

La natation... : pour tous!

Autor(en): **Brunner, Matthias**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Macolin : revue mensuelle de l'École fédérale de sport de Macolin et Jeunesse + Sport**

Band (Jahr): **48 (1991)**

Heft 7

PDF erstellt am: **08.08.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-997772>

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

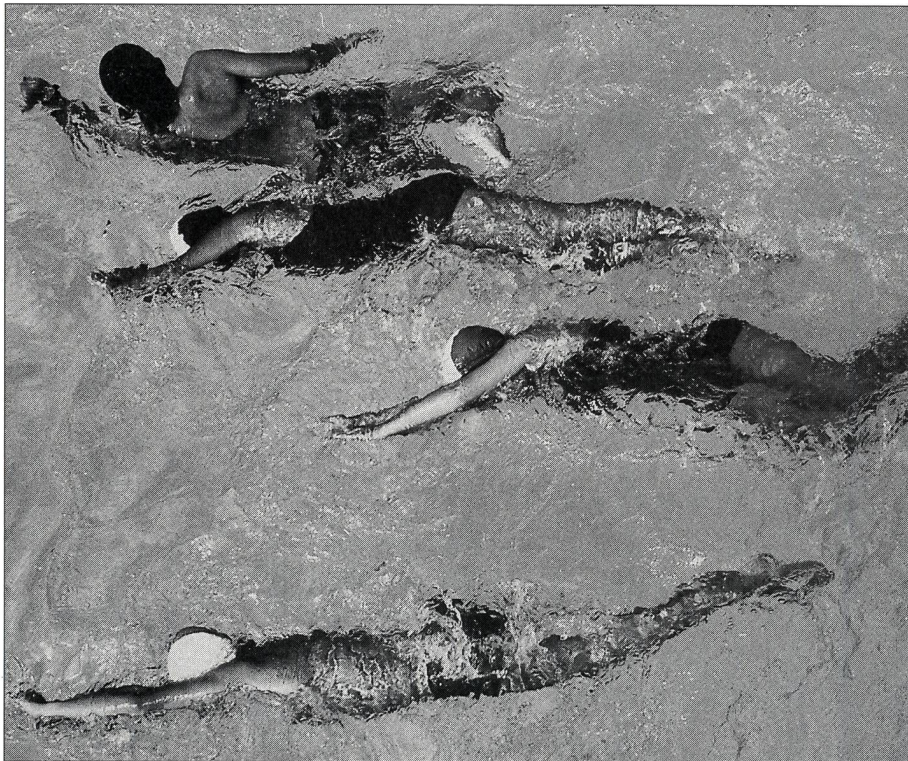
Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

La natation... pour tous !

Matthias Brunner

Traduction: Yves Jeannotat

La natation est une activité utile au maintien et à l'amélioration de la santé, c'est un fait acquis; une activité que l'on peut pratiquer très jeune déjà et jusqu'à un âge avancé. Et pourtant, elle n'a jamais joui, jusqu'à ce jour, de l'engouement provoqué par la course à pied par exemple. L'étude qui suit se penche sur 12 manifestations de «natation pour tous». On y a interrogé quelque mille personnes et leurs réponses permettent de se faire une idée sur le niveau de popularité de ce sport. Elle a été faite par Matthias Brunner, alors qu'il était étudiant à l'Université de Berne, dans le cadre de sa préparation pour l'obtention du diplôme de maître d'éducation physique. (Y.J.)



Qu'est-ce que la «natation pour tous»?

Calquant sa définition sur celle que l'Association suisse du sport (ASS) a donné du sport pour tous, la «natation pour tous» se propose de toucher, en premier lieu, celles et ceux qui ne sont pas membres d'une société, les sédentaires, les sportifs occasionnels mais aussi, cela va de soi, les pratiquants déjà convaincus. L'objectif poursuivi est de persuader les adeptes de faire de la nage une habitude.

Origines de l'enquête

Natation et sport pour tous

La natation revêt toutes les caractéristiques du sport populaire pour tous les âges. En général, on aime nager parce que cette activité est plaisante, peu coûteuse, praticable en toute saison, à n'importe quelle heure de la journée et presque partout où il y a de l'eau.

