

13 września br. wystartowała nowa kampania społeczna, mająca zachęcić Polaków do zwiększenia aktywności fizycznej. Pod chwytliwym hasłem „Spoć się!” jej organizator – Fundacja Zwalcz Nudę – będzie promować modę na sport, popularyzować różne formy ruchu i aktywizować całe rodziny, od przedszkolaków po seniorów. Do współpracy w ramach kampanii zaproszono influencerów, zarówno zawodowych sportowców, jak i amatorów.

Polaku, wstań z kanapy!

Choć Polacy to naród kibiców, sami sportu nie uprawiają zbyt często. Zaledwie co 3. dorosły przyznaje się do regularnego ruchu, a aktywność na poziomie zalecanym przez WHO dla prawidłowego rozwoju utrzymuje tylko 20 proc. chłopców i 15 proc. dziewczynek w wieku 11-16 lat oraz kilkanaście procent przedszkolaków – podaje Narodowy Instytut Zdrowia Publicznego - Państwowy Zakład Higieny. Wśród seniorów jest nieco lepiej: ci aktywni stanowią ok. 40,8 proc. Nasz i tak niewielki zapal do sportu ograniczyła pandemia. W czasie obostrzeń swoją codzienną porcję ruchu zmniejszyła 1/3 dzieci, 39 proc. mężczyzn i 30 proc. kobiet. To wszystko przekłada się na rosnącą liczbę osób z nadwagą i otyłością (zbyt dużo waży już 54 proc. Polaków), które prowadzą do zwiększonej zachorowalności na choroby serca, stawów czy nowotwory. *Czas to zmienić* - mówią przedstawiciele Fundacji Zwalcz Nudę, która od 9 lat organizuje Narodowy Dzień Sportu.

Jak Fundacja Zwalcz Nudę zamierza przełamać nasz opór wobec sportu? Przede wszystkim edukując, podkreślając jego korzyści zdrowotne, a także udowadniając, że ruch może być atrakcyjny i przyjemny. Kampania ma pokazać, że uprawianie sportu nie wymaga dobrej kondycji – jest wiele dyscyplin „mniej wysiłkowych”, a wśród nich każdy znajdzie tę adekwatną do swojego wieku oraz poziomu sprawności. Organizatorzy kampanii chcieliby nie tylko odczarować mity funkcjonujące wokół aktywności fizycznej, ale też zmienić nasze postrzeganie pocenia się. To właśnie ono stało się kolejną wymówką dla ograniczenia ruchu, obok zapracowania, braku czasu i długich godzin spędzanych przy komputerze.

Różnorodnie, atrakcyjnie i przy wsparciu influencerów

Przez najbliższe miesiące kampania „Spoć się!” będzie promować różne formy ruchu, by zachęcić do uprawiania sportu nawet osoby leniwe, starsze czy mniej sprawne. Wśród jej założeń znalazła się m.in. popularyzacja rodzinnych, wielopokoleniowych form aktywnego spędzania czasu, takich jak np. basen czy wycieczki rowerowe. Organizatorzy chcieliby wywołać reakcję łańcuchową: dotrzeć do uczniów szkół, którzy wciągną w sport rodziców i dziadków i odwrotnie – do dorosłych, którzy zachęcą do ruchu dzieci. Pomóc mają w tym znani i lubiani influencerzy oraz ambasadorzy. Na stronie internetowej kampanii: www.spocsie.pl, będzie można obejrzeć filmy z ich udziałem i zobaczyć, jak się pocą, uprawiając sport. W materiałach kampanii znajdują się także treningi od klubów sportowych i prosty test, pomagający dobrać sport do swoich preferencji. Całości towarzyszyć będzie kampania informacyjna w mediach, z których korzystają odbiorcy w różnym wieku: od TikToka, przez Facebook, Youtube i Instagram po portale internetowe.

Pierwsza edycja kampanii „Spoć się!” potrwa do końca listopada 2021 roku, ale jej materiały będą dostępne online bezterminowo. Projekt jest współfinansowany ze środków Ministerstwa Kultury, Dziedzictwa Narodowego i Sportu z programu Sportowe Wakacje+.

Źródło: IP