



Gesundheitsförderung Schweiz  
Promotion Santé Suisse  
Promozione Salute Svizzera

Settembre 2019



## Guida «Come raggiungiamo gli uomini over 65?»

Promozione della salute in età avanzata in funzione del genere  
Raccolta di esperienze per i professionisti nel campo della promozione della salute

**Impressum****Editrice**

Promozione Salute Svizzera

**Autrici**

- Claudia Kessler, Dr med., MPH, Public Health Services GmbH
- Flavia Bürgi, PhD Public Health, Public Health Services GmbH

**Foto di copertina**

© Promozione Salute Svizzera/Peter Tillessen

**Informazioni**

Promozione Salute Svizzera, Wankdorffallee 5, CH-3014 Berna, tel. +41 31 350 04 04,  
office.bern@promotionsante.ch, www.promozionesalute.ch

**Numero d'ordinazione**

02.0287.IT 09.2019

**Scarica PDF**

[www.promozionesalute.ch/pubblicazioni](http://www.promozionesalute.ch/pubblicazioni)

© Promozione Salute Svizzera, Rebranding e aggiornamento settembre 2019

# Indice

<b>1 L'essenziale in sintesi</b>	<b>4</b>
<b>2 Introduzione</b>	<b>6</b>
<b>Parte I: Principi fondamentali</b>	<b>7</b>
<b>3 Informazioni di base sugli uomini over 65 e il loro atteggiamento nei confronti della promozione della salute</b>	<b>7</b>
3.1 Chi sono gli «uomini over 65»?	7
3.2 Il comportamento sanitario degli uomini over 65	8
3.3 Valutazione differenziata	10
<b>4 A quali argomenti sono interessati gli uomini over 65?</b>	<b>11</b>
<b>Parte II: Consigli per la prassi</b>	<b>13</b>
<b>5 Attraverso quali canali e strategie si raggiungono gli uomini over 65?</b>	<b>13</b>
5.1 Accessi e canali	13
5.1.1 Accesso attraverso moltiplicatrici e moltiplicatori, specialisti e altri canali	13
5.1.2 Accesso attraverso contesti tipicamente maschili	14
5.2 Strategie efficaci nella promozione della salute per e con gli uomini anziani	15
5.3 Comunicazione efficace con gli uomini anziani	16
5.3.1 Approccio	17
5.3.2 Linguaggio e scelta delle parole	18
5.3.3 Argomenti che funzionano	18
<b>6 Quali sono le offerte efficaci per gli uomini over 65?</b>	<b>19</b>
<b>7 Offerte selezionate e approcci tratti dalla prassi operativa</b>	<b>20</b>
<b>8 Bibliografia</b>	<b>21</b>
<b>9 Allegato</b>	<b>23</b>
9.1 Comunicazione con le persone anziane: aspetti importanti nella progettazione del materiale informativo	23
9.2 Esempi di buone pratiche: comunicazione per gli uomini	24

# 1 L'essenziale in sintesi

Gli uomini invecchiano diversamente dalle donne. Anche il loro comportamento rispetto alla salute è differente rispetto a quello delle loro coetanee. Per esempio, gli uomini sopra i 65 anni sono ampiamente sottorappresentati in molti corsi di promozione della salute in età avanzata. Tuttavia, la complessa situazione di partenza non consente di generalizzare: gli uomini over 65 sono un gruppo estremamente eterogeneo, con esigenze, interessi e risorse distinti. Molteplici fattori influenzano il loro comportamento sanitario e i rischi di malattia; le differenze sono particolarmente evidenti tra gli uomini della generazione del baby boom e quelli della generazione prebellica. L'esperienza dimostra che adattando le offerte alle esigenze di ciascun gruppo target spesso è possibile ottenere una maggiore partecipazione di soggetti maschili. Inoltre, gli uomini molto anziani e quelli affetti da limitazioni fisiche sono più aperti a determinate offerte, come le consulenze sulla salute a domicilio. Per sviluppare offerte di promozione della salute interessanti per gli uomini over 65, è importante chiarire a quale gruppo è destinata l'offerta.

Gli uomini non sono «allergici alla prevenzione». Lo dimostra il vivo interesse che generalmente manifestano per gli esami clinici preventivi. Tuttavia, gli uomini anziani mostrano uno scarso interesse per i temi classici della promozione della salute in età avanzata, come l'alimentazione. Gli uomini over 65 in buona salute e forma fisica desiderano piuttosto ricevere informazioni su argomenti relativi al pensionamento e ai suoi effetti sui vari ambiti della vita nonché su questioni relative alla sessualità, alle patologie specifiche maschili o ai check-up. Man mano che diventano più anziani e più fragili si interessano maggiormente anche ad altri temi, come le limitazioni delle funzionalità fisiche, le cadute, la demenza, i dolori o il mantenimento dell'autonomia.

Gli uomini giudicano un'offerta interessante se corrisponde alle esigenze e alla scala di valori del gruppo target a cui si rivolge. Il modo migliore per ottenere buoni risultati è coinvolgere alcuni uomini appartenenti al gruppo target nello sviluppo e nella realizzazione delle offerte. Una conduzione con-

giunta delle offerte da parte di un uomo e di una donna è in genere accolta molto favorevolmente. Non dovrebbero inoltre mancare offerte specifiche per gli uomini poco istruiti, gli omosessuali o gli uomini provenienti da altri contesti culturali.

Il contatto con gli uomini anziani si può stabilire attraverso molti canali. Si è dimostrato particolarmente utile l'approccio tra pari e all'interno di contesti tipicamente maschili, come le organizzazioni o associazioni (per la terza età); anche il contatto attraverso la partner/il partner e le figlie femmine si è rivelato proficuo. Sono indicati anche l'approccio da parte del medico di famiglia o di altre figure specializzate, così come la comunicazione attraverso i media. È opportuno instaurare un contatto con gli uomini anziani soprattutto in seguito a cambiamenti significativi di natura sociale o sanitaria. In assenza di un supporto, in questi momenti gli uomini tendono a sviluppare comportamenti che a lungo termine si rivelano dannosi per la loro salute. In situazioni di stress psichico molti uomini dispongono di scarse strategie gestionali e fanno più fatica a esternare i propri sentimenti rispetto alle donne. Tuttavia, è proprio in questi momenti che sono più disposti ad accettare un aiuto. Per ottenere la loro attenzione su argomenti più sensibili e meno popolari si possono inserire tali argomenti sotto forma di tematiche secondarie in conferenze e altre offerte più generali. Per raggiungere efficacemente gli uomini over 65 è fondamentale iniziare con la sensibilizzazione prima dell'età del pensionamento.

Il linguaggio è un altro aspetto fondamentale. Lo «psicolinguaggio» solitamente non è ben accolto dagli uomini sopra i 65 anni in buona salute. Invece di usare termini come «corsi», «prevenzione» o «ginnastica» è meglio parlare di «conferenze», «gestione della salute» o «allenamento». Nella comunicazione con gli uomini di una certa età conviene usare un linguaggio semplice, di carattere piuttosto tecnico. Il messaggio, però, non dovrebbe essere trasmesso solo in modo sobrio e asciutto, bensì dovrebbe veicolare anche i concetti di piacere e divertimento. Mettere in risalto aspetti come «attività», «prestazioni» e «movimento» è generalmente

ben accolto. È tuttavia necessario adeguare il linguaggio con il quale ci si rivolge agli uomini molto anziani e a quelli che non godono di buona salute. Bisogna anche fare in modo che l'offerta sia associata a caratteristiche maschili positive, per evitare di promuovere stereotipi e comportamenti dannosi per la salute.

L'offerta si deve rivolgere direttamente agli uomini, fin dalla sua pubblicazione. L'uso di termini come «vecchiaia» o «uomini anziani» può essere controproducente. È anche opportuno prestare attenzione al linguaggio grafico dei materiali pubblicitari e del-

le presentazioni. Anche per questa ragione nel presente documento si parla principalmente di «uomini over 65».

L'esperienza dimostra che non è poi così difficile suscitare l'entusiasmo degli uomini verso offerte studiate su misura per loro. Questa guida fornisce suggerimenti e trucchi per la comunicazione con gli uomini over 65. Oltre a tante esperienze utili per l'apprendimento, il presente documento contiene anche una raccolta di offerte relative alla promozione della salute in età avanzata che si sono rivelate efficaci nella prassi.



