

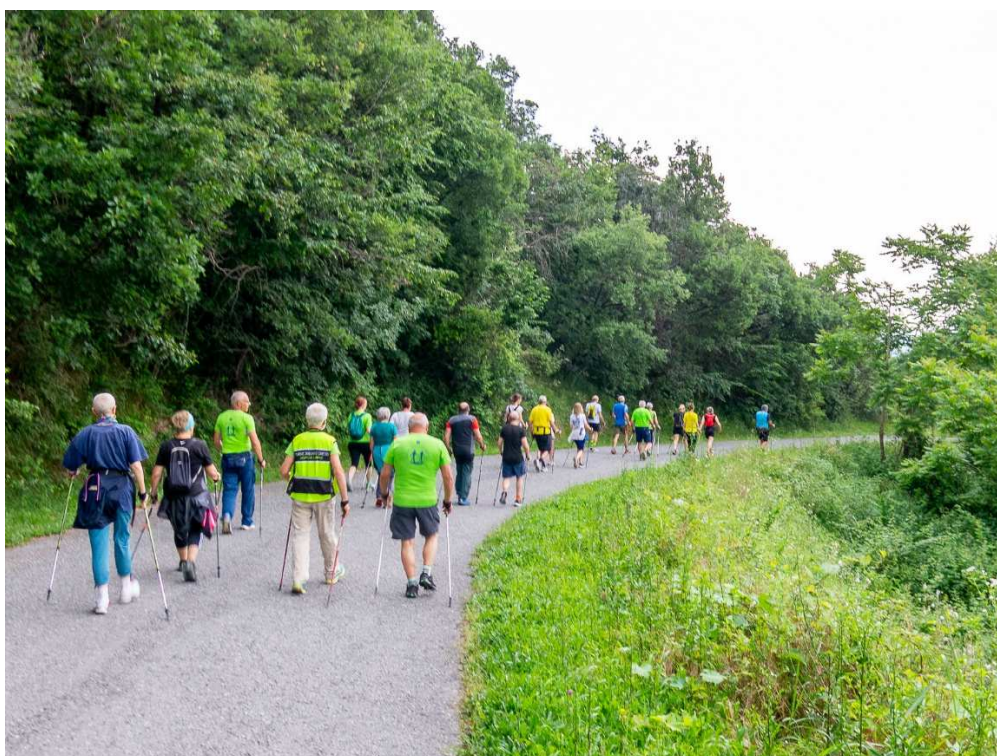


PASSO DOPO PASSO
Benessere in Movimento

NORDIC WALKING

Report progetto “Passo dopo Passo”

Gennaio-Dicembre 2025



**otto
8 per
mille**
CHIESA VALDESE
UNIONE DELLE CHIESE METODISTE E VALDESI

Progetto sostenuto con i fondi
Otto per Mille della Chiesa Valdese



PASSO DOPO PASSO
Benessere in Movimento

Nordic Walking: strategie di miglioramento

1. Introduzione

Il **Nordic Walking** è una disciplina sportiva che consiste in una camminata dinamica con l'ausilio di appositi bastoncini. Nato in Finlandia come allenamento per lo sci di fondo, si è diffuso rapidamente grazie ai suoi benefici su tutto il corpo. A differenza della camminata tradizionale, il Nordic Walking coinvolge attivamente anche la parte superiore del corpo, grazie all'uso coordinato di gambe e braccia.

- **A cosa serve:**

Migliorare la postura e la coordinazione motoria

Rafforzare il sistema cardiovascolare

Aumentare la resistenza fisica e la forza muscolare

Favorire la perdita di peso attraverso il consumo calorico elevato

Ridurre lo stress e migliorare il benessere mentale

- **Vantaggi:**

Maggiore attivazione muscolare: coinvolge circa il 90% dei muscoli del corpo

Minore impatto sulle articolazioni: rispetto alla corsa, riduce il carico su ginocchia e caviglie

Adatto a tutti: può essere praticato a diversi livelli di intensità

Benefici per il cuore: migliora la circolazione e abbassa la pressione sanguigna

Aiuta il metabolismo: contribuisce a mantenere un peso corporeo sano

Benessere mentale: praticato all'aperto, aiuta a rilassarsi e a ridurre lo stress

- **Perché farlo:**

Il Nordic Walking è un'attività completa e accessibile che combina sport, natura e socializzazione. È ideale per chi vuole mantenersi in forma senza sforzi eccessivi, per chi desidera un'attività dolce ma efficace e per chi cerca un momento di benessere psicofisico all'aria aperta. Inoltre, può essere praticato tutto l'anno, rendendolo un'ottima scelta per uno stile di vita attivo e salutare.

