

Programme d'activités périscolaires AASC

**Offrir aux enfants un accès gratuit
à des programmes sportifs et à d'autres
activités physiques structurées, et nouer
des liens avec les clubs locaux**



Lieu	Dans tous les États et sur tous les territoires australiens
Organisation	Commission australienne des sports
Dates	2005 – en cours
Tranche d'âge	5-12 ans
Participants	Environ 190 000 enfants par semestre
Partenaires	Organisations sportives nationales, associations sportives des États, organisations et clubs de sport locaux, associations locales, écoles et partenaires privés.
Pour inspiration	www.ausport.gov.au/participating



Résumé

Le programme d'activités périscolaires Active After-School Communities (AASC) a été mis en œuvre dans plus de 3200 établissements scolaires et centres d'accueil périscolaire d'Australie. Près de 190 000 enfants y participent chaque semestre. Ce programme permet aux élèves de pratiquer jusqu'à 70 sports différents et 20 activités physiques structurées après l'école.

« Le programme AASC est super. Au début, je ne voulais pas y aller. Mon professeur m'a dit de venir juste pour voir. J'y suis allé. Ça semblait tellement sympa que j'ai voulu y participer. Depuis j'adore faire du sport après l'école. »

Un participant au programme AASC

Clés du succès

Réseau de coordinateurs régionaux

La Commission australienne des sports gère le programme AASC à l'échelle nationale par le biais d'un réseau de coordinateurs régionaux. Ces coordinateurs aident les écoles et les centres d'accueil périscolaire à mettre en œuvre le programme, à recruter et/ou former des entraîneurs localement, et à établir des partenariats avec les associations et clubs sportifs de proximité afin d'augmenter le nombre d'inscrits chez les jeunes.

Intégration au sein de la communauté

Au cours du premier semestre 2013, le programme AASC a été organisé dans 3254 établissements et centres. Cinquante-deux pour cent d'entre eux sont situés dans des communautés régionales isolées, 33 % dans des communautés à faibles revenus, 18 % dans des écoles accueillant des enfants ayant des besoins spécifiques, et 6 % dans des communautés autochtones. Plus de 54 000 membres des diverses communautés concernées ont reçu une formation d'entraîneur et près de 600 écoles et centres d'accueil périscolaire sont inscrits à ce jour sur la liste d'attente du programme.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

Ce programme, reconnu et coordonné à l'échelle nationale, entend renforcer le niveau d'activité physique des élèves de primaire en Australie. Il familiarise les enfants avec le sport et d'autres activités physiques structurées de manière ludique, dans un environnement sécurisé favorisant l'intégration à travers une certaine approche de l'entraînement, laquelle utilise le jeu plutôt que les exercices. Le but est de présenter les principes d'un sport en particulier ou d'une autre activité physique structurée aux enfants. Près de 190 000 élèves participent chaque semestre aux activités proposées dans plus de 3 200 écoles et centres d'accueil périscolaire.

Soutenir les sociétés actives

Les écoles primaires et les clubs de sport au niveau local sont au cœur du programme AASC. Ce dernier a été créé afin d'apporter une réponse à la hausse de la sédentarité et à la diminution de la pratique sportive chez les enfants. Les contraintes financières et de temps accrues qui pèsent sur les familles freinent la participation des enfants aux activités physiques extrascolaires et réduisent les cours d'éducation physique quotidiens, les programmes scolaires étant trop chargés.

Améliorer le bien-être et la santé publique

L'objectif de ce programme est donc d'encourager la pratique sportive chez les enfants du primaire et de leur faire aimer le sport afin de les inciter à rester actifs tout au long de leur vie. Étant donné qu'en Australie les enfants sont de moins en moins actifs et que leur santé se dégrade en conséquence, il est important de leur faire connaître le sport et les autres activités physiques structurées le plus tôt possible afin qu'ils adoptent une attitude positive envers le sport et l'activité physique à l'âge adulte. Cette attitude contribuera à façonner les communautés dans lesquelles ils vivront à l'avenir.





Stratégie de communication

Le programme AASC reconnaît la nécessité d'utiliser diverses plateformes de communication pour atteindre le public cible : Internet, bulletins d'information régionaux, feuilles d'information, prospectus, affiches, cartes postales, autres outils tels que pochettes, autocollants, tatouages et frisbees, et bien sûr médias sociaux, dont l'emploi comme outil de communication est à l'étude actuellement.

Évaluation du programme

Les coordinateurs régionaux évaluent régulièrement la qualité des programmes proposés dans leur région afin de vérifier que les centres d'accueil, les clubs et les entraîneurs locaux travaillent ensemble afin d'obtenir des résultats avantageux pour tous.

À la fin de chaque semestre, les établissements et centres participant au programme AASC sont invités à remplir un formulaire d'évaluation (PFF) concernant le programme proposé (évaluation de la qualité de l'entraînement et utilisation des subventions notamment). Ce formulaire permet également aux établissements concernés d'évaluer leur coordinateur régional.

Qui plus est, le programme AASC charge un consultant externe de procéder à une évaluation indépendante. Cette analyse a révélé que jusqu'ici, le programme AASC a atteint tous les objectifs qu'il s'est fixés.

Programme kids' athletics de l'IAAF

Inciter et motiver les élèves de primaire à pratiquer l'athlétisme

L'objectif de l'Association internationale des fédérations d'athlétisme (IAAF) Kids' Athletics est d'encourager les élèves de primaire à pratiquer l'athlétisme et de les inciter, à l'heure d'Internet et des jeux vidéo, à être physiquement plus actifs.



Lieu	Ville de Shenzhen
Organisation	Centre de développement régional de l'IAAF – Beijing
Dates	Avril 2011 – mars 2014
Tranche d'âge	7-12 ans
Participants	Environ 240 000 enfants d'ici à mars 2014
Partenaires	Le programme est soutenu conjointement par le bureau de la municipalité de Shenzhen en charge de l'éducation, l'Association chinoise d'athlétisme, Tianlianyanguang Sport Development Company Ltd et le centre de développement régional de l'IAAF à Beijing, et sponsorisé par Nestlé
Faits marquants	La ville de Shenzhen est située dans la province chinoise du Guangdong, à proximité de Hong Kong, dans une zone économique spéciale chinoise ; la population totale de la ville s'élève à environ 10,47 millions habitants.
Pour inspiration	www.iaaf-rdcbj.com/english/

Résumé

Le programme Kids' Athletics a été conçu par l'IAAF pour inciter les jeunes à pratiquer l'athlétisme en leur proposant des activités intéressantes et créatives. Le projet se divise en trois phases :

- D'avril 2011 à mars 2012 : mise en place d'écoles expérimentales et témoins ;
- D'avril 2012 à mars 2013 : établissement de secteurs expérimentaux ;
- D'avril 2013 à mars 2014 : mise en œuvre du programme Kids' Athletics de l'IAAF dans toutes les écoles primaires de Shenzhen.

Clés du succès

Collaboration et soutien plurisectoriels

Le succès du programme Kids' Athletics de Shenzhen repose sur la coopération entre les fédérations nationales et internationales, le gouvernement et le secteur privé. Cette collaboration et ce soutien plurisectoriels renforcent l'unité du programme et permettent de partager des compétences diverses.

Un programme en trois phases

Le programme se divise en trois phases distinctes. D'avril 2011 à mars 2012, 68 animateurs Kids' Athletics – des professeurs d'EPS issus de plus de 50 écoles primaires – ont été formés. Pendant la deuxième phase, six écoles primaires ont été choisies comme établissements expérimentaux et témoins pour la mise en œuvre du programme Kids' Athletics de l'IAAF. Pendant la dernière phase, plus de 300 écoles primaires de Shenzhen mèneront à bien le programme. Enfin, début 2014, des activités Kids' Athletics seront organisées par la municipalité de Shenzhen.

Pratique et simple à organiser

Deux éléments rendent ce programme accessible : son coût et sa localisation. Son organisation est peu coûteuse et il peut être mis en œuvre n'importe où : c'est un vrai programme « passe-partout ». Un espace de 50 m² suffit à organiser des activités Kids' Athletics. L'IAAF apprend aux instructeurs, entraîneurs et professeurs d'éducation physique à improviser à partir des équipements du programme KA.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

Le programme Kids' Athletics de Shenzhen a pour ambition de faire participer 240 000 enfants. Ce programme en trois phases permet de toucher un grand nombre d'enfants et de les inciter ainsi à pratiquer l'athlétisme dès leur plus jeune âge. En mobilisant le plus d'enfants possible, l'IAAF peut promouvoir l'athlétisme auprès de toute une nouvelle génération d'athlètes.

Améliorer le bien-être et la santé publique

L'IAAF a constaté un recul de la pratique sportive en général, pour les raisons suivantes : recul de l'activité physique dans les écoles, augmentation du temps que passent les enfants devant la télévision et progression de l'obésité, assimilée à une épidémie mondiale par l'OMS. Pour lutter contre ces évolutions négatives, le programme Kids' Athletics tente d'améliorer la santé et le bien-être des enfants en renforçant la coordination et le développement cognitif, la prévention de l'obésité et l'intégration sociale.

Soutenir les sociétés actives

Le programme propose aux animateurs, des professeurs d'EPS en école primaire, une formation dont ils feront ensuite bénéficier les enfants. L'objectif du projet est de donner aux professeurs d'EPS les moyens d'inciter les jeunes à pratiquer plus souvent l'athlétisme et d'autres sports. Il s'agit en effet de créer une culture durable, un système de sport et une société active au sein du public ciblé.

Stratégie de communication

Presse locale, telle que Shenzhen Daily et le Shenzhen Jingbao. Toute l'actualité et les informations sur le programme sont également disponibles sur le site web iaaf-rdcbj.com.

Évaluation du programme

Le projet est évalué régulièrement par le centre de développement régional de l'IAAF à Beijing et le programme École et jeunesse de l'IAAF.

« Le programme Kids' Athletics de l'IAAF est l'un des thèmes centraux du Plan mondial pour l'athlétisme, qui s'inscrit dans la stratégie à long terme de l'IAAF. Alors que nous avons célébré le centenaire de l'association en 2012, les instances dirigeantes de l'athlétisme se sont dotées d'outils adéquats pour aborder sereinement les tâches et les défis des 100 prochaines années. »

Lamine Diack – Ancien Président de l'IAAF



KIDSVOLLEY

Encourager la pratique du volleyball chez les élèves des écoles publiques danoises

Créé pour renforcer la pratique du volleyball, le kidsvolley ambitionne de devenir le sport de balle le plus populaire dans les écoles publiques danoises.



Lieu	Danemark
Organisation	Fédération danoise de volleyball
Dates	2002 – en cours
Tranche d'âge	6-12 ans
Participants	Environ 35 000 enfants par an
Partenaires	Confédération sportive danoise, Association danoise des sports en milieu scolaire, municipalités, établissements scolaires Programme parrainé par une société du secteur de la santé
Pour inspiration	www.kidsvolley.net www.skolevolley.dk



Résumé

L'objectif du kidsvolley est de renforcer la pratique du volleyball et de promouvoir ce sport par le biais d'un programme visant les élèves des écoles publiques. Pour attirer les jeunes adhérents dans les clubs de volleyball, ce sport devait retrouver sa place dans les écoles ; c'est ce à quoi travaille la Fédération danoise de volleyball. Le kidsvolley est un sport pour les enfants de 6 à 12 ans, qui se divise en six niveaux de difficulté croissante et qui se joue par équipes de quatre sur un terrain de badminton. Fondamentalement, il met l'accent sur chacune des qualités essentielles à la pratique du volleyball, permettant ainsi aux jeunes enfants de se familiariser en douceur avec ce sport. Le kidsvolley a été développé en trois phases. La première était axée sur les clubs de la Fédération danoise de volleyball. Pendant la deuxième phase, le sport a été introduit dans les écoles par le biais d'un programme de formation des enseignants. Au cours de la troisième phase, la fédération a eu l'idée d'organiser un tournoi pour renforcer l'intérêt des écoles et élargir ainsi le vivier d'adhérents pour les clubs.



Clés du succès

Partenaires

Plusieurs partenaires issus de différents secteurs ont contribué, chacun à leur manière, à la réussite du projet. L'un d'entre eux s'est chargé du financement. Un deuxième s'est occupé de la validation du projet, de l'accès aux bases de données d'enseignants, de la promotion des formations et des tournois, ainsi que de l'aspect administratif. Un troisième a fourni le matériel et les kits de sport.

Philosophie

Le programme repose sur des principes de base qui en garantissent la cohérence et la qualité tout au long de sa mise en œuvre dans les différents établissements. Ces grands principes sont : privilégier l'enfant et son développement plutôt que les règles classiques du volleyball, s'amuser en jouant, commencer dès le plus jeune âge et donner la possibilité de progresser.

Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

L'idée centrale de Kidsvolley est d'encourager la pratique sportive, en particulier du volleyball par les jeunes écoliers. L'objectif du programme est d'accroître le nombre d'adhérents dans les clubs de volleyball en adaptant le sport aux élèves des écoles publiques.

Soutenir les sociétés actives

Les écoles sont la clé du succès du kidsvolley. En intégrant et en adaptant le volleyball aux écoles publiques, le kidsvolley permet de sensibiliser les élèves à l'importance du sport et de l'activité physique. Par ailleurs, le programme prévoit de nombreux outils pédagogiques pour les enseignants. Le succès repose sur l'adhésion des enseignants à la philosophie de Kidsvolley. Plus de 250 tournois ont été organisés dans tout le pays, auxquels 33 000 élèves, 1 500 classes, 750 écoles et 1 800 enseignants ont participé : un tel programme ne pourrait pas voir le jour sans la participation et le soutien des écoles.

Stratégie de communication

Une stratégie de communication alliant médias traditionnels et échanges relationnels a fait le succès du programme. Le programme a été lancé dans des clubs de grande envergure, où des ambassadeurs du kidsvolley ont été recrutés pour promouvoir le sport localement.

Évaluation du programme

Quelque 1 800 enseignants participent aux tournois organisés dans les écoles. Huit jours après le tournoi, chaque enseignant reçoit un questionnaire en ligne comportant une série de questions sur le programme dans le but de l'évaluer et de l'améliorer.

« Notre objectif est que
le volleyball devienne
le sport de balle préféré
des enfants de 6 à 12 ans. »

Peter Morell – Responsable du développement
Fédération danoise de volleyball



Ready, Set, Gold!

Inciter les élèves à entretenir leur forme physique tout au long de leur vie

Le programme Ready, Set, Gold!, unique en son genre aux États-Unis, incite les élèves à faire de l'exercice physique, à prendre soin de leur santé, à adopter une alimentation équilibrée et à entretenir leur forme tout au long de leur vie.



Lieu	Los Angeles (USA)
Organisation	Comité de Californie du Sud pour les Jeux Olympiques
Dates	2006 – en cours
Tranche d'âge	9-15 ans
Participants	25 000 enfants par ans
Partenaires	Los Angeles Unified School District (LAUSD), Samsung Electronics North America
Faits marquants	Une étude a mis en évidence une « hausse de 41 % » du nombre d'élèves se classant dans la « zone de bonne condition physique » (« healthy fitness zone ») du test Fitnessgram.
Pour inspiration	www.readysetgold.net

Résumé

RSG! est un programme de mentorat. Des olympiens et paralympiens sont affectés à une école, dans laquelle ils interviennent cinq fois durant l'année scolaire pour inciter les élèves à entretenir leur forme physique, à adopter une alimentation équilibrée et un mode de vie sain. Leur mission est de mobiliser, de motiver et d'éduquer les élèves afin que ces derniers restent en forme et en bonne santé le plus longtemps possible. Le programme vise principalement les problèmes d'obésité et de diabète chez l'enfant, qu'il tente de régler en mettant les élèves en contact avec des olympiens et des paralympiens, qui les inciteront à se fixer des objectifs et à réussir leurs vies sportive et personnelle.

Clés du succès

Partenariat public-privé

RSG! est le fruit d'un partenariat public-privé entre le Comité de Californie du Sud pour les Jeux Olympiques et le Los Angeles Unified School District (LAUSD). Ce partenariat œuvre en faveur d'une action essentielle et bénéfique, que le LAUSD ne saurait mener seul.

Olympiens et paralympiens

Les olympiens et paralympiens RSG! sont au cœur du programme, qui n'aurait pas le même succès ni la même portée sans leur participation. Ils se sont eux-mêmes fixé des objectifs à long terme en matière de santé et de forme physique et souhaitent ardemment partager leur passion, leurs connaissances et leur expérience.





Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

RSG! offre un modèle de vie aux élèves touchés par l'épidémie de diabète et d'obésité, en mettant l'accent sur l'activité physique et un mode de vie sain. Lors de leurs interventions dans les écoles, les olympiens encouragent tous les élèves à améliorer leur condition physique et leurs habitudes alimentaires.

Améliorer le bien-être et la santé publique

Le programme Ready, Set, Gold! met l'accent sur la forme physique, la nutrition et le bien-être général des élèves. Le programme a pour objectif d'améliorer les perspectives d'avenir des jeunes en mettant fin aux épidémies de diabète et d'obésité. Une étude a mis en évidence une hausse de 41 % du nombre d'élèves se classant dans la «zone de bonne condition physique» («healthy fitness zone») du test Fitnessgram. Plusieurs enseignants et élèves ont décidé de perdre du poids et de changer de mode de vie grâce au programme RSG. En mettant les élèves en contact direct avec des olympiens, le programme leur montre comment ces derniers ont dû se fixer des objectifs pour réussir et rester en bonne santé, tant dans leur vie sportive que personnelle.

Stratégie de communication

Différents moyens sont utilisés pour promouvoir le programme et mobiliser le public. Un professionnel des relations publiques est à pied d'œuvre, et les réseaux sociaux Facebook et Twitter sont également utilisés. Le site web readyssetgold.net contient toute l'actualité et les informations relatives au programme. L'actualité et les informations les plus récentes sur le recrutement et le choix des olympiens et des enseignants, le point hebdomadaire sur le programme, le suivi des interventions dans les écoles, les formations et les réunions d'orientation des olympiens et des enseignants, ainsi que les présentations dans le cadre de conférences ciblées sont autant d'occasions de promouvoir le programme.

Évaluation du programme

Le programme fait l'objet de deux types d'évaluation :

- Qualitative : rapports des olympiens et paralympiens, des enseignants et des élèves sur les interventions dans leur école et évaluations du directeur du programme RSG!.
- Quantitative : les résultats des élèves au test Fitnessgram organisé par l'État de Californie sont évalués par une université locale. Les scores des élèves participants sont comparés à ceux des élèves de la même école obtenus les années précédentes.

« Ce fut un vrai plaisir de parler à ces élèves !
J'ai passé un très bon moment en leur compagnie.
Le sujet les a passionnés et ils ont posé
beaucoup de questions. »

Becky Kim – Olympienne 2008
(natation synchronisée)

Sport Builds Bridges

Réinsérer les enfants des rues par le sport

Ce programme, développé en Suisse, entend favoriser la réintégration des enfants des rues dans leur famille et dans les écoles publiques d'Addis-Abeba, en Éthiopie.



Lieu	Addis-Abeba (Éthiopie)
Organisation	Sport – The Bridge
Dates	2002 – en cours
Tranche d'âge	5-15 ans
Participants	200 enfants
Partenaires	Organisations locales
Pour inspiration	www.sportthebridge.ch

Résumé

Sport – The Bridge est une organisation bénévole créée en Suisse pour favoriser le développement personnel de l'enfant et bâtir des ponts entre les populations. Pour cela, elle s'appuie sur l'universalité du sport. Le projet Sport Builds Bridges (« Le sport bâtit des ponts ») mis en œuvre en Éthiopie offre aux enfants qui peuplent les rues d'Addis-Abeba la possibilité de réintégrer leur famille et la société. La première année du programme, ces enfants participent chaque jour à des cours d'éducation sportive, à des tournois et à des matchs. Lors des séances d'entraînement de football, de basketball, d'arts martiaux et autres sports, les enfants apprennent la tolérance, l'impartialité, l'esprit d'équipe et le respect des règles. Ils peuvent également apprendre à gérer leurs émotions, qu'elles soient positives ou négatives, de façon ludique. Ils apprennent en outre à identifier les comportements acquis dans le cadre de leur pratique sportive et à les mettre en œuvre au quotidien. Au bout de quelques semaines, le programme intègre les familles. En présence de membres de l'organisation, les familles et les enfants parlent de leurs problèmes et cherchent des solutions. La clarification de la situation familiale est indispensable à une réintégration durable de l'enfant au sein de sa famille.

« L'objectif ambitieux du programme sur le plan pédagogique et l'accent mis sur l'engagement des familles auprès de leurs enfants vivant dans la rue donnent à ce projet un caractère remarquable et résolument moderne. »

Sport – The Bridge
programme organisateur

Clés du succès

Apprentissage de l'autonomie

Le programme, dont le principe est d'aider les participants à se prendre en charge, se divise en deux phases: une année de soutien intensif, à l'issue de laquelle l'enfant doit être prêt à dormir chez lui et à aller à l'école publique, suivie de trois années de suivi de l'enfant et de sa famille.

Bénévolat

Le travail accompli en Suisse est bénévole; ainsi, toutes les contributions sont directement consacrées au projet en Éthiopie.





Objectifs du programme

Améliorer le bien-être et la santé publique

Le projet couvre cinq thèmes : nutrition, santé, intégration familiale, sport et administration/infrastructure. L'hygiène corporelle, les soins de santé et la prise en charge des maladies sont des composantes majeures du programme. Seul un enfant qui n'a pas à s'inquiéter au jour le jour de trouver de quoi se nourrir dans la rue ou un enfant en bonne santé est en mesure de se concentrer sur les aspects éducatifs du sport. En fournissant des soins médicaux, une aide alimentaire et un enseignement diversifié, le programme vise à favoriser un bon développement du corps et de l'esprit. Dans le cadre d'ateliers et de groupes d'entraide, les familles apprennent à s'occuper de leurs enfants, à prendre leurs responsabilités et à améliorer leur situation économique.

Offrir l'égalité d'accès au sport

Le programme vise à aider les enfants des rues à réintégrer leur famille et la société par ce moyen universel qu'est le sport. L'association de l'accès au sport et de l'apprentissage est au cœur des activités. Les enfants et les familles, ainsi que la société, doivent apprendre à changer de comportement, et le sport est l'outil idéal pour y parvenir. Toutefois, l'accès au sport n'est pas toujours possible pour ces communautés. L'enseignement des comportements sociaux fondé sur la pédagogie sportive, ainsi que la réintégration des enfants au sein de leur famille et de leur école occupent une place centrale dans les activités du programme.

Stratégie de communication

La communication se fait essentiellement par le biais de la population locale et du bouche-à-oreille, dans le cadre des écoles et des institutions. Cette implication favorise et renforce la cohésion et le développement de la communauté et permet l'intégration des enfants au programme avec le soutien de leur famille.

Évaluation du programme

À l'issue du programme, un contact étroit est maintenu avec les enfants et leur famille dans le cadre d'un programme de suivi, qui les accompagne progressivement vers l'autonomie complète. Des informations et des conseils sont disponibles à tout moment.

Programme GOAL de la Fédération internationale des associations de netball (IFNA)

Permettre aux jeunes femmes de jouer un rôle moteur au sein de leur communauté

Le programme GOAL valorise les programmes locaux déjà en place, soutient les objectifs d'autonomisation des jeunes femmes fixés par le gouvernement indien et appuie ses efforts en faveur du sport et plus particulièrement du netball.