## 2 Introduzione

- I vostri corsi ed eventi registrano sempre una buona affluenza femminile, ma sono poco frequentati dagli uomini?
- Pensate che gli uomini anziani abbiano bisogno di offerte particolari per la promozione della salute, ma non sapete a cosa siano effettivamente interessati?
- Vi chiedete perché gli uomini non si iscrivono alle offerte che proponete?

Se la risposta a queste e altre domande è affermativa, allora non siete soli. Anche i responsabili dei [programmi d'azione cantonali](#), sostenuti da Promozione Salute Svizzera, sanno quanto sia difficile entrare in contatto con le persone (anziane) di sesso maschile. Per questo motivo è nata l'esigenza di creare una guida che riassume conoscenze ed esperienze pratiche in risposta al quesito «Come raggiungiamo gli uomini over 65 nel campo della promozione della salute»: una guida redatta «dai professionisti per i professionisti».

Per creare questa guida, oltre ad attingere a vari documenti pubblici dell'area germanofona, ci siamo basati anche su suggerimenti ed esperienze provenienti dalla prassi. Le esperienze sono state raccolte nell'ambito dello scambio con

- i responsabili della promozione della salute in età avanzata;
- i membri del pool di anziani del progetto VIA<sup>1</sup>, uomini e donne che, riuniti in un sounding board, hanno messo a disposizione del progetto le proprie competenze ed esperienze;
- l'esperto René Setz (associazione Forum Männergesundheit/Istituto svizzero per le questioni maschili e di genere).

Vorremmo cogliere l'occasione per ringraziare di cuore tutte le persone che hanno contribuito alla creazione di questa raccolta condividendo il loro prezioso bagaglio di esperienze.

<sup>1</sup> Il progetto Via si è concluso a fine 2016. Molti approcci e conoscenze risultanti dal progetto confluiscono ora nei programmi d'azione cantonali.

## Parte I: Principi fondamentali

# 3 Informazioni di base sugli uomini over 65 e il loro atteggiamento nei confronti della promozione della salute

*«Gli uomini invecchiano diversamente, sono sani in modo diverso, si ammalano diversamente, vivono in modo diverso. La vecchiaia non esiste. La vecchiaia è incredibilmente varia.» (Trommer 2010 in [1])*

### 3.1 Chi sono gli «uomini over 65»?

«L'uomo anziano» non esiste. Gli uomini anziani, come del resto le donne anziane, sono notoriamente un gruppo target eterogeneo. Gli uomini della generazione del baby boom invecchiano diversamente rispetto a quelli della generazione prebellica. Gli uomini, però, non si distinguono solo in base alla

fascia d'età, allo stile di vita, all'ambiente o ai valori. Hanno anche diversi livelli di istruzione, si distinguono per lo status socioeconomico e provengono da contesti culturali diversi. Gli uomini, specialmente in età avanzata, si distinguono anche per la loro situazione relazionale: vi sono uomini sposati e single, divorziati e vedovi. Inoltre, non tutti gli uomini hanno lo stesso orientamento sessuale. È noto che la sensibilità per gli aspetti che riguardano la salute è determinata in misura sostanziale anche da eventi della vita incisivi e malattie importanti. Tutti questi fattori influiscono sul comportamento sanitario e sul rischio di contrarre malattie degli uomini over 65.



Di seguito, quando parleremo di «uomini anziani» o «uomini over 65», dovremo sempre tenere conto di questa diversità. La definizione esatta del gruppo target all'interno della categoria «uomini over 65» e dei suoi valori è di fondamentale importanza, poiché rappresenta la base fondante di un'offerta di successo. Per esperienza, l'eterogeneità del gruppo target degli uomini anziani rappresenta una sfida per i responsabili della promozione della salute. Non è possibile lanciare un'offerta su misura per tutte le specifiche esigenze, ma vale la pena tenere presente questa diversità al momento di comporre le offerte. Solo così si potranno effettivamente raggiungere gli uomini anziani. Un'osservazione interessante scaturita dalla prassi mostra che gli uomini anziani sono esposti molto più raramente agli stereotipi negativi sul genere e l'età rispetto alle donne anziane.

### 3.2 Il comportamento sanitario degli uomini over 65

Per promuovere in modo mirato la salute degli uomini sopra i 65 anni è necessario conoscere le loro situazioni specifiche, oltre che le abitudini e i rischi rilevanti per la loro salute.

Vari studi hanno riscontrato negli uomini intorno ai 50 anni una destabilizzazione in molti ambiti della vita. Con il trascorrere degli anni, oltre ai numerosi cambiamenti nella psicologia dello sviluppo si manifestano mutamenti ormonali e si verificano eventi critici della vita (cfr. figura 1).

Nel promuovere la salute degli uomini over 65 si dovrebbe pertanto porre l'accento soprattutto sul rafforzamento della salute psichica. La seguente affermazione vale per molti uomini sopra i 65 anni, ma non è condivisa da tutti: «Gli uomini non parlano volentieri dei loro problemi personali, delle loro paure e dei loro timori. Non dispongono di strategie sufficienti per gestire gli stress psichici. Gli uomini non hanno imparato a esprimere i loro sentimenti» [1].

FIGURA 1

#### Particolarità della psicologia dello sviluppo negli uomini di mezza età e cambiamenti ormonali legati all'invecchiamento

##### Particolarità della psicologia dello sviluppo nelle persone di mezza età

- Percezione dei cambiamenti fisici, di un calo dell'efficienza e della sessualità
- Deterioramento del concetto di uomo «perfetto» concepito finora
- I figli non vivono più in casa
- Percezione mutata della propria vita di coppia
- Aumento del rischio di separazione e possibilità di intraprendere una nuova relazione con una donna più giovane che desidera avere dei figli («paternità tardiva»)
- Stagnazione dello sviluppo professionale
- Confronto con patologie croniche
- Confronto con la morte dei propri genitori o di coetanei
- Confronto con il nuovo ruolo di «nonno»

##### Cambiamenti ormonali dovuti all'avanzare dell'età (ipogonadismo senile)

- Desiderio sessuale ridotto (libido) e calo della qualità e della frequenza delle erezioni
- Calo dell'attività intellettuale e della capacità di orientamento nello spazio
- Stanchezza, stati depressivi, irritabilità, disturbi del sonno
- Riduzione della massa e della forza muscolare
- Caduta di peli e capelli, cambiamenti della pelle
- Calo della densità ossea con osteopenia, osteoporosi e rischio crescente di fratture

«I fattori socioeconomici hanno un ruolo importante nella salute della popolazione maschile. In genere gli uomini anziani più attenti alla salute hanno un livello di istruzione e un reddito più alti, sono un gruppo target più facile da raggiungere nella promozione della salute. Hanno inoltre un rischio di morbilità e mortalità inferiore. In base agli studi disponibili, le malattie croniche si presentano prima e con un livello di gravità superiore negli uomini anziani con un basso livello di istruzione. L'istruzione è una componente fondamentale della promozione della salute. Gli uomini anziani con background migratorio soffrono più spesso di problemi di salute e di disgregazione sociale. Gli uomini sono «allergici alla prevenzione», prevenendo le malattie in modo meno consapevole. Non sfruttano a sufficienza le offerte di prevenzione e diagnosi precoce. Gli uomini sono meno coscienti della loro stessa salute, hanno un rapporto diverso con il proprio corpo: lo considerano come una macchina che deve semplicemente «funzionare». Il loro obiettivo è avere «tutto sotto control-

lo». Gli uomini anziani si rifiutano ostinatamente di andare dal medico. Preferiscono recarsi in farmacia per ottenere una consulenza senza impegno. Un malessere diffuso che limita le prestazioni fisiche viene trattato rapidamente con pillole o iniezioni. I problemi di salute vengono spesso negati, fino al momento in cui è troppo tardi per applicare misure preventive... Gli uomini che in gioventù sono stati molto attivi e vitali considerano la vecchiaia la peggiore delle malattie. Reprimono i deficit di salute, ignorano i limiti fisici dovuti all'età... Gli uomini che invecchiano si sforzano pertanto di apparire il più possibile giovani e attraenti ai loro stessi occhi. L'invecchiamento è percepito come un fenomeno indesiderato, poiché il fatto di essere vecchi è spesso associato a incompetenza, letargia, scarsa attrattiva, asessualità e calo delle prestazioni. Lo stereotipo del maschio tradizionale mette a rischio la salute e rende più difficoltosa l'accettazione delle offerte di promozione della salute» (Trommer, 2010 in [1], traduzione).

