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

Herausgeber: Office fédéral du sport ; Association suisse d'éducation physique à l'école

Band: 10 (2008)

Heft: 2

Rubrik: Agora // Voix libres

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

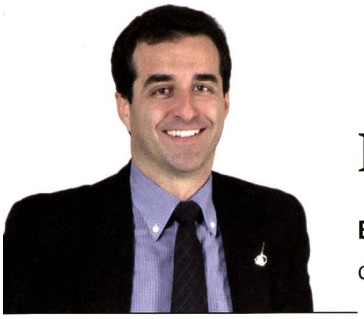
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées 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: 30.06.2025

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



Des services qui comptent

Bixio Caprara // // Le prochain championnat d'Europe de football constitue une excellente opportunité pour promouvoir les valeurs du label «Swiss made» sur la scène internationale.

▶ A quelles conditions un pays, une région, une ville peuvent-ils tirer profit d'un tel événement? La question a soulevé de nombreuses réflexions et fait l'objet de plusieurs études. Elles arrivent, en règle générale, à la conclusion que l'impact immédiat est mesurable mais que les effets à long terme ne sont pas automatiques et dépendent de plusieurs facteurs. L'expérience du Tessin en la matière me permet de tracer quelques pistes sur les raisons qui ont incité deux équipes nationales – l'Allemagne à Ascona et la Suède à Lugano – à s'établir dans notre canton durant cette compétition.

Quels ont été les critères de sélection? Un seul, pratiquement: la qualité de l'offre. Les différents responsables des équipes cherchaient une base logistique qui, d'une part, pouvait leur assurer un séjour en toute tranquillité et une ambiance agréable, et d'autre part, offrait les infrastructures nécessaires à une préparation optimale. La décision prise par l'Allemagne et la Suède d'installer leurs quartiers au Tessin démontre que le canton dispose des services de qualité à même de répondre aux attentes d'une équipe nationale. C'est une condition préalable pour développer un marketing territorial efficace susceptible de générer les effets escomptés à long terme.

Les équipes nationales drainent avec elles de nombreux journalistes, suscitant bien des initiatives particulières. La télévision allemande, par exemple, retransmettra pendant deux semaines une émission culturelle depuis Odro, à 1300 mètres d'altitude. C'est une plateforme de promotion exceptionnelle pour le Val Verzasca. Aux 200 journalistes qui assisteront chaque jour aux conférences de presse seront délivrées des informations culturelles, touristiques, gastronomiques et socio-économiques concernant le canton du Tessin. L'objectif est d'associer toute la région à cet événement.

La communication est, en l'occurrence, notamment orientée vers les équipes nationales et les clubs qui voudraient profiter des mêmes services à l'avenir en les informant des excellentes conditions d'entraînement dont ils peuvent bénéficier au Tessin. Outre le label «Swiss made», la «location Tessin» sera également promue. //

› *Bixio Caprara est directeur du Centre sportif national de Tenero*
Contact: bixio.caprara@baspo.admin.ch

Du savoir au faire

Corinne Spahr // Jamais autant de textes n'ont été rédigés sur l'alimentation et le mouvement. Et pourtant, le nombre d'enfants et d'adultes en surpoids ne cesse de croître dramatiquement.

▶ Dans mon travail au quotidien, je constate que de nombreuses personnes éprouvent mille difficultés à appliquer les recommandations scientifiques. Les raisons sont multiples: frénésie journalière, repas irréguliers, aliments toujours à portée de main, alimentation comme moyen de gestion de conflits et influence d'une publicité omniprésente pour n'en citer que quelques-unes.

Modifier des habitudes nécessite une bonne dose de discipline, de persévérance et de volonté. En ma qualité de diététicienne, il est crucial d'associer les motivations de mes clients à des expériences. Pour quelles raisons me sollicite-t-il, quelles sont ses attentes et ses craintes, que souhaite-t-il atteindre, à quel changement est-il prêt? Tracer une voie ensemble, lui permettant d'atteindre son objectif, n'a de sens que si le client dispose de la motivation intrinsèque et du sens de la responsabilité nécessaires.

Beaucoup de gens nourrissent, par exemple, de nombreuses interrogations concernant l'organisation de leurs repas, la fréquence et la quantité de produits sucrés qu'ils peuvent ingérer. J'ai remarqué que ces questions ne sont pas l'exclusivité d'un public-cible particulier. L'être humain en tant qu'individu a ses préférences et ses aversions. C'est à partir de ces données que nous élaborons un plan alimentaire réaliste. Notre but est de parvenir à un progrès en matière de comportement alimentaire (aliments et boissons) tout en tenant compte du plaisir gustatif. Une planification minutieuse nous permet d'appliquer cette stratégie. Nous gagnons ainsi du temps, de l'argent et de l'énergie.

Tout débute au moment de remplir le panier d'achats. Si je ne sais pas ce que je souhaite manger et boire, il est fort probable que cela soit l'envie qui dicte mes choix. Et ce qui se trouve dans le frigo finit inévitablement dans l'assiette. Ce n'est qu'arrivé à la maison que l'on regrette d'avoir opté pour le «DuoPack» de cervelas en action en lieu et place de fruits et légumes.

Les mêmes principes prévalent dans tous les domaines de la vie: le savoir, pris isolément, n'est qu'un pouvoir hypothétique. Seul un savoir associable au «faire» est un véritable pouvoir et peut mener au succès. Malheureusement, beaucoup d'entre nous échouent sur cet écueil. Notre livre a été construit sur cette base: montrer au plus grand nombre de personnes comment le «faire» peut être simple.

› *Corinne Spahr collabore notamment avec l'OFSPO en qualité de diététicienne indépendante dans le cadre du module «Troubles du comportement alimentaire chez les enfants et les adolescents» et est co-auteure de l'ouvrage «Müesli und Muskeln»*
Contact: corinne.spahr@bluewin.ch