Lieu	New Delhi, Mumbai & Chennai (Inde)
Organisation	Fédération internationale des associations de netball (IFNA)
Dates	2006 – en cours
Tranche d'âge	14-19 ans
Participants	Environ 3 500 jeunes filles et femmes
Partenaires	Standard Chartered Bank, Naz Foundation India Trust
Faits marquants	Le programme utilise le netball comme outil de développement personnel et d'intégration sociale. Il a reçu plusieurs récompenses importantes au cours des trois dernières années.
Pour inspiration	www.netball.org

Résumé

Le programme GOAL s'appuie sur le netball ainsi que sur l'apprentissage des aptitudes à la vie quotidienne pour transformer la vie des jeunes Indiennes défavorisées, sur le terrain comme dans la vie. Les jeunes filles qui y participent bénéficient de meilleures chances dans la vie. Le programme GOAL change l'opinion qu'elles ont d'elles-mêmes et de leur rôle dans le monde. Le programme a été lancé à Delhi en 2006, puis étendu à Mumbai en 2008 et à Chennai en 2009. Il comporte plusieurs aspects majeurs.

Clés du succès

Un programme adapté au groupe cible

Le netball est le sport idéal pour un programme d'autonomisation des femmes : sport féminin populaire, il est divertissant, simple, relativement peu coûteux et très efficace pour faire l'apprentissage de l'esprit d'équipe, de l'estime de soi et de la confiance en soi. Le netball offre un environnement sûr, divertissant, confortable et ouvert, qui encourage l'interaction et le développement social.

Des partenariats sur mesure

Les deux partenaires luttent contre les problèmes liés à la sexualité et œuvrent en faveur de l'autonomisation des femmes, conformément aux objectifs du programme GOAL.





Objectifs du programme

Améliorer le bien-être et la santé publique

Le programme utilise le netball comme outil de développement personnel et d'intégration sociale. Il permet ainsi d'atteindre les objectifs positifs fixés pour les participantes et la société, tout en encourageant la pratique sportive. Les participantes apprennent à jouer au netball et suivent des cours théoriques pour acquérir des compétences de base, qui les aideront à exploiter pleinement leurs capacités. Pour réussir la formation, elles doivent suivre quatre modules : confiance en soi, aptitudes à communiquer, santé et hygiène, et connaissances financières.

Offrir l'égalité d'accès au sport

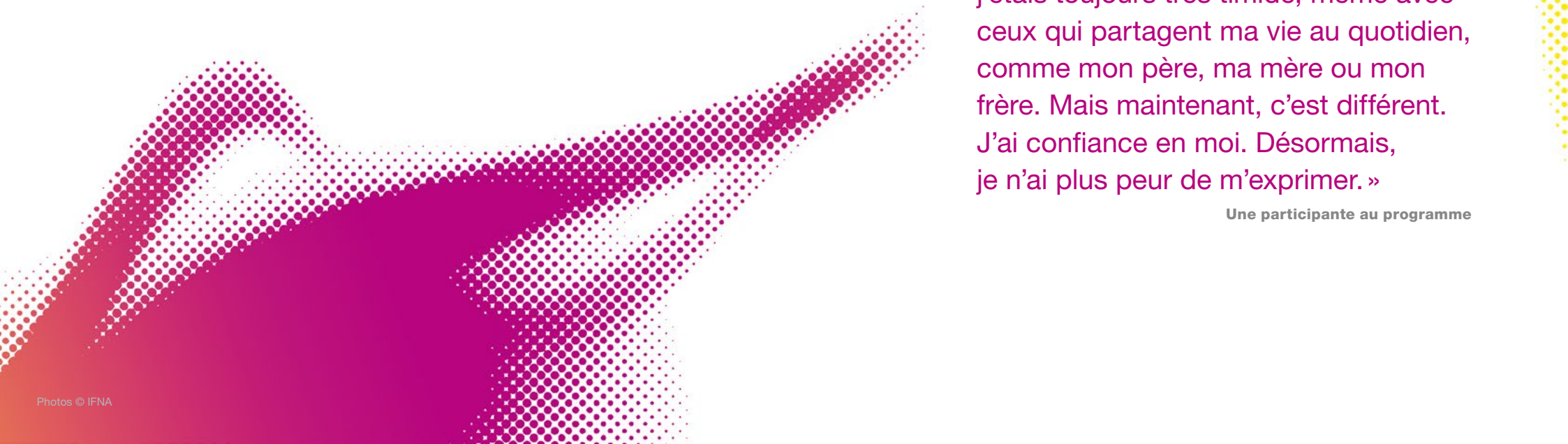
Les jeunes filles âgées de 14 à 19 ans issues de familles modestes des quartiers pauvres sont le cœur de cible du programme. GOAL utilise le netball comme outil de développement personnel et d'intégration sociale. La Fédération internationale des associations de netball (IFNA) apporte son aide et son expertise en matière de netball, organise des formations, met à disposition des entraîneurs et offre des possibilités d'évolution aux joueuses les plus prometteuses.

Stratégie de communication

La communication se fait par différents moyens, notamment par les sites web officiels, YouTube et la presse locale et internationale.

Évaluation du programme

Une évaluation a été réalisée par une université anglaise – « Substance and Development through youth sport: the GOAL project for young women in Delhi ».



« Avant de participer à ce programme, j'étais toujours très timide, même avec ceux qui partagent ma vie au quotidien, comme mon père, ma mère ou mon frère. Mais maintenant, c'est différent. J'ai confiance en moi. Désormais, je n'ai plus peur de m'exprimer. »

Une participante au programme

World Fit

Promouvoir la santé et la forme physique chez les enfants

World Fit est un programme de marche à pied qui s'adresse aux élèves de primaire et de collège ainsi qu'à leurs enseignants, famille et amis.



Lieu	USA
Organisation	World Fit Foundation, Inc.
Dates	2009 – en cours
Tranche d'âge	8-13 ans
Participants	Environ 30 000 élèves en 2012
Partenaires	Entreprises locales et nationales, subventions de la fondation et donateurs tels que Sanofi Aventis, Platinum Performance, United Health Group et Dole Foods
Faits marquants	En 2012, 68 écoles ont participé à ce programme aux États-Unis. Au total, 3,5 millions de kilomètres ont été parcourus en six semaines. Environ 75 % de cette distance a été parcourue dans le cadre de la pratique sportive et de l'exercice physique, et 25 % dans le cadre des marches quotidiennes organisées par les écoles.
Pour inspiration	www.worldfit.org

Résumé

La fondation World Fit est une organisation indépendante à but non lucratif basée en Floride. World Fit est une initiative visant à améliorer la forme physique des élèves âgés de 8 à 13 ans. Un olympien est affecté à une école, dans laquelle il intervient pour motiver les élèves. Au cœur du programme World Fit, une compétition de six semaines, la World Fit Walk, oppose plusieurs écoles chaque printemps (en avril/mai) et couronne les élèves en meilleure forme physique. Toutes les activités sportives et les exercices physiques pratiqués sont convertis en kilomètres parcourus et comptent pour la compétition. L'objectif de la fondation est d'étendre le programme World Fit au monde entier.

Clés du succès

Participation d'olympiens et de paralympiens

Des olympiens/paralympiens parrainent un collège, abordent avec les élèves la question de la forme physique et donnent le coup d'envoi de la World Fit Walk. Chaque olympien/paralympien peut parrainer jusqu'à trois établissements de sa région, dans lesquels il effectue chaque année une présentation de 15 minutes.

La World Fit Walk

Chaque année, pendant six semaines, les élèves participent à des marches quotidiennes. La distance parcourue chaque jour (marche, jogging ou course à pied) est enregistrée, puis totalisée. Les marches se déroulent dans l'enceinte de l'établissement, le long d'un parcours défini, sous la surveillance des enseignants. Sur le site web de l'organisation, les établissements et les élèves peuvent découvrir et s'inspirer de l'expérience d'olympiens et d'autres élèves, s'inscrire à la compétition, indiquer la distance quotidienne parcourue dans le cadre de la marche et le reste de l'année, et télécharger des photos pour les partager avec les autres élèves.

World Fit Awards

À l'issue de la World Fit Walk, les élèves ayant parcouru au moins 100 kilomètres reçoivent un certificat World Fit signé par l'olympien ou le paralympien de leur établissement, le directeur du programme et le principal du collège. Les élèves atteignant 200 kilomètres pendant la marche de six semaines reçoivent le certificat PALA+ (President's Active Lifestyle Award). Vingt-cinq médailles rappelant les médailles olympiques sont remises à chaque établissement pour récompenser les meilleurs élèves. L'olympien peut également décider de remettre lui-même leurs récompenses aux élèves, en fonction de ses disponibilités.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

World Fit a pour mission de promouvoir la santé et la forme physique auprès des enfants. World Fit vise en particulier à faire reculer l'obésité infantile. Le programme s'efforce d'éradiquer l'obésité infantile, qui fait payer un lourd tribut aux familles, à la société et aux systèmes de santé. En 2012, 68 écoles ont participé aux États-Unis, soit environ 30 000 élèves au total.

Favoriser l'héritage olympique

World Fit vise également à créer un rapprochement entre les olympiens et paralympiens et les jeunes, à leur transmettre les valeurs olympiques et à les sensibiliser par le biais de modèles d'identification et de messages mobilisateurs. En faisant participer des olympiens et des paralympiens, World Fit établit des partenariats entre ces mentors et des établissements scolaires afin de sensibiliser les élèves à l'importance de la santé, de la forme physique et des valeurs olympiques que sont la persévérance, le respect et le fair-play.

Stratégie de communication

La communication utilise différents supports et s'appuie sur un réseau social solide, qui facilite la mobilisation des olympiens, des familles et des élèves, permet aux responsables de la communauté de travailler plus efficacement et présente les performances des élèves ainsi que les résultats des enquêtes réalisées dans le cadre de l'évaluation continue de l'efficacité du programme.

Évaluation du programme

Des enquêtes en ligne sont réalisées chaque année dans toutes les écoles participantes et une évaluation continue de l'efficacité du programme est prévue.

« Avec World Fit, c'est la compétition amicale qui m'a poussé à me dépasser et à faire plus d'exercice pour battre les autres écoles et mes amis. »

Un participant au programme



WAVES for Development

Offrir des expériences enrichissantes aux communautés côtières à travers des programmes éducatifs axés sur le surf

Le programme WAVES for Development part du principe que le tourisme du surf doit profiter aux populations et aux communautés locales.



Lieu	Lobitos & Piura (Pérou)
Organisation	WAVES for Development
Dates	Février 2008 – en cours
Tranche d'âge	10-30 ans
Participants	Environ 270 bénévoles et 200 participants depuis 2008
Partenaires	Fédération péruvienne de surf, Institut péruvien des sports, sociétés et fondations de surf
Faits marquants	Depuis son lancement en 2008, 269 bénévoles ont participé au projet à Lobitos, plus de 180 jeunes ont été formés, sept emplois stables ont été créés pour des membres de la communauté, un photographe de surf a créé son entreprise et une jeune femme ayant appris à surfer grâce à WAVES a participé à des compétitions de surf nationales et internationales.
Pour inspiration	www.wavesfordevelopment.org

Résumé

WAVES permet de vivre des expériences enrichissantes autour du surf dans le cadre de programmes éducatifs, qui aident les jeunes à devenir des adultes indépendants et en bonne santé, et de programmes de bénévolat; ce projet s'adresse également aux touristes, en transformant leur vision du monde et d'eux-mêmes. L'idée est née fin 2004, lorsqu'un groupe de surfeurs locaux et internationaux a exprimé le désir commun d'aider la jeunesse locale disposant de peu de ressources et appréciant le surf.

Clés du succès

Objectif double

La mission de WAVES est double: aider les membres des communautés côtières, notamment les jeunes, et sensibiliser les touristes attirés par le bénévolat en leur faisant vivre une expérience unique. Ces objectifs sont propices aux échanges culturels et à la compréhension mutuelle, essentiels à la réussite du programme.

Programme bénévole

Au cours du premier semestre 2013, le programme AASC a été organisé dans 3254 établissements et centres. Cinquante-deux pour cent d'entre eux sont situés dans des communautés régionales isolées, 33 % dans des communautés à faibles revenus, 18 % dans des écoles accueillant des enfants ayant des besoins spécifiques, et 6 % dans des communautés autochtones. Plus de 54 000 membres des diverses communautés concernées ont reçu une formation d'entraîneur et près de 600 écoles et centres d'accueil périscolaire sont inscrits à ce jour sur la liste d'attente du programme.

Mission et approche locales

Le programme WAVES for Development part du principe que le tourisme du surf doit profiter aux populations et aux communautés locales. À Lobitos, seul un tiers de la jeunesse locale termine le lycée. Ceux qui abandonnent leur scolarité se tournent généralement vers un emploi local traditionnel. WAVES œuvre plus particulièrement pour permettre aux membres de la communauté, notamment les jeunes, de poursuivre des activités éducatives, et notamment de se fixer des objectifs de carrière et de mener une vie saine.



Objectifs du programme

Améliorer le bien-être et la santé publique

WAVES a principalement été créé pour venir en aide aux membres des communautés côtières, notamment les jeunes, et permettre aux membres de la communauté de suivre des activités éducatives. WAVES finance des cours d'anglais pour la jeunesse locale scolarisée et les adultes de la communauté. Le programme finance également l'intervention d'un professeur d'éducation environnementale auprès de la jeunesse locale, en coordination avec l'école locale.

Offrir l'égalité d'accès au sport

L'une des missions de WAVES consiste à mettre du matériel à la disposition de la jeunesse locale et à lui proposer des cours de natation et de surf. Les programmes de natation et de surf améliorent la santé de la jeunesse locale et constituent un moyen d'expression créatif.

Stratégie de communication

Le site web, les réseaux sociaux et le bouche-à-oreille sont les principaux outils de communication du programme.

Évaluation du programme

Les évaluations cherchent à déterminer si les programmes permettent ou non d'enrichir la vie des participants. L'évaluation des bénévoles compare les réponses fournies à l'inscription à celles fournies à l'issue de leur participation. Concernant les participants et les membres de la communauté, l'organisation mène une enquête classique auprès de la communauté en faisant du porte à porte, évalue l'assiduité aux cours et mesure les progrès accomplis.

« WAVES, c'est une alliance parfaite entre bénévolat, surf, apprentissage et divertissement ! »

Un participant à WAVES 2012



CISA Kids

Laisser un héritage aux enfants par le biais d'un programme d'éducation par le sport

CISA Kids est une campagne éducative destinée aux enfants de 7 à 14 ans, fondée sur le sport, l'art et la culture. Le programme se divise en trois phases distinctes : un programme scolaire, le festival FESTIVEN et la caravane sportive.



Lieu	Dakar (Sénégal)
Organisation	Jappo
Dates	2007 – en cours
Tranche d'âge	7-14 ans
Participants	Plus de 50 000 élèves depuis sa création
Partenaires	IAAF, CIO, CNOSS, UASSU, organisations locales et régionales
Faits marquants	Le programme est mis en œuvre dans quatre régions du Sénégal, mobilise 300 écoles et a regroupé plus de 50 000 élèves en cinq éditions.
Pour inspiration	www.jappo.net





Résumé

CISA Kids est une campagne éducative fondée sur le sport, l'art et la culture destinée aux enfants sénégalais. Le programme est mis en œuvre dans quatre régions différentes et regroupe 300 écoles. Il se déroule tous les ans, de mars à septembre, et se divise en trois phases. La première phase, appelée « programme scolaire », consiste en des sorties organisées l'après-midi sur les thèmes du sport, de l'art et de la culture. La deuxième phase, FESTIVEN, est le point d'orgue du programme scolaire. Ce festival culturel et sportif de deux jours réunit plus de 5 000 élèves. La dernière phase, la « caravane sportive », est organisée pendant les vacances scolaires pour occuper les élèves en leur proposant des activités artistiques, sportives et culturelles.

Clés du succès

Thèmes annuels

Chaque année, le programme CISA Kids est organisé autour d'un thème central. Les activités éducatives sont étroitement liées au thème central, ce qui favorise la compréhension et l'organisation du programme, et sert de fil conducteur.

Cohérence et régularité

CISA Kids, qui repose sur un modèle éprouvé, se déroule chaque année à peu près à la même période, selon le même format, en trois phases.

Liens entre le sport, l'éducation, l'art et la culture

Le programme jette au quotidien des ponts entre le sport, l'éducation et la culture, permettant aux participants d'apprendre et de renforcer leurs compétences dans différents domaines.

Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

Le programme vise principalement à inciter les enfants à pratiquer un sport et une activité physique. Il fait la promotion de différentes disciplines sportives dans les écoles et encourage l'organisation de compétitions sportives interscolaires. Le programme vise à démontrer les effets positifs de l'activité physique sur la santé des enfants.

Soutenir les sociétés actives


Les écoles sont au cœur du programme CISA Kids. Toute l'organisation et l'exécution du programme reposent sur elles. Le programme CISA Kids attire l'attention sur différents thèmes, des problèmes de santé aux questions sociales, en passant par les défis du quotidien. Les enfants peuvent ainsi tirer parti des enseignements appris et les emporter avec eux pour se développer et les partager au sein de leurs communautés.

Stratégie de communication

La communication repose sur la télévision, la radio et Internet. Elle inclut également des supports imprimés, tels que des affiches et des brochures, des t-shirts, des bulletins d'information mensuels et des publications officielles.

Évaluation du programme

Le programme est évalué principalement par le biais de fiches d'évaluation et de rapports d'activité.



« Nous nous sommes bien amusés et nous sommes très contents, les enseignants sont gentils avec nous, le programme est très intéressant et très utile. »

Un participant au programme

Centre Olympique de Développement pour la Jeunesse

Offrir aux jeunes des possibilités de développement sportif et local

Le centre œuvre en faveur du développement du sport dans la région et propose de nombreux programmes éducatifs, services de santé et activités de proximité.



Lieu	Lusaka (Zambie)
Organisation	Comité International Olympique
Dates	Mai 2010 – en cours
Tranche d'âge	7-30 ans
Participants	Plus de 5 000 personnes
Partenaires	Gouvernement zambien, Comité National Olympique de Zambie, UK Sport, fédérations internationales, fédérations nationales, universités, gouvernements étrangers, entreprises privées et sponsors
Faits marquants	Le centre olympique de développement pour la jeunesse est le projet phare du programme Sport pour l'espoir du CIO à l'échelle mondiale. L'initiative a permis à de jeunes chefs de file d'intervenir dans l'organisation et dans le déroulement d'événements.
Pour inspiration	www.oydc.org.zm

Résumé

Le projet de centre olympique de développement pour la jeunesse offre des opportunités de développement sportif et local aux jeunes ainsi qu'aux couches défavorisées de la population des communautés voisines. Il part de l'idée et du constat que le sport, et tout ce qui s'y rattache, bien canalisé dans un environnement favorable, a le pouvoir de redonner espoir et de favoriser le développement. Un environnement sportif de qualité forme, motive et encourage des athlètes et des dirigeants sportifs de qualité. Actuellement, le centre accueille des compétitions et des camps sportifs destinés aux enfants et aux jeunes âgés de 7 à 30 ans. Le centre organise également des séminaires et des stages pour les entraîneurs et les administrateurs sportifs. Le centre olympique de développement pour la jeunesse assure également des services en matière de développement local, d'éducation olympique, d'autonomisation des filles et de santé (VIH/SIDA, paludisme et autres problèmes de santé dont souffrent les athlètes).

Clés du succès

Un modèle de partenariat unique

Le modèle de partenariat unique du centre olympique de développement pour la jeunesse est la clé de la réussite de ce projet. Le gouvernement zambien a fait don du terrain au CNO. Le CIO a contrôlé toute la phase de construction du centre, tandis que les six Fédérations internationales (FI) d'athlétisme, de basketball, de boxe, d'haltérophilie, de handball et de hockey ont participé au développement des installations sportives, en fournissant une expertise technique et une aide financière. Le CNO zambien est maintenant chargé de l'exploitation et de l'entretien du centre, avec le soutien permanent de ses partenaires.

Complexe polyvalent

Le centre olympique de développement pour la jeunesse est un complexe polyvalent, qui regroupe des installations de plein air pour l'athlétisme, le football, le basketball, le tennis, le handball, le volleyball et le hockey, et des installations couvertes, une salle de boxe, un gymnase et plusieurs espaces éducatifs et culturels, tels que salles de classe, bibliothèque, salle multimédia et bureaux.





Objectifs du programme

Offrir l'égalité d'accès au sport

Le centre olympique de développement pour la jeunesse vise principalement à favoriser le développement du sport en Zambie en organisant des compétitions sportives et en mettant des structures d'entraînement à la disposition de la population. L'objectif principal de ce centre est d'ouvrir des perspectives positives sur le plan sportif et en termes de mode de vie aux athlètes, entraîneurs, administrateurs sportifs ainsi qu'aux femmes, jeunes et enfants défavorisés, en proposant des installations de qualité propices au développement local ainsi qu'à l'entraînement et à la compétition de haut niveau.

Favoriser l'héritage olympique

Le centre olympique pour le développement de la jeunesse à Lusaka est le premier du genre. L'un des objectifs du projet est de permettre aux athlètes, jeunes et communautés des pays en développement de pratiquer un sport et d'être sensibilisés aux valeurs de l'Olympisme.

Améliorer le bien-être et la santé publique

Le centre olympique de développement pour la jeunesse propose en outre un large éventail de programmes éducatifs, de services de santé et d'activités de proximité aux athlètes et à l'ensemble de la population de la région. Les athlètes et les familles participant au programme sont de plus en plus informés et sensibles aux questions de santé et de bien-être.

Stratégie de communication

La communication du programme repose sur des supports imprimés et électroniques ; l'information de la communauté par le biais d'affiches et d'annonces publiques, de programmes communautaires et scolaires, ainsi que de manifestations sportives organisées par les pouvoirs publics et les entreprises.

Évaluation du programme

Le centre olympique de développement pour la jeunesse est doté d'une unité de suivi et d'évaluation, chargée d'évaluer l'ensemble des programmes et activités. Cette unité a conçu des outils de saisie de données pour toutes les activités. Ces outils intègrent les statistiques et l'opinion collective et individuelle des athlètes, parents, tuteurs, partenaires et invités.

« Le centre m'a ouvert de nombreuses portes. Il m'a non seulement permis de jouer au foot, mais aussi de retourner à l'école, ce que je croyais impossible. »

Mary Chama-Participant

Community Street Soccer

Exploiter le pouvoir du sport pour changer des vies

Street Soccer favorise l'intégration sociale et le développement personnel des participants en leur apportant un soutien et en valorisant la participation, l'intégration, l'engagement et l'esprit d'équipe.



Lieu	Australie
Organisation	The Big Issue
Dates	2007 – en cours
Tranche d'âge	À partir de 16 ans
Participants	Plus de 5 000 personnes depuis sa création
Partenaires	Principaux : Nike, gouvernement australien, Melbourne Heart et partenaires régionaux
Faits marquants	The Big Issue a organisé la Coupe du monde des sans-abri en 2008.
Pour inspiration	www.thebigissue.org.au/community-street-soccer/about/



Résumé

Le programme local de foot de rue « Community Street Soccer », plus connu sous le nom de « Street Soccer », utilise le sport pour favoriser l'intégration sociale et le développement personnel des personnes sans abri, marginalisées et défavorisées. Il change des vies et améliore l'état de santé des communautés australiennes. Lancé en 2007, le programme Community Street Soccer a aidé plus de 5 000 personnes. Depuis, de nombreux participants ont constaté des changements positifs dans leur vie, après avoir saisi des opportunités proposées à titre individuel par Street Soccer en termes de pré-emploi, d'emploi, de santé et de logement.