Il quadro tracciato da Trommer è alquanto stereotipato, ma trova conferma anche in altri contesti per la popolazione degli uomini anziani. La tradizionale immagine di virilità dei giovani maschi duri, insensibili al dolore e in grado di difendersi contribuisce ad aumentare il rischio per la salute degli uomini [3] e influenza inoltre il loro comportamento sanitario. Studi effettuati in Germania mostrano che gli uomini partecipano molto più raramente ai corsi per la promozione della salute in età avanzata. Nel 2010, la percentuale di uomini che hanno partecipato ai corsi sulla salute proposti dall'università popolare e dagli assicuratori malattia si collocava tra il 19% e il 43%. In questo contesto, va ricordato che gli uomini sono più sensibili a determinati argomenti rispetto ad altri. Nelle offerte delle casse malati tedesche, gli uomini hanno mostrato un maggiore interesse per le tematiche inerenti alle dipendenze (argomento principale: smettere di fumare) e all'attività fisica (cfr. tabella 1). Le differenze osservate si possono spiegare con il fatto che le offerte relative alla prevenzione delle malattie e alla promozione della salute non sono quasi mai pianificate e strutturate in modo specifico in funzione del sesso. I corsi sulla salute

destinati in modo mirato alle donne o agli uomini sono un'eccezione e, quando esistono, sono quasi sempre rivolti alle donne e alle loro preferenze. Gli uomini si sentono «fuori posto» in molti corsi tradizionali sulla salute [4].

TABELLA 1

#### Partecipazione al programma di corsi degli assicuratori malattia tedeschi in base al settore di attività e al sesso

Campo di attività	Donne	Uomini	Totale
Attività fisica	1 083 778 (75%)	365 372 (25%)	1 449 150 (100%)
Alimentazione	93 086 (80%)	23 888 (20%)	116 974 (100%)
Gestione dello stress	323 958 (81%)	73 604 (19%)	397 562 (100%)
Consumo di sostanze stupefacenti	7 180 (57%)	5 395 (43%)	12 575 (100%)

Fonte: Die Gesundheit von Männern ist nicht die Gesundheit von Frauen [4]

I risultati degli studi condotti in Germania e presentati nella tabella 1 trovano conferma nelle esperienze fatte dai responsabili dei programmi d'azione cantonali. Anche in Svizzera sono principalmente le donne anziane a fruire delle offerte di corsi. Per esempio, i corsi del programma «Zwäg ins Alter (ZiA)» (Invecchiare in buona salute) proposti da Pro Senectute nel Canton Berna sono frequentati in media dal 70% circa di donne e solo da un 30% circa di uomini.

### 3.3 Valutazione differenziata

Classificare gli uomini come soggetti «allergici alla prevenzione» sarebbe una generalizzazione ingiustificata. Oltre al fatto che il comportamento sanitario è molto diverso dal comportamento della maggioranza statistica, gli uomini anziani utilizzano alcune offerte addirittura più delle donne della stessa età. Per esempio, mentre gli uomini sono nettamente sottorappresentati nei corsi di promozione dell'attività fisica, le cifre dell'Ufficio federale dello sport indicano che gli uomini anziani praticano più sport rispetto alle loro coetanee. Questo vale soprattutto nella fascia d'età over 75 [5]. Il servizio specializzato in consulenza preventiva per gli anziani (Fachstelle für präventive Beratung im Alter) della città di Zurigo segnala inoltre le elevate percentuali di risposta tra gli uomini molto anziani che hanno ricevuto un invito per una consulenza sulla salute. Come già ribadito, l'interesse degli uomini dipende notevolmente dall'età e dalle limitazioni fisiche già sperimentate. Secondo le esperienze dei

membri del pool di anziani del progetto Via, gli uomini sono tendenzialmente meno flessibili rispetto alle donne quando si tratta di adattare il comportamento motorio alle limitazioni fisiche dovute all'età o una malattia. Quando tali limitazioni si presentano, vi è il forte rischio che molti degli uomini interessati riducano drasticamente l'attività fisica o non facciano più movimento del tutto. Per questo gli eventi critici della vita rappresentano momenti importanti che si prestano alla sensibilizzazione degli uomini verso le offerte di promozione della salute in età avanzata.

L'affermazione generica di Trommer secondo cui gli uomini sarebbero «allergici alla prevenzione» deve essere riconsiderata con occhio critico. Uno studio dell'istituto centrale per l'assistenza delle casse malati di Colonia (Zentralinstitut für die kassenärztliche Versorgung) mostra che gli uomini anziani, in media, si sottopongono più frequentemente agli esami medici preventivi rispetto alle donne anziane [6]. Altri autori e autrici segnalano che, in base ai risultati di sondaggi rappresentativi, sia gli uomini sia le donne attribuiscono grande importanza alla salute [4]. Per capire che gli uomini non sono del tutto insensibili all'argomento basta osservare il settore commerciale. Gli uomini in genere, e in particolare quelli anziani, sono sempre più percepiti come un mercato interessante nel settore del benessere e della salute e vengono corteggiati con azioni di marketing e pubblicità. Anche l'esperienza delle nostre organizzazioni partner indica che è possibile raggiungere una percentuale superiore di uomini quando si propongono offerte mirate e tematiche in linea con le esigenze.



## Parte I: Principi fondamentali

# 4 A quali argomenti sono interessati gli uomini over 65?

Molti responsabili della promozione della salute conoscono il «modello a cinque colonne di Petzold» (cfr. figura 2). Oltre che da fattori d'influenza sul piano strutturale, la salute fisica, mentale e sociale è plasmata dai seguenti contesti di vita: lavoro e attività, rete sociale, sicurezza materiale, corpo e stato fisico, valori e senso della vita.

In base all'esperienza dello specialista René Setz, i seguenti contesti sono particolarmente importanti per il gruppo target degli uomini over 65:

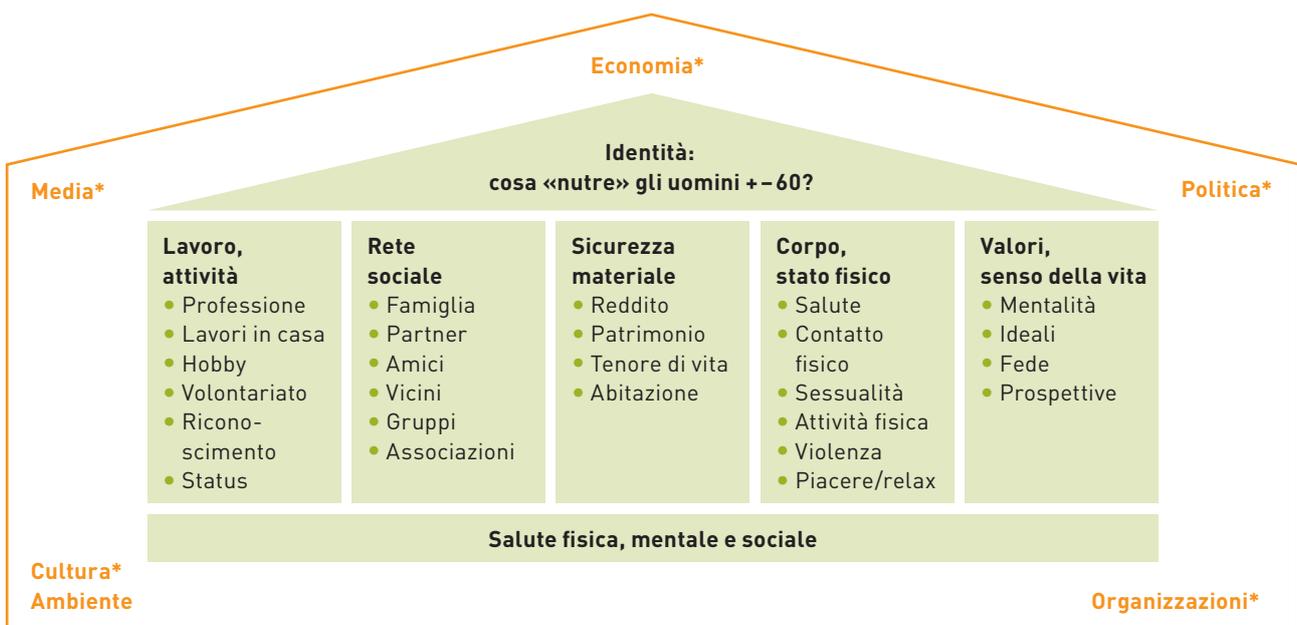
- vita di coppia
- rendimento
- situazione materiale
- autostima