1. Andamento dei nuovi tesserati nel tempo

L'analisi dell'andamento dei nuovi tesserati evidenzia un trend caratterizzato da un forte picco iniziale nel 2013, con il numero più alto di iscrizioni pari a 94. Questo è dovuto all'accorpamento dei tesseramenti dal 2007 al 2013. Negli anni successivi, si osservano notevoli fluttuazioni nel numero di nuovi tesserati, con incrementi significativi nel 2015 (30 nuovi iscritti) e nel 2017 (27), mentre il minimo storico si registra nel 2021 con soli 2 nuovi ingressi, seguito da un leggero aumento a 4 nel 2022.

A partire dal 2020, il numero medio di nuovi iscritti è sceso a circa 6 all'anno, segnalando una tendenza al ribasso rispetto al periodo iniziale. Complessivamente, la media annuale di nuovi tesserati dal 2013 al 2024 è di circa 19,33, ma questa distribuzione risulta fortemente influenzata dall'elevato numero di iscrizioni del 2013.

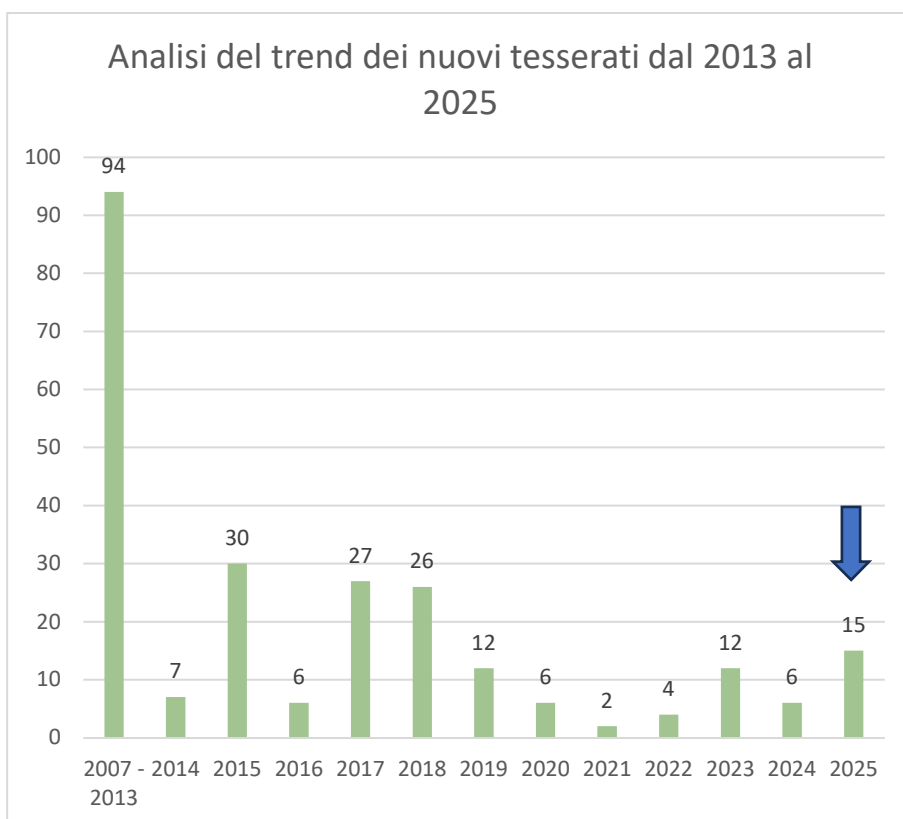
L'analisi dei periodi di picco e di calo mostra che il 2021 segna il minimo storico con appena 2 iscritti. Questo drastico calo potrebbe essere attribuito a fattori esterni, come la pandemia di COVID-19, che ha probabilmente ridotto l'accesso alle attività sportive e sociali.

Negli ultimi cinque anni (2020-2024), il numero di nuovi iscritti è rimasto su livelli molto bassi e stabili.

Questo dato potrebbe indicare la necessità di una revisione delle strategie promozionali e di reclutamento, con l'obiettivo di rendere il gruppo nuovamente attrattivo per nuovi partecipanti e garantire un rinnovamento generazionale.

Nel corso dell'intero anno 2025 si sono registrati **15 nuovi tesserati**, confermando un trend di **ripresa e consolidamento**.

ANNO	NUOVI TESSERATI
2007 - 2013	94
2014	7
2015	30
2016	6
2017	27
2018	26
2019	12
2020	6
2021	2
2022	4
2023	12
2024	6
2025	15
Totale	232



