



# #BEACTIVE DAY

## VODIČ ZA INKLUZIJU



*Iz perspektive  
međugeneracijskog  
pristupa fizičkoj  
aktivnosti:*

*Praktični vodič za fitness  
klubove i centre za fizičku  
aktivnost*

[beactiveday.eu](https://beactiveday.eu)

  
europe active  
MORE PEOPLE | MORE ACTIVE | MORE OFTEN

  
Co-funded by  
the European Union





## ZAHVALNICA

Ovaj vodič je razvijen kao deo projekta kampanje **#BEACTIVE DAY 2023**, sufinansiranog u okviru Erasmus+ programa Evropske unije. Sadržaj su razvili Fit&Sund, Les Mills i EuropeActive, uz podršku partnera **#BEACTIVE DAY 2023**. Želimo da se zahvalimo svima koji su bili uključeni u stvaranje ovog resursa.



## VEB-STRANICE

Projekat:

<https://www.europeactive.eu/projects/beactive-day-2023>

Kampanja:

<https://beactiveday.eu/>

Ceska Komora Fitness (CZ):

<https://komorafitness.cz/beactiveday-2023/>

Active-FNEAPL (FR):

<http://www.beactiveday.fr/>

Attic Union of Gym Owners (GR):

<https://www.beactiveday.gr/>

MAFORSZ (HU):

<https://beactiveday.hu/>

Latvian Health and Fitness Association (LV):

<https://www.balticfitness.lv/beactive-day-2023>

Portugal Activo (PT):

<https://www.portugalactivo.pt/beactiveday>

Romania Active (RO):

<https://romaniaactive.ro/beactive-day-2023-romaniaactive/>

Savez za fitnes i rekreaciju Srbije (RS):

<https://beactiveday.rs/>

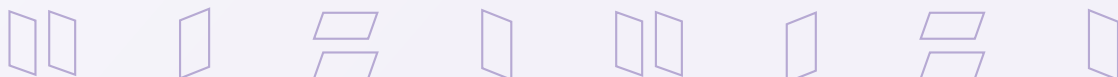
Together Advancing Common Trust (MK):

<https://beactiveday.mk/>





<b>1. UVOD</b> .....	<b>5</b>
<b>2. O PROJEKTU #BEACTIVE DAY 2023</b> .....	<b>5</b>
<b>3. KOME JE NAMENJEN OVAJ VODIČ? ŠTA NUDI?</b> .....	<b>6</b>
<b>4. MEĐUGENERACIJSKA FIZIČKA NEAKTIVNOST</b> .....	<b>7</b>
Realnost fizičke neaktivnosti .....	7
Šta znamo o međugeneracijskim nivoima fizičke aktivnosti .....	8
Prednosti za stariju populaciju .....	9
Prednosti za mlađe populacije .....	9
<b>5. SLUČAJ ZA MEĐUGENERACIJSKI PRISTUP FIZIČKOJ AKTIVNOSTI</b> .....	<b>10</b>
Šta je međugeneracijski pristup i zašto je važan? .....	10
Prednosti međunarodnog pristupa .....	11
Za starije .....	11
Za mlađe .....	11
Za vlasnike/operatere klubova .....	11
Izazovi u sprovođenju međugeneracijskih inicijativa .....	12
Ključna razmatranja za uspješne međugeneracijske aktivnosti .....	13
Međugeneracijski primer: Inicijativa Gradskog veća Madrida „Zajednička vežba“ .....	13
<b>6. RAZMATRANJA ZA DOSEZANJE STARIJIH GENERACIJA</b> .....	<b>14</b>
Dodatna vrednost za klubove/centre .....	14
Izazovi i predložena rešenja .....	14
Primer iz sektora: Ključna razmatranja Fit&Sund-a .....	16
<b>7. RAZMATRANJA ZA DOSEZANJE MLAĐIH GENERACIJA</b> .....	<b>17</b>
Dodatna vrednost za klubove/centre .....	17
Izazovi i predložena rešenja .....	17
Primer iz sektora: Les Mills' Born to Move .....	19
<b>8. MAPA PUTA ZA IMPLEMENTACIJU MEĐUGENERACIJSKOG PRISTUPA</b> .....	<b>20</b>
<b>9. ZAKLJUČAK</b> .....	<b>21</b>
<b>10. RESURSI ZA KORAK DALJE</b> .....	<b>22</b>



# 01 UVOD

Ovaj vodič je razvijen uz viziju da svaka osoba, bez obzira na godine, rodni identitet, etničko, kulturno ili ekonomsko poreklo, seksualnu orijentaciju, sposobnost ili invaliditet, treba da ima pravo da učestvuje u fizičkoj aktivnosti koja poboljšava zdravlje. Ovaj vodič promovise moć fizičke aktivnosti da premosti razlike i ujedini ljude, i nastoji da inspiriše nove standarde za uključivanje u ovaj sektor. Kampanja **#BEACTIVE DAY** za 2022. godinu fokusirala se na dalje uključivanje žena i devojčica u fizičku aktivnost uz vodič koji je dostupan ovde. Ove godine **#BEACTIVE DAY** usvaja međugeneracijski pristup kako bi najmlađe i najstarije starosne grupe bile aktivnije, češće aktivne i zajedno.

Godine imaju važnu ulogu kada su u pitanju pristup fitnessu i fizičkim aktivnostima i mogućnosti za njih. Za ogromnu većinu pojedinaca, fizička aktivnost je ključni preduslov zdravog načina života i opšteg blagostanja. Pristup „jedna veličina za sve“ često nije najefikasnija strategija za promociju fizičke aktivnosti, niti ona koju savetuju subjekti koji rade na fizičkoj aktivnosti za podršku zdravlju (HEPA) i poboljšanju javnog zdravlja.

Biti fizički aktivan je od suštinskog značaja za ljude svih uzrasta, iako je pokazano da se mlađe i starije starosne grupe suočavaju sa jedinstvenim skupom prepreka i specifičnim potrebama prema uzrastu da manje sede. Obe grupe stoga zahtevaju ciljane pristupe za efikasnu promociju fizičke aktivnosti – a njihovo spajanje u ostvarivanju ovog cilja moglo bi čak da doprinese jačanju društvene kohezije.

Imajući to u vidu, vodič koji je pred vama pruža pregled trenutne „pandemije“ fizičke neaktivnosti, objašnjava kako je uzrast odlučujuć faktor angažmana i daje pregled uobičajenih prepreka fizičkoj aktivnosti kako za mlađe tako i za starije generacije. Dokument zatim nudi mapu puta kako da pružaoci usluga fitnessa i fizičke aktivnosti primene međugeneracijski pristup, da bi stvorili pristupačnije i inkluzivnije mogućnosti za okupljanje različitih generacija i bavljenje fizičkom aktivnošću. Vodič stoga otvara vrata ka boljem uključivanju mladih i starijih starosnih grupa u fizičku aktivnost kroz međugeneracijski pristup koji je osetljiv na potrebe i stvarnost svih.



## 02 O PROJEKTU #BEACTIVE DAY 2023

Projekat **#BEACTIVE DAY 2023** je inicijativa u trajanju od dvanaest meseci koju koordiniše EuropeActive i finansira Erazmus+ program Evropske unije. Projekat uključuje 9 partnera, nacionalnih fitness saveza Češke, Francuske, Grčke, Mađarske, Letonije, Severne Makedonije, Portugala, Rumunije i Srbije.

Koncept **#BEACTIVE DAY** baziran je na prethodnim EuropeActive kampanjama „Nacionalni dan fitnessa“, koje su uspešno razvijene u 15 evropskih zemalja od 2017. godine, dokazujući da je srž ovog koncepta održiva formula za uspeh.

Kampanja **#BEACTIVE DAY** materijalizuje viziju da više ljudi širom Evrope bude aktivnije, češće aktivno, i osmišljena je da se uhvati u koštac sa problemom povećanja nivoa fizičke neaktivnosti kroz osnovnu poruku: #BeActive. Podstičući veće učešće u događajima fizičke aktivnosti tokom poslednje nedelje septembra, kampanja **#BEACTIVE DAY** direktno doprinosi najvećoj evropskoj kampanji koja promovise sport i fizičku

aktivnost - godišnjoj Evropskoj nedelji sporta (EWoS) Evropske komisije.

Kao dokazani vodeći događaj, **#BEACTIVE DAY** nastoji da bude ključna godišnja proslava fizičke aktivnosti i da koordiniše nacionalne kampanje za podršku doprinosu sektora fitnessa i fizičke aktivnosti godišnjoj Evropskoj nedelji sporta (EWoS). Radeći pod okriljem Evropske nedelje sporta (EWoS), koja stvara snažne veze na evropskom, nacionalnom i regionalnom nivou, **#BEACTIVE DAY** već pokazuje značajan uspeh.

