

| | |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|
| Zeitschrift: | Mobile : la revue d'éducation physique et de sport |
| Herausgeber: | Office fédéral du sport ; Association suisse d'éducation physique à l'école |
| Band: | 3 (2001) |
| Heft: | 5 |
| Artikel: | Promouvoir l'activité physique : mais comment? |
| Autor: | Hunziker, Ralph |
| DOI: | https://doi.org/10.5169/seals-995288 |

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

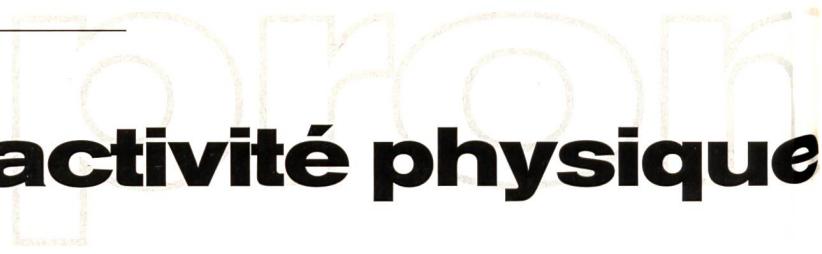
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 02.02.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>



Promouvoir l'activité physique

Une des bases de la promotion de la santé consiste à donner aux gens le sentiment qu'ils peuvent changer leurs conditions de vie et prendre leur destin en main, et surtout à leur fournir les moyens de passer à l'action. Cette possibilité de changement doit être au cœur de tous les projets visant à promouvoir l'activité physique.

Ralph Hunziker

L'activité physique est la forme de promotion de la santé qui parle le plus aux passionnés de sport. Le sport et l'activité physique ont un effet bénéfique sur la santé et stimulent le bien-être. «La promotion de l'activité physique est une approche et une attitude précise dans une situation donnée», explique Stefan Spring de Radix Promotion de la santé à Zurich. Néanmoins, on ne saurait réduire l'activité physique à la seule dimension de promotion de la santé.

L'importance du choix

Les projets de promotion de l'activité physique sont de meilleure qualité et ont un effet plus durable lorsqu'ils sont associés par exemple à des programmes de diététique ou de récupération, ou lorsqu'ils s'inscrivent dans des formes sociales du type «Découvrir ensemble». Il convient donc de tenir compte de cette exigence dans la planification de ces projets. Le projet «Fit und zwäg» (En pleine forme!) y a parfaitement répondu. Mis sur pied par des clubs sportifs, des diététiciens et un grand centre de distribution alimentaire, il avait pour but d'améliorer le comportement alimentaire des enfants et de les inciter à se dépenser davantage physiquement. Ses initiateurs leur ont donné ainsi la possibilité de participer à un camp de deux semaines. Des diététiciens ont établi, en tenant compte des préférences, un plan de menus qui a servi de base au livre de cuisine «Was wir Kinder gerne essen» (Les plats préférés des enfants).

Les participants au projet sont censés apprendre à identifier ce qui se passe autour d'eux et être capables de modifier leur environnement. Cela presuppose qu'ils reçoivent des informa-

1. Formuler la problématique et en extraire des idées (brainstorming).
2. Définir les conditions, les synergies existantes ainsi que l'utilisation des moyens et des ressources.
3. Formuler des objectifs clairs qui sont à la fois réalisables et vérifiables.
4. Fixer le cadre structurel, temporel et financier du projet.
5. Choisir une forme d'organisation pour le projet.
6. Créer une ambiance de travail agréable
7. Choisir un instrument adapté à la réalisation des objectifs.
8. Définir la mise en œuvre des mesures, attribuer les tâches, les compétences et les responsabilités.
9. Contrôler l'avancement des travaux et le financement.
10. Procéder à une évaluation et rédiger un rapport final.



– mais comment?

tions et qu'ils soient à même de les enregistrer, de les assimiler et de les intégrer dans un contexte. «En plus, ils doivent avoir le choix. Il faut par exemple qu'ils puissent avoir accès à des produits bio dont les prix ne s'écartent pas trop des produits ordinaires», ajoute M. Spring. La promotion de l'activité a pour objet d'offrir ces possibilités de choix.

Comment lancer un projet?

Un projet se fonde sur une problématique qu'il convient de décrire le plus concrètement possible, comme dans le projet «Sésame, ouvre-toi!» destiné à ouvrir les salles de gymnastique inoccupées d'une commune à un plus large groupe d'utilisateurs. On est parti de l'idée qu'il était aberrant que les salles de gymnastique restent fermées et inutilisées le week-end. Suite à cette constatation, des objectifs sensés, réalistes et vérifiables doivent être définis, en parallèle avec les mesures adéquates pour les atteindre. La finalité et la nécessité du projet doivent être manifestes pour espérer trouver des partenaires et des sources de financement. «Il est essentiel de formuler des objectifs réalistes si l'on veut qu'un projet de promotion de la santé aboutisse», relève M. Spring. Après les planifications générales et détaillées qui permettent de cadrer le projet, la phase de réalisation nécessite une prise en compte des différentes composantes et de leur intégration (planification continue). L'attribution claire et précise des tâches, des compétences et des responsabilités intervient au

«An 2011: difficile d'imaginer qu'il y a dix ans encore l'Office fédéral de l'activité physique s'appelait Office fédéral du sport. Aujourd'hui, nous sommes fiers que les efforts déployés par les clubs sportifs, les communes, les promoteurs privés d'activités physiques et les écoles tendent vers un objectif commun qu'ils atteignent de plus en plus souvent: quels que soient leur âge et leur condition sociale, les êtres humains se dépensent plus physiquement, tout en restant conscients de ce qui est bon pour leur santé, et ce aussi bien à travers leurs activités quotidiennes qu'à travers leur pratique sportive.»

Stefan Spring

plus tard à ce stade. Pour finir, on évaluera l'efficacité du projet. Ce contrôle constitue la meilleure préparation pour les projets futurs.

Des projets durables de promotion de la santé

Les projets doivent contribuer à générer des processus de changement. Ils visent d'une part à modifier le comportement de l'individu en tenant compte des distinctions entre jeunes, adultes et aînés, par exemple, ou entre personnes inactives et sportifs occasionnels, les arguments pour convaincre les uns et les autres n'étant évidemment pas les mêmes. Les projets doivent, d'autre part, contribuer à modifier des conditions et des structures existantes, telles que l'école, le monde du travail et l'environnement. La promotion de la santé doit servir à modifier durablement ces milieux de manière à ce que le comportement plus sain soit à la fois le plus attrayant, le plus économique et le plus agréable.

m

Le projet «Sésame, ouvre-toi!» est destiné à ouvrir les salles de gymnastique inoccupées.



Photo: Daniel Käsermann

Guide

Radix Promotion de la santé a élaboré, sur mandat de la Fondation suisse pour la promotion de la santé (Fondation 19), un guide pour la réalisation de projets. Ce guide ainsi que d'autres informations sur le sujet (soutien financier et enregistrement des projets) peut être consulté sur le site www.hepa.ch/francais/projekte