2. Distribuzione dei nuovi tesserati per sesso

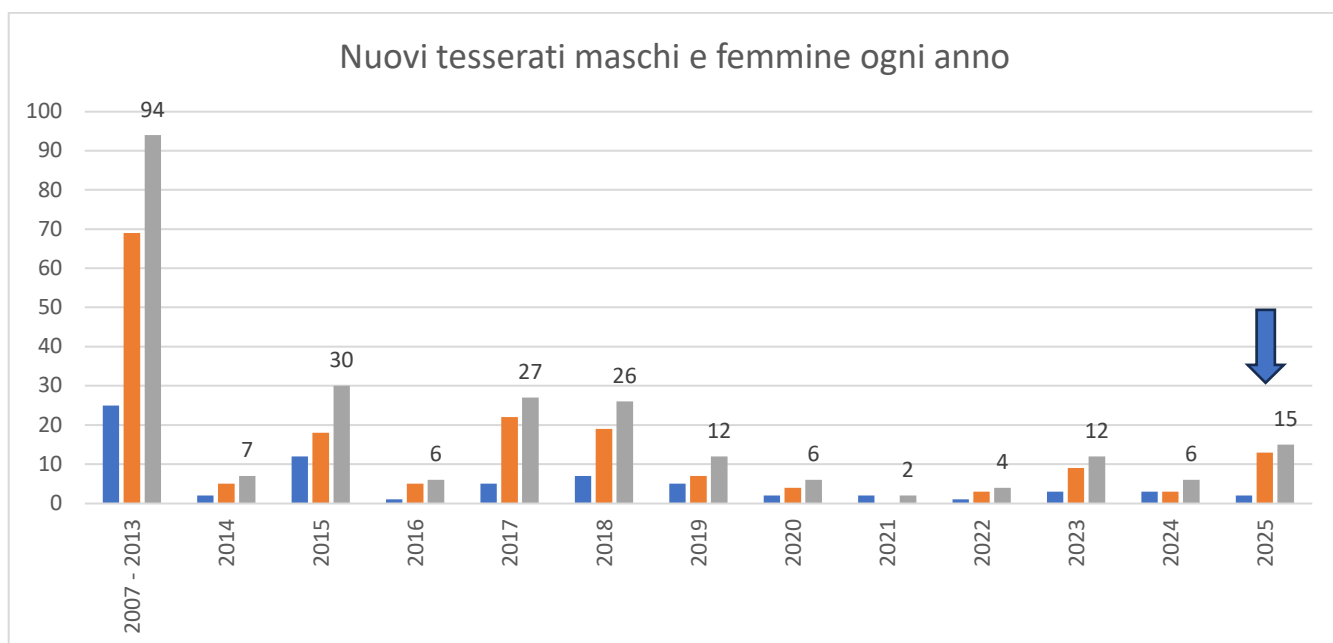
ANNO	M	F	Tot.
2007 - 2013	25	69	94
2014	2	5	7
2015	12	18	30
2016	1	5	6
2017	5	22	27
2018	7	19	26
2019	5	7	12
2020	2	4	6
2021	2	0	2
2022	1	3	4
2023	3	9	12
2024	3	3	6
2025	2	13	15
TOTALE	70	177	247

Analizzando la distribuzione per sesso, emerge una predominanza femminile tra i nuovi tesserati nella maggior parte degli anni analizzati. Ad esempio, nel 2013, su 94 nuovi iscritti, 69 erano donne e 25 uomini. Nel 2014, la tendenza si mantiene con 5 donne e 2 uomini su un totale di 7 iscritti. Nel 2015, la differenza si riduce leggermente con 18 donne e 12 uomini su 30 nuovi membri. Questi dati indicano che le attività offerte potrebbero essere percepite come più attrattive per un pubblico femminile. **Tuttavia, i dati degli ultimi anni suggeriscono un leggero riequilibrio nella partecipazione maschile.**

Il confronto tra il 2024 e il 2025 evidenzia un incremento significativo della partecipazione complessiva alle attività

dell'associazione. Nel 2024 i partecipanti totali erano 57, mentre nel **2025 il numero è salito a 70, con un aumento di 13 unità, pari a circa il 23% in più rispetto all'anno precedente.**