**#BEACTIVE DAY** proslavlja zabavu kod fitnessa i fizičke aktivnosti i uključuje besplatne događaje i aktivnosti koje se održavaju u hiljadama fitness i sportskih centara, parkova, gradskih trgova, škola, pa čak i univerziteta, a sve za dobrobit svih koji žele da se posvete fizičkoj aktivnosti tog dana. Na taj način naša kampanja inspiriše pojedince da se više kreću i da bolje razumeju prednosti i značaj aktivnog načina života.





## 03 KOME JE NAMENJEN OVAJ VODIČ? ŠTA NUDI?

*TKao deo kolektivne vizije EuropeActive da više ljudi bude aktivnije i češće aktivno širom Evrope, ovaj dokument je razvijen u okviru projekta #BEACTIVE DAY 2023.*



Ovaj vodič podržava pružaoce usluga fitnesa i fizičke aktivnosti da uspešno kreiraju i realizuju aktivnosti, inicijative, programe koji usvajaju međugeneracijski pristup, a koji su prilagođeni potrebama i preferiranim aktivnostima mlađe i starije starosne grupe, u sklopu kampanje **#BEACTIVE DAY**. Inkluzivna perspektiva bi trebalo da se dopadne široj publici, te da bude od koristi za organizaciono i strateško planiranje za operatere fitnesa i fizičke aktivnosti.

**Imajući u vidu osoblje i menadžment pružalaca usluga fitnesa i fizičke aktivnosti, ovaj vodič nudi:**

- Pregled starosnih razlika u nivoima fizičke aktivnosti
- Definiciju i objašnjenje prednosti međugeneracijske fizičke aktivnosti za mlade, starije osobe i fitnes operatere
- Pomoć u prevazilaženju barijera za implementaciju međugeneracijskog pristupa
- Posebna razmatranja i uvide vezano za ciljnu grupu starije i mlađe generacije
- Mapu puta za implementaciju međugeneracijskog pristupa



Ovaj vodič ohrabruje zainteresovane strane za fitnes i fizičku aktivnost da iskoriste kampanju **#BEACTIVE DAY** kao priliku da se posebno fokusiraju na stvaranje prijatnog okruženja, zabavnih aktivnosti i pružanja usluga međugeneracijskoj ciljnoj publici.



# 04 MEĐUGENERACIJSKA FIZIČKA NEAKTIVNOST

## Realnost fizičke neaktivnosti

"Pandemija" fizičke neaktivnosti je važno globalno zdravstveno pitanje koje je poslednjih godina doseglo alarmantne nivoe. Globalne procene pokazuju da 1,4 milijarde odraslih osoba ne ispunjava preporučene nivoe fizičke aktivnosti. To znači da otprilike jedna od četiri odrasle osobe, ali čak tri od četiri adolescenata (11-17 godina) ne ispunjavaju preporuke SZO za fizičku aktivnost.<sup>1</sup> Ovaj problem raste, a procenat Evropljana koji nikada ne vežbaju i ne bave se sportom porastao je sa 39% u 2009. na 45% do 2022.godine.<sup>2</sup> Uprkos sve većem značaju koji se pridaje promociji fizičke aktivnosti u državama članicama EU imajući u vidu ovaj trend, nivoi fizičke neaktivnosti ostaju alarmantno visoki.

Fizička neaktivnost negativno utiče na fizičko i mentalno zdravlje, kao i na ekonomsku produktivnost. Ako se trend neaktivnosti ne promeni, procenjuje se da će njegov

globalni trošak biti približno 520 milijardi INT\$ u periodu između 2020. i 2030. godine.<sup>3</sup> Danas broja istraživanja pokazuju kako redovna fizička aktivnost poboljšava dobrobit i sprečava depresiju, anksioznost i nezarazne bolesti (NCD), uključujući moždani udar, hipertenziju, dijabetes tipa 2, koronarne bolesti i rak. Pandemija COVID-19 privukla je povećanu pažnju na pozitivne uticaje koje jačanje redovne fizičke aktivnosti ima na imunološki sistem, iako je pandemija ujedno i povećala nivoe neaktivnosti: preko 50% odraslih izjavilo je da je tokom pandemije imalo smanjen nivo fizičke aktivnosti.<sup>4</sup> Ukupna situacija zahteva pojačanu akciju.

Strategije povećanja nivoa fizičke aktivnosti mogu imati značajan uticaj na poboljšanje zdravlja stanovništva. Procenjuje se da će implementacija smernica SZO o preporučenoj fizičkoj aktivnosti u celoj EU:<sup>5</sup>



povećati životni vek ljudi koji su bili fizički nedovoljno aktivni za 7,5 meseci



uštedeti 14 EUR pariteta kupovne moći po glavi stanovnika u izdacima za zdravstvenu zaštitu – ukupno 8 milijardi EUR pariteta kupovne moći godišnje



povećati prosečni životni vek za 2 meseca



sprečiti preko 10.000 preranih smrti godišnje



smanjiti ukupne izdatke za zdravstvenu zaštitu za 0,6%

izbeći 11,5 miliona slučajeva nezaraznih bolesti u naredne tri decenije, uključujući i:



3.5 miliona slučajeva depresije



3.8 miliona slučajeva kardiovaskularnih oboljenja



400 000 slučajeva raka

Da bi se postigle ove prednosti, neophodno je povećati uključenost u bavljenje fizičkom aktivnošću.

1 | WHO, 'Global action plan on physical activity 2018–2030: more active people for a healthier world', 2018. <https://shorturl.at/abjQ1>

2 | European Commission, 'Special Eurobarometer 525 sport and physical activity', 2022. <http://bit.ly/3M5FI95>

3 | Costa Santos et al., 'The cost of inaction on physical inactivity to public healthcare systems: a population-attributable fraction analysis', in Lancet Global Health, Vol 11, 2023. <https://shorturl.at/bpxO2>

4 | OECD/WHO, 'Step Up! Tackling the Burden of Insufficient Physical Activity in Europe's 2023. <https://shorturl.at/jxyTW>

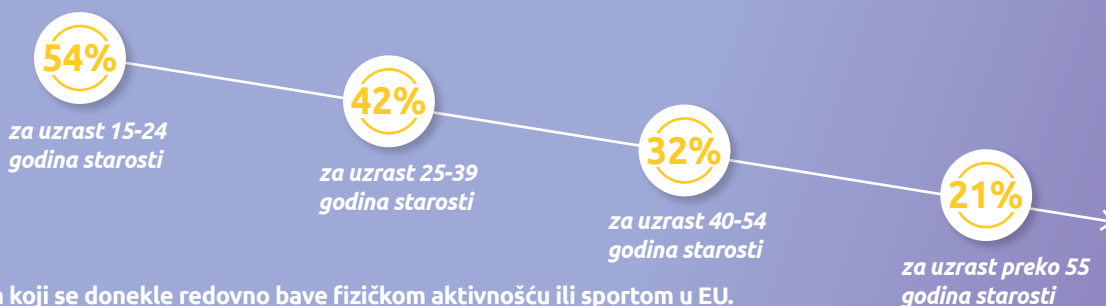
5 | Ibid.

# Šta znamo o međugeneracijskim nivoima fizičke aktivnosti

Procenat ljudi koji nikada ne vežbaju ili retko vežbaju ili se bave sportom.<sup>6</sup>



Najnoviji podaci ističu da se nivoi fizičke aktivnosti konstantno smanjuju s godinama, za:<sup>8</sup>



6 | European Commission, 'Special Eurobarometer 525'.

7 | WHO, 'Physical Activity Profile 2022. North Macedonia'. <https://shorturl.at/nozM2>. 'Physical Activity Profile 2022. Serbia'. <https://shorturl.at/jlot2>.

8 | European Commission, 'Special Eurobarometer 525'.

9 | Ibid.

10 | Evropska komisija "Zelena knjiga o starenju. Poticanje međugeneracijske solidarnosti i odgovornosti" (European Commission, 'Green Paper on Ageing. Fostering solidarity and responsibility between generations', 2021. <https://bit.ly/3WUxemi>)

11 | Swedish National Institute of Public Health, 'Healthy ageing: a challenge for Europe', 2007. <https://bit.ly/3NoWsWn>

12 | WHO, 'Factsheet - Physical Activity', 2022. <https://shorturl.at/rDPS9>

13 | European Commission et al., 'The silver economy – Final report', 2018. <https://rb.gy/4kdj>

14 | Statista Research Department, 'Distribution of frequency of how often people exercise or play sport in the European Union (EU) in 2017 by age group and gender', 2022 <https://shorturl.at/jOPZ7>

15 | OECD/European Union, 'Health at a Glance: Europe 2022: State of Health in the EU Cycle', 2022 <https://shorturl.at/yMN04>

16 | WHO, 'Global status report on physical activity', 2022. <https://bit.ly/42szkLo>

17 | WHO, 'Factsheet - Physical Activity'.