Clés du succès

Avantages sociaux pour la communauté

Outre son impact direct sur chaque participant, Street Soccer est un programme de développement social peu coûteux, qui allège la note du contribuable australien. Une étude indépendante sur l'impact économique du programme a révélé que la participation à Street Soccer avait entraîné des changements de comportement au niveau individuel, ainsi qu'un recul des activités à risque.

Mobilisation des participants

Les participants sont profondément associés au programme. Les personnes qui se sont longtemps détourné des services d'accompagnement et de soutien traditionnels bénéficient ainsi d'une aide efficace. L'individu est au cœur de la solution et le programme lui apporte l'aide et les outils dont il a besoin pour faire évoluer sa vie dans le bon sens.





Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

Le programme utilise le football comme un catalyseur pour transformer la vie des participants et leur redonner un but à atteindre ainsi qu'un sentiment d'appartenance. La pratique sportive est au cœur du projet, puisque les participants se retrouvent une fois par semaine pour des entraînements ou des matchs. Chaque site dispose de terrains permanents, d'équipements et de son propre entraîneur.

Offrir l'égalité d'accès au sport

Le programme vise à réunir des enfants, notamment ceux des quartiers pauvres, dans le cadre d'activités sportives. Les objectifs sont multiples : améliorer la santé, favoriser l'intégration et le développement local.

Stratégie de communication

Le programme utilise différents moyens de communication, comme la publication « The Big Issue Magazine », des communiqués de presse et les réseaux sociaux.

Évaluation du programme

L'évaluation porte sur les solutions mises en place pour résoudre les problèmes des sans-abri (ex. violence domestique et familiale, isolement social, toxicomanie et alcoolisme, chômage) plutôt que sur les résultats (ex. absence de toit).



« Soutenez cette cause, car c'est probablement le meilleur programme jamais mis en place pour les sans-abri. Il m'a permis de retrouver une vie normale. »

Un participant au programme

Open Sunday

Réunir les enfants dans le cadre d'activités sportives

Chaque dimanche après-midi, entre octobre et mars, les enfants suisses peuvent accéder librement aux gymnases locaux pour y pratiquer des activités physiques.



Lieu	Suisse
Organisation	Fondation idée:sport
Dates	2006 – en cours
Tranche d'âge	6-12 ans
Participants	Environ 7 000 enfants en 2012
Partenaires	Aide nationale, cantonale et communale (au niveau des villes), dons privés et bénévolat. Save the Children, Laureus.
Faits marquants	En 2012, les participants étaient issus de 44 communautés ; 55 % étaient des citadins et 45 % des ruraux. Environ 43 % des participants sont des filles.
Pour inspiration	www.ideesport.ch/de/opensunday

Résumé

Le programme Open Sunday permet à des enfants de 6 à 12 ans d'accéder aux gymnases locaux le dimanche après-midi entre octobre et mars pour y pratiquer des activités physiques et sportives. Inutile de s'inscrire, de réserver ou de payer pour participer: le programme est ouvert à tous les enfants de cette tranche d'âge. Une multitude de sports et d'activités sont proposés dans ces «points de rencontre sportive». Une équipe de chargés de projet professionnels, de bénévoles et de jeunes entraîneurs encadre et gère ce programme destiné aux enfants.

Clés du succès

Accessibilité et flexibilité

Mis en place dans 44 communautés suisses, le programme est accessible à tout enfant souhaitant y participer.

Participation et formation des pairs

Le principe de participation et de formation des pairs est la clé du succès de ce programme. En 2012, environ 2 500 jeunes entraîneurs, des filles et des garçons âgés de 13 à 17 ans, étaient présents dans les gymnases pour encadrer et gérer le programme. Plus de 200 formations sont organisées chaque année pour les préparer à ce rôle d'encadrement.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

L'objectif principal du programme est de mettre une salle et des équipements à la disposition des enfants pour qu'ils puissent faire du sport et pratiquer une activité physique.

Améliorer le bien-être et la santé publique

Les enfants qui participent à ce programme passent moins de temps chez eux à jouer aux jeux vidéo et plus de temps à pratiquer des activités physiques, ce qui est bénéfique pour leur santé en général.

Offrir l'égalité d'accès au sport

Le programme vise à réunir des enfants, notamment ceux des quartiers pauvres, dans le cadre d'activités sportives. Les objectifs sont multiples : améliorer la santé, favoriser l'intégration et le développement local.

Stratégie de communication

Les principaux outils de communication du programme sont le bouche-à-oreille et des supports imprimés, distribués et mis à disposition au sein des communautés locales.

Évaluation du programme

L'évaluation repose sur un contrôle quantitatif ainsi que sur des entretiens avec les participants et les membres de l'équipe.



« Cette initiative est vraiment vitale ;
les jeunes doivent avoir la possibilité
d'être actifs – comme vous pouvez
le voir, ils donnent tout ce qu'ils ont. »

Un entraîneur du programme Open Sunday

Elderly Aquatics

Permettre aux personnes âgées de pratiquer une activité physique

Ce programme organise, dans un environnement sécurisé et agréable, des activités aquatiques destinées aux seniors des communautés de Trinité-et-Tobago qui sont dans l'incapacité de participer à des programmes d'exercice plus classiques.



Lieu	Trinité-et-Tobago
Organisation	Comité National Olympique de Trinité-et-Tobago
Dates	2009 – en cours
Tranche d'âge	À partir de 55 ans
Participants	Environ 130 participants
Partenaires	Solidarité Olympique
Faits marquants	Ce programme est ouvert à tous les seniors issus de deux communautés des îles de Trinité-et-Tobago. Les participants sont initialement recommandés par l'Association des diabétiques et le centre de soins local ; à ce jour, ce programme a réuni près de 130 participants des deux communautés.
Pour inspiration	www.ttoc.org

Résumé

Le programme Elderly Aquatics du Comité National Olympique de Trinité-et-Tobago (TTOC) fait partie d'un programme à plus grande échelle intitulé «Shape the Community» («Façonner la communauté»). Ce dernier a notamment vocation à améliorer la santé physique et mentale des personnes âgées. Cette population est trop souvent négligée par la communauté, en raison des idées fausses et des préjugés relatifs à son âge et à ses capacités. Les efforts en faveur d'un mode de vie sain sont insuffisants. Les activités doivent être conçues de manière à prendre en compte les aptitudes physiques des personnes âgées. Des séances d'une heure sont organisées deux fois par semaine et encadrées par un professeur certifié. Le programme inclut également des séances thérapeutiques, organisées en même temps que l'aquagym.

Clés du succès

Un programme adapté

Dans une société où les personnes âgées sont souvent perçues comme faibles, fragiles et inactives, il est important de concevoir des activités qui fassent travailler le corps et l'esprit. Ces loisirs aquatiques s'adressent aux personnes physiquement limitées, incapables de participer à d'autres activités, même les plus douces. Le programme aquatique permet de faire de l'exercice sans trop solliciter les articulations ou les muscles.

Composante d'un programme plus global

Le programme Elderly Aquatics fait partie d'un programme plus vaste du TTOC intitulé «Shape the Community» («Façonner la communauté»). Ce programme a été développé pour promouvoir le sport de proximité et favoriser le développement de la communauté par le sport. L'objectif est d'entraîner des changements positifs au sein de la communauté dans laquelle il est mis en œuvre, de renforcer la participation, d'améliorer la qualité de vie et de favoriser le développement personnel ou communautaire.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

Le programme vise à faire connaître l'intérêt et les bienfaits de l'exercice physique pour les personnes âgées. Il propose un programme d'exercices accessible aux seniors incapables de participer à des programmes plus classiques.

Améliorer le bien-être et la santé publique

Le programme cherche à proposer des activités aquatiques efficaces et accessibles aux seniors dans les communautés dotées de bassins pour leur permettre de lutter contre les maladies liées à la sédentarité. Par ailleurs, les échanges sociaux peuvent contribuer à faire reculer les sentiments de dépression et d'isolement ; les progrès réalisés dans le cadre des activités aquatiques peuvent également permettre à ces personnes de retrouver une indépendance et d'avoir une meilleure estime d'elles-mêmes.

Stratégie de communication

Le bouche-à-oreille est le principal mode de communication. Les sections locales de l'Association des diabétiques et le personnel infirmier du centre de soins local ont également contribué à informer les seniors de la communauté.

Évaluation du programme

Des questionnaires sont distribués aux participants pour évaluer l'amélioration de leur qualité de vie. Des tests médicaux, effectués régulièrement, servent de référence pour le suivi des participants. Ces mesures permettent également aux professeurs d'adapter le programme aux besoins de chaque participant et de formuler des recommandations d'amélioration personnalisées.

« Je participe au programme depuis trois mois. Mon objectif était de retrouver de la mobilité au niveau de la cheville : les programmes d'aquagym et de danse m'ont permis d'y arriver, mais je compte bien poursuivre ces activités. »

Lenore - Participante au programme



Programme de cyclisme pour tous de l'Union Cycliste Internationale (UCI)

Généraliser la pratique du vélo

Le programme de cyclisme pour tous de l'UCI encourage les habitants du monde entier à faire du vélo pour se déplacer, rester en forme, se détendre ou faire du sport.



Lieu	Monde entier
Organisation	Union Cycliste Internationale (UCI)
Dates	2005 – en cours
Tranche d'âge	Tous âges
Participants	30 millions de personnes dans le monde
Partenaires	Fédérations nationales, pouvoirs publics, organisateurs d'événements, ONG
Faits marquants	Quelque 40 % des 170 fédérations nationales membres de l'UCI ont mis en place un programme de cyclisme pour tous. Près de 30 d'entre elles sont très actives en matière de cyclisme pour tous: organisation de nombreuses courses, octroi de licences de cyclisme pour tous, création d'une commission spécialisée et nomination d'un chargé de programme en leur sein.
Pour inspiration	www.uci.ch/cyclingforall/

Résumé

La pratique du cyclisme amateur ou de loisir regroupe près d'un milliard de personnes. Pour établir un lien avec cette communauté de cyclistes et faire en sorte que ce sport continue de se développer localement, l'UCI a créé le programme de cyclisme pour tous.

Clés du succès

Structure pyramidale

L'UCI a créé et gère le programme de cyclisme pour tous. Les fédérations nationales, chargées de la mise en œuvre au niveau national, jouent cependant un rôle clé dans le développement du programme.

Financement

Au départ, le programme était directement financé par l'UCI. Cependant, le récent succès des épreuves de cyclisme pour tous de l'UCI lui permet désormais de s'autofinancer. Le programme de cyclisme pour tous est ainsi devenu indépendant, permettant à l'UCI d'investir en faveur du développement de la discipline.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

Le programme a été élaboré autour du cyclisme, et l'un de ses objectifs est de favoriser l'essor de la discipline en tant que sport de compétition ou activité de loisirs dans le monde entier.

Soutenir les sociétés actives

L'objectif du programme de cyclisme pour tous de l'UCI est d'inciter les habitants du monde entier à faire régulièrement du vélo pour se déplacer, rester en forme, se détendre ou faire du sport.

« Ces événements ont non seulement un intérêt social, mais font également fonctionner l'économie locale et le tourisme ; en effet toutes les communautés voisines participent à leur organisation en tant que bénévoles ou fournisseurs. »

Roberto Iglesias – Organisateur et membre de la commission espagnole du cyclisme pour tous



Stratégie de communication

Les moyens de communication utilisés pour faire connaître le programme sont : le site web de l'UCI, le calendrier des épreuves de cyclisme pour tous, les fédérations nationales et les décideurs.

Évaluation du programme

Les résultats du programme ont abouti aux actions suivantes : classement des cyclistes en différents groupes d'intérêt, formulation de recommandations pour les fédérations nationales, création de séries d'épreuves et soutien des organisations de défense.

Programme IMAGE

Mettre fin à l'exclusion sociale des handicapés

IMAGE signifie Indian Mixed Ability Group Events. Il s'agit d'un programme qui utilise le sport pour rétablir la communication entre les handicapés et les personnes valides, et qui cherche à faire évoluer la perception du handicap.



Lieu	État du Rajasthan (Inde)
Organisation	Sucheta Kriplani Shiksha Niketan (SKSN) Institute and Indiability Foundation
Dates	2005 – en cours
Tranche d'âge	8-18 ans
Participants	1 000 membres
Partenaires	Fondation Laureus Sport for Good
Faits marquants	En 2005, le premier club SKSN IMAGE accueillait, à l'institut SKSN, 195 handicapés de 8 à 12 ans et 195 enfants valides du même âge scolarisés dans les écoles locales et issus d'horizons socio-économiques variés. Dix-huit clubs IMAGE sont répartis dans l'État du Rajasthan, ce qui représente un total de 1 000 membres. Le programme commence à se développer au-delà des frontières du Rajasthan.
Pour inspiration	www.sksn.org www.indiability.org

Résumé

IMAGE est un programme géré par l'institut SKSN et la fondation Indiability depuis 2005 ; des enfants valides et handicapés participent quotidiennement, côte à côte et sur un pied d'égalité, à des activités. L'objectif est qu'ils parviennent à transposer cette expérience dans leur propre vie. Les enfants sont socialement rééduqués au sein de communautés intégrées, où toutes les aptitudes sont respectées et où chaque contribution est valorisée. IMAGE influence les jeunes esprits en délivrant un apprentissage par l'expérience fondé sur le sport. Le programme est mis en œuvre par le biais d'un réseau de clubs, qui se réunissent chaque année dans le cadre des jeux Indiability, auxquels les parents et la communauté sont conviés pour soutenir les participants et découvrir les clubs.

Clés du succès

Intégration des personnes handicapées et valides

Ce programme unique permet, pour la première fois, à des personnes handicapées et valides de participer à des activités quotidiennes sur un pied d'égalité. Le programme comprend des épreuves spécialement conçues pour permettre aux enfants valides et handicapés de concourir ensemble, aux enfants valides d'utiliser les équipements des enfants handicapés et aux enfants handicapés de mettre en avant leurs aptitudes.

Connaissances et savoir-faire de l'organisme fondateur

Depuis 20 ans, l'institut SKSN éduque des enfants handicapés physiques dans les zones rurales. L'institut a été créé pour permettre à ses élèves de devenir indépendants et de s'épanouir dans la vie. Le recours inédit au sport a permis aux élèves de prendre davantage confiance en eux et d'être fiers de leurs exploits. IMAGE contribue à cette vision en changeant les mentalités et en favorisant l'intégration des personnes handicapées dans la société.



Objectifs du programme

Offrir l'égalité d'accès au sport

L'objectif principal d'IMAGE est de faire tomber les barrières, de favoriser la compréhension et la tolérance, et d'inculquer le respect par le sport. Les clubs contribuent à lutter contre les préjugés et informent de manière neutre et informelle. Les jeux Indiability étendent cette influence à d'autres communautés.

Améliorer le bien-être et la santé publique

De nombreux membres handicapés d'IMAGE souffrent de poliomyélite – une maladie qui se transmet par voie oro-fécale et qui peut être évitée juste en se lavant les mains à l'eau et au savon. Les membres handicapés d'IMAGE sont des exemples de ce qui se passe en cas de défaillance des soins et de non-respect des mesures de santé et d'hygiène.

Soutenir les sociétés actives

L'ensemble du projet repose sur les écoles, et les clubs IMAGE se réunissent une fois par semaine en période scolaire. Les enseignants, qui participent au fonctionnement des clubs et peuvent constater les changements opérés, subissent ainsi une influence positive.

Stratégie de communication

La communication du programme repose sur une interaction directe avec les écoles à travers des réunions régulières avec les parents, la communauté et les médias locaux.

Évaluation du programme

L'évaluation d'IMAGE mêle enquêtes quantitatives et débats, mais s'appuie essentiellement sur les réponses qualitatives informelles des participants. Des processus d'évaluation plus rigoureux sont actuellement mis en œuvre par le biais de différents outils.

« Après l'épreuve, j'étais fier de moi, car je n'avais jamais participé à ce genre de course. Avant, on avait pitié de moi. Personne ne me croyait capable d'accomplir quelque chose de positif et de différent. »

Janak Singh – Membre handicapé d'IMAGE



Campagne « Amener les enfants à la neige » de la Fédération Internationale de Ski (FIS)

Faire des activités de neige le choix de prédilection des jeunes en hiver

« Amener les enfants à la neige » est une campagne internationale menée sur plusieurs années et lancée en 2007 pour faire découvrir les activités de neige aux enfants et aux jeunes. Elle se divise en deux phases : SnowKidz et la Journée mondiale de la neige.



Lieu	Monde entier
Organisation	Fédération internationale de ski (FIS)
Dates	2007 – en cours
Tranche d'âge	4-14 ans
Participants	Plus de 500 000 participants
Faits marquants	39 pays ont participé aux deux premières éditions de la Journée mondiale de la neige, avec plus de 660 épreuves et 500 000 participants dans le monde entier.
Pour inspiration	www.bringchildrentothesnow.com www.fis-ski.com

Résumé

La campagne « Amener les enfants à la neige » vise à permettre aux novices de découvrir la neige et de renouveler l'intérêt de ceux qui pratiquent déjà ces sports. La campagne cherche à concrétiser cette vision à travers deux grands projets : SnowKidz et la Journée mondiale de la neige. La campagne cible principalement les enfants entre 4 et 14 ans et leur famille. La FIS espère ainsi convaincre d'autres adolescents et jeunes adultes. La priorité de la campagne n'est pas de former des compétiteurs pour une discipline particulière de la FIS, mais d'inculquer le plaisir de la neige.

Clés du succès

Une campagne en deux étapes

La campagne se divise en deux phases distinctes. Tout d'abord, SnowKidz est un programme et une plate-forme de communication uniques, lancés en 2009 pour permettre aux organisateurs du monde entier de partager et de présenter les initiatives qu'ils ont imaginées pour faire découvrir la neige aux enfants. Des manifestations peuvent être organisées à tout moment de l'année, n'importe où dans le monde. La Journée mondiale de la neige est la seconde phase de la campagne. Elle ne se limite pas aux membres de la FIS, mais s'adresse à toute la communauté des sports de neige ; l'objectif est de séduire les enfants de 4 à 14 ans en encourageant tous les acteurs du secteur à fêter la neige le même jour, dans le monde entier. Cette journée sera organisée tous les ans, le troisième dimanche de janvier.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

L'objectif de la campagne est de faire découvrir la neige aux novices et de renouveler l'intérêt de ceux qui pratiquent déjà ces sports, afin d'encourager la pratique sportive. L'objectif de la FIS est de faire du ski et du snowboard des activités sportives et de loisirs de premier choix. Par le biais de la campagne « Amener les enfants à la neige », la FIS souhaite endiguer le déclin de la pratique des sports de neige chez les jeunes et inciter les associations nationales de ski membres de la FIS à promouvoir ces sports dans leur pays.

Améliorer le bien-être et la santé publique


Les bienfaits des sports de neige pour la santé sont évidents et bien connus de tous. La FIS cherche à éloigner les enfants de la pratique virtuelle des sports de neige par les jeux vidéo, pour les mettre véritablement en contact avec la neige. L'émerveillement éprouvé par le sportif face à la nature qui l'entoure constitue l'un des principaux avantages des sports de neige sur beaucoup d'autres disciplines.

Stratégie de communication

La FIS souhaite commercialiser et faire connaître le projet à travers deux types de médias - les médias traditionnels (télévision, presse, radio, etc.) et les nouveaux médias/réseaux sociaux (Facebook, Twitter et YouTube). Concernant les médias traditionnels, la FIS a établi des partenariats avec Eurosport, l'Union Européenne de Radio-Télévision et Infront Sports & Media pour promouvoir la Journée mondiale de la neige. La FIS exploite également ses propres modes de communication, tels que ses bulletins d'information, ainsi que les sites web et réseaux sociaux consacrés aux différentes disciplines.

Évaluation du programme

Les organisateurs et le public sont consultés directement afin d'évaluer les objectifs du programme. L'enquête est menée sur les sites web de la campagne SnowKidz et de la Journée mondiale de la neige.



« Ce fut une fabuleuse expérience pour ma famille. Nous sommes venus de loin pour participer à l'événement et nous sommes subjugués par la qualité de l'organisation et par le simple fait que nos enfants puissent pratiquer des sports de neige. Je n'ai pas pratiqué de sports de neige depuis de nombreuses années et voici que l'occasion se présente avec mes enfants. »

Margaret - Participante

Segundo Tempo

Promouvoir la pratique et les bienfaits du sport

Le programme Segundo Tempo permet aux enfants, aux adolescents et aux jeunes de vivre de nombreuses expériences dans le cadre d'activités sportives et leur propose une éducation sportive visant à améliorer leurs aptitudes à la vie quotidienne.



Lieu	25 États brésiliens
Organisation	Ministère brésilien des Sports
Dates	2003 – en cours
Tranche d'âge	6-20 ans
Participants	Plus de 6 millions de participants depuis 2003
Partenaires	Diverses agences du gouvernement fédéral, gouvernements des États participants, municipalités et ONG
Faits marquants	Chez plus de 75 % des participants, une amélioration de l'estime de soi, des aptitudes de communication, de la vie sociale et familiale, un regain d'intérêt pour les activités et les performances scolaires et/ou les questions de santé ainsi qu'une diminution des risques sociaux ont été observés.
Pour inspiration	www.esporte.gov.br/index.php/institucional/esporte-educacao-lazer-e-inclusao-social/segundo-tempo



Résumé

Le programme Segundo Tempo a été créé par le ministère brésilien des Sports afin de promouvoir la pratique et les bienfaits du sport en milieu scolaire. Le programme porte sur le développement des aptitudes des enfants, des adolescents et des jeunes à la vie quotidienne, afin d'améliorer leur qualité de vie. Il cible en priorité les groupes situés dans des secteurs socialement défavorisés. Les participants sont choisis sans aucune distinction ou discrimination à l'égard du sexe, de l'origine ethnique, de la religion ou de l'orientation sexuelle. Depuis 2003, le programme regroupe plus de 6 millions de participants à travers le Brésil ; ce chiffre devrait encore augmenter et le nombre de villes associées au projet tripler dans les années à venir.

Clés du succès

Collaboration et soutien plurisectoriels

Segundo Tempo repose sur différents partenariats. L'objectif est de créer des emplois pour les professionnels du sport et de l'éducation physique dans leurs régions respectives, et d'améliorer les infrastructures sportives des écoles publiques du pays.

Opérations décentralisées

Les institutions locales sont invitées à participer à la planification et à l'exécution de leurs programmes de façon à les rendre plus attrayants et à les adapter aux bénéficiaires.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

Le programme permet aux enfants d'être occupés et de se montrer actifs en leur proposant des expériences et des activités sportives propices à leur développement personnel. Le programme entend aussi introduire le sport dans les établissements scolaires afin d'améliorer l'interaction entre enfants, adolescents et jeunes.

Les participants ciblés sont essentiellement des élèves des écoles publiques.

Soutenir les sociétés actives

La mise en œuvre d'activités dans les écoles, ainsi que dans des lieux publics et privés, par l'organisation d'activités avant ou après l'école, garantit que les infrastructures existantes sont bien utilisées et donc appréciées à leur juste valeur par la communauté.

Améliorer le bien-être et la santé publique

Le programme offre des possibilités d'apprentissage par le biais du sport et des loisirs. Les enfants, adolescents et jeunes sont ainsi occupés une bonne partie de la journée, ce qui constitue un gage de sécurité et leur offre des opportunités de développement, ce qui contribue à l'édification d'une société meilleure.

Stratégie de communication

La communication du programme repose sur différents moyens, tels que les sites web et les plates-formes de réseaux sociaux.

Évaluation du programme

Le programme est évalué à l'aide d'un système de suivi et d'évaluation. Ce système repose sur une enquête permettant d'évaluer les aspects opérationnels des programmes, puis d'élaborer et de valider des indicateurs d'efficacité, de performance et d'impact. Les résultats sont ensuite publiés.