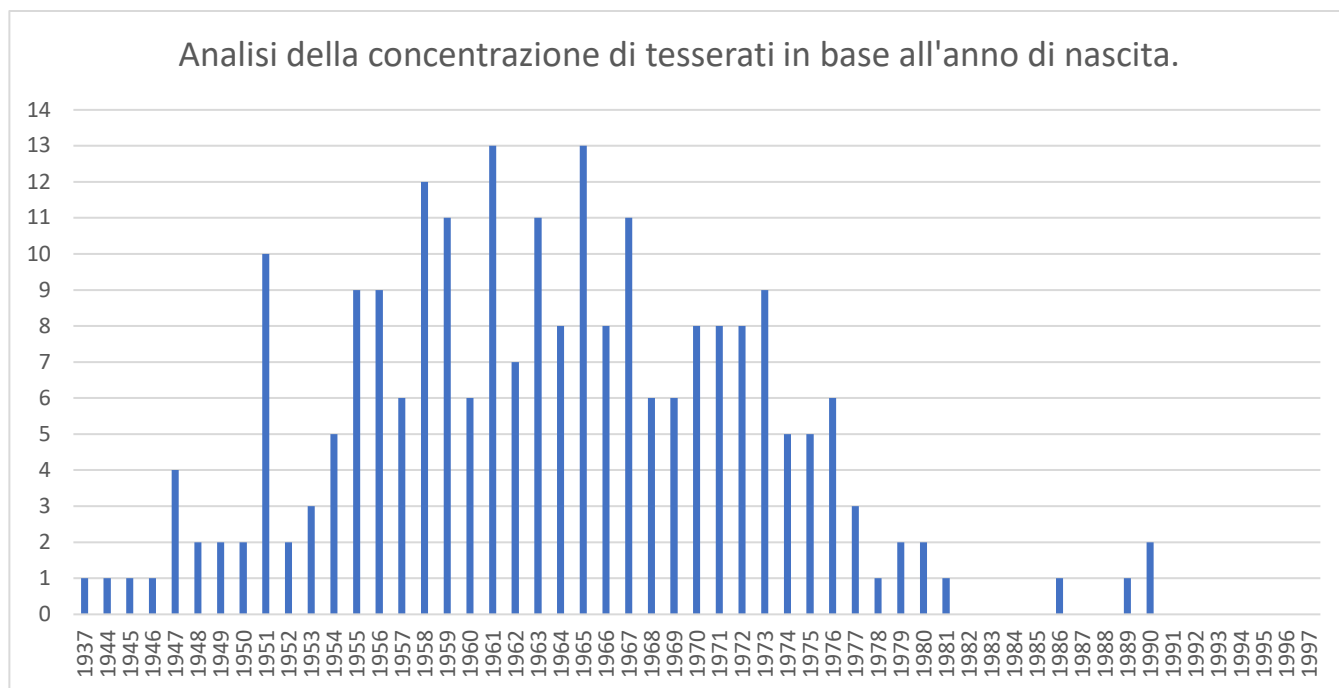
L'analisi per sesso mostra che la crescita è stata trainata principalmente dalla componente femminile, che passa da 38 (2024) a 49 (2025) partecipanti. Questo dato conferma l'efficacia delle attività di promozione della salute nel coinvolgere le donne, in particolare nella fascia adulta e senior, e indica un rafforzamento della fidelizzazione e della continuità di partecipazione.



3. Distribuzione di tutti i tesserati (247) per anno di nascita

L'analisi della distribuzione per anno di nascita mostra una concentrazione di tesserati nati tra il 1937 e il 1990. Questo dato conferma che l'associazione è più attrattiva per una popolazione adulta. La minore

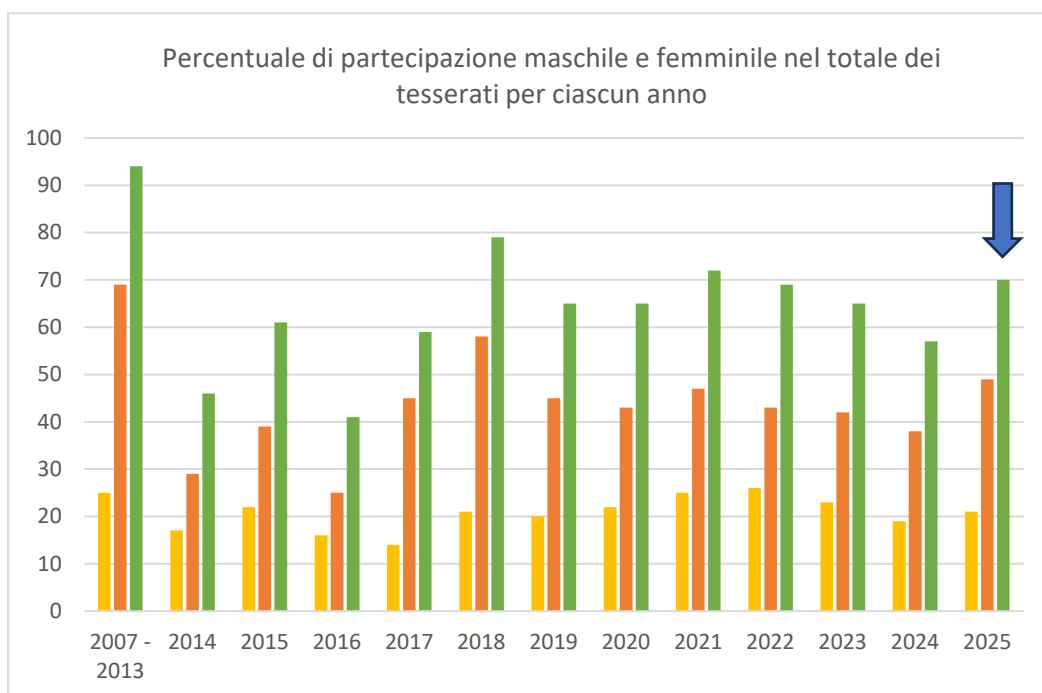
rappresentanza delle fasce più giovani potrebbe essere dovuta a diversi fattori, tra cui la percezione dell'attività come meno adatta alle loro esigenze o la mancanza di iniziative mirate alla loro inclusione. Un rafforzamento delle campagne promozionali rivolte ai giovani potrebbe incentivare un loro maggiore coinvolgimento, ampliando la base dei partecipanti nel lungo termine.