18 | UNESCO, 'Fit for Life: sport as a cost-effective solution', 2022. <https://bit.ly/3HZIHYW>

19 | WHO, 'New analysis from WHO/ Europe identifies surprising trends in rates of overweight and obesity across the Region', 2021. <https://bit.ly/3oSu8Tt>





## Prednosti za stariju populaciju

U Evropi otprilike 73% starijih muškaraca i 75% starijih žena nije fizički aktivno.<sup>9</sup> Ovo je posebno zabrinjavajuće s obzirom na aktuelne demografske promene, pri čemu se procenjuje da će trećina stanovništva EU biti starija od 65 godina do 2060. godine.<sup>10</sup> Podizanje svesti o prednostima fizičke aktivnosti za ovu starosnu grupu i povećanje angažovanja stoga imaju suštinski značaj. Kako su starije osobe česti korisnici sistema zdravstvene zaštite zbog stanja povezanih sa godinama, potencijalna ekonomska prednost fokusiranja na održavanje ove demografske populacije zdravom i aktivnom što je duže moguće je ključna. Specifične prednosti za ovu starosnu grupu uključuju održavanje efikasne funkcije i sposobnosti za samopomoć i prevenciju i odlaganje kognitivnih degenerativnih bolesti (npr. demencija, Alchajmerova bolest).<sup>11</sup> Preporuke SZO za odrasle starije od 65 godina

podjednako promovišu bavljenje višekomponentnim treningom snage i treningom ravnoteže najmanje tri dana nedeljno kako bi se smanjio rizik od pada.<sup>12</sup>

Poboljšanje zdravlja i dobrobiti starije populacije takođe može podržati razvoj srebrne ekonomije.<sup>13</sup> Zdravija starija populacija ima tržišni potencijal i ekonomske prilike kroz povećanu participaciju u društvu, što može pozitivno doprineti sveukupnom prosperitetu i poboljšati društvenu jednakost. Za sektor fitnesa, srebrna ekonomija takođe može predstavljati jednu od najvećih prilika za ulazak na slabo istraženo tržište. Starija populacija motivisana i podržana da se bavi fizičkom aktivnošću može povećati prodor u evropski fitnes sektor, s obzirom da samo 8% odnosno 7% muškaraca i žena starijih od 55 godina trenutno redovno vežba.<sup>14</sup>

## Prednosti za mlađu populaciju

Slično tome, većina dece i adolescenata takođe pokazuje nizak nivo bavljenja fizičkom aktivnošću, pri čemu samo 1 od 4 jedanaestogodišnjaka i 1 od 7 petnaestogodišnjaka u EU ispunjava preporuke SZO o jednom satu umerenog do intenzivnog vežbanja dnevno.<sup>15</sup>

Redovna fizička aktivnost pruža mnoštvo dobrobiti specifičnih za decu i adolescente, a posebno je važna za optimalan rast i razvoj.<sup>16</sup> Takođe podržava sticanje socijalnih veština, motoričkih veština i poboljšanih kognitivnih rezultata, uključujući pažnju u školi i sposobnost učenja.<sup>17</sup> Podaci pokazuju do 40% poboljšane akademske rezultate za decu koja su redovno aktivna.<sup>18</sup> Fizička aktivnost je takođe važna za mladu populaciju s obzirom da se

suočavaju s jednom od najviših stopa gojaznosti i pretilosti, što se u 2021. godini odnosilo na oko 29% dečaka i 27% devojčica.<sup>19</sup>

Fizička aktivnost pored toga postavlja temelje za zdraviju odraslu dob, stoga početak redovne fizičke aktivnosti rano u životu može imati dugotrajne pozitivne efekte na zdravlje i dobrobit tokom procesa starenja. Nedavna istraživanja pokazuju da vežbanje u detinjstvu ima zaštitni učinak na zdravlje u kasnijim godinama, kao i da poboljšava kognitivne sposobnosti u odrasloj dobi.<sup>20</sup> Konačno, veća je verovatnoća da će deca koja se bave redovnom fizičkom aktivnošću nastaviti da budu aktivna i kad odrastu.<sup>21</sup>

20 | Aberg MA et al., 'Cardiovascular fitness is associated with cognition in young adulthood', in Proc Natl Acad Sci U S A., Vol 106(49), 2009. <https://rb.gy/h53n6>

21 | Biagi Batista et al., 'Participation in sports in childhood and adolescence and physical activity in adulthood: A systematic review', in Journal of Sport Sciences, Vol 37, 2019. <https://rb.gy/4kkav>

22 | European Commission, 'Mapping study on the intergenerational dimension of sport', 2019. <https://bit.ly/3tiUN3G>

23 | European Commission, 'Communication on sport (2011): developing the European dimension in sport', 2011. <https://shorturl.at/tMRT6>

24 | European Commission, 'Green Paper on Ageing', 15.

25 | European Commission, 'Loneliness among older adults - A European perspective', 2022. <https://rb.gy/cldsx>

26 | European Commission, 'Loneliness and social connectedness: insights from a new EU-wide survey', 2023. <https://rb.gy/hzlmpl>

27 | Victor, C. & Yang, K., 'The prevalence of loneliness among adults: a case study of the United Kingdom', in Journal of Psychology, Vol 146, 2012. <https://rb.gy/l70ey>

28 | European Commission, 'Loneliness among older adults'.

29 | European Commission, 'Flash Eurobarometer 269', 2009. <https://rb.gy/fktrp>

30 | European Parliament, 'European Year for Active Ageing and Solidarity between Generations', 2012. <https://bit.ly/3P0yK4z>

31 | European Commission, 'Mapping study on the intergenerational dimension of sport'.

32 | Ibid.

# 05 SLUČAJ ZA MEĐUGENERACIJSKI PRISTUP FIZIČKOJ AKTIVNOSTI

## Šta je "međugeneracijski pristup" i zašto je važan?

Ovaj vodič se temelji na razumevanju međugeneracijske fizičke aktivnosti iz definicije Evropske komisije kao "svake aktivnosti koja uključuje i mlade i starije generacije da se istovremeno bave sportom i fizičkim aktivnostima"<sup>22</sup>. Savremena evropska politika sporta i fizičke aktivnosti naglašava potrebu za povećanjem nivoa fizičke aktivnosti u svim starosnim grupama, te stoga naglašava da međugeneracijski pristup može da podrži društvenu koheziju i inkluziju.<sup>23</sup>

Starije osobe su posebno podložne usamljenosti i njenim zdravstvenim implikacijama s obzirom da je veća verovatnoća da će doživeti promene u životu i drastične životne događaje, kao što su odlazak u penziju i žalost usled gubitka bliskih osoba.<sup>25</sup> Podaci dalje pokazuju da se procenat mladih od 18 do 25 godina koji navode da se često osećaju usamljeno više nego udvostručio između 2016. i 2022. godine.<sup>27</sup> Istraživanja sugerišu da usamljenost prati obrazac u obliku slova U, pri čemu usamljenost dostiže najviši nivo među mladim i starijim generacijama.<sup>28</sup> Čini se da je pandemija Covid-19 pojačala ovu dominaciju usamljenosti i među starijim i mlađim starosnim grupama.<sup>29</sup>

"Način na koji se društva pripremaju za starenje treba da prevaziđe ekonomske probleme i kvalitetne, pristupačne usluge. Moramo razmišljati o suživotu generacija. Jedna od zabrinutosti je sve veći rizik od usamljenosti i društvene izolacije kako među mlađim tako i među starijim osobama"<sup>24</sup>.

*Zelena knjiga Evropske komisije o starenju*

U 2009. godini, 60% Evropljana iznelo je nedostatak mogućnosti da se mlađi i stariji ljudi upoznaju i sarađuju kroz aktivnosti.<sup>29</sup> Stoga su evropske politike sve više podržavale međugeneracijski koncept kao deo odgovora na sve starija društva. Evropska komisija je 2012. godinu proglasila Evropskom godinom aktivnog starenja i solidarnosti među generacijama, naglašavajući korisne doprinose koje fizički aktivni stariji ljudi mogu dati društvu jačanjem njihove nezavisnosti, paralelno sa jačanjem solidarnosti među generacijama.<sup>30</sup> Komisija je 2022. godine nastojala da obezbedi vidljivost projektima i inicijativama koje promovišu međugeneracijski sport i fizičke aktivnosti širom kontinenta, pokretanjem međugeneracijske nagrade **#BEACTIVE**.