Formation de base de la FIG

Former les adultes souhaitant devenir entraîneurs de gymnastique

La formation de base de la FIG permet aux adultes souhaitant devenir entraîneurs de gymnastique d'acquérir des connaissances et compétences fondamentales, qu'ils transmettront ensuite à leurs futurs élèves.



Lieu	Monde entier mais cette étude de cas porte sur la formation organisée au Cap (Afrique du Sud)
Organisation	Fédération Internationale de Gymnastique (FIG)
Dates	9-14 juillet 2012
Groupe cible	Adultes souhaitant devenir entraîneurs de gymnastique
Participants	28 participants
Partenaires	Fédérations affiliées à la FIG, Union Africaine
Pour inspiration	www.fig-gymnastics.com

Résumé

La formation de base de la FIG permet aux entraîneurs de gymnastique en exercice ou en devenir d'acquérir des connaissances et des compétences fondamentales à mettre en œuvre dans le cadre de leurs entraînements. La formation couvre les sept disciplines de la FIG : gymnastique pour tous (GfA), gymnastique artistique masculine, gymnastique artistique féminine, gymnastique rythmique, trampoline, aérobic et gymnastique acrobatique. Cependant, la formation organisée par la FIG au Cap a un objectif particulier : permettre à la Fédération nationale d'acquérir les compétences nécessaires à l'organisation de la prochaine édition du World Gym for Life Challenge, en juillet 2013. Il s'agit d'une compétition de « gymnastique pour tous » regroupant des clubs et des groupes membres des fédérations affiliées à la FIG. L'événement rassemblera entre 1 500 et 2 000 participants et participantes de tous âges, valides ou handicapés.

Clés du succès

Un programme soutenu par une Fédération Internationale

Le fait que cette formation fasse partie d'un programme plus global de la FIG est l'une des principales raisons de son succès. La FIG bénéficie d'une grande expérience en matière de programmes de développement sportif et, depuis le programme de formation de base en 2007, 13 programmes ont déjà été mis en œuvre dans le monde (quatre en Afrique, trois en Europe, un en Asie et cinq sur le continent américain).

Programme axé sur les entraîneurs

Les formations de base de la FIG sont axées sur les racines mêmes du développement sportif : les entraîneurs. Ces derniers, chargés de promouvoir et de développer la gymnastique au sein de leur pays, se sentent plus impliqués et obtiennent de meilleurs résultats en termes de pratique sportive.



Objectifs du programme

Soutenir les sociétés actives

Le programme de formation de base de la FIG bénéficie non seulement aux entraîneurs, mais également à leurs futurs élèves. Ainsi, plus les entraîneurs seront formés, plus les jeunes auront la possibilité d'intensifier leur pratique sportive.

Améliorer le bien-être et la santé publique

Le programme participe à la lutte contre l'obésité et d'autres maladies liées au manque d'activité physique. L'objectif est de former les entraîneurs et de leur permettre d'acquérir les compétences nécessaires pour inciter les jeunes à bouger.

Stratégie de communication

La communication autour des formations de base de la FIG repose sur l'envoi d'e-mails aux fédérations membres de la FIG/à l'Union Africaine, sur le site web de la FIG et les réseaux sociaux.

Évaluation du programme

À l'issue de chaque formation, les participants doivent passer un examen consistant en des questions théoriques et des exercices pratiques. La réussite est totale, puisque personne n'a encore échoué à cet examen. Un suivi devrait prochainement être mis en place pour évaluer ces formations.

« Cette formation m'a permis d'acquérir les connaissances de base indispensables pour commencer à travailler avec des gymnastes, et d'apprendre à mieux gérer leurs différents comportements. »

Aletta Petlo-Participant



Programme de distribution de kits de sport CIO-HCR-samsung

Permettre aux jeunes réfugiés de faire du sport

En distribuant des équipements sportifs, ce programme permet aux jeunes des camps de réfugiés d'organiser des activités sportives, qui leur permettront de se divertir et leur apporteront un semblant de normalité.



Lieu	20 pays d'Afrique, d'Asie et d'Amérique latine
Organisation	Programme tripartite entre le Comité International Olympique, Samsung et le Haut Commissariat des Nations Unies pour les réfugiés (HCR)
Dates	Janvier 2012 – décembre 2013
Groupe cible	Jeunes vivant dans les camps gérés par le HCR
Participants	150 000 jeunes sur deux ans
Partenaires	Le CIO, Samsung et le HCR
Faits marquants	20 pays ciblés. Six sports (football, volleyball, basketball, netball, tennis de table). On compte actuellement plus de 42 millions de réfugiés à travers le monde.
Pour inspiration	www.olympic.org www.unhcr.org

Résumé

Ce programme de deux ans vise à distribuer des kits de sport fournis par le CIO, le HCR et Samsung dans 20 pays d'Asie, d'Afrique et d'Amérique latine. Chaque kit fourni par le CIO contient des équipements et du matériel de base pour environ 300 enfants, tels que ballons, dossards, casquettes, maillots et craies pour délimiter le terrain. Ce programme de deux ans permettra à plus de 150 000 jeunes vivant dans des camps de réfugiés gérés par le HCR (et potentiellement 300 000 bénéficiaires indirects parmi les populations des camps, les communautés voisines associées aux activités sportives, etc.) de se montrer actifs et de faire du sport.

Clés du succès

Collaboration et soutien plurisectoriels

Le modèle collaboratif unique du programme de distribution des kits de sport est l'une des principales raisons de son succès. En alliant leurs compétences, le CIO, le HCR et Samsung ont donné une dimension unique et ambitieuse au programme. Par ailleurs, l'aide financière de Samsung rend ce programme financièrement viable.

Améliorer la vie des réfugiés

Ce programme apporte aux réfugiés une part de rêve et c'est ce qui explique en grande partie son succès. Les camps de réfugiés laissent peu de place au divertissement et c'est là que le programme de distribution des kits de sport du CIO, du HCR et de Samsung fait toute la différence.

Flexibilité

Les kits de sport du CIO, du HCR et de Samsung sont simples à utiliser et peuvent être adaptés en fonction de l'environnement local et des ressources naturelles disponibles dans les camps de réfugiés.



Objectifs du programme

Améliorer le bien-être et la santé publique

Le programme permet de goûter au bonheur de faire du sport et de faire bénéficier les jeunes réfugiés, qui ont souvent vécu les pires atrocités, de ses bienfaits psychologiques. En effet, il apporte une contribution importante en apaisant les tensions et les craintes des personnes qui doivent vivre en communauté dans des camps et des installations de réfugiés.

Soutenir les sociétés actives

Le programme de distribution des kits de sport vise à venir en aide aux personnes contraintes de quitter leur pays natal afin de fuir les persécutions, les conflits et la violence, en leur permettant de se divertir et de faire du sport. Le programme a pour objectif d'apporter la joie et la paix dans la vie des réfugiés en leur permettant de faire du sport ensemble et les aide à s'intégrer dans leur nouvel environnement par le biais du sport.

« Malheureusement, malgré la passion des jeunes Africains pour le sport, la majorité d'entre eux n'ont pas les moyens de réaliser pleinement leur potentiel. Il est important d'intervenir aux racines mêmes du développement sportif en fournissant aux enfants en âge d'être scolarisés tout le matériel nécessaire. »

Ntutule Tshenye – Responsable des relations entre les entreprises et les pouvoirs publics et de la conscience sociale pour Samsung Afrique

Stratégie de communication

La communication repose sur les plates-formes médias du CIO, du HCR et de Samsung, et notamment leurs sites web. Quelques vidéos présentant les activités sportives organisées dans certains camps ont été tournées spécialement, et une galerie photos a été mise à disposition pour promouvoir le programme.

Évaluation du programme

Un an après le lancement du programme, le projet a été mis en œuvre dans 10 des 20 pays bénéficiaires, profitant directement à quelque 76 000 jeunes. L'organisation bénéficiaire évalue actuellement le programme à mi-parcours.



Programme de Coca-Cola en faveur d'un mode de vie actif

Inciter les jeunes à adopter un mode de vie actif

Le programme de Coca-Cola en faveur d'un mode de vie actif vise à généraliser la pratique sportive chez les jeunes âgés de 12 à 19 ans, afin qu'ils éprouvent du plaisir à faire du sport ensemble, pendant toute leur scolarité.



Lieu	Pays-Bas
Organisation	Partenariat exclusif entre Coca-Cola, NOC*NSF (Comité National Olympique des Pays-Bas) et KVLO (organisation des professeurs d'éducation physique)
Dates	2003 – en cours
Groupe cible	Élèves entre 12 et 19 ans
Faits marquants	325 collèges et lycées. Compétitions sportives organisées toute l'année dans les écoles, dans 19 disciplines différentes. Objectif fin 2016 : 400 établissements scolaires. La finale est organisée dans le stade olympique d'Amsterdam (Jeux Olympiques de 1928) afin de faire vivre à tous les finalistes une expérience olympique.
Pour inspiration	www.coca-colacompany.com/sustainabilityreport/me/active-healthy-living.html#section-what-we-are-doing-about-obesity



Résumé

En collaboration avec le Comité National Olympique des Pays-Bas (NOC*NSF) et la fédération néerlandaise des professeurs d'éducation physique, Coca-Cola a créé un programme en faveur d'un mode de vie actif, qui représente la compétition sportive la plus importante jamais organisée dans les écoles des Pays-Bas. Lancé en 2003, ce programme attire l'attention des jeunes sur l'importance d'un mode de vie sain et actif. En 2011, plus de 150 000 élèves et 48 % des collèges et lycées ont participé au programme de Coca-Cola en faveur d'un mode de vie actif, et 5 500 d'entre eux ont participé aux finales nationales organisées dans le stade olympique d'Amsterdam, qui a accueilli les Jeux Olympiques de 1928.

Clés du succès

Un modèle de partenariat unique

L'une des principales raisons du succès du programme est la solidité de son modèle de partenariat. En alliant leurs compétences, le NOC*NSF et Coca-Cola ont donné une dimension unique et ambitieuse au programme.

Finalité du programme

Le programme permet à tous les adolescents de vivre une expérience passionnante en leur offrant la possibilité de rencontrer des jeunes d'autres établissements. Cela crée une bonne ambiance et favorise la compétition amicale entre toutes les écoles des Pays-Bas.

Communication ciblée

Le programme a adapté ses voies de communication afin de toucher un public jeune. En effet, les adolescents communiquent beaucoup par le biais des réseaux sociaux.

Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

L'objectif du programme de Coca-Cola est de rassembler le plus d'écoles possible afin de lancer un mouvement en faveur d'une vie saine et active aux Pays-Bas. Le très grand nombre de participants, en constante augmentation, parle de lui-même: en 10 ans, le programme a réussi à promouvoir l'activité physique et à renforcer la pratique sportive des adolescents âgés de 12 à 19 ans.

Améliorer le bien-être et la santé publique

Le programme de Coca-Cola en faveur d'un mode de vie actif permet aux adolescents de faire du sport ensemble. Bien que la compétition ne dure que deux ou trois jours par an, les adolescents doivent s'entraîner chaque semaine, ce qui contribue à la lutte contre l'obésité.

Stratégie de communication

La communication repose sur une plate-forme de réseaux sociaux (Facebook) ainsi que sur d'autres médias, tels que le site web de Coca-Cola.

Évaluation du programme

Pour la première édition en 2003, quelque 1 000 participants issus de 27 écoles ont pris part au programme de Coca-Cola en faveur d'un mode de vie actif. Cinq ans plus tard, le nombre de participants a été multiplié par cinq et représentait 100 établissements scolaires. En 2008, le partenariat a été étendu à toutes les compétitions sportives organisées dans le cadre scolaire, et a intégré des épreuves de qualification et des finales régionales. En 2012, 150 000 participants représentant 325 écoles ont participé à l'épreuve de qualification, 25 000 aux finales régionales et 5 500 à la finale. En 2016, le programme de Coca-Cola en faveur d'un mode de vie actif vise la participation de 400 établissements, soit 65 % des collèges et des lycées des Pays-Bas.



Patinage artistique à Harlem

Se servir du sport pour offrir une éducation, des ouvertures et un moyen d'émancipation aux jeunes filles des communautés les plus défavorisées de la ville de New York

L'objectif de ce programme est de transformer l'existence de jeunes filles du quartier de Harlem et de les aider à prendre confiance en elles-mêmes, à acquérir de l'assurance et à améliorer leurs résultats scolaires grâce au patinage artistique.



Lieu	New York (USA)
Organisation	Patinage artistique à Harlem (Figure Skating in Harlem, FSH)
Dates	1997 – en cours
Groupe cible	Fillettes et adolescentes de 6 à 18 ans
Participants	Des centaines de jeunes filles par an
Partenaires	Fondations privées, plusieurs patineurs olympiques américains
Faits marquants	Chaque année, des élèves signent un contrat et s'engagent à obtenir au minimum une moyenne générale de niveau B dans le cadre de leurs résultats scolaires. Plus de 84 % des élèves sont parvenues à obtenir les résultats espérés. 97 % des élèves ont reconnu éprouver un sentiment d'accomplissement personnel et avoir acquis une autodiscipline. 100 % des parents ont déclaré que le programme avait eu un effet positif sur leurs filles.
Pour inspiration	www.figureskatinginharlem.org

Résumé

L'organisation créée sous le nom de Patinage artistique à Harlem (Figure Skating in Harlem, FSH) offre aux jeunes filles des programmes novateurs d'activité et d'entraînement physiques, de même que des programmes éducatifs, et cela tout au long de l'année, afin de soutenir leurs résultats scolaires, leur santé physique et leur équilibre émotionnel. Les élèves participant à ces programmes, soit des jeunes filles âgées de 6 à 18 ans, consacrent jusqu'à 480 heures par an à ces programmes qui allient soutien scolaire et entraînement de patinage artistique, dont les deux programmes appelés «ICE: I Can Excel» et «Summer Dreams». Le programme dans son ensemble est mis en œuvre tout au long de l'année scolaire et comprend un minimum de 3 à 6 après-midis par semaine d'entraînement de patinage artistique, de cours de préparation à la vie active, de soutien scolaire pour l'exécution des devoirs et d'enrichissement académique. Chaque élève suit un programme qui prévoit des heures sur la glace, avec un entraînement de patinage de qualité, et reçoit l'équipement adéquat (patins à glace, protection pour les lames et sac), ainsi que la tenue nécessaire à la pratique de ce sport (survêtements de sport chauds pour l'entraînement, pulls et tenues de spectacle). Le programme traite de questions telles que la sécurité, le soutien social, la participation en classe et la gestion du temps. Il informe activement les jeunes filles défavorisées au sujet de toutes les possibilités éducatives et professionnelles dont elles peuvent bénéficier, en leur donnant tous les renseignements utiles concernant des types d'emplois non traditionnels, des aides financières et des programmes de bourses d'études, de même qu'en leur offrant la possibilité d'être suivies par des mentors qui sont elles-mêmes des femmes dont la carrière professionnelle est couronnée de succès.

Clés du succès

Un vaste programme

Le programme de pointe mis sur pied par la FSH est un vaste programme de soutien scolaire et de développement personnel qui a pour objectif d'aider les jeunes filles à acquérir des compétences scolaires fondamentales, afin de les préparer à leur avenir. Dispensé par des enseignants et des éducateurs agréés, le programme est en constante évolution, afin de répondre aux besoins des élèves. Les sujets abordés vont de la nutrition aux connaissances financières, des moyens de communication à la capacité à prendre la parole en public, des aptitudes à étudier de manière générale à l'étude de l'histoire du patinage et au développement de compétences socio- affectives. La FSH offre également la possibilité de participer à des ateliers professionnels, de bénéficier du soutien d'un mentor et de prendre part à des visites culturelles, afin d'apporter aux participantes des expériences marquantes, ainsi que de les aider à approfondir leur engagement dans leurs études pour arriver à mener leur vie avec succès.

Un programme en trois volets

Le programme se compose de trois volets: le patinage, les résultats scolaires et le bien-être social et affectif. Toutes les activités ont pour but d'aider les participantes à faire des progrès dans chacun de ces domaines. Les progrès de chaque élève sont suivis attentivement et de manière continue.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

Le programme se sert du patinage artistique en tant que catalyseur pour transformer des vies et faire naître chez les participantes le sentiment d'avoir un but dans la vie et celui d'appartenir à une communauté. La pratique d'un sport est l'un des piliers clés de ce projet, dans le cadre duquel les élèves suivent deux à trois séances d'entraînement par semaine, tout au long de l'année scolaire.

Améliorer le bien-être et la santé publique

Grâce au programme mis sur pied par la FSH, les élèves prennent part à des cours structurés d'activités physiques et de bien-être, afin d'améliorer leur forme physique et de leur inculquer des habitudes saines que les jeunes filles garderont toute leur vie. Les jeunes filles inscrites à ce programme, ainsi que les membres de leur famille sont de plus en plus conscients de l'importance de la santé et du bien-être physique de chacun.

Offrir l'égalité d'accès au sport

La principale raison à l'origine de la création de la FSH était de donner accès au patinage à des jeunes filles issues de communautés urbaines défavorisées et qui, sans cette aide, n'auraient aucune chance de pratiquer ce sport ni de bénéficier de toutes les connaissances relevant de la vie quotidienne qu'il peut leur apporter.

Stratégie de communication

La promotion de ce programme est assurée grâce à un site internet, qui fait l'objet d'environ 4500 visites par mois. De plus, des circulaires et des bulletins électroniques sont envoyés régulièrement aux 3500 membres figurant dans le fichier de l'organisation. Par ailleurs, la tenue des deux principales manifestations de la communauté, soit le «Soul on Ice Winter Skating Party» et l'«Annual Student Ice Show», est largement diffusée au moyen de communiqués de presse, cela un mois avant la manifestation concernée, ainsi qu'au moyen du site internet, de communications électroniques et de divers réseaux sociaux. La soirée du gala de bienfaisance - le «Skating with the Stars benefit gala», qui attire toujours un grand nombre d'entreprises et de particuliers donateurs - est annoncée par le biais de communiqués de presse et d'invitations officielles. La campagne de marketing, lancée en vue du gala, comprend des messages affichés sur les sites des réseaux sociaux (Facebook et Twitter), des appels téléphoniques, des lettres, ainsi que des messages électroniques envoyés à tous les membres du réseau de sympathisants actuels et potentiels.

Évaluation du programme

Les progrès de chaque élève sont évalués individuellement en fonction des différents domaines d'activités (performances en patinage, résultats scolaires, bien-être socio-affectif). Ces évaluations, qui comportent des entretiens, des observations durant les activités et des questionnaires, commencent avant le début de la saison et prennent fin une fois celle-ci terminée. Ce suivi permet de voir dans quelle mesure les participantes au programme progressent chaque année, de même que d'un point de vue linéaire depuis le moment de leur inscription.

« La FSH est le cadre dans lequel nous, en tant que jeunes filles, pouvons prendre confiance en nous-mêmes, nous émanciper et devenir des jeunes femmes qui osent s'exprimer. C'est un lieu où nous nous sentons en sécurité, soutenues et où nous apprenons à faire entendre notre voix. »

Sanaa Roper – Participante (12 ans)



Vive le rugby

Encourager les joueurs de tous âges à découvrir, pratiquer et adopter ce sport

L'objectif du programme mis sur pied par la Fédération mondiale de rugby (WR) est d'encourager des personnes de tous âges à pratiquer le rugby et à promouvoir ses valeurs de respect, de solidarité, de passion et de discipline.



Lieu	Monde entier
Organisation	World Rugby (WR)
Dates	Décembre 2012 – en cours
Groupe cible	Tous les âges
Participants	175 000 participants, dont un tiers est constitué de filles
Partenaires	Les fédérations membres de WR, le CIO (grâce aux subventions de développement des FI), divers fabricants d'équipements
Faits marquants	Le programme «Vive le rugby» connaît un essor rapide, puisqu'il est maintenant mis en œuvre dans plus de 1 000 institutions différentes (clubs et écoles) et sera opérationnel dans le cadre de 50 fédérations réparties dans le monde entier d'ici à fin 2013, puis dans 70 d'ici à fin 2014.
Pour inspiration	www.getintorugby.worldrugby.org

Résumé

Le programme «Vive le rugby» mis sur pied par la Fédération mondiale de rugby (WR) est le programme de développement visant à diffuser la pratique du rugby dans le monde entier, œuvrant pour cela en partenariat avec ses fédérations membres, afin de faire connaître et de populariser ce sport. Le programme assure la promotion des valeurs liées au rugby – lesquelles sont l'intégrité, le respect, la solidarité, la passion et la discipline – et veille à encourager garçons et filles à DÉCOUVRIR, PRATIQUER ET ADOPTER le rugby en toute sécurité et d'une manière qui soit tout à la fois plaisante et progressive. Les fédérations et associations qui décident de mettre en œuvre le programme «Vive le rugby» ont alors accès au matériel utile, sous la forme d'une boîte à outils, ainsi qu'aux ressources en ligne interactives nécessaires sur les plans de la formation et de l'éducation. La boîte à outils créée pour le programme «Vive le rugby» contient des ballons, des dossards et des tenues complètes, équipement qui fait partie intégrante du programme.

Clés du succès

Programme en trois phases

Le programme se déroule en trois phases successives, destinées à Découvrir, Pratiquer et Adopter ce sport. La phase initiale du programme a pour but de donner l'occasion aux enfants de découvrir le rugby dans le cadre de clubs, d'écoles et d'installations sportives appartenant aux communautés locales, afin d'apprendre et de mettre en pratique les valeurs, la passion, les principes et les capacités qu'implique ce sport. La deuxième phase permet aux joueurs de pratiquer ce sport dans un environnement sûr et agréable, comme dans le cadre de rencontres de championnats, de manifestations et de programmes sportifs, proposés après une première période d'entraînement. L'objectif de la troisième et dernière phase de ce programme est de permettre aux joueurs de progresser et de continuer à pratiquer le rugby, en qualité de joueur, d'entraîneur, d'arbitre, d'administrateur, de bénévole ou tout simplement de supporter, cela en intégrant des équipes, des clubs, des communautés ou les fédérations nationales.

Entraîneurs formés et équipements gratuits

Les trois étapes de ce programme sont assurées par des entraîneurs, des enseignants et des responsables de développement formés par WR ou par les fédérations nationales. L'objectif principal est de présenter aux enfants les principes de ce sport et de leur permettre de le pratiquer avec un enseignant ou un entraîneur, en utilisant les équipements fournis par WR et mis gratuitement à la disposition des enseignants et entraîneurs.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

Promouvoir la pratique d'un sport et du rugby en particulier est l'un des principaux objectifs du programme. Cela est rendu d'autant plus facile que de nombreux supports et matériels de formation sont fournis aux entraîneurs et aux enseignants. Le but ultime du programme «Vive le rugby» reste, bien entendu, de développer le rugby, afin d'accroître de manière nette le nombre de joueurs, d'entraîneurs et d'arbitres pratiquant ce sport d'ici à 2016.

Améliorer le bien-être et la santé publique


Le rugby est considéré comme un sport pour les hommes et les femmes, les garçons et les filles, et qui prône les valeurs olympiques. Il apprend à être actif au sein d'une équipe et enseigne la compréhension, la coopération et le respect vis-à-vis des autres joueurs. À une époque où de nombreuses qualités sportives traditionnelles tendent à disparaître ou sont même remises en question, le rugby est fier de sa capacité à entretenir un véritable esprit sportif, fait de fair-play et d'éthique. Le programme met plus particulièrement l'accent sur le partage de ces valeurs avec les participants afin que ces derniers les ramènent dans leurs communautés respectives et vivent selon ces valeurs jour après jour.