4. Percentuale di partecipazione maschile e femminile nel totale dei tesserati per ciascun anno

Il rapporto tra maschi e femmine tra i tesserati è rimasto stabile, con una prevalenza femminile. Negli ultimi anni si registra un lieve aumento della partecipazione maschile. Un'analisi delle preferenze di attività e delle strategie di promozione potrebbe aiutare a riequilibrare la presenza dei due generi.

Anno	M	F	Totale
2013	25	69	94
2014	17	29	46
2015	22	39	61
2016	16	25	41
2017	14	45	59
2018	21	58	79
2019	20	45	65
2020	22	43	65
2021	25	47	72
2022	26	43	69
2023	23	42	65
2024	19	38	57
2025	21	49	70



5. Studio dell'evoluzione dell'età media dei nuovi partecipanti negli anni

ANNO	ETÀ MEDIA
2007-2013	49,63
2014	51,85
2015	53,60
2016	50,00
2017	51,56
2018	53,08
2019	53,92
2020	56,67
2021	59,00
2022	59,75
2023	61,33
2024	61,67
2025	57,80

Età media iniziale (2007-2013): **49,63**

Età media prima del progetto (2024): **61,67**

Età media finale (2025): **57,80**

Incremento complessivo: +8,17 anni.

L'età media dei tesserati è progressivamente aumentata nel corso degli anni, passando dai 50 anni circa nel 2013 ai 61,6 nel 2024.

Questo fenomeno suggerisce che l'associazione attrae prevalentemente un pubblico adulto, mentre il coinvolgimento di fasce più giovani rimane limitato.

L'implementazione di iniziative mirate a un pubblico più giovane potrebbe

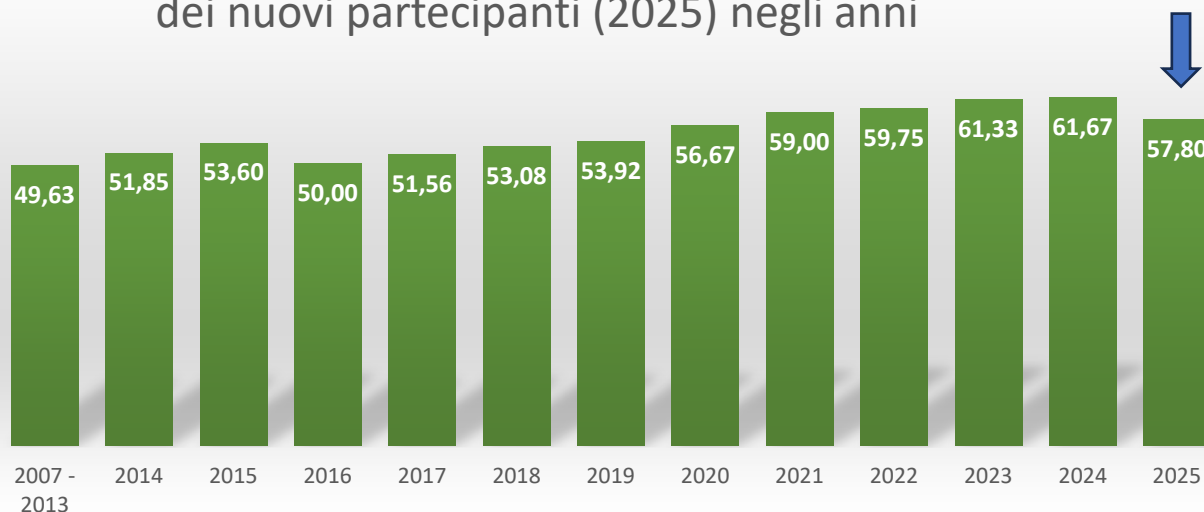
contribuire a diversificare la composizione anagrafica degli iscritti.

L'invecchiamento dei nuovi partecipanti rappresenta una sfida importante per il futuro del gruppo.

È essenziale sviluppare strategie mirate per coinvolgere le generazioni più giovani, al fine di garantire il ricambio generazionale e la sostenibilità del gruppo. Parallelamente, sarà necessario offrire attività adeguate ai bisogni della popolazione più anziana, che costituisce una parte rilevante dei nuovi iscritti.

La diminuzione dell'età media nel 2025 rispetto al 2024 rappresenta un segnale positivo di ringiovanimento del gruppo, legato all'ingresso di nuovi partecipanti più giovani. Questo risultato suggerisce che le attività proposte stanno riuscendo a intercettare anche fasce d'età più basse, ampliando il target senza perdere la componente storica.