La natation n'est pas dangereuse; elle ne sollicite que très peu les articulations et elle sert à prévenir les maladies

généralement liées au manque de mouvement; elle a aussi des effets thérapeutiques en cas de blessures.

L'environnement social

L'évolution sociale favorise l'élargissement de la natation en tant que sport de loisirs, et ceci pour les raisons suivantes:

- Au jour d'aujourd'hui, le temps réservé au travail diminue, ce qui fait augmenter le temps libre, donc disponible pour y placer des activités de loisirs;
- Les valeurs traditionnelles connaissent, actuellement, d'importantes mutations. Le travail et le rendement cèdent le pas, par exemple, à la détente et au plaisir de vivre;
- En plus de servir à la récupération, le temps libre est étroitement lié, maintenant, à la découverte de l'aventure: on assiste à la naissance d'une sorte de culture des loisirs.

Les sports de loisirs s'écartent également peu à peu de la recherche d'une performance, au profit du plaisir, de la santé, du bien-être, de la détente, de l'hygiène, mais aussi de la découverte de quelque chose de nouveau et de proche de l'«aventure».

Objectifs de l'enquête

Après ce qui vient d'être dit, on voit que rien ne fait obstacle au développement de la natation en tant que sport pour tous et en tant que saine occupation des loisirs. Le «produit» correspond parfaitement à ce qu'on en attend. Mais qu'en est-il de l'offre proprement dite, en d'autres termes des possibilités offertes à la population?

Voici, présentées de façon très concrète, les quatre domaines sur lesquels les participants avaient à se prononcer à partir des questions posées:

Profil des participants à une réunion de natation pour tous

- Les activités proposées sous l'appellation de «natation pour tous» sont-elles réellement accessibles à tout un chacun?
- Les personnes de toutes les classes d'âge, des deux sexes, entraînées et non entraînées, affiliées ou non à une société, participent-elles à vos manifestations?

Propagande et mise en valeur

– Quels sont les moyens les plus appropriés et les plus efficaces pour promouvoir et mettre en valeur une réunion de natation pour tous auprès de la population?

Motivation

– Quelles sont les motivations susceptibles d'inciter les gens à se rendre à une manifestation consacrée à la pratique de la natation pour tous?

Appréciation

– Qu'est-ce que les participants apprécient le plus dans une réunion de natation?
– Existe-t-il un moyen particulièrement efficace de présenter la natation pour tous à la population?

Les réunions observées

Les douze réunions de natation pour tous observées n'avaient, en commun, que la recherche d'une performance, aussi petite soit-elle, par la nage. Elles se distinguaient donc par leur diversité dans tous les domaines et, en particulier, dans ceux touchant à la participation (de 17 à 2000 personnes), à la spécificité des participants (enfants, adultes, handicapés, gymnastes, etc.), à la distance nagée (de 25 m à 2 km), à l'activité aquatique recherchée (natation de longue distance, aqua-parcours, jeux aquatiques, etc.).

Par rapport aux autres formes d'activité, ce sont les réunions de natation populaires et les traversées de lacs qui connurent le plus grand succès (79 pour cent des inscriptions).