Stratégie de communication

La stratégie de communication s'appuie sur un ensemble de moyens différents pour promouvoir ce programme. Les moyens habituels sont des émissions et des entretiens diffusés sur des chaînes de télévision, telles que Total Rugby TV et Radio, ainsi qu'une présence dans les réseaux sociaux actuels que sont YouTube et Facebook. Le site Internet spécialement créé par WR pour le programme «Vive le rugby» peut être consulté pour de plus amples renseignements ou pour procéder à des inscriptions.

Évaluation du programme

Le programme fait l'objet d'une évaluation en ligne. Chaque fédération ou association régionale remplit un formulaire d'inscription en ligne, grâce au site Internet créé spécialement pour ce programme. Pour pouvoir participer au programme, il convient de fixer des objectifs précis au moment de l'inscription et donner des détails concernant chacun des lieux où le programme sera mis en œuvre. Chaque organisation prenant part à ce programme doit ensuite présenter un rapport d'activités après chaque séance, afin de mettre à jour le nombre de participants. Par ailleurs, les fédérations membres doivent fournir des rapports en ligne une fois par mois, ainsi qu'une fois par an.



« Ce que nous cherchons à accomplir grâce au programme «Vive le rugby» est de faire en sorte que les hommes, les femmes et les enfants, de toutes les nations, aient autant d'occasions que possible de découvrir le rugby. »

Bernard Lapasset – Président de la Fédération mondiale de rugby

Coupe de Norvège

Allier le sport et la culture lors du plus grand tournoi de football du monde

En rassemblant plusieurs pays de cultures différentes pour jouer au football, la Coupe de Norvège encourage la diffusion de valeurs constructives et permet de nouer des liens d'amitié.



Lieu	Oslo (Norvège)
Organisation	Coupe de Norvège – Bækkelaget's Sportsklub
Dates	1972 – en cours
Groupe cible	10-19 ans
Participants	30 000 enfants et jeunes chaque année (10-19 ans)
Partenaires	Équipes participantes, autorités norvégiennes locales et nationales, journal national Dagbladet, associations caritatives et sponsors
Faits marquants	En 2013, 1 450 équipes représentant 55 pays ont pris part au tournoi. Les participants ont été logés dans 31 établissements scolaires et 13 hôtels. Quatre cents arbitres – dont cent d'origine étrangère – et 80 observateurs étaient présents. Les rencontres se sont disputées sur 65 terrains simultanément.
Pour inspiration	www.norwaycup.no

Résumé

La Coupe de Norvège est le plus grand tournoi de football du monde ouvert aux garçons et aux filles âgés de 10 à 19 ans. Elle a été organisée pour la première fois en 1972 et se déroule depuis tous les ans. En moyenne, ce sont plus de 1 450 équipes représentant plus de 50 pays qui y participent chaque année. En rassemblant des pays de cultures différentes pour jouer au football, le tournoi contribue à créer un environnement propice à l'intégration culturelle et à l'amitié, et fait vivre une expérience formidable aux participants. Qui plus est, la Coupe de Norvège accueille des enfants originaires de régions où la participation à un tournoi de football n'est pas monnaie courante.

Clés du succès

Coopération avec les partenaires

Les organisateurs de la Coupe de Norvège travaillent depuis longtemps en coopération avec d'importantes associations caritatives et des organismes prônant le respect des valeurs. Bon nombre de ces institutions contribuent à la notoriété de la Coupe de Norvège, que ce soit en soutenant le tournoi proprement dit ou en aidant les équipes à se rendre en Norvège.

Forte mobilisation des bénévoles

Il ressort des statistiques que sur les deux mille membres du club organisateur, plus de mille travaillent chaque année comme bénévoles, tout comme 300 parents/membres des familles proches. Leurs efforts représentent plus de 45 000 heures de bénévolat par année.

Festival culturel

Les échanges culturels sont une composante importante de la Coupe de Norvège. Plusieurs activités sont proposées. Pour célébrer l'ouverture de la Coupe, un spectacle est organisé, auquel participent de célèbres artistes norvégiens et étrangers. Un défilé ouvre systématiquement le spectacle, avec en tête la police montée, suivie des porte-drapeaux, puis d'un orchestre, et enfin des équipes participantes portant leurs couleurs. Les équipes inscrites peuvent promouvoir leur culture à travers des spectacles musicaux, de danse et autres.



Objectifs du programme

Favoriser l'héritage olympique

Ce programme vise à promouvoir des valeurs durables qui sont au centre des Jeux Olympiques : la paix, le respect, le fair-play et l'amitié. On enseigne souvent aux participants comment devenir des «entraîneurs de l'amitié» afin qu'ils puissent montrer l'exemple aux autres jeunes. En 2012, la «poignée de main de la paix», une poignée de main entre l'arbitre et les capitaines des équipes à l'issue de chaque match, était introduite pour la première fois lors de la Coupe de Norvège. Ce concept norvégien est né de la coopération entre le Centre Nobel de la paix et la Fédération norvégienne de football. Il a depuis été adopté par la FIFA lors de ses propres événements.

Offrir l'égalité d'accès au sport

La Coupe de Norvège permet de sensibiliser à l'intégration culturelle et à d'autres questions de société telles que la lutte contre le racisme et la discrimination. Pour les équipes provenant de régions défavorisées de la planète, la Coupe de Norvège est une expérience unique, qui offre aux participants la possibilité de découvrir d'autres cultures et de nouer de nouvelles amitiés.

Stratégie de communication

Divers canaux de communication sont utilisés pour promouvoir le tournoi. Des invitations sont adressées à des clubs et organisations partout dans le monde et des annonces sont postées sur Twitter, Facebook, Instagram, YouTube, le site web de la manifestation, sans oublier les tournées promotionnelles dans toute la Norvège.

Évaluation du programme

Le programme est évalué en interne chaque année. Une évaluation externe a lieu tous les trois ou quatre ans.

« La Coupe de Norvège offre aux jeunes une scène extraordinaire qui leur permet de nouer des amitiés et de se créer des souvenirs qui dureront toute une vie, dans le droit fil des idées prônées par le sport pour tous. »

Stig Inge Bjernebye
– Fédération norvégienne de football

Vive le volley

Le volleyball en tant qu'outil au service de l'éducation et de la sociabilisation des enfants

L'objectif du programme «Vive le volley» (VivaVôlei) est de parvenir à une éducation et à une socialisation des enfants grâce au sport, tout en contribuant également à développer en eux un sentiment de citoyenneté.



Lieu	Brésil
Organisation	Institut VivaVôlei
Dates	1999 – en cours
Groupe cible	7-14 ans
Participants	40 000 enfants par an
Partenaires	La Confédération brésilienne de Volleyball, les gouvernements locaux et le gouvernement national
Faits marquants	Le programme a été lancé en 1999 avec un nombre initial de 2 000 enfants et, depuis lors, 200 000 enfants ont pu prendre part à ce programme. À l'heure actuelle, 40 000 enfants participent à des activités de volleyball dans les 70 centres répartis sur l'ensemble du pays.
Pour inspiration	www.cbv.com.br

Résumé

Le volleyball est l'un des sports les plus populaires au Brésil. Le but du programme «Vive le volley» (VivaVôlei) est d'offrir une solution aux enfants les plus défavorisés, afin de les détourner de toute forme de criminalité, de promouvoir la fréquentation des écoles en tant qu'option plus attrayante, de réduire la délinquance, d'inciter les enfants à quitter la rue et, enfin, de contribuer à leur réintégration sociale en leur permettant de pratiquer régulièrement le volleyball. Outre l'idée de promouvoir la pratique de ce sport et de cultiver ses valeurs, le programme offre également la possibilité aux participants de s'engager dans la compétition. Une fois dotés de l'infrastructure minimale nécessaire, les clubs, les écoles et les associations communautaires peuvent alors être accrédités pour administrer le programme «Vive le volley». Ce dernier organise fréquemment des cours de formation pour les enseignants de ces centres, supervise les activités éducatives et assure la promotion des manifestations sportives et des compétitions.

Clés du succès

Un format sportif adapté

Le programme «Vive le volley» a pour but d'éduquer et de sociabiliser les enfants, ainsi que de faciliter l'apprentissage du volleyball, raison pour laquelle il a mis sur pied une initiative appelée «mini-volley». Cette version simplifiée du sport, adaptée aux capacités et aux besoins des enfants, se fonde sur le principe de base d'un apprentissage ludique. Le poids du ballon, la hauteur du filet et les règles de jeu sont adaptés à cette tranche d'âge. La pratique du volleyball contribue au développement physique, social, intellectuel et émotionnel des enfants, tout en leur inculquant également l'esprit de coopération et de compétition amicale.

Un réseau de centres et d'entraîneurs bénéficiant de soutien

Outre le fait qu'il apprend aux enfants à aimer ce sport, le programme a pour but d'inculquer des valeurs éducatives et sociales à chaque participant. Les enseignants sont, de ce fait, davantage que de purs entraîneurs de volleyball. En effet, les instructeurs du programme «Vive le volley» (VivaVôlei) assument également un rôle d'éducateurs. C'est pourquoi l'organisation à la base de ce programme soutient les instructeurs et les centres sportifs en leur fournissant le matériel indispensable (le «VivaVôlei kit»), de même qu'elle assure la formation des enseignants et apporte le soutien nécessaire sur le plan éducatif.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

Ce programme se sert du volleyball comme d'un outil pour éduquer et sociabiliser les enfants. De ce fait, non seulement il peut atteindre les objectifs positifs qu'il s'est fixés pour les participants et pour la société dans son ensemble, mais il peut également promouvoir la pratique d'un sport en offrant aux jeunes Brésiliens la possibilité d'apprendre et de pratiquer le volleyball.

Favoriser l'héritage olympique

Le programme a pour but de créer des habitudes de travail d'équipe et d'encourager la discipline, ainsi que les capacités organisationnelles par le sport. Le volleyball est un sport non violent qui prône l'amitié et le fair-play, lesquels peuvent être mis en pratique par toutes les tranches d'âge et toutes les classes sociales. Le volleyball enseigne également les valeurs morales et éthiques qu'implique un sentiment de citoyenneté, valeurs aussi au cœur du Mouvement olympique.

Soutenir les sociétés actives

Les écoles sont des partenaires très importants pour le programme «Vive le volley». L'ensemble de la mise sur pied et de la bonne marche du programme dépend en grande partie des écoles, puisqu'elles sont souvent les seules institutions à disposer d'une infrastructure déjà en place pour le programme de «mini-volley».

Offrir l'égalité d'accès au sport

Le programme s'adresse en particulier aux enfants et aux jeunes adolescents âgés de 7 à 14 ans, lesquels se trouvent dans une situation sociale difficile et sont les plus vulnérables. Le programme a donc pour but de les détourner de la criminalité et de rendre l'école plus attrayante à leurs yeux.

Stratégie de communication

Le programme utilise divers moyens de communication pour se faire connaître, y compris le site Internet de la Confédération brésilienne de volleyball, des bulletins réguliers et les chaînes télévisées.

Évaluation du programme

Le programme «Vive le volley» a démarré en 1997 en tant que programme de la Confédération brésilienne de volleyball. Le succès remporté lui a valu l'approbation officielle de l'UNESCO et a entraîné la création d'une organisation indépendante en 2003. Les centres font l'objet d'une évaluation mensuelle et les rapports établis sont ensuite envoyés à des sponsors potentiels.

« Nous sommes convaincus que les élèves s'appuieront sur toutes les valeurs de ce sport, qui sont la discipline, le respect, la volonté et la détermination, cela non seulement durant les cours, mais également dans leur vie quotidienne. Par conséquent, nous espérons qu'ils s'en souviendront aussi lorsqu'ils seront devenus les adultes de demain. »

Walter Pitombo Laranjeiras
- Président de la Confédération
brésilienne de volleyball



Move Week Croatia

Inciter les « inactifs » à devenir « actifs » par le biais d'actions communautaires

L'objectif du programme est de mobiliser 600 000
Croates dans des activités physiques d'ici 2020.



Lieu	Croatie
Organisation	DRITE – Association des étudiants en kinésiologie, dans le cadre de leurs travaux universitaires
Dates	7-13 octobre 2013
Groupe cible	Toutes les tranches d'âge
Participants	Plus de 5 500 participants en 2013
Partenaires	L'Institut de santé publique du comté de Medimurje, l'Association pour le sport de loisir de la ville de Zagreb, le programme « sport pour tous » en Croatie, l'International Sport and Culture Association, la Fédération européenne des cyclistes, Eurosport, l'Union européenne
Faits marquants	Au cours de la semaine « MOVE Week 2013 Croatie », 97 manifestations, organisées par 110 bénévoles, ont eu lieu à travers le pays, rassemblant plus de 5 500 participants et 2 600 spectateurs.
Pour inspiration	moveweekcroatia.wix.com/moveweekcroatia croatia.moveweek.eu www.nowwemove.com

Résumé

La «MOVE Week 2013 Croatie» s'inscrit dans le programme européen MOVE Week, une initiative annuelle qui organise plus de 1 200 événements dans une trentaine de pays dans le cadre de la campagne Now We Move (2012-2020). La MOVE Week est une campagne d'activités physiques et sportives menée chaque année pendant une semaine dans toute l'Europe pour inciter les citoyens à pratiquer une activité physique ou sportive. L'objectif de la campagne est d'engager 100 millions de citoyens supplémentaires dans des activités physiques et sportives d'ici 2020. Le programme a trois objectifs principaux : sensibiliser les Européens aux bienfaits du sport et de l'activité physique, encourager une plus grande pratique du sport et de l'activité physique et accroître les possibilités de pratiquer des activités sportives et physiques en développant de nouvelles initiatives. L'édition de 2013 marquait la deuxième année de participation de la Croatie à la MOVE Week.

Clés du succès

Les agents move au cœur du projet

La MOVE Week repose en grande partie sur la mobilisation de ses agents MOVE. Les agents MOVE sont des personnes, des organisations non gouvernementales, des écoles, des clubs, des sociétés ou des municipalités inscrits comme organisateurs d'événements communautaires visant à promouvoir les bienfaits de l'activité physique durant la MOVE Week. Devenir agent MOVE est très simple : il suffit de fournir quelques informations sur l'organisateur et l'activité ou l'événement sur le site web international du programme. Tous les agents MOVE se voient remettre des outils professionnels destinés à faire passer le mot et à recruter autant de participants et de supporters que possible pour un événement. Les plus rapides à s'inscrire reçoivent un kit de base MOVE Week comprenant des tee-shirts Now We Move, une bannière, des autocollants et des bracelets.

Une vaste gamme d'activités au choix

Le programme propose des activités ludiques et une occasion pour les participants de trouver l'activité qui leur convient. Tout événement destiné à faire bouger les participants a sa place dans la MOVE Week. Pour promouvoir la MOVE Week, un flashmob a eu lieu simultanément dans 34 villes d'Europe avec une chorégraphie spéciale MOVE Week, reprise par la suite dans une vidéo promotionnelle. La MOVE Week 2013 a proposé 96 événements dans toute la Croatie : randonnée à vélo de 20 km, course de 5 km, natation, karaté, marche nordique, zumba et quadro (tournoi sportif à quatre balles), etc.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

La campagne Now We Move a pour mission de promouvoir les bienfaits d'un mode de vie actif et d'une activité physique et sportive régulière.

Améliorer le bien-être et la santé publique

Le manque d'activité physique menace la santé publique plus gravement que le tabagisme. En Europe, deux tiers de la population adulte de plus de 15 ans a une activité inférieure au niveau recommandé. Pour lutter contre ce problème, la campagne Now We Move a été lancée en Europe avec l'objectif de mobiliser 100 millions de citoyens supplémentaires dans des activités physiques et sportives d'ici 2020.

Stratégie de communication

La communication de la MOVE Week 2013 Croatie est passée par de multiples canaux, à savoir un site web, des plateformes de réseaux sociaux, la radio et la télévision, mais aussi des supports promotionnels physiques tels que bannières et affiches. Par ailleurs, la communication de la campagne internationale Now We Move est assurée à travers un site web international spécial, les réseaux sociaux et Eurosport.

Évaluation du programme

Une évaluation de la MOVE Week Croatie a été réalisée par l'organisation coordinatrice, qui a comptabilisé les événements organisés, les participants, les spectateurs, les bénévoles, les partenaires et les publications médiatiques. De plus, une évaluation internationale a été publiée par l'International Sport and Culture Association.

« La MOVE Week est un bienfait
indispensable pour le corps humain. »

Nenad Borkovic – Président de l'association
DRITE (Association des étudiants en kinésiologie)



Projet sport et rééducation pour les vétérans

Aider les invalides de guerre danois à retrouver une existence normale grâce au sport

Il est prouvé que l'aptitude à faire du sport joue un rôle majeur dans la capacité des vétérans à embrasser une vie nouvelle et épanouie, très différente de celle qu'ils avaient avant d'être blessés.



Lieu	Danemark
Organisation	L'Organisation danoise des sports pour les personnes handicapées et le Comité National Paralympique du Danemark
Dates	2011-2016
Groupe cible	Soldats blessés au cours d'une mission internationale dans les forces armées danoises
Participants	En 2014, plus de 50 vétérans étant, à ce jour, de retour dans leur foyer et souffrant de blessures corporelles
Partenaires	L'Association danoise des sports militaires (DMI), l'Organisation danoise des sports pour les personnes handicapées (DHIF), et le CNO du Danemark (DIF)
Faits marquants	Quatre-vingt-cinq pour cent des vétérans participant au programme estiment que le sport jouera encore un rôle clé dans leur vie dans les 10 prochaines années.
Pour inspiration	www.dhif.dk/document/default.asp?documentID=452&id=1021

Résumé

Le programme de l'Organisation danoise des sports pour les personnes handicapées et du Comité National Paralympique du Danemark (DHIF) a pour objectif d'aider les soldats ayant été blessés dans l'exercice de leurs fonctions dans les forces armées danoises. Afin d'inclure le plus de vétérans invalides possible, le programme offre une multitude de sports qui leur permet d'essayer de nouvelles disciplines et d'étoffer leurs connaissances. Divers camps ont été organisés au Danemark et dans d'autres pays : le camp paralympique d'été, prélude à tous les sports paralympiques d'été ; le camp d'aventure destiné à montrer aux vétérans qu'une vie active au cœur de la nature reste possible après une blessure grave ; et le camp alpin d'été visant à faire découvrir les sports de neige aux vétérans. Les sessions d'entraînement hebdomadaires, au centre sportif de Svanemøllen Barracks à Copenhague, constituent un élément central du programme. En plus de la pratique sportive, l'entraînement a permis aux participants de tisser de nouvelles relations sociales. Un grand nombre d'autres activités et voyages ont été organisés, comme le championnat danois non officiel de basketball en fauteuil roulant, la participation au marathon de New York en 2011, une expérience de hockey sur luge en Suède, des activités de voile ou encore un week-end au centre sportif de Svanemøllen Barracks.

Clés du succès

Une approche centrée sur les besoins personnels

Dès les premières étapes du développement du programme, le responsable du projet a personnellement rendu visite à tous les vétérans éligibles pour discuter de leurs antécédents sportifs et de leur vision de la pratique du sport après leur blessure. Ces entretiens, fondamentaux pour l'élaboration des diverses activités du projet, ont permis de placer les besoins des vétérans au cœur même du programme.

Un programme en deux temps

Le programme a été conçu en deux phases distinctes. De 2011 à 2013, le travail a principalement consisté à établir un réseau d'activités en club avec le double objectif de faire participer au moins 50 % des vétérans éligibles à des activités sportives quotidiennes et d'encourager les vétérans à prendre part aux compétitions et tournois de la DHIF. De 2014 à 2016, le programme continuera d'aider les vétérans souffrant d'une invalidité physique permanente à s'investir dans le sport, tout en redoublant ses efforts en faveur du développement sportif dans le but ultime de voir participer un à trois vétérans invalides aux championnats d'Europe et du monde ainsi qu'aux Jeux Paralympiques de Rio en 2016.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

Le principal objectif du programme est d'inciter les vétérans invalides à reprendre une activité sportive durable à l'issue de leur traitement kinésithérapeutique. Le but ultime du programme étant de former des athlètes paralympiques dans différentes disciplines.

Améliorer le bien-être et la santé publique

Une part importante de la rééducation consiste à apprendre à gérer son invalidité et son nouveau mode de vie, tant sur le plan physique que mental. Soixante-dix-huit pour cent des vétérans qui participent au programme estiment que la pratique sportive leur a permis de poser un autre regard sur les opportunités qui s'offrent à eux en dépit de leur handicap.

Stratégie de communication

Les médias nationaux se sont largement fait l'écho de ce programme, à travers des interviews, un documentaire et des articles sur le projet global ou certains de ses éléments. En outre, le programme est présenté sur le site web de l'Organisation danoise des sports pour les personnes handicapées.

Évaluation du programme

Le programme a été évalué dans un rapport complet intitulé «When sport gets serious». La principale conclusion de ce rapport est que 80 % des personnes évaluées ont déclaré que le projet a eu un impact positif sur leur niveau global de satisfaction quant à leur vie. En 2015, un séminaire sur la rééducation des invalides de guerre sera organisé en vue d'un partage de connaissances entre de multiples participants qui dépassera les limites des frontières. Cet événement servira de catalyseur pour discuter de l'avenir du programme dans l'armée royale danoise et du centre des vétérans après 2016.

« Le sport donne de nouveaux objectifs aux vétérans. Les activités dans lesquelles ils s'investissent les aident à mieux appréhender leurs nouvelles limites et leurs nouveaux points forts, et tout ce qu'ils sont finalement capables d'accomplir malgré leur handicap. Ils ont pris conscience que presque tout est possible : il suffit de modifier son approche.»

Rune Oland Larsen – Responsable de projet
(Organisation danoise des sports
pour les personnes handicapées)

Escuela Sociodeportiva Martin Luther King

Entraînement sportif gratuit pour les enfants et les jeunes défavorisés

Ce programme a pour objectif de faire du sport un outil d'intégration et d'insertion sociale, en mettant en avant et en renforçant leurs valeurs éthiques, en tenant les enfants vulnérables à l'écart des dangers de la rue et en les préparant à la vie en société.



Lieu	Pérou
Organisation	Escuela Sociodeportiva Martin Luther King
Dates	2003 – en cours
Groupe cible	6-17 ans
Participants	1 489 enfants et jeunes entre 2009 et 2012
Partenaires	Jesuits of Peru, Fondation Real Madrid, Fondation Endesa, municipalité d'El Agustino et Ministère de l'Intérieur
Faits marquants	Une importante proportion de jeunes qui n'étaient ni scolarisés ni insérés dans la vie active avant de participer au programme de l'Escuela Sociodeportiva MLK bénéficient actuellement d'une formation.
Pour inspiration	www.jesuitas.pe



Résumé

En 2003, l'Escuela Sociodeportiva MLK a été fondée à El Agustino, au Pérou, un quartier où la plupart des habitants vivent en dessous du seuil de pauvreté. La mission fondamentale de cette école est de promouvoir le sport auprès des enfants et des adolescents, et de faire du sport un outil de promotion de la vie en communauté, d'intégration et d'insertion sociale, et de lutte contre la violence. Le programme tient les enfants vulnérables à l'écart des dangers de la rue en renforçant leurs valeurs et en les préparant à la vie en société. Les enfants et les jeunes qui participent au projet font du sport (football et volleyball) trois fois par semaine et reçoivent une formation complémentaire sous forme d'ateliers de développement personnel et de tournois. L'adhésion, gratuite, n'est soumise à aucun critère de sélection lié aux aptitudes cognitives ou athlétiques. En moyenne, 65 % des participants âgés de 6 à 17 ans suivent le programme durant au moins un an.