Studio dell'evoluzione dell'età media dei nuovi partecipanti (2025) negli anni



6. Studio dell'evoluzione dell'età media di tutti i partecipanti negli anni

ANNO	ETÀ MEDIA
2007 - 2013	49,62
2014	52,13
2015	53,32
2016	52,65
2017	54,06
2018	55,53
2019	56,16
2020	58,44
2021	58,66
2022	60,76
2023	62,55
2024	62,24
2025	63,10

Età media iniziale (2007-2013): **49,62**

Età media prima del progetto (2024): **62,24**

Età media finale (2025): **63,10**

Incremento complessivo: **+13,48 anni**.

L'analisi dell'evoluzione dell'età media dei partecipanti al gruppo di Nordic Walking dal 2007 al 2024 mostra una chiara tendenza all'aumento.

L'età media iniziale, registrata tra il 2007 e il 2013, era di 49,62 anni. Successivamente, si osserva un progressivo incremento fino al 2019, quando l'età media raggiunge i 56,16 anni.

Dal 2022 al 2024 si registra un'ulteriore crescita, con un picco di 62,55 anni nel 2023 e una leggera flessione a 62,24 anni nel 2024. Questi dati indicano che il gruppo sta progressivamente invecchiando, un fenomeno che potrebbe essere legato alla fedeltà dei membri storici e alla difficoltà di attrarre nuove generazioni.

L'invecchiamento progressivo del gruppo è un aspetto da considerare attentamente per garantire la sostenibilità futura dell'attività. Andrebbero valutate strategie mirate per coinvolgere partecipanti più giovani, eventualmente adattando le proposte e le modalità organizzative alle loro esigenze e preferenze.

L'età media dei partecipanti è passata da **49,62 anni (2007–2013)** a **63,10 anni nel 2025**, con un incremento complessivo di **+13,48 anni**, evidenziando una forte continuità e fidelizzazione nel tempo.

Il lieve aumento rispetto al 2024 (**+0,86 anni**) indica una sostanziale stabilità dell'età media, confermando l'efficacia delle attività nel promuovere uno stile di vita attivo anche nella popolazione adulta e senior.



7. Distribuzione tesserati per provincia

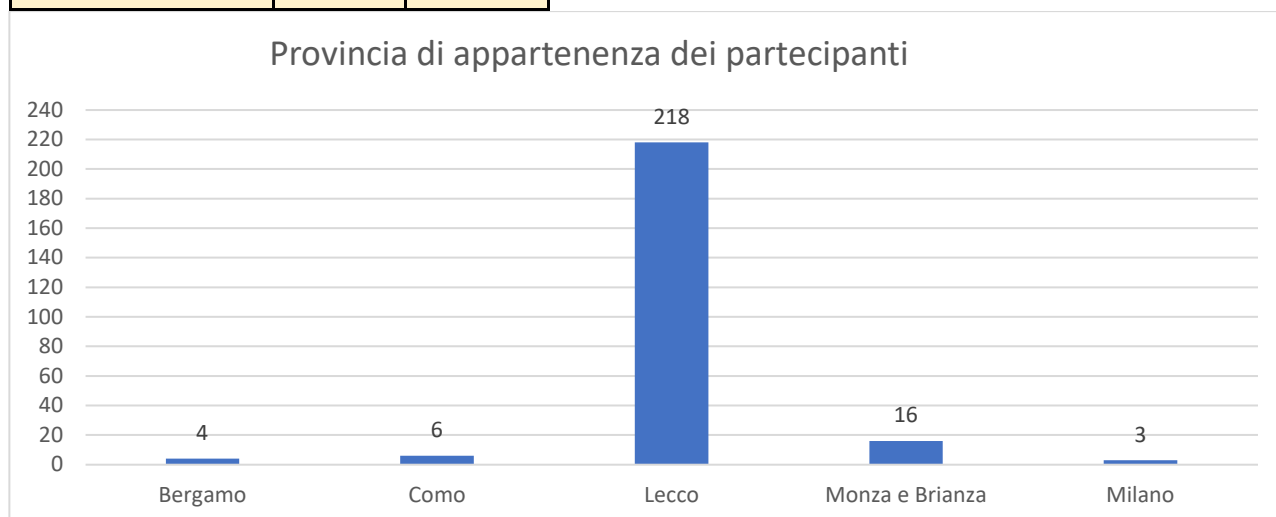
L'analisi della distribuzione dei tesserati in base alla provincia di appartenenza evidenzia una **concentrazione significativa nella provincia di Lecco, che rappresenta circa l'88% del totale**. Seguono, con numeri molto inferiori, Monza e Brianza (16 tesserati, pari al 7%), Como (6 tesserati, circa il 3%), Bergamo (4 tesserati, poco meno del 2%) e Milano (3 tesserati, meno dell'1%).

