

Zeitschrift: Mobile : la revue d'éducation physique et de sport
Herausgeber: Office fédéral du sport ; Association suisse d'éducation physique à l'école
Band: 5 (2003)
Heft: 4

Artikel: À la recherche d'un second souffle
Autor: Bignasca, Nicola
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-996047>

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: 23.02.2026

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



Parcours Vita

A la recherche d'un seco

Le Parcours Vita est connu et apprécié de tous, mais ses utilisateurs ne sont pas nombreux. Les efforts ne manquent cependant pas pour tenter de le rendre plus attrayant.

Moins d'exercices – plus d'efficacité

- Le nombre d'exercices est passé de 20 à 15.
- Le parcours de course pour rejoindre le premier poste est désormais plus long; il va de 300 à 500 mètres.
- Deux ou trois exercices sont proposés à chaque poste.
- Les exercices sollicitent l'endurance, la force et/ou la mobilité.
- Les nouveaux panneaux sont plus attrayants: ils sont bleu foncé, avec une couleur distincte pour chaque accent spécifique (vert pour l'endurance, jaune pour la mobilité, et rouge pour la force).
- Deux nouveaux exercices permettent d'entraîner plus efficacement la musculature du tronc (muscles abdominaux et dorsaux), ainsi que la mobilité et l'agilité (nouveau type de slalom).
- Le Parcours Vita commence et se termine par une série d'exercices d'étirement.
- Le dernier panneau fournit des informations sur l'énergie dépensée ainsi que des indications pour évaluer l'endurance.
- Les panneaux ainsi que des informations complémentaires peuvent être téléchargés depuis le site www.vita-parcours.ch.

Nicola Bignasca

Ces dernières années, les quelque 500 Parcours Vita de Suisse ont subi un «lifting» en profondeur. Cet important travail de rénovation a permis de moderniser les parcours en tenant compte des dernières connaissances en matière de médecine du sport. La «Revue suisse de médecine et de traumatologie du sport» a consacré un article fort intéressant à cette véritable institution helvétique. L'article porte sur les résultats d'un sondage effectué à deux reprises, en 1997 et en 2001 (voir références dans l'encadré). On y apprend que plus de 90% de la population de notre pays connaît le Parcours Vita. Les éléments positifs qui lui sont associés sont la proximité avec la nature, la haute valeur pour la santé, ainsi que la possibilité de s'entraîner, mais également de se détendre. 10% des personnes interrogées affirment le fréquenter au moins une fois par semaine.

«Made in Switzerland»

L'idée de ces parcours-santé émane des pionniers de la Société de gymnastique de Wollishofen, vers la fin des années septante. En peu de temps, et grâce aussi à l'essor du fitness, ils poussèrent comme des champignons. Au milieu des années quatre-vingts, on en comptait presque 500, répartis sur tout le territoire suisse. «Faire le Parcours Vita» devient presque une discipline sportive à elle seule. Avec l'essor de nouvelles activités de plein air ces dernières années, la fréquence d'utilisation a cependant diminué.

Grande popularité

En 1993, l'assurance Vita, sponsor de ces «parcs naturels», abandonne le bateau. C'est le début d'une nouvelle étape: la fondation du Parcours Vita est créée dans le but d'assurer la survie de l'équipement sportif. Afin



mentaire Commentaire Commen

Une campagne de publicité bienvenue

On ne sait pas encore si cette campagne aura du succès, mais en tout cas, l'intention est louable: il s'agit de motiver les «pantoufleurs» à utiliser davantage les 500 Parcours Vita de notre pays. La campagne publicitaire de la Zurich (voir p.2) plaît certainement au Conseil fédéral, car elle cadre tout à fait avec son programme de politique du sport dont l'objectif – très ambitieux! – est d'augmenter de 1% la part de la population suisse active physiquement.

Comment se fait-il que tout le monde connaisse ces parcours, mais que si peu les utilisent? La question est pertinente, et les réponses que nous donnons ne sont que des hypothèses: peur de s'entraîner dans des zones éloignées et peu fréquentées, pas assez de rencontres et absence de conseils (contrairement au club de fitness), gratuité (nombreux sont ceux qui pensent en effet que ce qui ne coûte rien ne vaut rien), etc.

Les causes sont donc multiples et pas toujours clairement définies. Une chose est sûre, cependant: depuis plusieurs années, «faire le Parcours Vita» est passé de mode. Nous espérons donc que la campagne publicitaire en cours aura le succès espéré. De notre côté, nous avons imaginé d'autres actions pour inverser la tendance actuelle: créer un prix pour les familles, les sociétés sportives et les classes les plus assidues, demander à des personnalités de faire le parcours et ses différents exercices, et les immortaliser en pleine action, etc. Il est nécessaire d'imaginer encore d'autres mesures, car ce qui vaut pour La Poste et les CFF vaut aussi pour le Parcours Vita: c'est un service public, dont le maintien ne se justifie que s'il y a des utilisateurs. A bon entendeur, salut... et longue vie au Parcours Vita! (NB)

Grand souffle

d'évaluer l'activité de conseil de la fondation ainsi que son apport pour les sociétés locales, un sondage est effectué en 1997. Il met l'accent sur les buts, la notoriété, l'utilisation et l'image du Parcours Vita. Les résultats surprennent: ils montrent que cette institution suisse jouit d'une image extrêmement positive. Conséquence: la compagnie d'assurance Zurich décide de prendre le relais et de les remettre au goût du jour à la lumière des dernières connaissances en matière de médecine du sport (voir l'en-cadré).

De l'intention à l'action

Après la fin des rénovations en 2001, un nouveau sondage est entrepris pour saisir la réaction des utilisateurs. Cette deuxième étude, menée par Lamprecht & Stamm, confirme la notoriété du Parcours Vita. Les utilisateurs ont apprécié les efforts de modernisation et se disent satisfaits de l'entretien des installations, jugeant ainsi positivement l'engagement de la fondation sur ce plan. Mais on constate une stagnation, voire une certaine diminution du nombre d'utilisateurs réguliers. L'étude montre aussi qu'une part importante des personnes interrogées peinent parfois à passer du stade de l'intention à celui de l'action. Au vu de ces résultats, la Zurich a décidé de lancer une campagne de publicité (voir commentaire).

m

Si vous souhaitez en savoir plus, nous vous recommandons la lecture de l'article mentionné, en allemand: Marti, B.; Lamprecht, M.; Bächler, J.; Spring, S.; Gutzwiller, F.: Bekanntheit, Nutzung und Bewertung des Vitaparcours. In: Revue suisse de médecine et de traumatologie du sport, 4/2002 (l'article peut être obtenu auprès du secrétariat, case postale 408, 3000 Berne 25, tél. 031 333 02 54).