Se si osserva più da vicino l'aspetto della salute, un istruttivo studio canadese [8] mostra che gli uomini over 65 si interessano soprattutto ai problemi di salute che potrebbero avere ripercussioni sulla qualità della vita e compromettere la loro autonomia. I punti citati più di frequente sono:

- perdita della memoria e demenza
- limitazioni della mobilità
- effetti collaterali dei farmaci
- perdita della capacità visiva
- perdita dell'udito
- cadute

FIGURA 2

### Modello a cinque colonne di Petzold



\* Fattori d'influenza sul piano strutturale

Fonte: Petzold et al. nel rapporto del progetto Feierabendtreff Männer +-60 [7], traduzione

I partecipanti interpellati confermano che tutto questo vale anche per la Svizzera. Secondo i membri del pool di anziani del progetto Via, alcuni temi classici della promozione della salute in età avanzata (come l'alimentazione e l'attività fisica) spesso sono di interesse secondario. Bisogna anche considerare il fatto che altre tematiche possono diventare prioritarie a seconda dello stato di salute.

• **Le principali tematiche d'interesse per gli uomini anziani «attivi» sono:** temi relativi al pensionamento e alle sue ripercussioni su vari ambiti della vita (ricerca di un senso, vita di coppia, salute, ecc.), sessualità, disturbi della prostata e altre patologie maschili<sup>2</sup>, check-up, malattie cardiovascolari; poi, con l'avanzare dell'età, anche il tema della demenza o quesiti inerenti alla possibilità di mantenere il più a lungo possibile la patente di guida e la propria autonomia.

• **Le principali tematiche d'interesse per gli uomini anziani «fragili» sono:** limitazioni fisiche e mentali (per esempio la demenza), dolori, cadute, incontinenza e vescica debole, disturbi visivi, problemi dell'udito, sintomi fisici generali, ausili per la mobilità (deambulatori, tricicli, sedie a rotelle, ecc.), aiuto a domicilio, ecc.

Nel lavoro svolto con gli uomini è risultato abbastanza difficile parlare di alimentazione, di prevenzione in genere, di prevenzione del suicidio e di argomenti molto personali, come il fine vita. Per esperienza, è utile affrontare queste tematiche come aspetti secondari di argomenti più graditi. I prossimi capitoli indicano altre strategie disponibili per la gestione di tematiche sensibili.



<sup>2</sup> Le malattie prettamente maschili includono i disturbi della prostata (iperplasia benigna, tumore o infiammazioni) e i disturbi sessuali (p.es. problemi di erezione e di eiaculazione) [9]

## Parte II: Consigli per la prassi

# 5 Attraverso quali canali e strategie si raggiungono gli uomini over 65?

Le seguenti raccomandazioni derivano dalle considerazioni trovate in letteratura e dalle esperienze dei soggetti coinvolti.

### 5.1 Accessi e canali

#### 5.1.1 Accesso attraverso moltiplicatrici e moltiplicatori, specialisti e altri canali

In aggiunta alle **organizzazioni per la terza età**, per raggiungere gli uomini anziani è possibile sfruttare i seguenti canali:

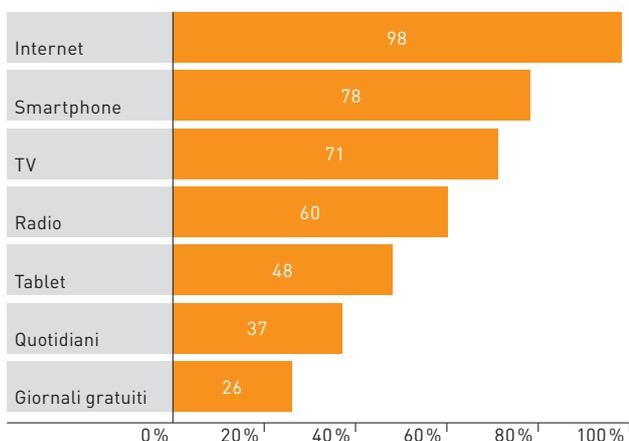
- Approccio tra pari:** è possibile entrare in contatto con gli uomini attraverso altri uomini – con testimonial, «ambasciatori» e role model positivi, nonché tramite i membri del team dei fornitori e delle organizzazioni. Nei limiti del possibile occorre privilegiare una gestione congiunta delle offerte da parte di un uomo e di una donna. «Männer brauchen Fachmänner» (Gli uomini hanno bisogno di esperti) (comunicazione Setz, 2015).
- Le partner e i partner:** raggiungere gli uomini rivolgendosi alle loro partner è particolarmente indicato negli ambienti più conservatori. In molti casi, infatti, sono loro che detengono il «potere decisionale» in materia di salute e vita sociale all'interno della famiglia/della coppia (comunicazione Setz, 2015). Spesso sono le donne ad occuparsi di tematiche come alimentazione, questioni mediche, esami preventivi o rispetto dei piani vaccinali. Per accedere agli uomini omosessuali occorre rivolgersi ai loro partner. Si consiglia di invitare regolarmente anche le partner e i partner alle offerte specifiche per uomini, in modo da prevenire eventuali conflitti. È risultato utile lavorare in sottogruppi suddivisi per sesso. Si può inoltre sfruttare efficacemente anche il coinvolgimento di familiari e altri partner sociali. I figli o i nipoti di uomini anziani possono spesso esercitare una certa influenza. A tal fine va segnalato soprattutto il ruolo delle figlie femmine. Secondo
- alcuni membri del pool di anziani, «gli uomini sono più disposti ad ascoltare le figlie che la propria partner».
- Corpo medico:** la letteratura e la prassi hanno mostrato che, per le questioni inerenti alla salute, gli uomini anziani si affidano volentieri al parere e ai consigli del proprio medico. Un ruolo specifico spetta ai medici di base [10]. Alcuni studi indicano che oltre a sottoporsi a esami preventivi, gli uomini sono palesemente più inclini delle donne a richiedere un parere medico sulle questioni relative alla prevenzione delle malattie e a seguire i consigli del medico per modificare le abitudini che impattano sulla salute. I medici, pertanto, rappresentano un moltiplicatore importante nel quadro della prevenzione delle malattie maschili e della promozione della salute. Dovrebbero pertanto rivolgersi in modo mirato agli uomini over 65 per affrontare il tema della loro salute e le possibilità offerte dalla promozione della salute in età avanzata [4].
- Servizi a domicilio:** le specialiste e gli specialisti incontrano soprattutto gli uomini molto anziani nel luogo in cui vivono. Le visite a domicilio sono offerte per esempio dai servizi sociali, dai servizi di assistenza e cura a domicilio (spitex), dai servizi di consegna dei pasti o dai fornitori di servizi di consulenza preventiva sulla salute. Per le visite domiciliari non è sempre necessaria la presenza di una persona specializzata. Anche le volontarie e i volontari possono svolgere un ruolo importante in questo tipo di attività. Un valido esempio concreto è rappresentato dai membri di un gruppo di ginnastica che si recano a casa delle persone iscritte ma che non partecipano più, al fine di motivarle a ritornare ai corsi.
- Testamento biologico:** una consulenza fornita da medici, altri professionisti o familiari riguardo alla stesura di un testamento biologico e sulla nuova legislazione in materia di protezione dell'adulto può fungere da utile apripista per una discussione e lo scambio di informazioni su temi

sensibili. In questo modo è possibile affrontare anche argomenti complessi, come il modo di affrontare una limitazione fisica o psichica, l'autodeterminazione, il fine vita o l'autodeterminazione del proprio decesso.

