitiamo ogni azienda della catena degli articoli sportivi a unirsi a noi in questo percorso. Anche se sul mercato possiamo essere in concorrenza, lavorando insieme possiamo ottenere risultati ben più significativi.

Il nostro principale concorrente è l'inattività.

La nostra più grande opportunità è la partecipazione.

Le aziende che firmano questo documento hanno scelto di unire le forze e di far parte del team impegnato ad affrontare entrambe le sfide.

Emma Zwiebler	**Jorge Casimiro**	**Dave Wheeler**
CEO WFSGI	Copresidente di WFSGI Responsabile delle relazioni con le istituzioni e Affari Pubblici e Pubblicità Responsabile delle politiche, Nike	Copresidente di WFSGI Direttore operativo, New Balance

Firmatari

Federazione mondiale dell'industria degli articoli sportivi (WFSGI)

1. 4iiii Innovations
2. adidas
3. Amer Sports
4. Gruppo ANTA
5. APICE
6. ARENA
7. Arc'teryx
8. Armada
9. ASICS
10. ASMAS Sportfachhandel Svizzera (Svizzera)
11. Atomic
12. Bauer
13. Beijing Qiangmeng Sports Development Co.,Ltd
14. Berghaus
15. Brooks
16. Associazione canadese degli articoli sportivi
17. Canterbury
18. Capital Sports Corp. Pvt. Ltd.
19. Federazione cinese degli articoli sportivi (CSGF)
20. Columbia Sportswear Company
21. CORIMA
22. Cycle Europe
23. Decathlon
24. DESCENTE LTD.
25. DT Swiss
26. Elite Sports
27. Ellesse
28. Endura
29. Federazione europea dell'industria degli articoli sportivi (FESI)
30. Freewill Sports Private Limited
31. HIRU
32. IIC - INTERSPORT
33. JASPO (Associazione delle industrie giapponesi di articoli sportivi)
34. JOMA Sport
35. Kickers
36. Studio legale Dr. Schaefer
37. Li-Ning
38. lululemon
39. Mitre
40. Mizuno
41. Molten
42. New Balance
43. Nike
44. Associazione norvegese del settore sportivo (Norvegia)
45. Oakley
46. On
47. OQUO
48. Orbea
49. ORCA
50. PeakPerformance
51. Pentland Brands
52. PeopleForBikes
53. Plankpad
54. PUMA
55. Restube
56. Revelyst
57. Salomon
58. SBS
59. Scott Sports
60. Associazione del settore dello sport e del fitness (SFIA)
61. SGIA (Regno Unito)
62. Shimano
63. Shred
64. SPAIN IS SPORT (Associazione sportiva spagnola)
65. Specialized
66. Speedo
67. Sport 2000 International GmbH
68. SRAM
69. Associazione dei produttori di articoli sportivi di Taiwan (TSMA)
70. Tamasu Co., Ltd.
71. Tecnica Group
72. Trek
73. Tyr
74. Umbro (marchio Iconix UK)
75. Under Armour

76. Union Enterprises Sport & Cycle (Francia)
77. Victory Group
78. VSSO (Austria)
79. Wearable Technologies
80. WHOOP
81. Wilson
82. Xtep
83. Yonex
84. Zoggs

Unisciti al movimento

La presente lettera rimane aperta all'adesione da parte delle aziende dell'intera filiera dei prodotti sportivi, inclusi produttori, marchi, rivenditori, distributori, federazioni e partner del settore.

Contatta Caroline Brooks, responsabile dell'attività fisica presso **la WFSGI**, all'indirizzocbrooks@wfsgi.org per scoprire come la tua azienda possa aggiungere il proprio sostegno ufficiale a questa dichiarazione.

Insieme, possiamo contribuire a garantire che la prossima generazione possa godere dei benefici duraturi dello sport, dell'attività fisica e del movimento.