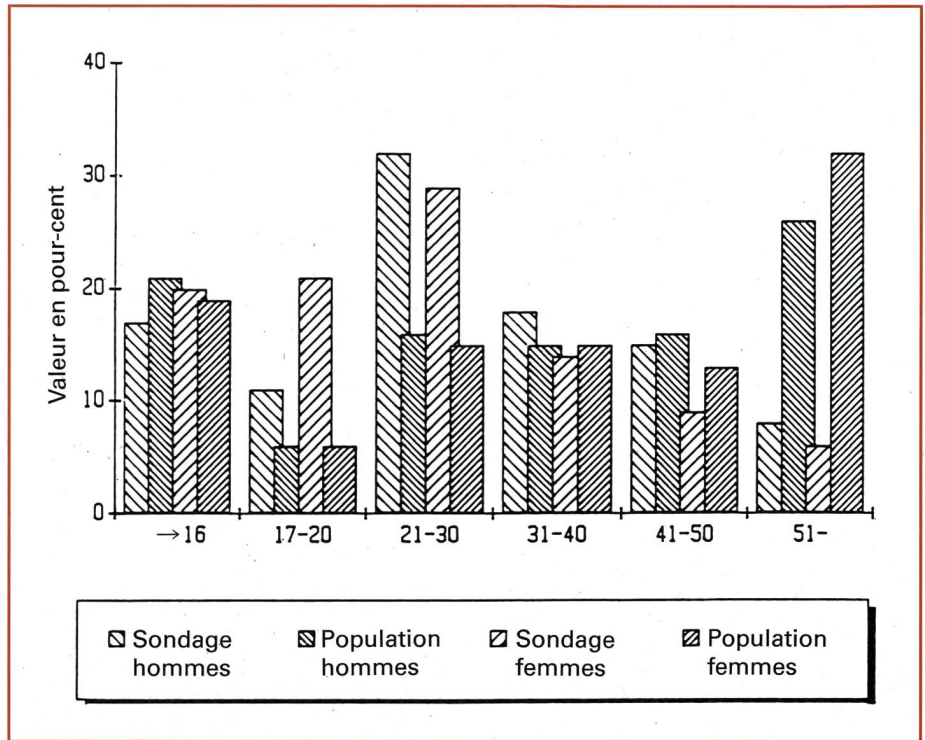
Méthode d'investigation

Les responsables de l'enquête s'étaient donné pour but de questionner le plus grand nombre possible de participants aux douze réunions de natation pour tous retenues, et ceci dans les quatre domaines choisis. Celles et ceux qui ont accepté de coopérer ont reçu une double feuille à remplir par écrit juste avant la réunion, et ceci sans explications particulières. Ce fut un succès puisque 1006 formulaires ont ainsi pu être récoltés et utilisés pour l'appréciation finale. Pour diverses raisons d'ordre scientifique, les résultats obtenus ne peuvent toutefois pas être élargis sans autre à l'ensemble de la population.

Principaux résultats

Répartition des classes d'âge

Comparée avec la répartition de la population par classes d'âge, celle des participants se présente comme suit (voir aussi le tableau 1):



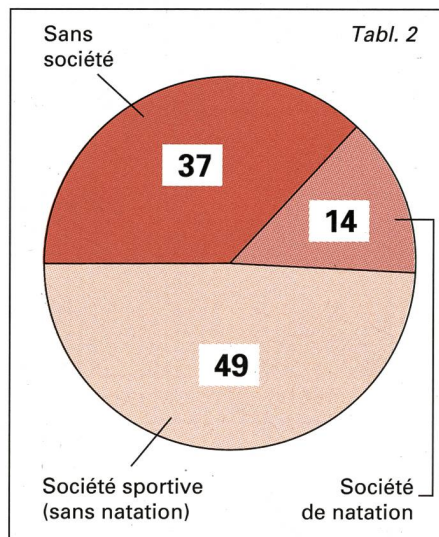
Tabl. 1: Répartition du sondage par classes d'âge comparée avec celui de la population.

– Les sportifs «consacrés» et les hommes de 17 à 30 ans sont nettement plus fortement représentés;
– Par contre, les hommes de plus de 50 ans sont nettement sous-représentés;
– Les femmes, celles de plus de 30 ans tout particulièrement, se sentent peu concernées.

Environnement

Pas moins de 63 pour cent des femmes questionnées sont affiliées à une société sportive (34 pour cent sur l'ensemble de la population).