- **Media:** il lavoro dei media è fondamentale per la salute degli uomini. Questo canale consente di rivolgersi agli uomini che non partecipano alle offerte. Le esperienze dei soggetti coinvolti mostrano che i media sono interessati al tema della salute degli uomini e alle informazioni sulle rispettive offerte. Si è dimostrato utile lavorare con la stampa di riferimento, come il «Beobachter». Altri media molto usati dagli uomini sono per esempio le emittenti radiotelevisive, le rubriche sportive e i supplementi dei giornali, i giornali locali, i giornali delle associazioni e i giornali di quartiere. Tendenzialmente gli articoli brevi riscuotono maggiore interesse. A causa delle difficoltà che molti uomini incontrano nella comunicazione sulle questioni di salute, Internet è un altro strumento utile grazie all'anonimato e alla bassa soglia di inibizione [11]. Lo studio annuale «Media Use Index», che purtroppo, come molte altre fonti, non classifica i dati in base al sesso, indica un profondo cambiamento delle abitudini dei cosiddetti Silver Surfer (persone di età compresa tra 55 e 69 anni) rispetto ai media (cfr. figura 3).

FIGURA 3

#### Uso quotidiano dei media da parte dei Silver Surfer (tra 55 e 69 anni), 2018



Fonte: Grafik Bernet Relations, da Media Use Index 2018<sup>3</sup>

Internet è oggi la prima fonte d'informazione quotidiana di questa fascia di età. Le abitudini mediatiche degli over 65, tuttavia, presentano forti differenze a seconda della fascia d'età. Gli uomini anziani cercano informazioni online molto più spesso rispetto alle donne anziane. Colpisce persino il 30% di «onliner» tra uomini della fascia over 85. Questi sono i risultati a cui è pervenuto lo studio «Digitale Senioren» (Anziani e Internet), pubblicato nel 2015 da Pro Senectute Svizzera [12].

- **Promozione strutturale della salute:** molti uomini anziani non sanno cucinare o non cucinano per sé stessi. Pertanto, è anche necessario sensibilizzare i responsabili dei servizi di consegna dei pasti, della grande distribuzione e dei fornitori di pasti pronti verso una composizione equilibrata dei pasti e adatta alle persone anziane. Sarà soprattutto il gruppo target degli uomini a beneficiare di questi accorgimenti. Lo stesso vale anche per i corsi di cucina e le offerte per il pranzo in comune, come il progetto «Tavolata», che dovrebbero essere pubblicizzati in modo specifico per questo gruppo target.

#### 5.1.2 Accesso attraverso contesti tipicamente maschili

- **Incontri occasionali:** l'esperienza mostra che è più facile raggiungere gli uomini organizzando incontri occasionali (integrazione dei temi della promozione della salute nel programma di un gruppo esistente, circoli, associazioni, ecc.) che non attraverso gruppi fissi con una partecipazione impegnativa e regolare.
- **Organizzazioni della terza età:** gli uomini sono più rappresentati rispetto alle donne nei comitati di seniores organizzati.
- **Gruppi di veterani all'interno di associazioni, e organizzazioni con una forte rappresentanza maschile:** per esempio allevatori di animali di piccola taglia, associazioni della stessa leva, partiti, associazioni di giardinaggio, associazioni parrocchiali, club di scacchi o musica, sindacati, associazioni per migranti, Rotary o Kiwanis, ecc.
- **Accesso attraverso il mondo del lavoro e l'«universo maschile»:** prima del pensionamento e in occasione degli eventi informativi per i neopensionati si dovrebbero presentare offerte interessanti per gli uomini. È possibile rivolgersi in modo

3 <http://www.media-use-index.ch/>, ultimo accesso 8.4.2019

mirato agli uomini anche nei negozi di fai-da-te o negli autosaloni e in altri luoghi che frequentano assiduamente.

## 5.2 Strategie efficaci nella promozione della salute per e con gli uomini anziani

- **Offerte specifiche per uomini e conformi alle loro esigenze:** le offerte devono rivolgersi agli uomini in modo mirato ed essere in linea con le loro esigenze. Nello sviluppare l'offerta è necessario considerare in primo luogo i valori del gruppo target e non solo quelli degli specialisti. Servono anche offerte destinate a sottogruppi specifici, come gli uomini anziani omosessuali, con un basso livello d'istruzione o con background migratorio<sup>4</sup>. Bisogna anche tener presente che le persone anziane non amano partecipare a eventi che si svolgono la sera.
- **Coinvolgere gli uomini fin dall'inizio:** la creazione di un'offerta orientata a un gruppo target e alle sue esigenze richiede il coinvolgimento del gruppo target in tutte le fasi di sviluppo e realizzazione dell'offerta. Il gruppo target deve essere coinvolto nello sviluppo dei contenuti e dei metodi e nell'attuazione delle offerte. Gli uomini possono inoltre contribuire in prima persona, oppure organizzare serate a tema.
- **Utilizzare il modello a cinque colonne integrando le tematiche sensibili:** il modello dell'identità maschile a cinque colonne di Petzold (cfr. figura 2) è uno strumento di lavoro utile e apprezzato dagli uomini poiché è strutturato in modo chiaro e scientifico ed è facilmente comprensibile. Può essere utilizzato sistematicamente come apripista nel lavoro con gli uomini over 65 per affrontare tematiche sensibili e identificare le «zone d'ombra» nelle offerte. I vari argomenti, però, dovrebbero essere integrati nelle offerte piuttosto che affrontati come tematiche specifiche, e i temi della promozione della salute in età avanzata devono essere inseriti in un programma interessante più generale.
- **Sfruttare i momenti critici:** per esperienza, gli uomini anziani sono più aperti nei confronti delle tematiche della promozione della salute se convivono già con determinate limitazioni. Spesso è possibile cambiare i processi comportamentali e mentali solo quando si verificano eventi drastici, come una grave malattia e soprattutto il decesso della partner o del partner. Il messaggio, pertanto, dovrebbe arrivare anche e soprattutto agli uomini anziani e vulnerabili. Dopo una malattia o un incidente, anche i medici curanti dovrebbero fornire informazioni sulle offerte di promozione della salute.
- **Fornire stimoli:** proporre offerte esclusive «riservate agli uomini» da utilizzare come teaser (esca) alla fine di un'offerta di cui fruiscono soprattutto le donne, come ore di prova o «un'ora per il partner». Inoltre, le offerte di degustazione, i buoni regalo per eventi che associano divertimento e avventura, o attività di gruppo che permettono l'integrazione sociale sono esempi di strategie che per esperienza sono accolte positivamente dagli uomini. È inoltre opportuno considerare quanto segue: «Gli uomini accettano più facilmente le offerte che mirano ad aumentare le prestazioni e sono strumentali per affrontare un problema di salute concreto» [4]. «Il miglior modo per rafforzare le risorse di salute degli uomini è ricollegarsi a caratteristiche che vengono loro attribuite come positive» [3].
- **Facile processo di iscrizione:** una procedura d'iscrizione semplice e rapida, come la possibilità di iscriversi per telefono con una segreteria telefonica al di fuori degli orari d'ufficio o via Internet con conferma della prenotazione, facilita agli uomini over 65 l'accesso alle offerte. La seguente formulazione si è rivelata efficace nella pubblicazione delle offerte: «Per motivi organizzativi preferiamo un'iscrizione anticipata, ma è anche possibile partecipare senza preavviso!».
- **Ampio supporto degli organi responsabili delle offerte:** grazie all'ampia cooperazione tra i vari organi responsabili è possibile raggiungere un numero maggiore di uomini. Poter contare su un ampio numero di organi responsabili è utile nella promozione, aumenta il numero di partecipanti e aiuta ad affrontare tematiche «spinose».

<sup>4</sup> Cfr. anche la lista di controllo Via «Gruppi target difficili da raggiungere e penalizzati» (solo in tedesco e francese) [13]

### 5.3 Comunicazione efficace con gli uomini anziani

Per attirare l'attenzione degli uomini anziani in modo mirato, possiamo imparare dal marketing per le offerte e i prodotti commerciali che puntano a comunicare una soluzione tecnica semplice a eventuali problemi di salute, omettendo gli aspetti più complessi, soprattutto quelli psichici.

Benché le seguenti affermazioni riprese dal marketing (cfr. figura 4) riguardino le persone anziane in generale, si dovrebbero tenere in considerazione nella comunicazione con il gruppo target degli uomini over 65.

Nell'allegato sono illustrate altre particolarità della comunicazione con le persone anziane.

Nella comunicazione con gli uomini occorre fare attenzione a presentare le informazioni di promozione della salute in maniera corretta e oggettiva e a non consolidare gli stereotipi. I messaggi non devono essere in contraddizione con gli obiettivi di salute.