Clés du succès

Inculquer des valeurs

Le programme de l'Escuela Sociodeportiva MLK est axé sur le développement et la promotion des valeurs (le respect, la ponctualité, la tolérance, l'honnêteté et le sens des responsabilités), et encourage les participants à appliquer ces valeurs au sein de leur environnement éducatif comme à l'extérieur. Les composantes de la formation sportive dispensée dans le cadre du programme sont mises en œuvre conformément à ce qui précède. Lorsque les enfants arrivent sur le terrain et sont répartis dans différentes catégories, l'entraîneur et les enfants commencent par se saluer et par discuter de manière informelle de leur situation. Ce moment est suivi d'un échauffement physique et d'un entraînement sportif sous forme d'exercices et de jeux. À la fin de l'entraînement, les enfants se lavent les mains puis le groupe se réunit pour partager des fruits et des boissons. Chacun salue ensuite l'entraîneur avant de partir.

Mobiliser la famille

Les enfants et les adolescents qui participent au programme sont issus de familles particulièrement fragiles et démunies, et sont considérés comme des personnes à risque. Afin de canaliser certains des risques auxquels les enfants sont confrontés dans leur communauté, une partie du programme Escuela Sociodeportiva MLK repose sur la mobilisation des membres de la famille. Différentes activités sont prévues dans cette optique : randonnées avec les parents, célébration de la fête des mères et de Noël et réunions à l'école avec les parents ou d'autres membres de la famille. En 2013, l'école a constaté une forte hausse de l'engagement des familles, 80 % des parents accompagnant leurs enfants aux entraînements, aux championnats et à d'autres manifestations.

Objectifs du programme

Améliorer le bien-être et la santé publique

L'Escuela Sociodeportiva MLK se sert du sport comme d'un outil de promotion de la vie en communauté, d'intégration et d'insertion sociale, mais aussi de lutte contre la violence au sein des communautés. Afin d'aider les participants à rester en bonne santé, tous bénéficient de bilans médicaux pendant deux ans, de premiers secours et d'une aide pour obtenir une couverture santé complète.

Offrir l'égalité d'accès au sport


Le programme cible les enfants et les jeunes issus d'un environnement difficile ou pauvre, et vise à les tenir à l'écart des dangers de la vie dans la rue en utilisant le sport pour renforcer leurs valeurs et les préparer à la vie en société.

Stratégie de communication

Le recrutement se fait par deux canaux : une promotion dans les écoles de la communauté et des recommandations issues d'autres programmes sociaux locaux déjà associés à l'Escuela Sociodeportiva MLK.

Évaluation du programme

L'incidence du projet est mesurée par l'évaluation continue de la participation des enfants et des adolescents. Les changements observés chez les participants sont : une diminution des agressions, des améliorations sur le plan de l'hygiène personnelle, une intensification du désir d'apprendre, une collaboration plus efficace avec les enseignants et le développement de l'amitié, de la confiance et de la solidarité entre pairs.



« Les enfants viennent de foyers extrêmement pauvres et souvent de familles éclatées, qui les exposent à un environnement très difficile et parfois violent. L'école est un lieu alternatif et positif où les enfants, grâce au football, peuvent acquérir des compétences sociales, se détendre et s'amuser dans un environnement sécurisé qui leur permet de n'être que des enfants! »

Luis Lagurtegue – Coordinateur scolaire – Escuela Sociodeportiva MLK

Fight for Peace Global Alumni Programme

Lutter contre la violence en incitant les jeunes à pratiquer des sports de combat

L'objectif du programme est de renforcer les capacités des organisations locales à offrir des services du type «Fight for Peace» au sein de leur communauté.



Lieu	Worldwide
Organisation	Fight for Peace International
Dates	2011 – en cours
Groupe cible	Tous les jeunes vivant dans des communautés touchées par la violence
Participants	76 680 jeunes dans 21 pays
Partenaires	La Fondation IKEA, Comic Relief, la Fondation Laureus Sport for Good, le Ministère canadien du Patrimoine et UK Sport
Faits marquants	À ce jour, Fight for Peace (FFP) a collaboré avec 56 organisations locales de 21 pays, touchant 76 680 jeunes dans des communautés où la violence est présente. Ces 56 organisations ont toutes été formées à l'académie FFP de Rio et ont reçu l'aide de FFP pour adapter l'initiative FFP au sein de leur communauté.
Pour inspiration	www.fightforpeace.net

Résumé

Le programme Fight for Peace Global Alumni (GAP) renforce les capacités d'organisations communautaires (CBO) du monde entier à apporter une aide utile aux jeunes de villes touchées par la violence. Le programme GAP prévoit une formation intensive à la méthode FFP et 12 mois d'assistance et d'accompagnement dans l'adaptation optimale de cette méthode au sein de chaque organisation communautaire. Toutes les activités FFP ont pour but ultime d'atteindre les jeunes qui vivent dans des communautés touchées par la violence. Cela comprend les jeunes lourdement impliqués dans des activités criminelles ou violentes, les jeunes présentant de forts risques d'être impliqués dans de telles activités et les jeunes n'étant pas impliqués dans de telles activités mais marginalisés du fait de leur appartenance à une communauté où la violence est présente. Pour les aider, le programme GAP vise à renforcer les capacités et les ressources des organisations communautaires dans les villes où la violence est un problème majeur.

Clés du succès

Choisir judicieusement les organisations partenaires

Dans chaque ville, le programme GAP sélectionne cinq à dix organisations communautaires bien établies, jouissant d'une excellente crédibilité au niveau local et ayant déjà noué un lien authentique avec les jeunes qui constituent le groupe cible. Globalement, le programme vise deux types d'organisations communautaires : les clubs de boxe et d'arts martiaux qui souhaitent mettre en place des initiatives autour de leur sport destinées aux jeunes ; et les projets pour la jeunesse qui prévoient d'intégrer la boxe et les arts martiaux à leur offre pour mobiliser les jeunes impliqués dans des activités violentes. Chaque organisation communautaire sélectionnée pour bénéficier du programme GAP joue déjà un rôle prédominant dans sa communauté. Le programme est destiné à aider ces organisations à renforcer leur influence et à se développer plus rapidement. Les organisations communautaires qui participent au programme GAP deviennent des membres FFP (« FFP Alumni »). À la fin de l'année 2015, on comptera environ 120 membres dans 25 pays, ayant en commun des méthodes reposant sur la boxe et les arts martiaux pour réduire la criminalité et la violence chez les jeunes. Au total, ces organisations communautaires aideront alors plus de 100 000 jeunes.

Formation intensive suivie d'une aide durable

Les organisations communautaires sélectionnées pour participer au programme GAP bénéficient de cinq jours de formation intensive sur l'ensemble des principes et pratiques FFP dans l'une des académies FFP, à Rio de Janeiro ou à Londres. À cette formation fait suite une période d'un an durant laquelle des conseils personnalisés facilitent l'adaptation du modèle FFP à la réalité de la communauté, et contribuent à développer la robustesse et la durabilité de l'organisation. Le kit de support FFP, qui comprend une gamme complète d'outils et de modèles prêts à l'emploi, apporte également une aide précieuse aux organisations participantes pour la mise en œuvre au jour le jour de leurs programmes destinés à la jeunesse locale. L'appartenance au programme FFP Alumni permet aux organisations communautaires de participer à des initiatives d'apprentissage au contact de pairs et d'établir des partenariats avec d'autres CBO dans le monde. Enfin, les organisations communautaires peuvent utiliser la marque FFP Alumni et des études factuelles du programme FFP pour rehausser leur crédibilité auprès de leurs supporters et de leurs investisseurs.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

L'initiative Fight for Peace encourage la pratique de la boxe et des arts martiaux chez les jeunes comme moyen d'intégration et de développement personnel.

Améliorer le bien-être et la santé publique

Toutes les activités FFP, y compris la formation des organisations locales, ont pour principal objectif de permettre aux jeunes de communautés touchées par la violence d'exploiter pleinement leur potentiel, par l'enseignement de la boxe et des arts martiaux, combiné à l'éducation et au développement personnel.



Stratégie de communication

La communication autour du programme est assurée par divers réseaux sportifs internationaux en faveur du développement et de l'action contre la violence, tels que Beyond Sport, Laureus, Comic Relief, Save The Children et UK Sport, ainsi que par l'intermédiaire de chaînes et de réseaux locaux importants dans les villes où l'initiative FFP a créé une réelle adhésion au programme GAP.

Évaluation du programme

Ce programme étant axé sur le développement des organisations, les résultats sont évalués à deux niveaux différents : (1) l'évolution des capacités et des ressources des organisations communautaires adhérant au programme GAP ; et (2) les retombées positives, pour les jeunes qui participent aux activités des organisations communautaires, pouvant être imputées à cette évolution des organisations. FFP assure le suivi du programme GAP grâce à des auto-évaluations remises par les organisations communautaires et en réalisant elle-même certaines évaluations directes. Toutes les organisations communautaires bénéficient d'une aide visant à renforcer leurs capacités de mesure et d'évaluation, afin de garantir la fiabilité des données d'auto-évaluation.

« Nous estimons que les bons résultats de ce programme sont dus à la conjonction de deux facteurs : la formation des organisations communautaires à un modèle de sport en faveur du changement, qui a fait la preuve de son efficacité à Rio et à Londres, et la possibilité d'adapter la méthode à la réalité locale et de la mettre en œuvre par l'intermédiaire de véritables leaders locaux. »

James Baderman – Directeur du programme GAP – Fight for Peace International

Programme sportif communal de Gansbaai

Un complexe multisportif pour tous

Le centre a pour mission d'utiliser le sport pour encourager le progrès social au sein d'une communauté locale diversifiée.



Lieu	Gansbaai (Cap-Occidental – Afrique du Sud)
Organisation	Football Foundation of South Africa (FFSA)
Dates	2008 – en cours
Groupe cible	Enfants et jeunes âgés de 6 à 30 ans
Participants	Plus de 5 000 participants et utilisateurs par an
Partenaires	Absa, Barclays, la Premier League, le Ministère des Affaires culturelles et du Sport du Cap-Occidental et la municipalité d'Overstrand.
Pour inspiration	www.football-foundation.com/gansbaai.php www.grootbosfoundation.org/pages/football_foundation.php

Résumé

La mission du programme sportif de Gansbaai consiste à assurer et promouvoir le développement du sport amateur en Afrique du Sud en autonomisant les habitants, qui se voient offrir un accès à l'éducation, aux ressources, aux installations et aux équipements. Ce programme est mis en œuvre au centre sportif communal de Gansbaai, qui dispose d'un terrain de football de taille réelle avec pelouse artificielle, d'un second terrain de football en gazon, de deux terrains de rugby, de terrains de cricket et de hockey, de courts partagés pour le tennis et le netball et de filets de cricket. Ce programme utilise le sport comme moyen de lutte contre les problèmes sociaux et de développement, et peut servir de catalyseur pour le changement social et l'intégration. L'installation a été construite au cœur de trois communautés culturelles distinctes : chacune dispose d'un accès direct au terrain de sport, qui constitue ainsi un espace « neutre » accessible à tous et n'appartenant à aucune communauté en particulier.

Clés du succès

Une installation qui favorise le changement social

Gansbaai était dépourvue d'installations sportives de base, même pour les écoles locales. Le complexe multisportif flambant neuf, avec sa situation centrale unique au cœur des trois communautés, constitue un catalyseur idéal de l'intégration sociale. Le programme propose aux quatre écoles de Gansbaai, ainsi qu'à toute la région d'Overberg, des stages de formation et des camps de vacances dans les communautés voisines, favorisant l'épanouissement de garçons et de filles âgés de 6 à 18 ans.

Un programme sportif complet

Le programme sportif de Gansbaai prévoit cinq jours d'entraînement par semaine ainsi que des jeux, des tournois et des stages pendant les week-ends. Des entraîneurs et des bénévoles dévoués animent des séances d'entraînement et des cours théoriques de football, de netball, de hockey et de cricket pour les jeunes de la région de Gansbaai, garçons et filles âgés de 6 à 19 ans. Durant les vacances scolaires, des programmes spéciaux attirent les enfants de la communauté tout entière avec des semaines d'activités ludiques, divertissantes et pédagogiques.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

Le but premier du programme est d'offrir aux jeunes un lieu et des installations qui leur permettent de faire du sport et de pratiquer une activité physique, avec le double avantage de promouvoir un mode de vie sain et de mobiliser les habitants autour de l'activité physique et du sport.

Soutenir les sociétés actives

Le programme couvre toutes les écoles de Gansbaai. Suite à l'ouverture de la nouvelle installation, le ministère de l'Éducation a mis en lumière la nécessité d'un établissement d'enseignement secondaire à Gansbaai, et a construit le tout premier lycée de la région à proximité immédiate des terrains de sport. Par sa situation plus proche, ce nouveau lycée a permis à un plus grand nombre de jeunes d'obtenir un diplôme, et la chute du taux de décrochage scolaire s'est traduite par une baisse du nombre d'enfants impliqués dans des activités délinquantes ou criminelles.

Stratégie de communication

La promotion du programme passe par le site web de la FFSA et par les plateformes de réseaux sociaux qui proposent régulièrement bulletins et flux d'informations actualisés. En outre, des communiqués de presse sont envoyés aux journaux locaux et aux réseaux internationaux de promotion du sport en faveur du développement, afin d'accroître la présence en ligne du programme et de promouvoir les événements organisés sur les stations de radio locales.

Évaluation du programme

Le personnel de la FFSA assure régulièrement le suivi et l'évaluation des projets en s'engageant auprès des communautés locales via des visites sur site, des ateliers, des questionnaires et des enquêtes. Le principe des groupes thématiques est exploré au travers de discussions de groupe, d'examens d'études de cas et de recherches indépendantes menées par des universités partenaires. Depuis janvier 2013, un outil de suivi et d'évaluation en ligne est mis en œuvre. Il permet d'analyser toutes les données émanant de la sphère du sport, de la formation et de l'éducation pour générer des résultats mesurables.

« Le sport permet d'échapper aux difficultés du quotidien ; il peut rassembler les gens, galvaniser leur potentiel et les rendre autonomes. Trop d'enfants de communautés sud-africaines grandissent avec trop peu d'espoir, trop peu d'amour et presque aucune estime d'eux-mêmes. Le sport offre à tous ces jeunes la possibilité d'appartenir à une famille et de développer leur talent et leurs capacités.»

Leán Terblanche – Directrice générale de la Football Foundation of South Africa



GoGirlGo!

Des jeunes filles en bonne santé, actives et sûres d'elles

Le programme GoGirlGo! de la Women's Sports Foundation est consacré à l'amélioration de la santé sociale et émotionnelle et du bien-être des jeunes filles. Il combine sport et activité physique, encadrement et éducation.



Lieu	USA
Organisation	Women's Sports Foundation
Dates	2001 – en cours
Groupe cible	Jeunes filles de 5 à 13 ans
Participants	Presque un million de jeunes filles à ce jour
Partenaires	Particuliers, fondations, entreprises et fonds de subvention fédéraux par l'intermédiaire du Bureau de la justice pour mineurs et de la prévention de la délinquance juvénile des États-Unis
Faits marquants	Depuis 2001, GoGirlGo! a accordé plus de 1 200 subventions, pour un montant total de plus de 6 millions de dollars, à des organisations communautaires aux quatre coins des États-Unis.
Pour inspiration	www.womenssportsfoundation.org/gogirlgo

Résumé

GoGirlGo! a été créé en 2001 en réponse directe à l'épidémie d'obésité infantile. Il s'agit d'un programme d'encadrement basé sur les sports qui intervient dans l'éducation et agit en faveur de la santé et du bien-être des filles, depuis l'enfance jusqu'au début de l'âge adulte. GoGirlGo! est un programme éducatif unique et gratuit, adapté à l'âge, qui s'inspire de l'expérience personnelle de sportifs d'élite et de célébrités pour éduquer les filles aux comportements à risque pour la santé et leur transmettre des leçons de vie sur la condition féminine et la place des femmes dans le monde. Outre les organisations subventionnées, des milliers d'organisations communautaires ont reçu gratuitement le kit du programme GoGirlGo!. À ce jour, cette aide sur plusieurs niveaux a permis à près de 14 000 écoles et organisations de mettre en œuvre le programme auprès d'un million de jeunes filles environ.

Clés du succès

Un programme pour chaque âge

Il existe plusieurs versions du programme GoGirlGo!, adaptées aux différentes tranches d'âge. Des thèmes comme l'image du corps, le harcèlement, les problèmes familiaux ou le tabagisme sont abordés dans le kit « clé en main » GoGirlGo!. Chaque kit remis aux jeunes participantes contient un guide de vie GoGirlGo! et un scrapbook GoGirlGo! dans lequel elles peuvent noter leurs activités et leurs conclusions.

Des ressources complètes à disposition des participantes, des dirigeants du programme et des parents

Le programme GoGirlGo! met des ressources complètes à la disposition des participantes, des adultes dirigeant le programme et des parents. En plus du guide de vie et du scrapbook, les participantes ont accès à de nombreux conseils et outils sur le site web du programme, notamment une liste de lectures sur les sports féminins, une liste d'en-cas sains et un quiz sur le sommeil. Les adultes qui dirigent le programme reçoivent un guide pédagogique destiné à les aider dans leur tâche. En outre, un guide a été conçu à l'intention des parents, qui indique globalement, sur la base des connaissances les plus récentes, comment encourager sa fille à adopter un mode de vie actif et comment instaurer un environnement positif et motivant pour les jeunes filles.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

GoGirlGo! a été créé en réponse directe à l'épidémie d'obésité infantile. Le programme est utilisé comme un outil pédagogique afin d'enseigner aux jeunes filles l'importance de l'activité physique. Partant du constat que les jeunes Américaines sont de moins en moins actives, et par conséquent, en moins bonne santé, le programme vise à améliorer l'état de santé des jeunes filles et à les maintenir engagées dans une activité physique.

Améliorer le bien-être et la santé publique


Les jeunes filles physiquement actives sont moins sujettes à l'obésité, au diabète ou à d'autres problèmes de santé émotionnels ou physiques que les jeunes filles inactives. Elles ont également une meilleure estime d'elles-mêmes, ce qui se traduit par un taux plus faible de troubles alimentaires et de grossesses à l'adolescence.

Stratégie de communication

La promotion du programme passe par le site web de la Women's Sports Foundation, par les réseaux sociaux, par des campagnes promotionnelles et par des communiqués de presse.

Évaluation du programme

Différents outils permettent l'évaluation du programme, comme le Youth Athletic Fitness Survey : ce sondage destiné aux jeunes filles de 10 ans et plus est un questionnaire de quatre pages incluant 27 indicateurs de mesure différents du milieu, des comportements, des centres d'intérêt, des attitudes et de l'identité des jeunes filles. Les participantes y répondent à la fin du programme GoGirlGo!. En plus de cette enquête, des groupes de consultation qualitatifs sont mis en place, et des enquêtes sur la formation à l'encadrement et sur les retours des dirigeants du programme sont élaborés.



« L'objectif du programme GoGirlGo! est de donner naissance à une population de jeunes filles en bonne santé, actives et sûres d'elles. Notre programme confère aux jeunes filles la confiance nécessaire pour incarner la prochaine génération de leaders, efficaces et en pleine santé. »

Kathryn Olson – Directrice générale de la Women's Sports Foundation

Programme International Inspiration

Changer des vies grâce au sport

Ce programme vise à inspirer les jeunes du monde entier et à leur permettre de changer de vie grâce au sport.



Lieu	Monde entier
Organisation	International Inspiration (IN)
Dates	2007 – en cours
Groupe cible	Tous les enfants, tous les jeunes, toutes les femmes et tous les groupes marginalisés
Participants	Plus de 15 millions d'enfants dans plus de 20 pays
Partenaires	Le comité d'organisation des Jeux Olympiques de Londres 2012, le British Council, l'UNICEF, UK Sport, Youth Sport Trust et d'autres
Faits marquants	Avant la fin 2014, plus de 15 millions d'enfants dans plus de 20 pays auront eu un rôle actif dans le sport, l'éducation physique et le jeu, grâce à International Inspiration.
Pour inspiration	www.internationalinspiration.org



Résumé

Le programme International Inspiration est le premier programme de sa catégorie consacré à l'héritage développé par un comité d'organisation des Jeux Olympiques. Fédérant un groupement unique de partenaires (le British Council et l'UNICEF dirigés par UK Sport), ce programme avait pour objectif premier d'utiliser les Jeux de 2012 à Londres pour transmettre le goût du sport de qualité et de l'activité physique à 12 millions d'enfants dans 20 pays. Début 2014, le programme avait dépassé son objectif initial. Alors que les projets individuels du programme initial arrivent à terme, le programme International Inspiration devient IN pour reprendre le flambeau. Le programme International Inspiration encourage les jeunes à prendre leur place dans la société en renforçant leur potentiel de leader à travers le sport et en leur offrant un accès plus large à des moyens de subsistance durables. Par le biais du programme, les enfants et les jeunes bénéficient d'un accès amélioré à l'éducation physique et aux cours de sport à l'école, conséquence du renforcement des capacités des enseignants, des chefs d'établissement et des animateurs jeunesse. Ce modèle permet non seulement de faire en sorte que l'éducation physique et le sport soient intégrés au programme scolaire et davantage pratiqués à l'école, mais également de rendre ces activités plus attrayantes et mieux adaptées aux différents groupes de jeunes.

Clés du succès

Une approche à trois niveaux

International Inspiration intervient à trois niveaux (auprès des hommes politiques, des sportifs, et des enfants et jeunes) afin de rendre plus pertinente la promotion par les gouvernements de l'importance du sport dans le programme scolaire et pour la communauté. À l'échelle internationale, International Inspiration s'efforce, en collaboration avec les gouvernements, d'instaurer des changements durables dans les programmes scolaires et les politiques nationales. Au niveau des sportifs, le programme forme de jeunes leaders sportifs, des enseignants et des entraîneurs à des techniques d'éducation physiques et sportives de premier ordre favorisant l'intégration. Les enfants et les jeunes bénéficient ainsi d'une offre optimisée de cours d'éducation physique et de sport dans leur école. En outre, des festivals sportifs sont organisés et présentés par de jeunes leaders sportifs, avec le soutien de tuteurs et d'enseignants sportifs locaux. Les participants à ces festivals prennent part à divers sports fédérateurs (comme le football, le basketball, la course à pied), à des jeux (comme le tir à la corde, les chaises musicales) et à d'autres activités culturelles (comme la danse traditionnelle et la peinture).

Des programmes sur mesure pour chaque région

La capacité d'adaptation est le fer de lance d'International Inspiration. L'approche du programme n'est ni approximative ni de type « taille unique ». Au contraire, ses projets sont conçus en partenariat avec les principales parties prenantes locales pour répondre aux besoins réels de la manière la plus efficace possible, en tenant compte de la dimension culturelle. Les programmes proposés sont multiples : apprendre à nager aux enfants vivant dans les zones inondables du Bangladesh, sensibiliser les jeunes au problème du VIH et du SIDA en Zambie et en Afrique du Sud, etc.



Objectifs du programme

Offrir l'égalité d'accès au sport

L'un des principaux objectifs du programme est de contribuer au développement social et humain. Par le sport, le programme vise à engager davantage d'enfants et de jeunes dans l'éducation, à promouvoir les droits, le statut et la voix des femmes et des jeunes filles au sein de leur communauté, mais aussi à offrir aux jeunes handicapés la possibilité de prendre part à des activités sociales et sportives.