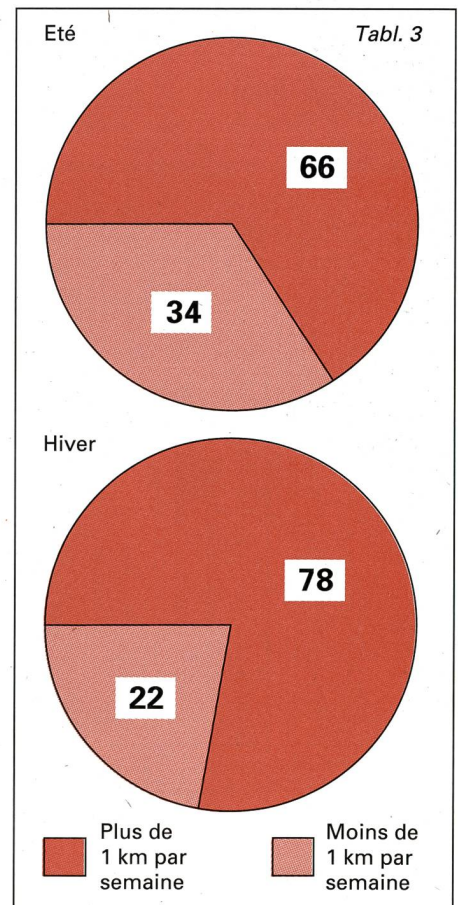
En ce qui concerne la natation sportive, ils sont 86 pour cent à prendre part à des manifestations, sans appartenir à une organisation structurée (voir aussi le tableau 2).



Appartenance à une société (en %).

Entraînement

En hiver, un cinquième des personnes questionnées seulement nage plus d'un kilomètre par semaine, alors qu'elles sont un tiers à le faire en été (voir aussi le tableau 3). Celles et ceux



Volume d'entraînement en natation (en %).

dont on peut dire qu'ils nagent suffisamment pour bénéficier d'une amélioration de leur capacité de performance, de leur santé et de leur bien-être ne constituent donc qu'une minorité.

Environ un quart de celles et de ceux qui nagent le font régulièrement.

Enfin, 75 pour cent de celles et de ceux qui nagent plus d'un kilomètre par semaine le font à l'extérieur des structures d'une société sportive.

Proximité d'un bassin

Le 85 pour cent des personnes interrogées disposent d'une piscine en plein air, et 65 pour cent d'une piscine couverte à moins de 5 kilomètres de leur lieu de domicile.

L'équipement du pays en bassins devrait donc permettre à un plus grand nombre que le cinquième enregistré de nager régulièrement en hiver, et à un plus grand nombre qu'un tiers de le faire en été.

Promotion des réunions

Les organisateurs désireux de promouvoir efficacement leurs manifesta-

tions devraient s'y prendre de la façon suivante (voir aussi le *tableau 4*):

- Parler le plus possible autour d'eux de la réunion projetée (le tiers des personnes questionnées ont appris son existence par ce procédé);
- Présenter leur manifestation dans les journaux;
- Faire appel aux sociétés sportives pour diffuser l'information.

On estime donc que les trois quarts des participants au moins ont été renseignés par l'un ou par l'autre de ces trois canaux.

Si l'on se base sur les résultats de l'enquête (voir aussi le *tableau 5*), la population attend ou espère deux choses:

- Jouer et se détendre;
- Accomplir une performance, mais sans qu'elle soit nécessairement comparée à celle des autres.

Objectifs poursuivis

Peu importe l'âge et le degré d'entraînement, la plupart des participants ont pour objectif d'améliorer leur santé et leur bien-être par la natation, une prati-

que dont on sait fort bien, généralement, qu'elle ménage le dos et les articulations.

La recherche de nouveaux contacts, l'espérance d'entreprendre quelque chose en famille ou avec des amis sont des éléments qui semblent laisser presque tout le monde indifférent.

Une petite minorité de participants seulement (chez les moins de 20 ans et chez ceux qui nagent régulièrement) estiment que la performance est plus importante que la santé. Il est bien connu que cette préoccupation ne vient que plus tard.

Conclusions

L'avenir de la natation pour tous est assuré, cela ne fait aucun doute. Il est donc important de continuer à œuvrer pour son développement, d'une part en tirant profit de l'expérience acquise, mais aussi en adaptant les procédés en conséquence. Les points suivants doivent, en particulier, être pris en considération:

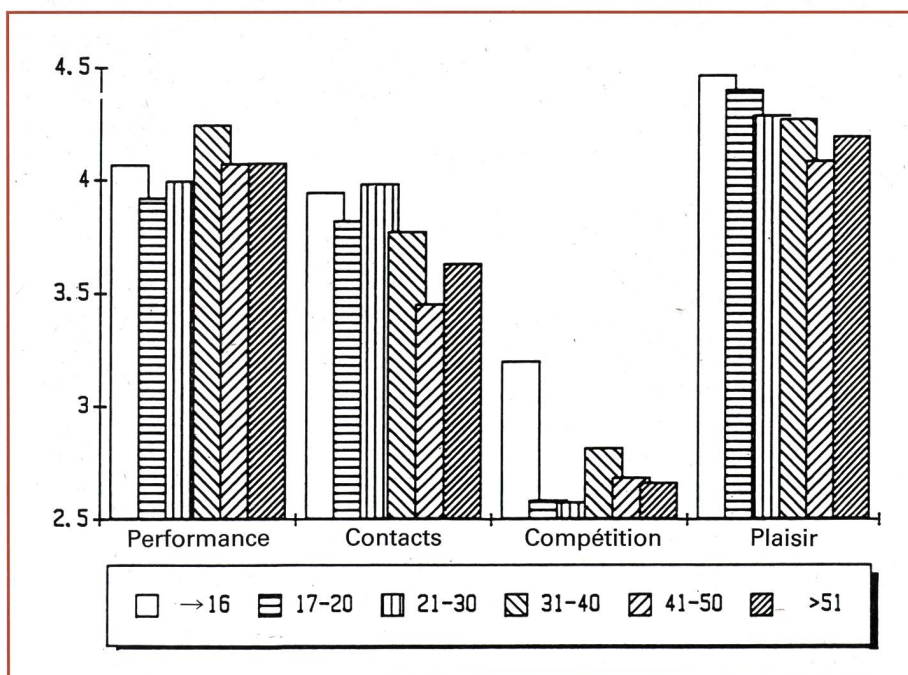
- Des réunions ponctuelles et isolées ne peuvent avoir, à elles seules, des effets à long terme et elles ne peuvent parvenir à motiver, par elles-mêmes, les gens à pratiquer en masse et régulièrement la natation.
- La natation pour tous, proposée sous la forme d'épreuves populaires, n'intéresse qu'une toute petite partie des gens concernés potentiellement par la nage.
- A côté de manifestations destinées véritablement «à tous», il convient de proposer à la population des activités conçues en fonction de groupes spécifiques parfaitement définis.
- En plus de réunions ponctuelles conçues pour mobiliser beaucoup de gens en provenance des milieux les plus divers, et ceci pour les mettre en contact les uns avec les autres, il est indispensable de proposer des activités plus personnalisées avec, pour but, d'inciter les participants à nager régulièrement.
- Dans toute manifestation de natation pour tous, il convient d'accorder autant de place au jeu et à la détente qu'à la performance.
- Il faut savoir profiter de toutes les occasions propices pour encourager les gens à «nager» plutôt qu'à «se baigner» seulement.

L'objectif premier de la «natation pour tous» est et reste d'amener le plus grand nombre possible de personnes à faire de la nage une habitude. Le moyen le plus sûr d'y parvenir est de concevoir un éventail d'activités large et varié et de proposer celles-ci de façon attrayante. ■

Publicité et âge

| | Classes d'âge | | | | | | Total |
|------------|---------------|---------|---------|---------|---------|--------|---------|
| | → 16 | 17-20 | 21-30 | 31-40 | 41-50 | >51 | |
| Publicité: | | | | | | | |
| Affiches | 37 22% | 11 8% | 20 7% | 16 10% | 8 7% | 6 10% | 98 11% |
| Papillons | 8 5% | 19 13% | 56 20% | 9 6% | 8 7% | 6 10% | 106 12% |
| Journaux | 22 13% | 20 14% | 45 16% | 33 21% | 38 33% | 16 27% | 174 19% |
| Propagande | 59 37% | 59 41% | 82 29% | 51 33% | 40 35% | 26 43% | 317 34% |
| Radio | 4 2% | 5 3% | 26 9% | 7 5% | 4 4% | 0 0% | 46 5% |
| Société | 35 21% | 31 21% | 53 19% | 38 25% | 16 14% | 6 10% | 179 19% |
| Total | 165 100 | 145 100 | 282 100 | 154 100 | 114 100 | 60 100 | 920 100 |

Tabl. 4: L'importance de la publicité sur les classes d'âge.



Tabl. 5: Motivations en relation avec les classes d'âge.