Questa distribuzione indica una forte radicazione locale del gruppo nella provincia di Lecco, probabilmente dovuta alla vicinanza geografica, alla rete di conoscenze e alla maggiore facilità di partecipazione alle attività. Tuttavia, la presenza limitata in altre province suggerisce margini di miglioramento nell'espansione territoriale.

Per ampliare il bacino di utenza, si potrebbero implementare strategie mirate, come l'organizzazione di eventi promozionali in province meno rappresentate, la creazione di collaborazioni con associazioni locali e l'utilizzo di campagne di comunicazione mirate per attirare nuovi tesserati. Inoltre, la possibilità di attivare gruppi satellite o iniziative itineranti potrebbe facilitare la partecipazione di persone residenti fuori dalla provincia di Lecco.

Nel 2025 i tesserati totali sono **247**, con un incremento di **15 unità rispetto al 2024**. La crescita è concentrata principalmente nella **provincia di Lecco** (218 tesserati), confermando il forte radicamento territoriale dell'associazione, mentre le province limitrofe mostrano una partecipazione stabile con lievi segnali di espansione.

PROVINCIA	2024	2025
Bergamo	4	4
Como	6	6
Lecco	204	218
Monza e Brianza	16	16
Milano	2	3
TOTALE	232	247



8. Strategie di miglioramento

1. Coinvolgimento dei giovani

Uno degli aspetti chiave per la crescita dell'associazione è il coinvolgimento di fasce d'età più giovani. I dati evidenziano che l'età media dei tesserati è in crescita e che le nuove iscrizioni provengono prevalentemente da persone di mezza età. Per garantire la sostenibilità dell'associazione nel lungo periodo, è fondamentale attirare un pubblico più giovane. Una strategia efficace potrebbe prevedere la collaborazione con scuole e centri sportivi per proporre attività incentrate sul benessere e sul movimento. La creazione di percorsi personalizzati per giovani adulti, abbinando strumenti digitali per il monitoraggio dei progressi, potrebbe aumentare l'attrattiva delle attività proposte. Inoltre, l'uso dei social media e di piattaforme di comunicazione digitale è essenziale per raggiungere i più giovani e favorire un senso di appartenenza alla comunità.

2. Espansione geografica

L'analisi dei dati geografici evidenzia che la distribuzione dei tesserati non è uniforme. Alcune aree registrano una partecipazione significativamente maggiore rispetto ad altre. Per favorire la crescita dell'associazione, è necessario espandere la presenza in zone meno coinvolte, magari attraverso partnership con enti locali, comuni, gruppi di cammino e associazioni sportive. Un'azione concreta potrebbe essere l'organizzazione di eventi promozionali in queste aree, offrendo sessioni di prova gratuite e incontri informativi.

3. Miglioramento della visibilità

La visibilità dell'associazione gioca un ruolo cruciale nell'attrarre nuovi tesserati. Dall'analisi dei dati emerge che le iscrizioni aumentano nei periodi in cui vengono organizzate campagne promozionali efficaci. Un piano di comunicazione mirato, che includa sia strumenti digitali che eventi sul territorio, può contribuire a rafforzare la conoscenza dell'associazione e a incrementare il numero di iscritti. L'uso di video promozionali, testimonianze di membri attivi e collaborazioni con influencer locali può essere un modo efficace per ampliare la portata del messaggio.

4. Fidelizzazione dei tesserati

Mantenere alto il tasso di rinnovo delle iscrizioni è altrettanto importante quanto acquisire nuovi membri. L'analisi dei dati mostra che negli anni alcuni tesserati non hanno rinnovato la propria adesione, indicando una potenziale criticità nella fidelizzazione. Per contrastare questo fenomeno, sarebbe utile implementare strategie volte a migliorare l'esperienza degli iscritti.

Un sistema di incentivi per chi rinnova la tessera, come sconti su eventi o accesso a contenuti esclusivi, potrebbe contribuire a mantenere alto l'interesse. Inoltre, raccogliere feedback periodici dai membri per capire le loro esigenze e migliorare l'offerta potrebbe rafforzare il legame con l'associazione.

5. Promozione degli eventi

Gli eventi rappresentano un'opportunità fondamentale per coinvolgere nuovi membri e rafforzare il senso di comunità tra i tesserati. L'analisi delle iscrizioni suggerisce che i picchi di nuovi tesserati coincidono con periodi in cui sono stati organizzati eventi di rilievo. Per massimizzare l'impatto, è fondamentale pianificare un calendario di eventi ricorrenti, suddivisi per target di età e interessi.

6. Collaborazioni con enti locali

Coinvolgere istituzioni e realtà territoriali permette di ampliare il bacino di utenza e di creare sinergie vantaggiose per entrambe le parti. Ad esempio, le aziende potrebbero incentivare i dipendenti a iscriversi attraverso programmi di welfare aziendale.