Bisogna evitare di incoraggiare comportamenti eccessivamente a rischio e prestazioni forzate o spingere gli uomini a sottovalutare i segnali d'allerta del proprio corpo.

La sfida consiste nel conciliare l'immagine di virilità e le strategie di promozione della salute [15]. È necessario veicolare l'immagine di un universo maschile moderno e presentare gli aspetti positivi dell'invecchiamento, come relazioni di coppia funzionanti, amicizie tra uomini o tematiche come «saggezza» e «serenità» [2]. In questo contesto va sempre rispettato il seguente principio: l'«esca» (lo stimolo tematico) deve piacere all'uomo e non necessariamente agli specialisti (comunicazione Setz, 2015). Occorre sempre integrare anche il «fattore divertimento» e suscitare il piacere di partecipare a un'offerta e stimolare la voglia di fare. Convivialità e divertimento sono fondamentali per molti, mentre i contenuti relativi alla promozione della salute devono essere un effetto collaterale positivo.

FIGURA 4

#### Come raggiungere e scoraggiare i «Best Ager»

##### Come si raggiungono i Best Ager

- Modelli anziani pieni di vita, giovanili
- Parlare da pari a pari
- Rinunciare a termini che si riferiscono alla vecchiaia (evitare il termine «anziani»)
- Autenticità e onestà
- Emozioni e umorismo
- Trasmissione di valori
- Trasparenza e fatti

##### Come si scoraggiano i Best Ager

- Imposizioni
- Modelli dall'aspetto vecchio o troppo giovanile
- Frasi e titoli creativi, ma privi di contenuto
- Tematizzare la vecchiaia come una debolezza
- Anglicismi
- Spot televisivi frenetici, poco chiari

Fonte: DSW Seniorenmatrix 2017 [14]

### 5.3.1 Approccio

L'elenco seguente nella figura 5 mostra ciò che abbiamo già anticipato, ovvero che gli uomini si interessano a tematiche diverse a seconda della fascia d'età. Questo dato di fatto si riflette anche sulla comunicazione con gli uomini anziani.

Per esperienza, inoltre, è importante considerare i seguenti aspetti nella comunicazione:

- Gli uomini che sono ancora in forma e in buona salute sono più ricettivi ai messaggi orientati alle prestazioni, mentre gli uomini più fragili devono essere conquistati con tematiche e messaggi diversi.
- Occorre fare attenzione alle foto e al linguaggio grafico utilizzati, adattandoli al «tipo di uomo» a cui ci si rivolge. Prima di raggiungere l'età fragile, gli uomini preferiscono le offerte che si rivolgono anche a soggetti più giovani appartenenti a diverse generazioni.
- Fin dalla pubblicazione e nei programmi dei corsi non bisogna dimenticare di fornire informazioni specifiche per gli uomini. I programmi dei corsi, per esempio, possono contenere una rubrica spe-

cifica per gli uomini. La composizione del gruppo deve essere sempre formulata con chiarezza.

Occorre utilizzare inoltre una terminologia neutra (cfr. anche 5.3.2 «Linguaggio e scelta delle parole»).

- Nella fase promozionale, la comunicazione deve essere orientata ai modelli di pensiero e comportamento del gruppo target degli uomini (comunicazione Setz, 2015).
- Un mix di nozioni scientifiche e personali è generalmente ben accolto: la divulgazione di fatti e cifre che interessano specificamente gli uomini, un certo anonimato nei gruppi e l'«esternalizzazione» sono strategie vincenti quando si lavora con gli uomini. Esternalizzare significa «tirare fuori» quello che si ha «dentro», per esempio parlando di sé in terza persona. L'esperienza dimostra invece che l'approccio pedagogico o i «giochi psicologici», così come un approccio troppo personale, non sono accolti positivamente perché per molti uomini è importante «non perdere la faccia» (comunicazione Setz, 2015)<sup>5</sup>.

FIGURA 5

#### Approccio a donne e uomini over 65



Fonte: Walter, 2011 in Altgeld, 2012 [6]

### 5.3.2 Linguaggio e scelta delle parole<sup>6</sup>

Quando si lavora con gli uomini over 65 è opportuno considerare quanto segue:

- Gli specialisti devono utilizzare il linguaggio del gruppo target. È opportuno includere rappresentanti del gruppo target nella compilazione dell'offerta: «Die Zielgruppe zu Experten machen» (Trasformare i membri del gruppo target in esperti) (Setz, 2015).
- Nel presentare un'offerta è utile usare un «linguaggio maschile» oppure, a seconda del gruppo target, anche un «linguaggio tipico del mondo del lavoro». Una formulazione orientata ai risultati e agli obiettivi, per esempio utilizzando termini come «ottimizzare» o «migliorare», è meglio accolta rispetto a un linguaggio che si basa eccessivamente su emozioni e concetti psicologici (cfr. a tal fine gli esempi di buone pratiche nella comunicazione per gli uomini nell'allegato 9.2).
- Per esperienza, termini come «corsi», «prevenzione», «salute», «ginnastica», ecc., non sono accolti positivamente dal gruppo target. Al loro posto è consigliabile usare espressioni quali «conferenza», «ciclo», «gestione della salute», «allenamento», «fitness», «resistenza» e «forza». Questi termini aumentano il potenziale di efficacia delle offerte. Le espressioni «gestire lo stress» o «lasciarsi andare» sono più indicate rispetto a «rilassarsi».
- È importante che la scelta delle parole sia adattata al «linguaggio» del rispettivo gruppo target. Per gli uomini poco istruiti, per esempio, vanno usati termini diversi rispetto a quelli utilizzati per un pubblico appartenente a una migliore posizione socioeconomica.
- Il termine «vecchiaia» può essere usato nella descrizione del problema. Nei titoli delle offerte, però, questo termine può dare fastidio a molti, in particolare agli uomini della generazione del baby boom, e il suo uso può addirittura risultare controproducente. Per questo servono offerte orientate agli interessi piuttosto che ai gruppi target: invece di «uomini anziani» si dovrebbe parlare di «uomini over 65» o «anziani, più o meno giovani». Le offerte per gli uomini over 80, invece, possono contenere la parola «vecchiaia» (comunicazione Setz, 2015).

### 5.3.3 Argomenti che funzionano

Le seguenti formulazioni si sono rivelate efficaci nella prassi:

- «Mantenete la qualità della vita, la mobilità, l'indipendenza e l'autonomia (per esempio patente di guida)» → *evitare di perdere il proprio status.*
- «Si può plasmare attivamente la propria vecchiaia; potete influenzare efficacemente la vostra situazione personale fino a un'età avanzata e noi vi aiutiamo a farlo».
- «Un comportamento sano è efficace a ogni età, non è mai troppo tardi. Impegnatevi in prima persona a rafforzare i fattori di protezione del vostro corpo per migliorare le vostre prospettive personali e restare autonomi il più a lungo possibile» → *non si deve trasmettere un'immagine intimidatoria dell'invecchiamento maschile focalizzandosi sui fattori di rischio.*
- «I problemi di erezione e l'impotenza sono spesso imputabili a malattie cardiovascolari, al fumo, al diabete e ad altri fattori di rischio e patologie croniche che si possono trattare».
- «Il fitness (attività fisica, alimentazione sana, integrazione sociale) favorisce anche la salute sessuale e può aumentare il vostro benessere».

<sup>6</sup> In base alle esperienze dei partecipanti e alla «Checkliste Männer 50+ in der Gesundheitsbildung» (Lista di controllo uomini over 50 nella formazione della salute) [15]

## Parte II: Consigli per la prassi

## 6 Quali sono le offerte efficaci per gli uomini over 65?

Nella tabella seguente sono indicate le offerte che per esperienza sono particolarmente interessanti per gli uomini anziani. Nelle colonne a sinistra sono indicate quali aree tematiche di promozione della

salute in età avanzata sono interessate da queste offerte. Questa raccolta, risultante dal contesto delle organizzazioni partner di Promozione Salute Svizzera, non ha alcuna pretesa di completezza.