Améliorer le bien-être et la santé publique

Le programme se sert du sport comme d'un outil permettant de résoudre les problèmes de santé, en œuvrant auprès des populations pour les sensibiliser à un certain nombre de problèmes. Il s'agit notamment d'approfondir la connaissance, chez les jeunes, des maladies transmissibles, et en particulier du VIH/SIDA et du paludisme, et d'améliorer l'accès à des services médicaux et de consultation. Par le sport, International Inspiration vise à élaborer, développer et mettre en œuvre des politiques et des pratiques de sauvegarde et de protection infantiles. Les jeunes acquièrent des valeurs telles que le travail d'équipe, le respect et l'équité et, en parallèle, des aptitudes fondamentales comme le leadership, la négociation ou la communication. Afin d'améliorer les perspectives à long terme des enfants, des jeunes et des groupes marginalisés, IN leur fournit des compétences, des informations et des perspectives favorisant l'insertion professionnelle et la création d'entreprise.

Stratégie de communication

Les Jeux Olympiques et Paralympiques de 2012 à Londres ont été le principal moteur du programme. Il a été lancé et promu par le comité d'organisation des Jeux Olympiques, UK Sport, le British Council, l'UNICEF et des gouvernements du monde entier. Actuellement, la promotion du programme est assurée via le site web d'International Inspiration et divers réseaux sociaux.

Évaluation du programme

Un organe tiers indépendant a réalisé une évaluation approfondie du programme. Les résultats d'une évaluation intermédiaire, très prometteurs, indiquent que les enfants et les jeunes ayant participé au programme se montrent plus investis pendant les activités sportives, et que leur cohésion sociale et leur assiduité scolaire se sont améliorées. En outre, des éléments factuels suggèrent que les jeunes se sentent désormais plus avertis, et appliquent ainsi leurs compétences de leadership et leur sens des responsabilités améliorés à d'autres domaines de leur vie.

« Chaque enfant, sans discrimination aucune, a la possibilité de participer ; les femmes pratiquent les mêmes sports au même niveau et la nature des activités les aide à vaincre leur timidité. »

Enseignant – Nigeria



Campagne de tennis de l'ITF Play and Stay

Promouvoir le tennis en tant que sport facile, sain et stimulant accessible à tous

Créée pour stimuler la pratique du tennis à l'échelle mondiale, la campagne Play and Stay vise à offrir aux débutants une première expérience positive au cours de laquelle ils peuvent jouer un match complet.



Lieu	Monde entier (plus de 160 pays)
Organisation	Fédération internationale de tennis (ITF)
Dates	2007 – en cours
Groupe cible	Tous âges
Participants	Des dizaines de milliers d'enfants et d'adultes dans plus de 160 pays
Partenaires	Les associations nationales affiliées à l'ITF
Faits marquants	La campagne a remporté un franc succès, plus de 160 nations ayant mis en œuvre des programmes utilisant des balles plus lentes et des courts plus petits, ou ayant adopté l'initiative Tennis Play and Stay comme programme de participation national.
Pour inspiration	www.tennisplayandstay.com



Résumé

En 2007, l'ITF lance officiellement une campagne internationale visant à développer la pratique du tennis à travers le monde. L'objectif de la campagne Play and Stay est de présenter le tennis comme un sport facile, sain et stimulant, et de donner à tous les débutants la possibilité de servir, de faire des échanges et de marquer des points dès leur première leçon. Cette campagne est fondée sur l'utilisation de balles plus lentes: les débutants peuvent ainsi vivre une première expérience du tennis positive en jouant un match complet. Le projet se compose d'une série de programmes de soutien présentant le tennis au joueur débutant, et de programmes de club encourageant les joueurs à poursuivre et à développer leur pratique. Citons notamment Tennis10s pour les enfants âgés de 10 ans et moins, un programme de tennis pour les 11-17 ans ou encore Tennis Xpress pour les adultes, dont la particularité commune est l'utilisation de balles plus lentes.

Clés du succès

Rendre le tennis plus accessible

Durant l'Assemblée générale annuelle de l'ITF de 2010, une nouvelle règle pour les compétitions entre joueurs de 10 ans et moins a été présentée, qui s'applique aux entraîneurs et aux jeunes joueurs du monde entier. C'est seulement la cinquième modification apportée aux règles du tennis dans l'histoire de ce sport. Selon la nouvelle règle, entrée en vigueur en 2012, les compétitions pour les joueurs de 10 ans et moins ne doivent plus utiliser les balles jaunes traditionnelles, qui sont obligatoirement remplacées par des balles rouges, oranges ou vertes, plus lentes. Ce changement de règle est au cœur des efforts mis en œuvre par l'ITF pour faciliter la pratique du tennis. Dans le cadre des différents programmes de soutien, les entraîneurs utilisent aujourd'hui des balles plus lentes avec tous les débutants.

Un événement ciblé

En 2013, l'ITF et StarGames ont lancé la Journée mondiale du tennis pour intensifier la promotion du tennis et accroître la pratique de ce sport aux quatre coins du monde. Pour la première édition de cet événement, l'ITF avait incité ses associations nationales affiliées à se concentrer sur Tennis10s et sur la mise en place d'activités organisées pour les joueurs de 10 ans et moins. En 2014, la seconde Journée mondiale du tennis ciblait déjà un public plus large en encourageant toutes les tranches d'âge à pratiquer ce sport. 90 nations ont apporté leur soutien à la Journée mondiale du tennis en 2014, et 79 pays ont organisé des activités et des manifestations spécifiques pour rehausser l'image du tennis et accroître sa pratique.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

L'un des principaux objectifs de la campagne de tennis Play and Stay est d'encourager toutes les tranches d'âge à pratiquer le tennis comme activité récréative ou sportive. La réalisation de cet objectif est grandement facilitée par les programmes de soutien de l'ITF.

Améliorer le bien-être et la santé publique

La création d'un groupe de travail sur les effets bénéfiques du tennis sur la santé a permis au tennis de se repositionner en tant que sport sain et modèle, à pratiquer tout au long de sa vie. Le groupe de travail est constitué de 10 experts internationaux, reconnus dans les secteurs de la médecine, de la recherche et des techniques d'entraînement du tennis. Il sera chargé de mener différents projets de recherche et de lancer une campagne visant à soutenir cet objectif.

Soutenir les sociétés actives


Noyaux de la campagne de tennis Play and Stay, les entraîneurs sont formés et soutenus par l'ITF pour instaurer l'utilisation de balles plus lentes dans le cadre des entraînements quotidiens dispensés aux joueurs débutants. Offrir aux entraîneurs les outils requis pour présenter ce sport aux débutants garantit la durabilité du programme à l'avenir.

Stratégie de communication

Le principal canal de communication de l'ITF est constitué par ses associations nationales affiliées, qui transmettent directement les informations à leurs clubs et entraîneurs. Par ailleurs, la promotion du programme passe par un site web et divers réseaux sociaux.

Évaluation du programme

À partir de 2014, 24 associations nationales affiliées participeront à une enquête sur la pratique mondiale, financée par l'ITF et la Tennis Industry Association. L'objectif principal de cette enquête concernera la pratique et l'intérêt général pour le tennis, mais elle détaillera également l'impact sur les ventes de raquettes et de balles dans le monde, ce qui donnera un aperçu global de l'image mondiale du tennis.



« Il est indéniable que sur les sept dernières années, la campagne a eu un fort impact et une formidable efficacité : plus de 160 nations ont lancé des programmes de soutien utilisant des balles plus lentes et des courts plus petits ou ont adopté l'initiative Play and Stay comme programme de participation au niveau national. »

Dave Miley – Directeur exécutif Développement –
Fédération internationale de tennis

Magic Bus

Instaurer le changement dans les villages et les bidonvilles les plus pauvres d'Inde

Un programme unique dans lequel les dirigeants des communautés locales utilisent le sport et des modules basés sur l'activité physique pour prodiguer des enseignements fondamentaux aux enfants, transformant ainsi littéralement leur existence.



Lieu	Inde
Organisation	Magic Bus
Dates	1999 – en cours
Groupe cible	Enfants (7-15 ans) et jeunes (16-25 ans)
Participants	Plus de 250 000 enfants jusqu'à aujourd'hui
Partenaires	Donateurs particuliers, entreprises, fondations et événements tels que collectes de fonds et galas
Faits marquants	77 % des enfants du Magic Bus sont scolarisés plus de cinq jours par semaine et 90 % d'entre eux forment la première génération d'élèves accédant aux études supérieures ou à l'emploi.
Pour inspiration	www.magicbus.org

Résumé

Le programme Magic Bus permet à des familles parmi les plus pauvres du monde de sortir de la pauvreté. Fondé sur le sport et un modèle de mentorat, il responsabilise les enfants et les aide à prendre des décisions qui leur permettront de grandir de façon structurée et de devenir des adultes épanouis et jouissant de conditions de vie dignes. Pour concrétiser cette vision, le programme Magic Bus travaille sur les thèmes de l'éducation, de la santé, de l'égalité des sexes, de l'encadrement, de la subsistance, du droit au jeu et des aptitudes socio-émotionnelles. Le parcours d'un enfant au sein du programme Magic Bus débute à l'âge de 7 ans et s'achève à 18 ans, lorsque l'enfant commence à gagner sa vie. Tout au long de ce parcours, il bénéficie d'échanges d'informations, ses comportements sont pris en compte et remis en question, et des perspectives d'avenir lui sont offertes. Ainsi, au terme de ce parcours de dix ans aux côtés de l'organisation, les enfants sont devenus des jeunes compétents et sûrs d'eux, davantage maîtres de leur existence et de leurs choix.

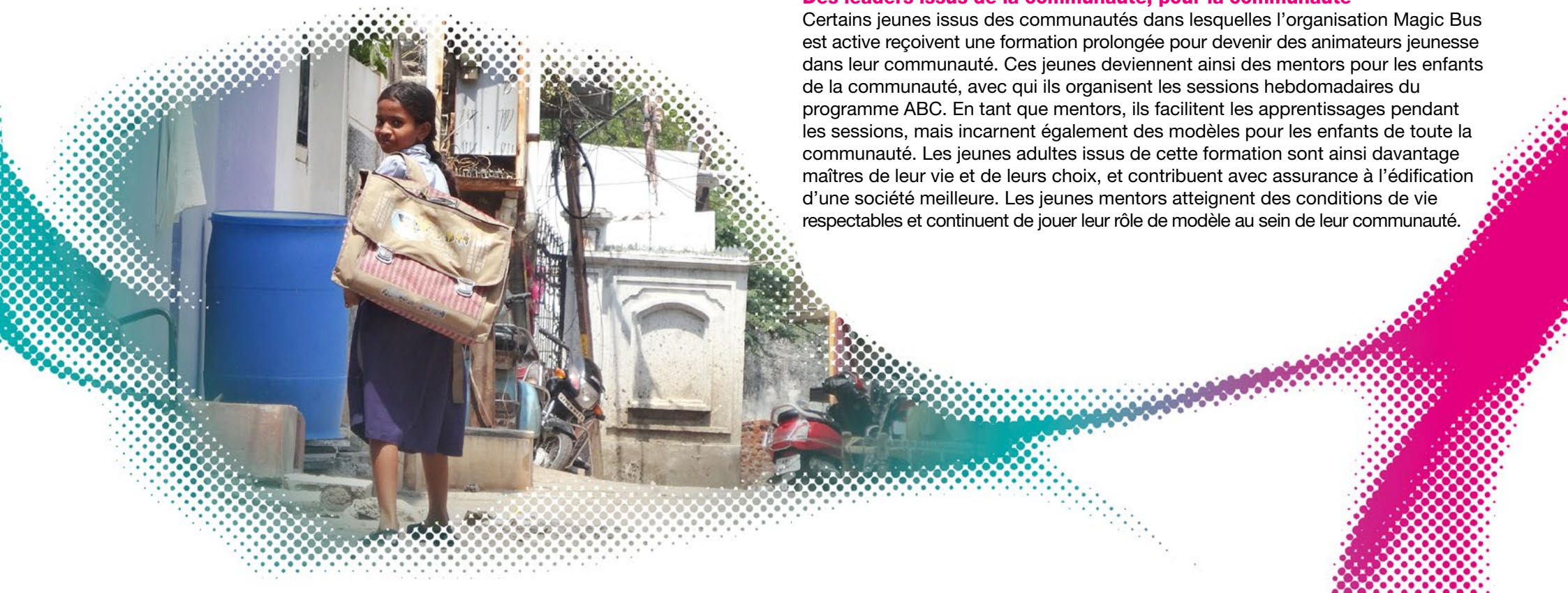
Clés du succès

Un programme fondé sur l'activité physique

Le programme ABC (fondé sur l'activité physique) est un modèle unique qui utilise le jeu et le sport pour instaurer le changement. Il comprend 40 sessions par an, chacune accompagnée d'un cours théorique, et instruit les enfants, à travers le sport, sur les questions de l'éducation, de l'égalité des sexes, de la santé et des principaux problèmes auxquels ils sont confrontés. Le jeu est un excellent moyen de construire des compétences sociales, personnelles et physiques, et permet aux enfants de réfléchir à certaines attitudes et comportements liés aux différences de sexe. Dans chaque session, une métaphore adaptée invite les enfants à axer leur réflexion sur un domaine particulier: éducation, santé ou subsistance. Le programme est divisé en trois modules correspondant à chaque étape du développement de l'enfant, de la phase intermédiaire de l'enfance au début de l'âge adulte, afin que soient abordées toutes les compétences liées à chaque tranche d'âge.

Des leaders issus de la communauté, pour la communauté

Certains jeunes issus des communautés dans lesquelles l'organisation Magic Bus est active reçoivent une formation prolongée pour devenir des animateurs jeunesse dans leur communauté. Ces jeunes deviennent ainsi des mentors pour les enfants de la communauté, avec qui ils organisent les sessions hebdomadaires du programme ABC. En tant que mentors, ils facilitent les apprentissages pendant les sessions, mais incarnent également des modèles pour les enfants de toute la communauté. Les jeunes adultes issus de cette formation sont ainsi davantage maîtres de leur vie et de leurs choix, et contribuent avec assurance à l'édification d'une société meilleure. Les jeunes mentors atteignent des conditions de vie respectables et continuent de jouer leur rôle de modèle au sein de leur communauté.



Objectifs du programme

Offrir l'égalité d'accès au sport

Le programme cible tout particulièrement les villages et les bidonvilles les plus démunis d'Inde, afin d'aider les enfants et leur famille à sortir de la pauvreté. Rompre les stéréotypes sexistes est un enjeu majeur du programme. Quatre-vingt-seize pour cent des enfants ayant participé au programme Magic Bus considèrent que chaque enfant devrait avoir accès au jeu, quel que soit son sexe.

Améliorer le bien-être et la santé publique

Le programme Magic Bus fournit aux enfants toutes les informations nécessaires pour qu'ils opèrent des changements qui amélioreront leur santé et leur hygiène de vie. La mission principale de ce programme est de permettre aux enfants de s'investir dans le sport tout en leur transmettant de précieuses leçons de vie par le jeu.

« Les enfants du programme Magic Bus apprennent en s'amusant, un scénario idéal pour le transfert de connaissances. »

Pratik Kumar – PDG de Magic Bus

Stratégie de communication

Le programme Magic Bus collabore avec des organes médiatiques régionaux, reconnus en Inde et à l'étranger, afin de mobiliser partisans, donateurs et bénévoles autour de leur cause. Une conférence annuelle est également organisée dans le but de réunir médecins et hommes politiques autour de sujets comme l'utilisation du sport au service du développement et de la paix. De plus, Magic Bus utilise différents outils de relations publiques tels que des stratégies pour l'établissement de relations ou des communiqués et des conférences de presse pour s'assurer que les médias sont informés de ses activités. Enfin, Magic Bus a une présence en ligne très active par l'intermédiaire de ses comptes Facebook, Twitter, LinkedIn et Google Plus, ainsi que par le blog et le site web consacrés au programme.

Évaluation du programme

Des mécanismes rigoureux de suivi et d'évaluation font partie intégrante de toutes les activités du programme Magic Bus. Une étude de référence est menée au début du programme, puis les progrès des enfants tout au long de leur parcours sont suivis au travers d'enquêtes annuelles réalisées auprès d'échantillons aléatoires d'enfants, de jeunes et de parents. En ce qui concerne les animateurs jeunesse, leur capacité d'insertion professionnelle, leurs activités au sein de la communauté et leurs réalisations en tant que leaders sont également suivis.



Journée du sport RBC

Une célébration nationale du sport au Canada

Cette manifestation est une occasion pour tous les Canadiens de célébrer le pouvoir du sport, de renforcer l'esprit communautaire et de fierté nationale, et d'encourager un mode de vie sain et actif.



Lieu	Canada
Organisation	ParticipACTION
Dates	2010 – en cours
Groupe cible	Tous âges
Participants	Des milliers de Canadiens lors de plus de 1 800 manifestations à l'occasion de l'édition 2013
Partenaires	Le gouvernement fédéral, les gouvernements provinciaux et les entreprises donatrices dont RBC, CBC et Sport Pur
Faits marquants	En 2013, 47 % des Canadiens connaissaient la Journée du sport, et 24 % de ces personnes avaient pris part à cette initiative sous une forme au moins (en pratiquant un sport, en participant à une manifestation, en regardant les retransmissions, etc.).
Pour inspiration	www.participACTION.com www.cbcsports.ca/sportsday



Résumé

La Journée du sport RBC au Canada est une célébration nationale du sport, qu'il soit pratiqué en amateur ou à haut niveau, qui concerne les communautés dans tout le Canada. La manifestation a été présentée par CBC, la chaîne sportive nationale canadienne, ParticipACTION, Sport Pur et RBC, au titre de sponsor. Les objectifs de la Journée du sport sont de renforcer la culture du sport, d'encourager la pratique sportive et de rehausser la perception du rôle que joue le sport dans la fondation d'une société meilleure et plus forte. Afin de soutenir et de promouvoir les initiatives locales en faveur du sport et des loisirs en vue d'accroître leur pratique à long terme, les communautés de chaque province et territoire se mobilisent et s'engagent dans l'organisation de manifestations.

Clés du succès

Une manifestation pour tous

La vision de la Journée du sport RBC est de mobiliser tous les Canadiens, de toutes les tranches d'âge, afin de bâtir, de renforcer et de célébrer le rôle du sport au Canada. Plus de 1 800 manifestations ont lieu chaque année, lesquelles réunissent des organisations sportives nationales et provinciales, leurs réseaux d'entraîneurs, d'athlètes et de bénévoles, leurs communautés scolaires, leurs installations de loisir, leurs familles, lieux de travail et responsables communautaires.

Une grande variété de manifestations

Dans la semaine qui précède la Journée du sport RBC et le jour même, les organisations locales, les communautés et les écoles de tout le Canada ouvrent leurs portes pour célébrer le sport à l'échelon local et contribuer à créer une dynamique en faveur de la Journée du sport. Sur le terrain, dans les communautés de tout le pays, les organisateurs mènent une campagne de choc autour des manifestations « Journée du sport RBC au Canada », en organisant des festivals communautaires, des journées de baptême d'activités, des portes ouvertes, des matches, des compétitions, des rencontres, des tournois, des courses de fond, des spectacles et des « pep rallies » (rassemblements d'encouragement).



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

Depuis 20 ans, le taux de pratique sportive des Canadiens, jeunes comme adultes, a fortement chuté. La Journée du sport RBC vise à créer un engouement destiné à combattre l'inactivité et promouvoir l'activité physique.

Soutenir les sociétés actives

La Journée du sport RBC cherche à présenter aux Canadiens l'offre locale en matière de sport et de loisirs, en vue d'accroître la pratique sportive à long terme et d'améliorer l'état de santé de la population.

Stratégie de communication

La promotion du programme passe par divers canaux de communication: télévision, radio, brochures, relations publiques, réseaux sociaux, lettres d'information électroniques, campagnes promotionnelles, présentations, webinaires, sensibilisation par voie de marketing au niveau communautaire. Le programme invite également d'autres secteurs et organisations comme ceux du sport, de l'activité physique, des loisirs et de l'éducation, les lieux de travail, les organisations sportives nationales et provinciales, les municipalités et les organismes de santé publique, à s'investir et à contribuer à la promotion du programme.

Évaluation du programme

L'évaluation mesure à la fois le processus et les résultats. Les mesures du processus fournissent des indications sur l'exécution et la portée du programme, qui pourront être exploitées dans le cadre d'un processus d'amélioration continue. Les mesures de résultats évaluent les retombées réelles du programme et déterminent s'il a atteint ses objectifs.

« La boxe est un moyen formidable d'améliorer sa forme physique, et les compétitions mixtes d'arts martiaux et de boxe jouissent d'une excellente popularité, ce qui attire de nombreux jeunes vers ces sports. Grâce à la Journée du sport au Canada, la Maison des jeunes est en mesure de proposer des cours de boxe réguliers aux jeunes d'une communauté isolée du nord du pays. Si cette manifestation n'existait pas, ils n'auraient sans doute jamais eu l'occasion de s'essayer à ce sport. »

Ali McConnell – Directeur exécutif de la Maison des jeunes d'Inuvik



World Girls' Ice Hockey Weekend

Une chance pour les filles de tous âges de découvrir le hockey sur glace

L'événement World Girls' Ice Hockey Weekend offre aux jeunes filles du monde entier la possibilité de s'essayer à la pratique du hockey sur glace et de découvrir les possibilités de pratiquer ce sport dans leur communauté.



Lieu	Monde entier
Organisation	Fédération internationale de hockey sur glace (IIHF)
Dates	2011 – en cours
Groupe cible	5-12 ans
Participants	Des milliers de jeunes filles en 2013
Partenaires	Fédérations, ligues nationales, clubs et équipes membres de l'IIHF
Faits marquants	En 2013, 341 manifestations ont été organisées dans 31 pays.
Pour inspiration	www.iihf.com/iihf-home/sport/women/world-girls-hockey-day.html

Résumé

Avec les informations et le matériel fournis par l'IIHF et les associations nationales affiliées, les clubs de hockey sur glace du monde entier organisent une journée spéciale dans les patinoires locales destinée à permettre aux jeunes filles d'essayer gratuitement le hockey sur glace. Le programme consiste à réunir des jeunes filles sur la glace pour leur faire découvrir les compétences de base du hockey dans un cadre positif, amusant et sécurisé, mais a aussi pour objectif de leur présenter les différentes possibilités de pratiquer ce sport dans leur communauté. Tout au long de la journée, les participantes sont sensibilisées aux notions de fair-play, de sportivité et d'esprit d'équipe, nouent de nouvelles amitiés et ont l'occasion de se prendre de passion pour un nouveau sport. Pour participer, il leur suffit d'apporter des patins à glace, un casque et des gants. Les entraîneurs et les gérants locaux veillent à ce que la journée se déroule sans temps mort.

Clés du succès

Des manifestations de différentes ampleurs

Les associations nationales, ligues, clubs et équipes affiliés ou tout groupe ayant à cœur de partager le hockey sur glace avec une nouvelle génération de joueuses peuvent s'inscrire pour accueillir cet événement. Cette manifestation est relativement facile à encadrer et les organisateurs peuvent définir l'ampleur qui leur convient, l'objectif principal étant d'offrir aux jeunes filles la possibilité de jouer. Les organisateurs annoncent la manifestation au sein de leur communauté, déterminent des horaires et désignent des entraîneurs pour réaliser quelques exercices de base ludiques. Afin de garantir l'accès à la manifestation au public le plus large possible, les organisateurs fournissent également les palets et les crosses, et font leur possible pour disposer de patins dans les régions où le hockey sur glace est peu répandu.