Konačno, Evropska komisija je objavila mapu o međugeneracijskoj dimenziji sporta i fizičke aktivnosti<sup>31</sup>, koja ističe pet glavnih tipologija takvih aktivnosti:

- 1 **promocija međugeneracijskog učenja** kroz sport i aktivnosti vezane za sport
- 2 **podsticanje većeg bavljenja sportom** kod mladih i starih ljudi
- 3 **promocija zdravih stilova života** kroz međugeneracijske sportske aktivnosti
- 4 **povećanje učešća u sportu kroz međugeneracijska takmičenja**
- 5 **promovisanje uloge porodice** u podsticanju fizičke aktivnosti

Fokusiranje kampanje **#BEACTIVE DAY 2023**. na podizanje svesti i razvijanje međugeneracijskog angažmana u fizičkoj aktivnosti stoga predstavlja relevantan način za podsticanje fizičke aktivnosti i za mlade i za starije starosne grupe i pruža mogućnosti za povezivanje zajednica.





## Prednosti međugeneracijskog pristupa

Iako je jasno da fizička aktivnost može pružiti specifične zdravstvene beneficije i mlađoj i starijoj uzrasnoj grupaciji, međugeneracijske aktivnosti pružaju obilje dodatnih prednosti: mogu da podstaknu međuljudske veze, međusobno razumevanje i poštovanje među generacijama, čime se smanjuju rizici od društvenih sukoba i jača osećaj zajedništva. One mogu dodatno da poboljšaju

društvenu koheziju razotkrivanjem negativnih percepcija međugeneracijskih interakcija, te kroz podsticanje razmene ideja, znanja i veština, mogu da olakšaju prilike za međusobno učenje.<sup>32</sup>

Prednosti implementacije međugeneracijskog pristupa u inicijativama za fizičku aktivnost uključuju:



### Za starije

- Obogaćivanje društvenih veza uz promociju zdravog starenja
- Smanjenje usamljenosti i socijalne izolacije sa ciljem poboljšanja kvaliteta života
- Pružanje redovnih prilika za međuljudsku interakciju sa ciljem ostvarivanja društvene povezanosti
- Podizanje osećaja vrednosti i produktivnosti
- Održavanje veze sa aktuelnim trendovima i perspektivama
- Razvijanje novih veština u odnosu prema tehnologijama
- Borba protiv negativnih stereotipa o starenju
- Povećanje osećaja pripadnosti zajednici sa ciljem povećanja zadovoljstva životom
- Doprinos sposobnosti aktivnog uključivanja u aktivnosti sa mlađim generacijama, van okruženja teretana



### Za mlade

- Povećanje samopouzdanja u komunikaciji sa drugima
- Povećanje tolerancije i razumevanja za druge generacije
- Povećanje aktivnog građanskog ponašanja
- Omogućavanje prilika za učenje izvan obrazovnih okruženja
- Promovisanje osećaja identiteta i perspektive
- Razvijanje dragocenih životnih veština i sticanje zajedničke mudrosti



### Za vlasnike/operatere klubova

- **Ugled u zajednici:** Negovanjem međugeneracijskih aktivnosti, vaš klub/centar može da se pozicionira kao inkluzivan i društveno odgovoran subjekat, čime će poboljšati svoju reputaciju i steći pozitivan imidž u zajednici
- **Jedinstvene kreacije programa:** Nuđenje međugeneracijskih inicijativa ili časova izdvaja vaš klub/centar od ostalih, čineći ga privlačnijim za buduće članove svih uzrasta.
- **Klijentela:** Promovisanje međugeneracijskog pristupa može pomoći u privlačenju novih članova i povećanju prihoda.
- **Uloga u društvu koje se optimizuje:** Prihvatanjem međugeneracijskih aktivnosti, vaš klub/centar ima potencijal da stvori pozitivan efekat talasanja u celoj zajednici, te da obogati živote, neguje veze i promoviše zdravije stilove života. To je korak ka inkluzivnijem, razumnijem i zdravijem društvu.



## Izazovi u implementaciji međugeneracijskih aktivnosti

Međugeneracijska studija mapiranja Evropske komisije<sup>33</sup> identifikuje dve najčešće prepreke za učešće:



### MOTIVACIONE

- > **Starosno negativni stereotipi** – mladi ljudi mogu osećati nespремnost da se druže sa starijim ljudima zbog pritiska vršnjaka ili prevladajućih normi koje propisuju da to nije društveno poželjno. Stariji ljudi takođe mogu imati negativnu percepciju o mlađim generacijama.
- > **Okruženje** – ne-neutralne sredine kao što su škole ili starački domovi mogu izazvati osećaj nepripadanja i kod starijih i kod mlađih učesnika i mogu dovesti do pojačanog osećaja nelagodnosti. Stoga je korisno da se odabere neutralno mesto gde će se obe grupe osećati ugodno (fitnes klub/centar, sportski tereni, parkovi, društveni centri itd.).
- > **Komunikacija** – različite starosne grupe koriste različit vokabular, te istim rečima ili izrazima mogu pripisati različita značenja. U tom smislu potrebna je dobro izbalansirana komunikacija primerena i starijoj i mlađoj generaciji.
- > **Lokalni kulturni kontekst** – nivoi međugeneracijske interakcije mogu varirati u različitim nacionalnim kontekstima, pri čemu slabiji nivoi uobičajene interakcije između mladih i starijih ljudi lakše izazivaju osećaj neprimerenosti ili neugodnosti.
- > **Promocija** – podsticanje na učešće u međugeneracijskim aktivnostima mora da deluje aktivirajuće na specifičnu ciljnu publiku, što može biti izazov jer mlade i starije populacije možda motivišu različite stvari.



### STRUKTURNE

- > **Ograničena finansijska podrška** za ovaj tip programa
- > **Nedostatak svesti** o značaju međugeneracijskih projekata
- > **Ograničen broj mreža na nivou EU** fokusiranih na ovo pitanje
- > **Loša infrastruktura i nedostatak opreme** dovoljne za specifične potrebe određenih ciljnih grupa

## Ključna razmatranja za uspešne međugeneracijske aktivnosti

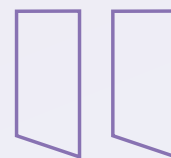


Prilikom osmišljavanja i pružanja inicijativa za međugeneracijske fizičke aktivnosti, vlasnici klubova/centara, instruktori fitnesa i relevantni akteri bi trebalo da imaju na umu sledeće ključne principe za povećanje uspeha:

- Uključivanje nivoa individualizacije i ličnih informacija tokom međugeneracijskih aktivnosti može pomoći u olakšavanju **bliskog kontakta i promovisanju međugeneracijskog prijateljstva** prijateljstva (tj. lični uvodi, sesije za razbijanje leda ili strukturisane prilike za dijalog i razmenu mišljenja).
- Osmišljavanje obostrano korisnih aktivnosti za obe starosne grupe. Fokus na **zajedničke ciljeve i zajedničku svrhu** svrhu pomaže da se to podrži, kao što su zadaci koji proizvode opipljive rezultate i uključuju neku organizaciju/planiranje (npr. konkurentski elementi, zadaci koji zahtevaju prevladavanje izazova).
- Uzmite u obzir očekivanja i starijih i mlađih učesnika, kako **kako ne biste davali prioritet jednoj grupi u odnosu na drugu.**

- Uključite **kvalifikovane stručnjake** sa pravim znanjem i stručnošću u radu sa starijim i mlađim ljudima, kao što su fitnes treneri, ali i nastavnici ili socijalni radnici.
- **Stvorite inkluzivno okruženje** za međugeneracijske aktivnosti. To je od vitalnog značaja i za starije i za mlađe ljude kako bi se osećali prijatno dok učestvuju u zajedničkim aktivnostima.
- **Budite fleksibilni u odgovaranju na potrebe učesnika** učesnika i omogućite promene tokom implementacije na osnovu povratnih informacija učesnika.
- **Komunicirajte o prednostima međugeneracijskih projekata** na lokalnom, a postepeno i na nacionalnom i međunarodnom nivou, jer to podstiče podizanje svesti, što može direktno uticati na nivo raspoloživih sredstava za ove vrste aktivnosti.

## Međugeneracijski primer: Inicijativa Gradskog veća Madrida “Zajednička vežba”



Inicijativa “Zajednička vežba (Shared Exercise)” trajala je između 2007-2019. godine u Madridu, s ciljem promovisanja zdravih stilova života kroz inicijative međugeneracijske fizičke aktivnosti. Vodio je Gradski sekretarijat za stara lica, jednakost, socijalna prava i zapošljavanje u saradnji sa Sekretarijatom za obrazovanje i omladinu.