TABELLA 2

### Offerte efficaci per gli uomini over 65 suddivise per aree tematiche (cfr. nota a piè di pagina) (Fonte interna)

AF <sup>7</sup>	S	AL	P	A	
x	x				Attività fisica di gruppo specifica per uomini (per esempio gruppi di ginnastica maschili, fitness, sport all'aria aperta come nordic walking, ciclismo in gruppo, escursionismo); gruppi di seniores come squadre maschili o sezioni maschili del club alpino, ecc.; allenamento di resistenza, potenziamento muscolare, «eliminare la pancia»
x	x				Offerte di attività fisica classificate in base al «grado di fitness» che si adattano con flessibilità alle limitazioni fisiche
x	x				Eventi di ballo
x	x	x	x		Interessanti programmi esperienziali, viaggi di scoperta, visita a un'istituzione abbinata a un'offerta di promozione dell'attività fisica o al tema dell'alimentazione sana, vacanze attive di gruppo, offerte in hotel (per esempio «wellness per soli uomini») con menu dietetici, programma di attività fisica, corsi di cucina, relax
	x		x		Incontri periodici tra uomini (per esempio all'interno delle parrocchie), incontri serali per uomini over 65 con interventi sul tema della promozione della salute
	x		x	x	Offerte psicosociali: temi come lavoro/attività e valori/senso della vita; lavoro volontario contro lavoro remunerato; questioni materiali, vita di coppia, sessualità, ecc.
	x		x		Club letterario per uomini
	x		x		Caffè letterario con sequenza teatrale
	x				Giochi (per esempio bocce, biliardo, scacchi), pomeriggi di gioco intergenerazionali
	x	x			Corsi di cucina interessanti per gli uomini («uomini ai fornelli»), corsi di cucina per specialità gastronomiche, cucina con professionisti/grandi chef, cucina esperienziale con aiuto negli acquisti/sensibilizzazione verso gli alimenti sani: dimostrare che una cucina sana non è complicata ed è meno costosa rispetto ai pasti pronti, rivolgersi in particolar modo ai vedovi
	x	x			Pranzo intergenerazionale in comune nel quartiere
			x	x	Corsi di economia domestica in cui vengono presentati strumenti ed elettrodomestici da provare
	x		x	x	Offerte sul tema «Uomini che vivono soli» (offerte per uomini divorziati o vedovi), offerte per i vedovi su temi come cucina, lavori domestici (questi elementi possono anche essere integrati in un gruppo per l'elaborazione del lutto), uomini che aiutano altri uomini: incoraggiare il supporto reciproco tra uomini (come elemento secondario di un'offerta tematica più generale)
x	x	x	x	x	Diventare nonni (macrotematica in cui si possono integrare temi come attività fisica o alimentazione, ruoli maschili, ecc.)
	x		x		Offerte per ridurre lo stress, training autogeno, yoga, rilassamento muscolare
x	x	x	x		Consulenza individuale sulla salute, rivolta in particolare a uomini molto anziani e vulnerabili (soprattutto se rimasti vedovi)
x	x	x	x	x	Conferenze su «temi maschili» specifici (per esempio prostata, incontinenza)
x	x	x	x	x	Suggerimenti sulla salute attraverso conferenze, seminari, corsi su tematiche prioritarie (cfr. sopra)

**7** AF: attività fisica e prevenzione delle cadute; S: integrazione sociale/incontro/attivazione; AL: alimentazione; P: salute psichica; A: altro

## Parte II: Consigli per la prassi

# 7 Offerte selezionate e approcci tratti dalla prassi operativa

Oggi in Svizzera sono ancora pochi gli approcci e le offerte per la promozione della salute in età avanzata che si rivolgono specificamente agli uomini over 65. Gli approcci e le offerte seguenti si sono dimostrati efficaci nella prassi:

- **«Serata per uomini over 60»:** offerta per uomini conservatori, una collaborazione di Pro Senectute regione Berna/ZiA, parrocchie e Forum Männergesundheit; [Rapporto del progetto](#)
- **männerTische:** Promozione Salute Svizzera sostiene l'offerta dei cosiddetti [Hommes-Tische](#), tavole rotonde informative e formative a bassa soglia per uomini con background migratorio. Queste tavole rotonde possono rappresentare un'offerta interessante anche per gli uomini over 65 per affrontare argomenti come famiglia, salute e integrazione, nella lingua madre o in tedesco.
- **Istituto svizzero per le questioni maschili e di genere (SIMG)/Forum Männergesundheit:** Il [Forum Männergesundheit](#) oggi fa parte del [SIMG](#). I due siti Internet (in tedesco e francese) contengono documenti e informazioni sul tema.
- **Seminari di AvantAge sul pensionamento:** AvantAge, il servizio specializzato in vecchiaia e lavoro di Pro Senectute Canton Berna e Canton Zurigo, dal 2009 supporta lavoratori e lavoratrici nella collaborazione con i propri datori di lavoro per [prepararli alla seconda metà della vita professionale e al passaggio alla terza età](#), la «libertà tardiva». Le aziende vengono aiutate ad assumersi la loro responsabilità sociale nei confronti delle collaboratrici e dei collaboratori che invecchiano e ad accompagnare attivamente l'evoluzione demografica nell'impresa.



## 8 Bibliografia

- [1] Trommer, H. (2010). Gesundheitsförderung für ältere Menschen. In Gesundheit Berlin Brandenburg (ed.), *Dokumentation der Regionalkonferenz Gesundheit im Alter fördern – eine Zukunftsaufgabe der Kommunen* (p. 28-30). Berlino: Gesundheit Berlin.
- [2] Seikowski, K. & Paasch, U. (2010). Der alternde Mann. In L. Weissbach (ed.), *Erster Deutscher Männerbericht – Kurzfassung*. Stiftung Männergesundheit, Berlino e Deutsche Gesellschaft für Mann und Gesundheit e.V., Bad Homburg. (p. 12-13).
- [3] Dinges, M. (2010). Männlichkeit und Gesundheit: Aktuelle Debatte und historische Perspektiven. In L. Weissbach (ed.), *Erster Deutscher Männerbericht – Kurzfassung*. Stiftung Männergesundheit, Berlino e Deutsche Gesellschaft für Mann und Gesundheit e.V., Bad Homburg. (p. 6-7).
- [4] Tempel, G., Jung, F. & Schröder, C. (2013). *Die Gesundheit von Männern ist nicht die Gesundheit von Frauen*. Gesundheitsamt Bremen (ed.).
- [5] Lamprecht, M., Fischer, A. & Stamm, H.P. (2014). *Sport Schweiz 2014: Sportaktivität und Sportinteresse der Schweizer Bevölkerung*. Magglingen: Ufficio federale dello sport UFSPÖ. <https://www.baspo.admin.ch/it/dokumentation/publikationen/sport-schweiz-2014.html> (ultimo accesso 16.4.2019).
- [6] Altgeld, T. (2012). Ansprache von über 65-jährigen Frauen und Männern. In T. Altgeld, *Vorurteil(e) zur Männergesundheit, Diskursstrategien, Selbstwahrnehmungen und Herausforderungen für Prävention und Gesundheitsförderung*. [http://www.suchtfraagen.de/images/veranstaltungen-materialien/landes-tagung\\_2012/Vorurteil\(e\)\\_zur\\_Maennergesundheit-Thomas-Altgeld.pdf](http://www.suchtfraagen.de/images/veranstaltungen-materialien/landes-tagung_2012/Vorurteil(e)_zur_Maennergesundheit-Thomas-Altgeld.pdf) (ultimo accesso 16.4.2019).
- [7] Hirsbrunner, A., Gertig, S. & Setz, R. (2013). *Projektbericht Feierabendtreff Männer + – 60*. [http://www.gesunde-maenner.ch/data/data\\_304.pdf](http://www.gesunde-maenner.ch/data/data_304.pdf) (ultimo accesso 16.4.2019).
- [8] Rattue, G. (2012). *Older Men's Health Concerns*. Medical News Today. <http://www.medicalnewstoday.com/articles/242782.php> (ultimo accesso 16.4.2019).
- [9] Sommer, F. & Weissbach, L. (2010). Männerkrankheiten. In L. Weissbach (ed.), *Erster Deutscher Männerbericht – Kurzfassung*. Stiftung Männergesundheit, Berlino e Deutsche Gesellschaft für Mann und Gesundheit e.V., Bad Homburg (p. 18-19).
- [10] Kessler, C. & Steinmann, R.M. (2015). Gesundheitsförderung im Alter in der Hausarztpraxis. *Primarycare, vol. 15, no. 7* (p. 118-123).
- [11] Salberg, M. & Bardehele, D. (2010). Online-Angebote zum Thema Männergesundheit. In L. Weissbach (ed.), *Erster Deutscher Männerbericht – Kurzfassung*. Stiftung Männergesundheit, Berlino e Deutsche Gesellschaft für Mann und Gesundheit e.V., Bad Homburg (p. 26-27).
- [12] Seifert, A. & Schelling, H.R. (2015). *Digitale Senioren – Nutzung von Informations- und Kommunikationstechnologien (IKT) durch Menschen ab 65 Jahren in der Schweiz im Jahr 2015*. Pro Senectute Svizzera. <https://www.prosenectute.ch/it/prestazioni-di-servizi/pubblicazioni/studi-tematici/digital-seniors.html> (ultimo accesso 16.4.2019).
- [13] Salis-Gross, C., Biedermann, A. & Kessler, C. (2014). *Lista di controllo: Gruppi target difficili da raggiungere e penalizzati*. Progetto VIA – Best practice per la promozione della salute in età avanzata.
- [14] Deutsche Seniorenwerbung (2017). *DSW Seniorenmatrix 2017: eine Studie zur Lebenssituation von Menschen der Zielgruppe 50plus*. <https://www.deutscheseniorenwerbung.de/dsw-seniorenmatrix-2017/>
- [15] Volkshochschulenverband Baden-Württemberg e.V. (2006). *Checkliste: Männer 50+ in der Gesundheitsbildung – Hinweise zur Zielgruppengerechten Planung und Durchführung von Angeboten und Kursen*.
- [16] Darvishy, A., Seifert, A., Hutter, H., Moravánszky, A., Zehnder, C., Schelling H. & Fella, J. (2013). *Altersgerechte Webseitengestaltung. Grundlagen und Empfehlungen*. Winterthur: Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften (ZHAW).

