Promouvoir l'activité physique : mais comment?

Autor(en): **Hunziker, Ralph**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Mobile : la revue d'éducation physique et de sport**

Band (Jahr): **3 (2001)**

Heft 5

PDF erstellt am: **29.04.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-995288

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://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'ABC des projets de promotion de l'activité physique

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.

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 présuppose qu'ils reçoivent des informa-

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

«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

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

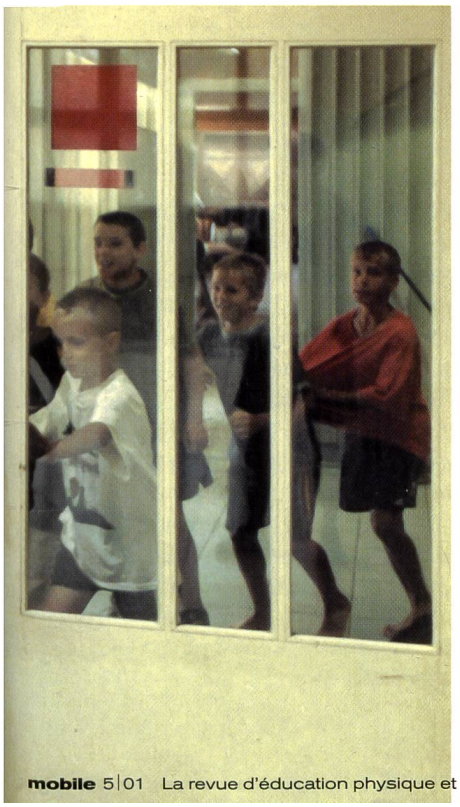

Photo: Daniel Käsermann

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

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