U okviru ove inicijative, događaji su organizovani u osam gradskih četvrti (Fuenkaral, Moratalaz, Puente de Valjekas, Arganzuela, Karabančel, Vikalvaro, Salamanka i Viljaverde), kako bi se pružile mogućnosti za povezivanje mlađe i starije populacije. Sve aktivnosti su se održavale u javnim parkovima

ili na trgovima, a vodili su ih profesionalci za vežbanje. Svaka sesija je trajala 1 sat i uključivala je šetnju za zagrevanje kako bi se podstakao razgovor između učesnika, grupno istezanje i igre. Pomogao je u rešavanju negativnih stereotipa među generacijama i pokazao značaj međugeneracijske interakcije oko fizičke aktivnosti. Ovaj projekat je bio veoma dobro prihvaćen od strane lokalnih zajednica, sa prosečnom stopom zadovoljstva od 9,5 od 10 u 2019. godini. Povratne informacije su posebno otkrile da su se stariji učesnici osećali povezanim sa svojim lokalnim zajednicama zahvaljujući ovom programu.



# 06

## RAZMATRANJA ZA DOSEZANJE STARIJIH GENERACIJA

Sa vizijom usmerenom na promociju društvenog, mentalnog i fizičkog zdravlja, Fit&Sund se kroz svoje inovativne programe u teretani za starije osobe etablirao kao pionir u promovisanju aktivnog i zdravog načina života među starijim osobama. Njihova stručnost u ovoj oblasti prikazana je kroz učešće u projektu Promocija fizičke aktivnosti za zdravo starenje (Promoting Physical Activity for Healthy Ageing (PAHA), koji je doveo do razvoja koncepta "Motion for livet" (vežba za život). Ovaj koncept služi kao osnova za Fit&Sund-ove specijalizovane fitness programe dizajnirane posebno za starije od 65 godina. Ovaj koncept je efektno sproveden u 5 od 39 Fit&Sundovih teretana širom Danske, koje zajedno drže ukupno 60 časova nedeljno za starije osobe. Program se pokazao kao uspešan, jer 23% celokupnog članstva Fit&Sund franšize čine seniori. Ovo bogato iskustvo sa starijim osobama je razlog zašto je Fit&Sund odabran kao ključni ekspert

u projektu **#BEACTIVE DAY** 2023. i bio je od suštinskog značaja za objedinjavanje sledećeg sadržaja.

Seniori čine demografsku grupu sa specifičnim potrebama i često vežbaju kada nije gužva, obično usred dana kada je većina radno aktivnog stanovništva zauzeta. Ovaj obrazac predstavlja jedinstvenu priliku da maksimalno iskoristite sadržaje vašeg kluba/centra. Takođe je važno napomenuti da starijim osobama može posebno nedostajati osećaj zajedništva, jer su mnogi u penziji i nemaju više profesionalne društvene interakcije. To ih može navesti da aktivno traže i rado doprinose izgradnji zajednica u svojim lokalnim područjima, čineći inicijative međugeneracijske fizičke aktivnosti šansom za premošćivanje generacijskog jaza, promovisanje društvene kohezije i jačanje društvenog tkiva zajednice.

### Dodatna vrednost za klubove/centre

#### Nova klijentela i povećano članstvo:

Ako aktivnost starijih nije već sastavni deo vaše strategije, onda njeno sprovođenje može privući novu demografiju u vaš klub/centar. Ovo povećanje članstva može dovesti do povećanja prihoda, posebno imajući u vidu da su odrasli stariji od 65 godina trenutno najmanje aktivna starosna grupa u evropskim društvima i stoga predstavljaju tržišni potencijal za značajan rast.

#### Optimizovano korišćenje centra:

Seniori obično imaju fleksibilan raspored i verovatnije je da će koristiti objekte van perioda gužvi. Ishod je optimalna upotreba vaših objekata tokom dana.

### Izazovi i predlozi rešenja



#### Fizička ograničenja starijih

##### Objašnjenje

Seniori često imaju fizička ograničenja ili zdravstvena stanja koja se moraju uzeti u obzir prilikom osmišljavanja aktivnosti. Od vitalnog je značaja da imaju aktivnosti koje su fleksibilne i prilagodljive različitim fizičkim sposobnostima.

##### Predlog rešenja

Uključite fizioterapeute ili profesionalce za fitness sa iskustvom u radu sa starijim osobama da osmislite sigurne, zanimljive i prilagodljive rutine vežbanja. Takođe je korisno da se ponudi niz aktivnosti na različitim nivoima intenziteta kako bi se zadovoljili različiti nivoi kondicije.





### Tehnološki izazovi

#### Objašnjenje

Uz sve veću upotrebu tehnologije u svakodnevnom životu, neizbežno je da će neke aktivnosti ili čak procedure članstva u klubu imati tehnološku komponentu. Neki stariji ljudi mogu imati problema s korišćenjem inovativne tehnologije.

#### Predlog rešenja

Obezbedite da tehnologija koja se koristi u aktivnostima bude prilagođena korisniku, pristupačna starijoj populaciji i adekvatno objašnjena ako je potrebno. Osažite starije osobe da se bave takvom tehnologijom. Neki bi mogli biti iskusni korisnici, pa ih ohrabrite da budu od pomoći u vođenju svojih kolega na treningu kroz aplikacije za članstvo i još mnogo toga. Stvaranje osećaja odgovornosti među starijim članovima doprinosi zadržavanju članstva i pomaže u stvaranju sjajnih ambasadora za vaš brend.



### Strah od povrede

#### Objašnjenje

Stariji mogu oklevati da učestvuju zbog straha od povrede.

#### Predlog rešenja

Obezbedite sigurnost u svim aktivnostima uvođenjem odgovarajućih mera kao što su odgovarajuća oprema, kvalifikovani nadzor i okruženje bez opasnosti. Brifinzi o zdravlju i sigurnosti trebalo bi da budu deo svake aktivnosti, te da pomognu da se poveća poverenje učesnika. Ako želite da stvorite okruženje u kom stariji sami sebi aktivno postavljaju izazove i izvlače maksimum iz vežbanja, moraju se osećati sigurno.



### Marketing

#### Objašnjenje

Izazov može predstavljati i doseganje starijih osoba putem često korištenog marketinga na društvenim mrežama.

#### Predlog rešenja

Koristite postere i reklame u lokalnim biltenima, klubovima, bibliotekama ili na drugim mestima na kojima se održavaju ili organizuju aktivnosti za starije.



### Nedostatak zájmu nebo motivace

#### Objašnjenje

Nekim starijim osobama možda nedostaje motivacija da se pridruže aktivnostima, posebno ako smatraju da aktivnosti ne odgovaraju njihovim interesima ili sposobnostima.

#### Predlog rešenja

Podstaknite povratne informacije članova i uključivanje u aktivnosti planiranja. To im daje osećaj vlastite odgovornosti i obezbeđuje da aktivnosti budu raznolike i privlačne za širok spektar interesovanja i sposobnosti. Imajte na umu da su priče o uspehu odličan motivator, stoga se nemojte bojati da pružite prilike za uspeh. To mogu biti izazovi kao što je obaranje rezultata na mašini ili najduže balansiranje - uključite vežbe koje se lako prate. Fokusiranje na društvene koristi od bavljenja fizičkom aktivnošću može učiniti učešće još privlačnijim.



Na osnovu gornjih informacija, Fit&Sund je ostvario značajan uspeh sa narednim kampanjama i projektima:

## 1 Kampanja za seniore:

"Privlačenje starijih osoba dobrom ponudom je divan način za izgradnju baze kupaca. Prema našem iskustvu, najbolja kampanja je zasnovana na besplatnom probnom periodu od 4-6 nedelja sa 2-3 časa nedeljno usmerenim na upoznavanje starijih osoba sa fitness okruženjem. Ovo počinje uvodnim kursom za starije koji stvara sigurno okruženje, jer je ista grupa učesnika na kursu tokom cele kampanje. Pokušajte da izgradite odnos sa svojim polaznikom, angažujte iste instruktore i ostavite vremena za razgovor i povratne informacije nakon svakog časa. Nakon kampanje, pobrinite se da imate zakazane časove otprilike u isto vreme kao i kod uvodnih časova kampanje kako biste olakšali nastavak učešća."

## 2 Odbor seniora:

"Dok vodite više kampanja i gradite svoju bazu starijih članova, pokušajte da uspostavite odbor seniora. On bi trebalo da se sastoji od ukupno 4-6 članova, 2-4 seniora, instruktora i menadžera/vlasnika teretane. Stariji članovi bi mogli da dobiju kompenzaciju za svoj doprinos kroz besplatno članstvo/sniženu cenu članarine za njihovo učešće u odboru. Koristite starije članove odbora kao ambasadore; zamolite ih da učestvuju dok pokrećete nove kampanje. Mogli bi da održe male prezentacije, da govore o svom iskustvu sa časovima, zašto su započeli ili kakve su efekte iskusili otkako su počeli da idu u vašu teretanu/klub. To će vam pomoći da izgradite poverenje među novim članovima i istovremeno zadržite svoje postojeće starije članove."