7. Digitalizzazione e tecnologia

L'uso della tecnologia può migliorare l'esperienza dei tesserati e facilitare la gestione delle iscrizioni. Dall'analisi dei dati emerge che l'adozione di strumenti digitali potrebbe ottimizzare la comunicazione e il monitoraggio delle attività. Un'app. dedicata, con la possibilità di registrare le presenze agli eventi, accedere a contenuti esclusivi e ricevere notifiche personalizzate, potrebbe rappresentare un valore aggiunto per gli iscritti.

8. Monitoraggio e analisi dei dati

Per prendere decisioni strategiche efficaci, è essenziale monitorare costantemente i dati relativi alle iscrizioni, alla partecipazione agli eventi e al coinvolgimento generale dei membri. Implementare strumenti di analisi avanzati permetterebbe di identificare trend, prevedere eventuali cali di interesse e intervenire tempestivamente con azioni correttive.

9. Creazione di un senso di comunità

Infine, creare un forte senso di appartenenza tra i membri è fondamentale per garantire la longevità dell'associazione. Favorire l'interazione tra i tesserati attraverso eventi gastronomici e incontri periodici può rafforzare il legame con l'associazione e incentivare il passaparola.

REPORT DI VALUTAZIONE ANNUALE

1. Valutazione finale

Alla luce del confronto 2024–2025, è possibile affermare che il progetto ha raggiunto gli obiettivi prefissati, in particolare per quanto riguarda:

- l'aumento delle nuove adesioni;
- la continuità delle attività;
- l'impatto sulla promozione della salute.

2. Inquadramento generale

Nel corso dell'anno 2025 il progetto ha garantito la continuità e il consolidamento delle attività di promozione della salute, rivolte prevalentemente a una popolazione adulta e senior, attraverso camminate di nordic walking e proposte motorie strutturate.

Il contributo della Chiesa Valdese ha permesso di mantenere un'offerta regolare, qualificata e accessibile, incidendo in modo diretto sulla partecipazione, sulla fidelizzazione e sulla qualità complessiva delle attività.

3. Risultati raggiunti

Partecipazione e adesioni

Nel 2025 si registra:

- un aumento delle nuove adesioni rispetto al 2024 **(+15)**;
- un incremento del tasso di partecipazione annuale, passato da **57 a 70 partecipanti**;
- una presenza complessiva di **247 tesserati**, con crescita concentrata principalmente nella provincia di Lecco.

Questi dati confermano che il progetto ha raggiunto l'obiettivo di **rafforzare la base associativa**, intercettando nuove persone e consolidando la partecipazione di quelle già coinvolte.

Continuità e intensità dell'attività

Nel corso dell'anno sono state effettuate:

- **41 uscite** di nordic walking guidate da istruttori qualificati
- **320 km** complessivi percorsi
- una media di **7,8 km per uscita**
- una presenza media costante di **18–25 partecipanti**

Le attività si sono svolte in diversi comuni del territorio lecchese e limitrofo, favorendo **la riscoperta del territorio**, la mobilità dolce e la socializzazione.

4. Impatto sulla popolazione

L'analisi dell'età media evidenzia una forte continuità nel tempo, con un incremento complessivo di oltre 13 anni rispetto al periodo iniziale (2007–2013), a dimostrazione della capacità del progetto di accompagnare le persone in un percorso di invecchiamento attivo e sano.

Parallelamente, la stabilità dell'età media nel confronto 2024–2025 indica che l'ingresso di nuovi partecipanti riesce a compensare parzialmente l'invecchiamento naturale del gruppo, mantenendo equilibrio e sostenibilità.

5. Valutazione degli obiettivi

Alla luce dei dati raccolti, si può affermare che nel 2025 il progetto ha:

- raggiunto l'obiettivo di **umentare la partecipazione**;
- **garantito continuità**, regolarità e qualità delle attività;
- **prodotto un impatto misurabile sul benessere fisico**, sociale e motivazionale dei partecipanti;
- **rafforzato** il radicamento territoriale dell'associazione.

6. Obiettivi e proposte per il 2026

Sulla base dell'esperienza maturata e dei risultati ottenuti, per il prossimo anno si intendono perseguire i seguenti obiettivi:

- Consolidare la partecipazione attuale, mantenendo continuità e qualità delle proposte.
- Ampliare il coinvolgimento maschile e delle fasce d'età più giovani (40–55 anni), attraverso azioni di comunicazione mirate.
- Differenziare i livelli di attività, introducendo gruppi base e intermedi per favorire l'accessibilità.
- Valutare collaborazioni con enti sanitari, farmacie e realtà territoriali, per ampliare la rete e la diffusione del progetto.

7. Conclusione

Il 2025 rappresenta un anno di pieno consolidamento e rilancio del progetto. I risultati ottenuti dimostrano che l'investimento della Chiesa Valdese ha generato valore sociale concreto, promuovendo salute, inclusione e partecipazione attiva.

Le basi poste consentono di guardare al futuro con fiducia, orientando il progetto verso un ulteriore sviluppo sostenibile e coerente con i valori del bando.