**Deutscher Männergesundheitsbericht (Rapporto tedesco sulla salute maschile):** nella [prima edizione \(2010\)](#) 19 esperti esaminano e analizzano lo stato di salute, l'assistenza medica, lo stile di vita e il comportamento sanitario degli uomini in Germania. Da un lato il rapporto evidenzia le lacune esistenti nell'assistenza medica e nella promozione della salute. Dall'altro indica anche alcune vie per risolvere questi problemi e fornisce impulsi per futuri progetti di ricerca che possono migliorare la salute degli uomini. Il secondo rapporto (2013) è dedicato principalmente alla salute psichica degli uomini in Germania. Entrambi i rapporti possono essere ordinati presso la [Stiftung Männergesundheit](#).

**«Die Männer trifft es härter: 24 Thesen des Altersforschers François Höpflinger»:** [http://www.gesundemaenner.ch/data/data\\_111.pdf](http://www.gesundemaenner.ch/data/data_111.pdf)

**Portale per la salute maschile della Centrale federale tedesca per l'informazione sanitaria (BZgA):** <http://www.maennergesundheitsportal.de/>

# 9 Allegato

## 9.1 Comunicazione con le persone anziane: aspetti importanti nella progettazione del materiale informativo

- Associare **illustrazioni informative** alle spiegazioni scritte
- Frasi/linguaggio semplici
- **Struttura:** chiara e comprensibile (testo articolato con chiarezza)
- Usare un **font (dimensione)** facilmente leggibile (almeno 12 pt)
- **Scelta dei colori:** optare per contrasti forti
  - evitare la combinazione di verde, blu e viola (difficili da distinguere in caso di capacità visiva ridotta)
  - più leggibili: arancione, rosso, giallo
  - soluzione ideale: carattere scuro su uno sfondo color crema
- **Video:** prestare attenzione a montaggi e passaggi tranquilli

Fonte: Darvishy et al. 2013 ([16])

## 9.2 Esempi di buone pratiche: comunicazione per gli uomini

Gli estratti seguenti, tratti dal programma dei corsi proposti dall'AOK di Brema/Bremerhaven nel 2011, forniscono validi esempi di comunicazione destinata a un pubblico maschile e conformi ai criteri precedentemente enunciati. Il programma pubblicizza corsi di yoga, a sinistra un corso per tutti e a destra un'offerta espressamente destinata agli uomini. Più in basso seguono due offerte dell'Università popolare di Brema che si rivolgono specificamente agli uomini.

### **Lo yoga fa bene al corpo, alla mente e all'anima**

Lo yoga è un metodo antico originario dell'India. Lo scopo dello yoga è unire il corpo, l'anima e la mente della persona. Con una formulazione più moderna, si potrebbe dire che lo yoga porta l'essere umano alla sua pienezza fisica, mentale e spirituale, in uno stato di equilibrio e unità.

Da noi la versione più diffusa è l'Hatha-Yoga. Nel seminario imparate a conoscere sempre meglio il vostro corpo. Siete più attenti ai processi del vostro organismo e anche i pensieri e i sentimenti saranno più trasparenti. Con gli esercizi fisici e di respirazione allenate i muscoli e le articolazioni, rafforzate gli organi interni e la circolazione. Migliora anche la concentrazione. Imparerete una serie di esercizi che vi permetteranno di rilassarvi nella vita quotidiana.

### **Lo yoga per gli uomini rende forti...**

Se la vostra schiena potesse raccontare cosa la rende forte e cosa la indebolisce, cosa direbbe al termine di una normalissima giornata di lavoro? La mancanza di attività fisica, la sollecitazione unilaterale del corpo e lo stress psichico provocano tensioni muscolari, irrigidimento delle articolazioni e posture funzionali errate della colonna vertebrale.

Nello yoga, una colonna vertebrale forte ed elastica è la chiave della flessibilità, della vitalità e della salute. Le varie posizioni dello yoga aumentano la mobilità e migliorano la postura. Influenzano e stimolano soprattutto il sistema nervoso e gli organi interni con effetti equilibranti e lenitivi. Rimanendo fermi a lungo nelle varie posizioni anche le articolazioni si riposano e le emozioni si placano.

Fonte: Die Gesundheit von Männern ist nicht die Gesundheit von Frauen [4]

### **BreathWalk**

Il metodo del BreathWalk abbina la respirazione al ritmo della camminata. Questa attività migliora la forma fisica e mentale e favorisce l'esperienza meditativa, riducendo lo stress. In questo pomeriggio presenteremo le nozioni fondamentali e praticheremo due «walk» che contribuiscono a una maggiore serenità ed energia nella vita quotidiana. Una parte delle esercitazioni si svolgerà nel parco Wall-Anlagen.

### **Corsa podistica, non solo per principianti**

Più resistenza, più ritmo, più divertimento e meno infortuni: quale corridore non vorrebbe tutto questo? Il seminario primaverile sulla corsa podistica permette di fare passi importanti in questa direzione e tratta molteplici moduli di allenamento. Presenteremo le nozioni di base per la pianificazione degli allenamenti, per l'allenamento di compensazione, per la rigenerazione e diverse varianti di ritmo. Suggerimenti sui temi dell'alimentazione, dell'acquisto delle scarpe da corsa, degli infortuni (e come evitarli) completano l'offerta del seminario. Indossate o portate con voi l'abbigliamento da corsa fin dal primo incontro!

Fonte: Die Gesundheit von Männern ist nicht die Gesundheit von Frauen [4]

**Alimentazione: corso di base per uomini**

Questo corso vi offre l'opportunità di acquisire conoscenze di base in campo culinario. Oltre alle nozioni teoriche, nella parte pratica imparerete a cucinare a vapore, stufare, cuocere, arrostitire e molto altro. Al termine del corso, la cucina non avrà più segreti per voi. Portare una bevanda e uno strofinaccio da cucina.

**Incontro per cuochi dilettanti**

Una serata per tutti gli uomini che hanno frequentato il corso base o per gli uomini che amano cucinare e vogliono mettere alla prova le loro abilità tra pari. Prepareremo un menù completo e poi lo degusteremo in piacevole compagnia. Principianti ed esperti sono benvenuti. Portare 1-2 contenitori per gli assaggi. Chi lo desidera può portare una bottiglia di vino.

Fonte: Checkliste: Männer 50+ in der Gesundheitsbildung – Hinweise zur Zielgruppengerechten Planung und Durchführung von Angeboten und Kursen [15]; *questa fonte contiene anche altri buoni esempi*