## 3 Planirajte druženja:

"Nakon što uspostavite svoj odbor seniora i pokrenete nekoliko kampanja, možete početi da se fokusirate na promociju socijalno-zdravstvenih aspekata učešća. Generalno, koristite svoje znanje o vašem lokalnom području i svoju maštu. Zapamtite, društveni događaji su vaš put do sjajnog druženja, interakcije, zadržavanja i sjajnih iskustava za vaše starije članove."

Primeri takvih druženja mogu biti:

- **Šetnja i razgovori:** Pozovite starije grupe u šetnju i razgovor. Planirajte teme ili čak pozovite stručnjaka u zanimljivoj oblasti. (npr. fizioterapeut, stručnjak za svesnost, nutricionista ili stručnjak za istorijski događaj koji se dogodio u okolini)
- **Večere ili ručkovi:** planirajte večere i/li ručkove, koristite lokalne restorane i kombinujte to s vežbanjem. Možete početi dan sa sat vremena vežbanja u teretani/klubu, zatim se nađete u lokalnom restoranu na ručku, nakon ručka završite događaj šetnjom po okolini.
- **Izleti u muzeje:** prema našem iskustvu, izleti u muzeje dobro funkcionišu kao društveni događaji, zajedničko učenje je fantastičan način povezivanja izvan časova fitnesa i stimulacije uma.
- **Planirajte goste instruktore:** Pozovite druge instruktore da drže vežbe, to može biti joga, svesnost, meditacija, ples itd. To pomaže u uvođenju novih izazova, te čuva kontinuitet zabave i uzbuđenja na vašim časovima."



# 07 RAZMATRANJA ZA DOSEZANJE MLAĐIH GENERACIJA

Mlađe starosne grupe takođe čine demografiju koja ima jedinstvene potrebe. Sledeća lista, koju je dao Les Mills, opisuje ključne elemente koje treba imati na umu da biste uspešno uključili ovu starosnu grupu:

**1 Neka bude zabavno:** svi vole da se zabavljaju, a deca posebno! Zabava mora biti u fokusu aktivnosti kako bi se deca uključila i da bi im se pomoglo da izgrade pozitivan odnos prema fizičkoj aktivnosti. Razmislite o tome kako da aktivnosti učinite što zabavnijim: od muzike i kretanja do stila podučavanja – to je FUNdamentalno!

**2 Stvorite osećaj pripadnosti:** prečesto su dečiji sportovi takmičarski i mogu biti neinkluzivni, što može obeshrabriti kod odluke o učestvovanju. Postavite aktivnosti sa instruktorima/nastavnicima koji se fokusiraju na negovanje pravog osećaja uključenosti i postignuća, tako da svi osećaju da tu pripadaju – i da se žele vratiti!

**3 Prilagodite uzrastu i sceni:** zajedničko kreiranje aktivnosti i inicijativa s mladima pomaže u korišćenju muzike koju deca vole, pokreta koje mogu lako savladati i objašnjenja koja im imaju smisla. Uključivanje osnovnih veština slaganja kockica, koje su stručno odobrene za usklađivanje s razvojnim fazama, zaokružuje iskustvo od zabave do poboljšanja zdravlja.

**4 Prenesite osećaj postignuća:** Svaka sesija bi trebalo da povećava samopouzdanje dok mladi ljudi doživljavaju uzbuđenje savladavanja novih veština i uživaju u osećaju kolektivnog završetka. Pozitivno osnaživanje je važno, bez obzira na fizičke sposobnosti deteta ili ishode igre.

**5 Podržavajte i čuvajte fizičku i emocionalnu sigurnost:** obezbedite da svi pokreti prethodno budu testirani ili usklađeni sa razvojnim fazama, kako biste osigurali da podstiču mlade ljude da iskuse puni opseg svojih sposobnosti, a da budu bezbedni u skladu sa svojim uzrastom.

## Dodatna vrednost za klubove/centre

### Nova klijentela i dugotrajno zadržavanje klijenata:

Ciljanjem na mlađe starosne grupe, klubovi mogu privući novu demografsku grupu i proširiti svoju bazu klijenata. Ono što je najvažnije, rano angažovanje mlađih generacija može podstaknuti uspostavljanje fitnes navika i doprineti osiguravanju stabilne i dugotrajne baze članova za klub.

### Potencijal rasta:

Mlađe starosne grupe često lakše prihvataju nove aktivnosti i isprobavaju različite fitnes programe. Ponudom ciljanih programa, klubovi mogu iskoristiti ovaj potencijal rasta u smislu učešća i uključenosti i unovčiti ga.

## Izazovi i predlozi rešenja



### Nedostatak autonomije

#### Objašnjenje

Deca i mlađe generacije možda i dalje zavise od staratelja, kako finansijski tako i u smislu logistike za pohađanje časova fitnesa ili sesija u teretani.

#### Predloženo rešenje

Uključite roditelje i staratelje u aktivnosti dece tako što ćete naći načine da ih motivišete da integrišu fizičku aktivnost u nedeljne rutine svoje dece. Olakšajte roditeljima u smislu planiranja i praktičnosti, kao što je zakazivanje sesija odmah nakon škole ili obezbeđivanje udobnog prostora za posmatranje ili časovanje tokom sesija.

Ponudite razne porodične aktivnosti, grupne šetnje, časove fitnesa i sportske događaje; razmislite o organizovanju sniženih cena članarina ili grupnih treninga posebno prilagođenih roditeljima/porodici.





### Bezbednosne bojazni

#### Vysvětlení

Roditelji i staratelji se često brinu da bi fizički aktivno dete moglo da se povredi i zbog toga su možda skloni da ograniče aktivnost svom detetu.

#### Navrhované řešení

Razvijte sveobuhvatne sigurnosne smernice posebno prilagođene različitim fizičkim aktivnostima, naglašavajući mere opreza, pravilne tehnike i upotrebu opreme. Pobrinite se da održavate otvorene linije komunikacije s roditeljima i starateljima, tako što ćete se baviti njihovim problemima i redovno obavješavati o novostima. Modifikacija percepcije rizika kod odraslih može biti jedan od načina da se pozitivno utiče na ponašanje dece u aktivnostima.



### Nedostatak fitnes pismenosti

#### Vysvětlení

Te osobe mogu imati ograničeno iskustvo u prostorima za fitnes i u vezi sa specifičnim vokabularom

#### Navrhované řešení

Uključite specijalizovane fitnes profesionalce koji mogu prevesti formalnu terminologiju u razumljivu, zanimljivu instrukciju za mlade učesnike.



### Nedostatak motivacije i interesovanja

#### Vysvětlení

Deca se mogu percipirati kao 'prirodno aktivna' sama po sebi, što rezultira potencijalnim nedostatkom interesa i dece i njihovih roditelja/staratelja da ih uključe u strukturisane oblike fizičke aktivnosti.

#### Navrhované řešení

Pobrinite se da časovi budu zabavni, da pružaju zadovoljstvo i da budu tako strukturisani, da uključuju aktivnosti umerenog i snažnog intenziteta. Pokreti moraju biti prethodno testirani kako bi se osiguralo da na bezbedan način 'guraju' mlade ljude da iskuse puni obim svojih sposobnosti. Njihovo samopouzdanje raste kako doživljavaju uzbuđenje savladavanja novih veština i kao rezultat toga zaljubljuju se u redovnu fizičku aktivnost.



### Još u fazi razvoja

#### Vysvětlení

Deca i mlađe generacije još uvek rastu i njihova tela se razvijaju, stoga ne bi trebalo da upražnjavaju određene fitnes aktivnosti, zavisno od faze njihovog razvoja (npr. dizanje teških tereta)

#### Navrhované řešení

Pobrinite se da časovi fitnesa budu prilagođeni, primereni i sigurni za ovu starosnu grupu. Trebalo bi da ih vode fitnes profesionalci sa adekvatnim kvalifikacijama. Fitnes prostore u kojima se mladi samostalno bave fizičkom aktivnošću takođe treba nadzirati, kako bi se osiguralo da se ne obavljaju visokorizične ili štetne aktivnosti.



## Neaktivni uzori

### Vysvětlení

Deca su sve više izložena neaktivnim uzorima i svetu koji ne daje prednost fizičkoj aktivnosti. Ženski uzori, kako unutar tako i izvan porodice, mogu stvoriti normativno okruženje za decu – davanje prioriteta fizičkoj aktivnosti je stoga od suštinskog značaja.

### Navrhované řešení

Promovišite aktivne uzore za svu decu i podstičite redovnu interakciju, kao što su grupni treninzi i zajedničke fizičke aktivnosti, gde aktivni odrasli mogu da budu uzori, da aktivno uključuju i usmeravaju decu. Organizujte programe fizičke aktivnosti roditelj-deca koji omogućavaju porodicama da se zajedno bave fizičkim aktivnostima i pozovite aktivne roditelje unutar zajednice da podele svoja iskustva i praktične savete s drugim roditeljima.



## Društvene norme

### Vysvětlení

Društvene norme, kulturna uverenja i rodni stereotipi mogu uticati na dečje percepcije i stavove prema fizičkoj aktivnosti, potencijalno obeshrabrujući određene grupe (npr. devojčice) da učestvuju.

### Navrhované řešení

Promovisanje inkluzivnog okruženja, dovođenje stereotipa u pitanje i pružanje različitih opcija fizičke aktivnosti koje zadovoljavaju različite interese i kulturnu pozadinu. Istaknite različite uzore, uključujući i sportistkinje i sportiste, koji dovode stereotipe u pitanje i ističu se u različitim fizičkim aktivnostima.

Pogledajte Vodič za inkluziju: 2022 **#BEACTIVE DAY** Inclusion Guide, posvećen većem uključivanju žena i devojčica!

## Primer iz sektora: Les Mills' Born to Move



*Kampanja 2023 #BEACTIVE DAY sa uzbuđenjem se oslanja na podršku Les Mills-a, glavnog sponzora ovogodišnjeg izdanja. Les Mills nam predstavlja odeljak u nastavku, koji nudi dalji uvid u pomoć deci da budu aktivnija kroz jedan od njihovih vodećih programa*

Više od 50 godina Les Mills je vodeći u fitnessu. Oni proizvode 25 grupnih fitness programa, potpomognutih naukom, koji se mogu pohađati u klubu ili kod kuće putem Les Mills+. Svake nedelje, milioni ljudi stiču kondiciju u 21.000 klubova, širom 100 zemalja uz pomoć 140.000 Les Mills instruktora, koji životom ispunjavaju programe kao što su BODYPUMP™ (najpopularnije vežbanje sa šipkom na svetu), BODYCOMBAT™ (borilačke veštine), RPM™ (indor biciklizam), BODYBALANCE™ (nova generacija joge) i naša najnovija inovacija, Razvoj snage Les Mills, prvi među brojnim novim programima razvijenim sa ciljem dosezanja "Aktivne generacije" (Generation Active).

BORN TO MOVE na sveobuhvatan način inspiriše mlade da

se zaljube u fizičku aktivnost. Kombinuje fitness i zabavu kako bi pomogao deci i tinejdžerima da razviju pozitivnu samosvest, samopouzdanje i koordinaciju.



Programi omogućavaju deci da iskuse vitalnost i radost koja dolazi od kretanja uz muziku – a zauzvrat neguju doživotnu ljubav prema fizičkoj aktivnosti. Dostupni su kao 15-55-minutni treninzi. Svaki od pet različitih programa BORN TO MOVE optimizovan je za određenu starosnu grupu i njihovu osnovnu razvojnu fazu, kako bi odgovarao i ranom detinjstvu i školskom uzrastu.

*"Rano detinjstvo i školski uzrast su ključni prozor za formiranje pozitivnih navika. Zato smo razvili BORN TO MOVE. Želimo deci da usadimo ljubav prema aktivnosti kako bi mogla da izrastu u aktivne, zdrave i sretne odrasle osobe."* dr med. Džeki Mills (Jackie Mills MD), glavni kreativni direktor Les Mills-a.

U saradnji sa kampanjom **#BEACTIVE DAY**, Les Mills ima na raspolaganju marketinški alat koji pomaže u promociji vaših planova i inicijativa **#BEACTIVE DAY**, a za ceo septembar Les Mills nudi BESPLATAN pristup virtualnoj platformi BORN TO MOVE!

Više informacija o načinu na koji Les Mills podržava kampanju **#BEACTIVE DAY** možete naći na: [www.lesmills.com/beactive-day](http://www.lesmills.com/beactive-day). Za pristup virtualnoj platformi BORN TO MOVE skenirajte QR-kod i popunite obrazac.

# 08 MAPA PUTA ZA IMPLEMENTACIJU MEĐUGENERACIJSKOG PRISTUPA

Ova mapa puta služi kao osnovni vodič. Svaki klub ili centar je jedinstven, a ovaj plan treba prilagoditi vašim specifičnim okolnostima, resursima i ciljevima. Zapamtite, cilj je negovanje razumevanja, druženja i međusobnog učenja među različitim generacijama.



**Procenite svoje resurse:** Pre nego što počnete, proverite šta imate. Koji su objekti i prostori dostupni za korišćenje? Ko je od vašeg osoblja kvalifikovan da kreira i vodi takve aktivnosti? Koji budžet možete izdvojiti za ovu inicijativu?



**Procenite svoju lokalnu zajednicu:** Istražite svoju lokalnu zajednicu. Kakav je trenutni angažman mlađih i starijih uzrasnih grupa u članstvu vašeg kluba? Gde se okupljaju vaše ciljne grupe i gde provode vreme? Koje su najbolje marketinške mogućnosti? Koji su najbolji mediji za komunikaciju s njima? Što je širi raspon starosnih grupa, veća je verovatnoća da će biti neophodno da se koriste različite oblasti i kanali komunikacije.



**Kreirajte adekvatne aktivnosti:** Na osnovu vaših resursa, vaših ciljeva i uvida koje sve više možete prikupiti od učesnika, počnite da planirate aktivnosti. Pobrinite se da aktivnosti budu raznovrsne i prilagodljive različitim fizičkim sposobnostima i interesima. Uključite odgovarajući niz aktivnosti sa fizičkim i mentalnim komponentama, možda čak i gejmfikovanim elementima, i obezbedite se da na snazi budu sigurnosne mere. Najvažnije, neka bude zabavno i prijatno!



**Sarađujte sa ekspertima:** Za aktivnosti koje zahtevaju posebnu stručnost (kao što su časovi fitnesa pogodni za starije osobe ili mlade), sarađujte sa stručnjacima. To pruža bezbednost i primerenost, te dodaje vrednost vašem programu. Na osnovu gore navedenog, pobrinite se da planirate aktivnosti/časove koje je lako ponoviti, jer mogu postati sastavni deo vaših svakodnevnih časova i aktivnosti.



**Obučavajte svoje kadrove:** Uverite se da vaše osoblje razume svrhu, značaj i razloge za implementaciju ovih međugeneracijskih aktivnosti. Obezbedite da budu obučeni ili steknu obuku za uspešno angažovanje i upravljanje različitim starosnim grupama, da brinu za bezbednost pri učešću i naglašavaju saradnju i međusobno poštovanje.



**Napravite raspored aktivnosti:** Isplanirajte svoj raspored. U idealnom slučaju međugeneracijske aktivnosti treba da se održavaju u vreme koje odgovara obema ciljnim starosnim grupama. Budući da starije osobe mogu da imaju više fleksibilnosti u svom rasporedu u odnosu na mlađe osobe, razmislite o usklađivanju planiranja međugeneracijskih aktivnosti sa školskim rasporedom kako bi se bolje prilagodile potrebama porodice. Ako je moguće, uključite sesije za razbijanje leda ili druge prilike za međugeneracijsko povezivanje i socijalizaciju pre ili posle treninga.



**Promovišite svoje aktivnosti:** Na osnovu procene zajednice iz prvog koraka, koristite ciljane biltene, postove na društvenim mrežama, svoju veb-stranicu i privatne preporuke kako biste širili informacije o svojim novim inicijativama. Naglasite prednosti i pobrinite se da se dopadnete vašoj specifičnoj ciljnoj grupi, tako što ćete koristiti ispravne marketinške kanale i jezik.



**Realizujte ogledni program:** Razmislite da prvo realizujete pilot program (ogled). Na taj način možete da dobijete povratne informacije i izvršite potrebna prilagođavanja pre uvođenja za stalno. **#BEACTIVEDAY** bi mogao da bude sjajna prilika za pokretanje pilot-programa. Upoznavanje mlađih i starijih starosnih grupa vaše lokalne zajednice će najverovatnije potrajati. Budite prilagodljivi i koristite ogledni program da steknete saznanja iz svog lokalnog područja.



**Izvršite evaluaciju i prilagođavanja:** Redovno procenjajte uspeh svojih aktivnosti. Zatražite povratne informacije od učesnika i prilagodite svoje programe, kako biste obezbedili da i dalje zadovoljavaju potrebe i interese vaših članova. Koristite ambasadore iz svih starosnih grupa da biste profitirali od inkluzivnog timskog rada.



**Proslavite uspeh:** Priznajte i proslavite uspeh svojih međugeneracijskih aktivnosti. Podelite priče o uspehu i pozitivne rezultate kako biste inspirisali druge da se pridruže i promovisali svoj klub/centar.

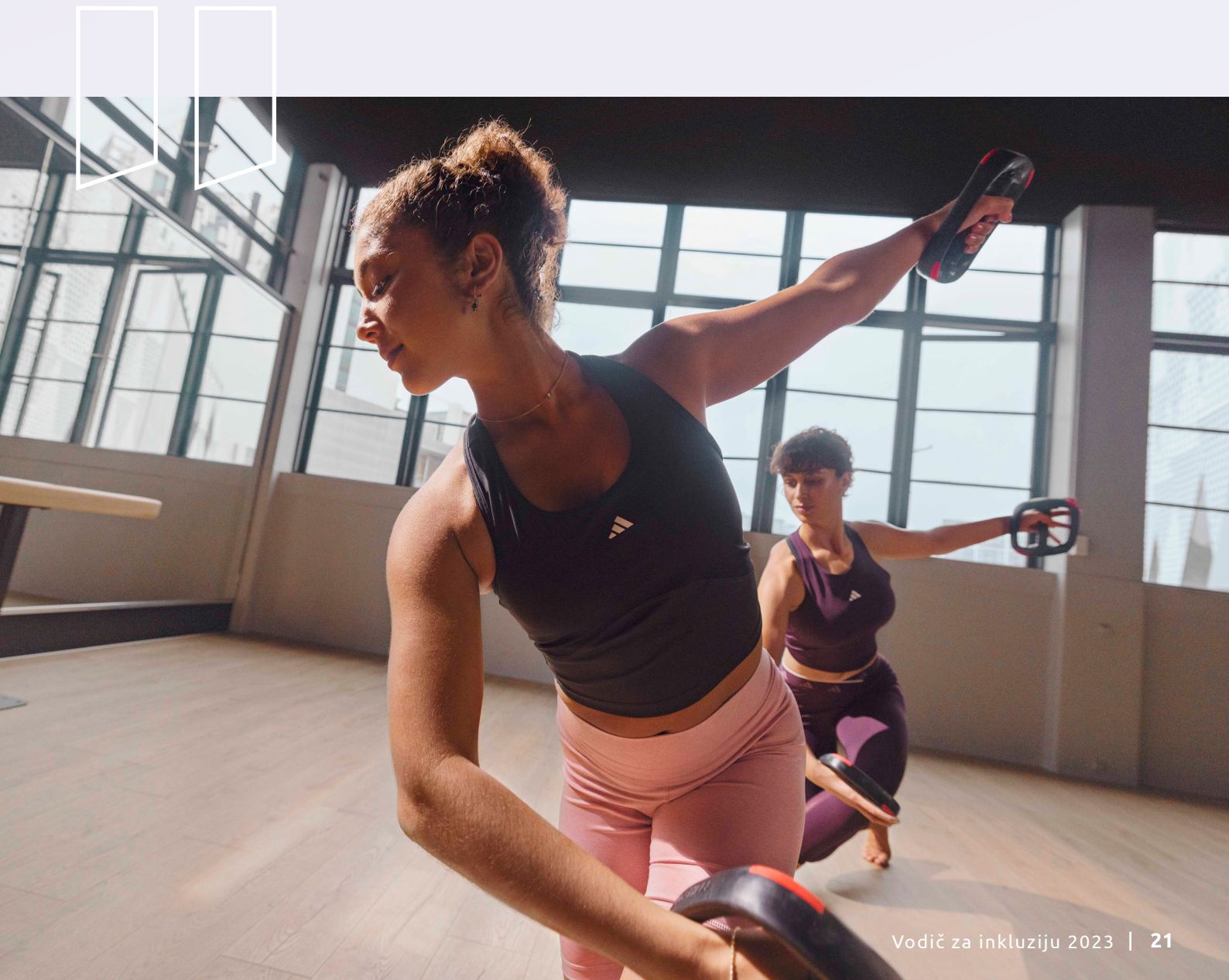




## 09 ZAKLJUČAK

**#BEACTIVEDAY** 2023 predstavlja priliku za okupljanje pojedinaca iz različitih generacija, posebno mlađih i starijih starosnih grupa. Kao takav, međugeneracijski pristup pruža platformu koja podstiče interakciju, učenje, međusobno poštovanje i pristup novoj klijenteli za fitnes klubove, centre i operatore. Ova kampanja takođe pruža posebne pogodnosti za mlade i starije populacije u prevladavanju jedinstvenih izazova sa kojima se ove grupe suočavaju. Kao što je naglašeno u prethodnim odeljcima, stvaranje programa i inicijativa za međugeneracijske aktivnosti otvara potencijale za

pristup ovim često neiskorištenim tržištima. U ovom vodiču su sagledane brojne pogodnosti za klubove/centre koji to čine i dati su širi kontekst i objašnjenja o doprinosu koje ove vrste aktivnosti daju zajednici i društvu. Predložena mapa puta i objašnjenje kako da se prevaziđu potencijalne barijere daju jasan pravac klubovima/centrima. Nadamo se da će vas to kao vlasnike teretana/klubova inspirirati da integrišete međugeneracijske aktivnosti u svoje teretane uz podršku **#BEACTIVE DAY** 2023.



# 10 RESURSI ZA KORAK DALJE

## FIZIČKA AKTIVNOST



Costa Santos et al., 'The cost of inaction on physical inactivity to public healthcare systems: a population-attributable fraction analysis', in *Lancet Global Health*, Vol 11, 2023.

<https://shorturl.at/bpxO2>

European Commission, 'Special Eurobarometer 525 - Sport and Physical Activity', 2022.

<http://bit.ly/3MSFI95>

OECD/European Commission, 'Health at a Glance: Europe 2022: State of Health in the EU Cycle', 2022.

<https://shorturl.at/yMN04>

OECD/WHO, 'Step Up! Tackling the Burden of Insufficient Physical Activity in Europe', 2023.

<https://shorturl.at/jxyTW>

WHO, 'Global action plan on physical activity 2018–2030: more active people for a healthier world', 2018. <https://>

<https://shorturl.at/abjQ1>

WHO, 'Factsheet - Physical Activity', 2022

<https://shorturl.at/rDPS9>

WHO, 'Global status report on physical activity', 2022.

<https://bit.ly/42szkLo>

## MEĐUGENERACIJSKI PRISTUP



Buonsenso et al., 'Exploring the Enjoyment of the Intergenerational Physical Activity', in *Journal of Functional Morphology and Kinesiology*, Vol 6, 2021.

<https://rb.gy/kj5kb>

Drury et al., 'Making intergenerational connections: What are they, why do they matter and how to make more of them', 2017.

<https://rb.gy/g900a>

Ebrahimi et al., 'The effect of physical activity based on intergenerational programs on the quality of life of older adults', in *Journal of Ageing*, Vol. 14, 2020.

<https://rb.gy/vjo2j>

European Commission, 'Mapping study on the intergenerational dimension of sport', 2019

<https://bit.ly/3tIUN3G>

European Commission, 'Green Paper on Ageing. Fostering solidarity and responsibility between generation', 2021.

<https://bit.ly/3WUxeml>

Generation Games/ Practical user's guide.

<https://rb.gy/p9hy7>

National Association of Seniors Fitness/Resources.

<https://rb.gy/8k309>

Promoting Physical Activity for Healthy Ageing (PAHA) project, 'Good Practice Guide', 2016.

<https://rb.gy/jg180>

St Monica Trust, 'A Guide for Older People. Intergenerational Activity. How to be part of it and why', 2018.

<https://rb.gy/a5qwk>

ukactive Research Institute, 'Life in our Years. Unlocking physical activity participation for older adults', 2021.

<https://rb.gy/0r4mf>

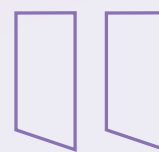
Youth Sport Trust/Resources.

<https://rb.gy/hxsoo>









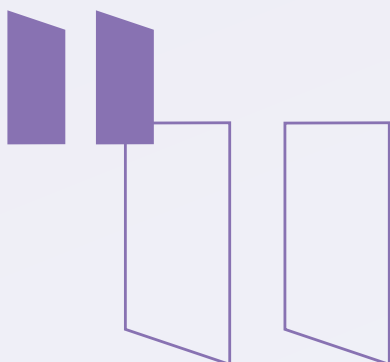
# #BEACTIVE DAY



## ODRICANJE OD ODGOVORNOSTI

*Sufinansira Evropska unija. Izneti stavovi i mišljenja su isključivo stavovi i mišljenja autora i ne odražavaju nužno stavove Evropske unije ili Evropske izvršne agencije za obrazovanje i kulturu (EACEA). Ni Evropska unija ni EACEA ne snose odgovornost za njih.*

[beactiveday.eu](https://beactiveday.eu)



Co-funded by  
the European Union