Aide de la fédération internationale

En tant qu'initiatrice du projet, l'IIHF apporte son aide à tous ceux qui souhaitent organiser un événement pendant le World Girls' Ice Hockey Weekend. En ce qui concerne la promotion, l'IIHF fournit une affiche type sur laquelle l'organisateur n'a plus qu'à ajouter, dans sa langue, les informations propres à son événement. De plus, un exemple de plan d'entraînement, téléchargeable sur le site web de l'IIHF, présente quelques exercices ainsi que les modalités d'organisation de la manifestation. Des conseils sur l'organisation générale de la manifestation sont fournis à ceux qui accueillent cette journée de hockey pour les jeunes filles pour la première fois. Enfin, un guide, en cours de rédaction, sur le World Girls' Ice Hockey Weekend fournira des instructions très détaillées sur l'organisation d'une manifestation de ce type, du marketing jusqu'aux résultats, en passant par le déroulement pratique de la manifestation.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

Le programme vise à promouvoir la pratique féminine du hockey sur glace et à encourager les jeunes filles à pratiquer un sport dont la promotion ne s'adresse que rarement à elles.

Offrir l'égalité d'accès au sport

L'objectif principal du World Girls' Ice Hockey Weekend est de recruter des joueuses de hockey sur glace. Le hockey sur glace est un sport généralement dominé par les hommes et le programme donne aux femmes l'occasion de découvrir sa pratique et de s'engager dans ce sport. Le but consiste également à élargir la portée du hockey sur glace au-delà des pays qui le pratiquent traditionnellement.

« Cela a prouvé à notre organisation que le hockey féminin est promis à un bel avenir si nous continuons d'organiser cette journée spéciale filles. Il est même envisageable de mettre en place d'autres sessions pratiques réservées aux jeunes filles.»

Anja Ramajzl – Entraîneur (Hamburger SV, Allemagne)

Stratégie de communication

L'IIHF utilise le site web consacré à la manifestation et se met directement en relation avec les associations nationales affiliées. L'IIHF et les associations nationales affiliées font la promotion de la manifestation à grande échelle, tandis que les clubs locaux peuvent poser des affiches dans les écoles, les magasins etc., et faire passer l'information dans les journaux locaux. De plus, l'IIHF utilise son site web pour couvrir certains événements, ce qui permet de proposer des informations plus détaillées et accessibles à tous.

Évaluation du programme

L'IIHF comptabilise le nombre de manifestations organisées et de pays participants, et recueille les informations en retour. Pour les éditions à venir, l'évaluation inclura également le nombre de joueuses et le nombre de jeunes filles qui, après avoir découvert le hockey sur glace, ont continué à y jouer.



Dream Building, El Salvador

Offrir une activité de loisir saine et bien encadrée aux enfants des régions rurales, susceptibles d'être embrigadés dans des gangs

Utiliser le tennis de table en tant que moyen pour promouvoir un changement positif, au niveau individuel comme au niveau communautaire, au sein des collectivités qui n'offrent que peu de perspectives à leurs habitants, ainsi que pour promouvoir ce sport auprès de jeunes qui n'auraient normalement aucun accès à un sport tel que le tennis de table.



Lieu	El Salvador
Organisation	Fédération salvadorienne de tennis de table (FESALTEME)
Dates	2012 – en cours
Groupe cible	De 6 à 18 ans
Participants	1800 participants répartis sur 16 sites
Partenaires	La Fédération internationale de tennis de table (ITTF), l'Institut national des sports (INDES), l'Agence japonaise de coopération internationale (JICA), les Centres communautaires locaux pour la jeunesse
Faits marquants	De 2012 à 2014, le programme a connu un développement continu, ce qui lui a permis de faire passer de 11 à 16 le nombre de ses sites, ainsi que de 300 à 1800 le nombre de ses participants.
Pour inspiration	fesalteme.org

Résumé

Le programme a démarré grâce aux efforts de la Fédération salvadorienne de tennis de table, en collaboration avec l'Institut national des sports, lesquels ont recherché des sites adéquats dans les campagnes, où il n'existe presque aucune activité encadrée pour les jeunes. Ensuite, l'ITTF a fourni les installations nécessaires pour équiper ces sites, cela avec l'aide du sponsor, puis a également organisé des cours techniques, afin de former des entraîneurs tant sur le plan sportif que sur le plan de l'éducation sociale. De plus, l'Agence japonaise de coopération internationale et l'ambassade du Japon ont apporté à la fois l'appui financier et l'aide de bénévoles japonais pour soutenir le programme, offrant ainsi à ce dernier une assise et une sécurité opérationnelle pour l'avenir. Des entraîneurs ont également été engagés pour chaque site, afin d'y donner des cours hebdomadaires de tennis de table. Parallèlement, une éducation sociale est dispensée aux participants, sur un thème ou des valeurs qui changent chaque mois. Tous les sites organisent régulièrement des manifestations au cours desquelles les membres de l'équipe nationale junior font des matches exhibitions. Ces jeunes joueurs servent d'exemples aux participants et leur permettent de voir ce sport pratiqué à un haut niveau dans leur cadre habituel. À la fin de chaque année, le programme se conclut en fanfare par un festival de deux jours, à l'occasion duquel tous les participants se retrouvent, se rencontrent et jouent les uns contre les autres.

Clés du succès

Se concentrer sur des régions qui n'offrent aucune pratique sportive

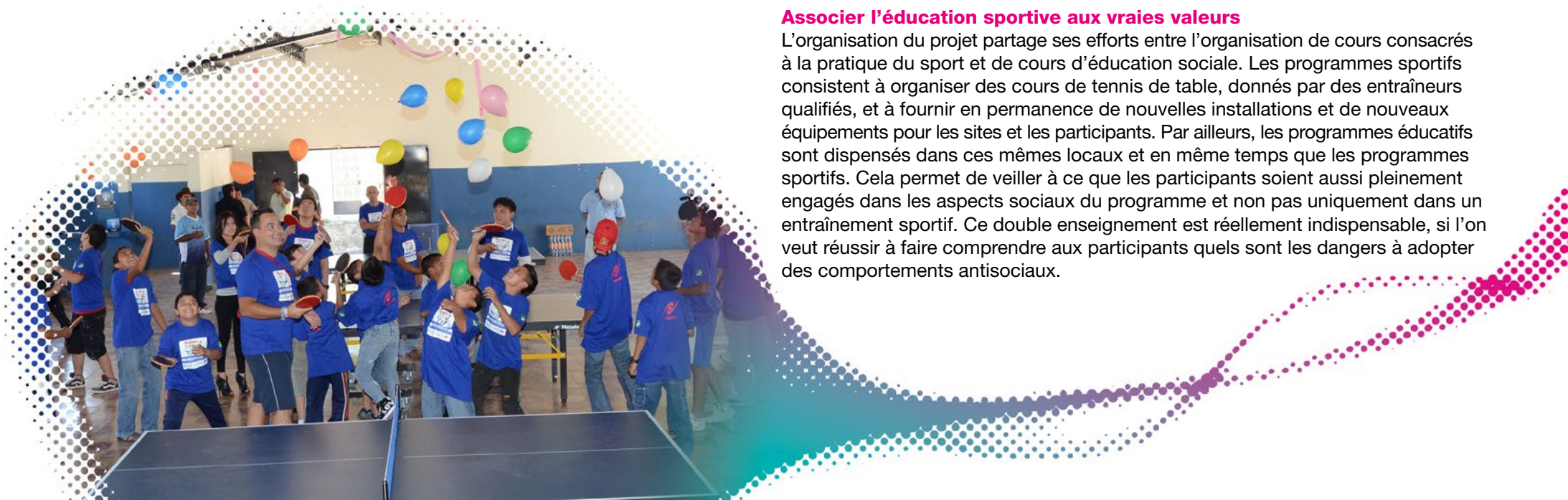
L'organisation de ce projet se concentre principalement sur les régions rurales du Salvador, où les jeunes n'ont que peu d'accès aux sports, voire aucun accès. Le tennis de table est un sport qui se prête bien à des lieux ne disposant que de peu d'espaces publics et où les gens peuvent se réunir dans un cadre communautaire. C'est le type d'environnement propice au programme. En donnant aux participants une possibilité nouvelle de divertissement, le programme a pour but de les détourner d'activités plus dangereuses, lesquelles ont souvent été celles des jeunes de ces communautés par le passé.

Intégration et engagement social

Le programme met principalement l'accent sur ses efforts pour réunir autant de jeunes que possible dans chaque communauté. Dans les campagnes du Salvador, il est généralement difficile de trouver un lieu communautaire où les jeunes peuvent se réunir. De plus, les programmes d'activités sportives et sociales mis en place par les entraîneurs et les employés veillent à faire participer autant de jeunes que possible et de manière égale, quelles que soient leurs aptitudes au sport. En offrant un bon accueil et en aidant les participants à se sentir motivés, on peut alors réduire les risques de les voir suivre de mauvais chemins.

Associer l'éducation sportive aux vraies valeurs

L'organisation du projet partage ses efforts entre l'organisation de cours consacrés à la pratique du sport et de cours d'éducation sociale. Les programmes sportifs consistent à organiser des cours de tennis de table, donnés par des entraîneurs qualifiés, et à fournir en permanence de nouvelles installations et de nouveaux équipements pour les sites et les participants. Par ailleurs, les programmes éducatifs sont dispensés dans ces mêmes locaux et en même temps que les programmes sportifs. Cela permet de veiller à ce que les participants soient aussi pleinement engagés dans les aspects sociaux du programme et non pas uniquement dans un entraînement sportif. Ce double enseignement est réellement indispensable, si l'on veut réussir à faire comprendre aux participants quels sont les dangers à adopter des comportements antisociaux.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

Selon les statistiques relatives au taux de mortalité, le Salvador se situe au 14e rang mondial et la tendance au diabète continue à augmenter de manière régulière au sein de sa population, puisque le Salvador se place maintenant parmi les 25 % de pays les plus affectés par cette maladie. La promotion des activités physiques est, par conséquent, essentielle si l'on veut parvenir à lutter contre ce fléau et c'est bien ce qu'entend accomplir le projet. En offrant aux participants la possibilité non seulement de pratiquer une activité physique, mais également de s'engager pour vivre dans un environnement communautaire sain et sûr, le programme encourage en effet la pratique du sport en tant que moyen pour venir en aide aux jeunes à risques dans l'ensemble du pays.

Soutenir les sociétés actives

Le Salvador est l'un des pays les plus pauvres d'Amérique latine et les régions rurales sont les plus défavorisées, car affectées par l'isolement, la pauvreté et le crime. Ces défis empêchent clairement la pratique généralisée du sport et de l'activité physique, notamment par rapport aux villes. C'est pour cette raison que Dream Building El Salvador déploie ses efforts en particulier sur ces régions. Pour cela, le programme se concentre sur le développement des capacités des participants et leur présente des joueurs pratiquant ce sport au plus haut niveau, grâce à l'organisation de tournois exhibitions auxquels participent les membres de l'équipe nationale ou des invités spéciaux. Le programme fournit aussi régulièrement du matériel neuf et fonctionnel à tous les sites, donnant ainsi à tous les participants la possibilité de vivre une expérience sportive de qualité.

Offrir l'égalité d'accès au sport

Le programme est particulièrement axé sur les régions qui n'offrent à leur communauté que peu d'accès, voire aucun accès au sport. La topographie et le climat de la campagne de ce pays ne permettent pas la pratique de nombreux sports par ses habitants. L'un des grands avantages qu'offre le tennis de table est le fait que la pratique de ce sport ne nécessite ni de grands espaces extérieurs, ni un climat particulier, pas plus qu'un grand nombre de participants ou encore de gros investissements financiers. Le programme Dream building tire parti de ces avantages.

Stratégie de communication

La promotion du programme auprès des participants potentiels se fait par l'intermédiaire de lieux communautaires, tels que des centres locaux pour les jeunes ou les écoles. C'est là le plus sûr moyen pour l'organisation d'atteindre son public cible, car tous les sites se trouvent dans de petits villages dispersés dans la campagne. Par ailleurs, l'organisation assure sa publicité, dans une certaine mesure, en s'appuyant aussi sur les réseaux sociaux et les médias.

Évaluation du programme

Une évaluation trimestrielle du programme est réalisée par le coordonnateur général, lequel est assisté dans cette tâche par un représentant du sport pour tous, désigné parmi les membres du gouvernement national. L'ITTF établit également chaque année un bilan quantitatif du programme, au moyen des fiches d'évaluation prévues à cet effet.

“Nous recevons beaucoup d'appels téléphoniques de municipalités qui souhaitent se joindre au programme. Mais, en fait, elles sont plus nombreuses que ce que nous pouvons gérer. Nous atteignons maintenant des communautés que nous ne pouvions pas toucher auparavant.”

Coordonnateur général
de l'organisation Dream Building



Boxgirls Kenya

Utiliser la boxe, afin de promouvoir les droits des jeunes filles

L'organisation appelée «Boxgirls Kenya» est une petite organisation, jeune, dynamique et interactive, travaillant dans les quartiers défavorisés de Kariobangi, à Nairobi, et dont l'objectif est de créer un environnement dans lequel des jeunes filles déracinées, marginalisées et exclues sont soutenues et parviennent à mener leur vie dignement, dans le cadre de communautés qui leur offrent la sécurité.



Lieu	Nairobi et la région ouest du Kenya
Organisation	Boxgirls Kenya
Dates	2007 – en cours
Groupe cible	De 8 à 23 ans (et quelques garçons âgés de 9 à 15 ans)
Participants	De 2007 à 2014, le programme a inclus 900 jeunes filles
Partenaires	L'African Women Development Fund (AWDF), le Match Women Fund Canada, la Fondation Ford. Ce programme est également soutenu sur le plan fiscal par l'organisation caritative Comic Relief, par l'intermédiaire de l'organisme Women Win
Faits marquants	Le programme compte plus de 900 filles et jeunes femmes qui se réunissent chaque semaine pour des entraînements de boxe, lesquels leur permettent d'améliorer leurs capacités sur les plans de l'auto-défense, de la confiance en soi, de l'estime de soi, de la forme physique et de la capacité à diriger.
Pour inspiration	www.boxgirls.org/home-2/international/kenya/

Résumé

La devise des Boxgirls tient en ces mots : « Des filles fortes, pour des communautés sûres ». En utilisant la boxe et en travaillant avec des écoles soigneusement sélectionnées, l'organisation Boxgirls entraîne les participantes à pratiquer la boxe, afin de briser les stéréotypes sexistes liés aux filles dans l'univers du sport. La boxe sert donc à favoriser la promotion des capacités à diriger dans l'esprit des jeunes filles et à accroître leur sécurité personnelle (émotionnelle, physique, relationnelle, spirituelle et mentale). Tout l'entraînement, axé sur l'efficacité, repose sur le jeu et sur une approche adaptée aux filles. Boxgirls se bat chaque jour et à chaque instant pour insuffler dans la vie de ces jeunes filles l'espoir, la force et la joie. L'accès au sport est un droit qui appartient à tout être humain et constitue également une voie menant à d'autres droits fondamentaux.

Boxgirls se sert aussi du sport pour créer un monde dans lequel les jeunes filles peuvent profiter de leur enfance et de leur adolescence, s'exprimer librement, évoluer et être elles-mêmes sans avoir à craindre d'agressions sexuelles. Boxgirls œuvre pour voir l'avènement d'un monde dans lequel les jeunes filles et jeunes femmes pourront faire du sport avec bonheur et en toute liberté, tout en laissant leur corps s'épanouir pleinement. Boxgirls veut aider à construire un monde dans lequel les jeunes filles pourront avoir confiance en leurs professeurs, leurs parents, leurs voisins et leur communauté sans crainte d'être abusées, un monde dans lequel elles pourront découvrir tout ce dont elles sont capables, sans être limitées par la pauvreté ni par d'autres difficultés d'ordre social.

Boxgirls est l'un des membres fondateurs du réseau international « Boxgirls International Network » (www.boxgirls.org).

Clés du succès

Un programme fait sur mesure

Boxgirls a mis sur pied un programme complet d'entraînement aux aptitudes nécessaires à la vie active de tous les jours, lequel est combiné au programme sportif à proprement parler. Ce programme apporte aux participantes la confiance et le soutien nécessaires à la bonne marche de leur programme d'entraînement. Boxgirls a formé ses entraîneurs pour qu'ils appliquent le programme de manière adéquate et a fait en sorte que celui-ci soit accessible sur sa plateforme internet, www.tools.boxgirls.org. Ce programme a permis à Boxgirls de mettre en valeur le potentiel que possèdent des jeunes filles défavorisées sur le plan de leurs capacités à diriger et de les aider à le développer pleinement.



Promotion et expérience sur le plan international

L'organisation Boxgirls a été invitée à prendre la parole à l'occasion du Forum mondial des jeunes sur le sport, la culture et la paix, organisé par l'UNESCO, à Nanjing, en Chine. Boxgirls a donc eu l'occasion de faire part au public des pratiques novatrices, mises en œuvre par le programme, pour promouvoir la boxe au sein des communautés. Les entraîneurs travaillant dans le cadre du programme lancé par Boxgirls sont eux-mêmes membres de l'équipe nationale de boxe du Kenya et ont déjà représenté leur pays lors des Jeux Olympiques et des Jeux du Commonwealth. Ce programme a fait l'objet d'émissions télévisées, diffusées par le réseau de télévision public PBS aux Etats-Unis, ainsi que par CNN, émissions télévisées qui ont présenté Boxgirls comme l'une des rares organisations s'appuyant sur le sport pour doter les jeunes filles de capacités d'auto-défense et de survie. Une promotion internationale de cette ampleur du programme permet à Boxgirls d'accroître sa notoriété, ainsi que sa capacité à développer encore davantage ses activités au profit des jeunes filles qui participent à son programme.

Influence locale

Boxgirls est une organisation populaire et communautaire dont les dirigeants et les entraîneurs sont eux-mêmes directement issus des communautés qu'ils servent. En recourant aux réseaux locaux et en gagnant la confiance des parents et des dirigeants communautaires, il devient alors possible d'accueillir les jeunes filles dans le cadre de ce programme sportif. Des initiatives s'adressant à la communauté, sous la forme de défilés et cortèges, d'action de nettoyage des rues ou encore de championnats, permettent de veiller à ce que les messages concernant les droits des jeunes filles et la lutte contre les violences sexuelles soient transmis au grand public et à l'ensemble de la communauté.

Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

L'organisation Boxgirls se concentre sur des actions destinées à aider les jeunes filles à devenir fortes et confiantes, afin de surmonter les stéréotypes sexistes existant dans le monde du sport et d'avoir une vie sociale active, grâce à leur pratique du sport. Boxgirls veille très attentivement à ce que ses entraîneurs soient formés de manière à atteindre un niveau technique très élevé, comme le montre le fait qu'ils sont membres de l'équipe nationale du Kenya et ont eux-mêmes participé à des éditions des Jeux du Commonwealth et des Jeux Olympiques. Ces compétences techniques les aident à servir d'exemples, de même qu'elles les aident à soutenir et à poursuivre le développement du sport qu'est la boxe.

Soutenir les sociétés actives

Au niveau local, l'un des principaux objectifs du programme de Boxgirls est d'instaurer des partenariats avec les écoles de la communauté. En nouant des relations solides avec ces écoles, les relations de travail entretenues avec les communautés bénéficiant du programme mis sur pied n'en deviennent que plus efficaces, ce qui permet ensuite de s'attaquer ensemble aux problèmes qui affectent la vie des jeunes filles, comme des femmes. Boxgirls concentre son travail sur des enfants et leurs parents qui sont parfois parmi les plus pauvres du Kenya. Cela permet à l'organisation d'accroître les droits reconnus aux filles, ainsi que leur droit à la scolarité et à la participation au développement de leur communauté, dès leur plus jeune âge.

Favoriser l'héritage olympique

Au Kenya, Boxgirls a eu la très grande satisfaction d'entraîner la première boxeuse olympique à avoir représenté le pays lors des Jeux. Figurant maintenant elle-même au nombre des entraîneurs de Boxgirls, elle est un exemple pour les jeunes filles qu'elle entraîne et leur enseigne la détermination et la persévérance nécessaires pour atteindre leurs objectifs. L'organisation apprend aux jeunes filles participant au programme à servir de modèles, afin qu'à leur tour elles veillent à promouvoir les valeurs olympiques d'amitié et de respect dans l'esprit des plus jeunes.

Stratégie de communication

La notoriété du programme est assurée grâce à des visites auprès des écoles et à des discussions avec les jeunes filles et leurs parents. Boxgirls Kenya accueille également volontiers les journalistes et les étudiants étrangers qui souhaitent venir sur place et assister aux entraînements du programme. Boxgirls Kenya dispose également d'un site internet et informe le public concernant son programme par le biais de sa plateforme www.tools.boxgirls.org. De plus, les organisations Boxgirls Kenya et Boxgirls International partagent très largement leurs expériences à l'occasion de conférences internationales et dans le cadre de partenariats, tels que les camps pour le leadership de la jeunesse organisés par l'UNOSDP (Bureau des Nations Unies pour le sport au service du développement et de la paix).

Évaluation du programme

Le programme a fait l'objet d'une évaluation extérieure réalisée par l'organisation caritative Comic Relief, évaluation montrant clairement que la boxe constitue un moyen adéquat pour sensibiliser les jeunes filles, autant que la communauté dans son ensemble, aux questions de la violence sexiste et des droits des filles. Cette évaluation a également mis en avant les valeurs d'une organisation telle que Boxgirls, laquelle est solidement implantée au sein des communautés locales et travaille dans une perspective de justice sociale pour le bien de la communauté toute entière. Boxgirls International a, pour sa part, fait l'objet d'un rapport établi par l'Université du sport de Cologne, en Allemagne, rapport qui démontre de manière évidente que les jeunes filles ayant participé au programme gagnent en confiance, en tolérance et en courage face à la discrimination. Outre le fait qu'elle a demandé ces évaluations extérieures, Boxgirls Kenya est aussi une organisation elle-même engagée dans un processus d'apprentissage, d'où son effort constant de réunir des informations et des données pour son propre usage et ses activités de planification. L'organisation a également mis sur pied un comité des parents, ainsi que des structures de suivi auprès des participantes, afin de recueillir leurs réactions en temps utile et de veiller à ce que le programme réponde aux besoins de la communauté.

« Boxgirls m'a permis de devenir une personne responsable, capable de diriger les autres, qui comprend l'importance de la négociation, de l'analyse des problèmes et sait comment trouver des solutions. »

Sarah Ndisi – Championne de la catégorie poids plume d'Afrique centrale et de l'Est



Fire Fit

Utiliser l'image de personnes dignes d'être des exemples pour promouvoir l'égalité sociale, grâce à l'activité physique et culturelle

Le programme Fire Fit fait sortir les services du feu des limites de leur rôle traditionnel, cela afin de rendre la communauté plus forte, plus sûre et plus saine, grâce à la promotion du sport et de l'exercice physique.



Lieu	Liverpool (Royaume-Uni)
Organisation	Merseyside Fire and Rescue Service (MFRS)
Dates	2010 – en cours
Groupe cible	Tous les âges
Participants	En 2014, le programme Fire Fit destiné aux écoles a touché 400 enfants (âgés de 10 ans), dans le cadre du Centre Fire Fit, situé à Toxteth. De plus, l'organisation compte plus de 1000 membres et entretient des relations avec d'autres groupes d'activités récréatives.
Partenaires	Le Conseil municipal de Liverpool, le Département de l'instruction, le Conseil de santé publique et de bien-être social
Faits marquants	Fire Fit a été le premier programme lancé par un service du feu et de sauvetage à avoir reçu la certification « Inspire Mark » attribuée par le comité d'organisation des Jeux de Londres 2012. Fire Fit a ensuite encouragé 17 autres services du feu, dans tout le Royaume-Uni, à se joindre à sa démarche et à obtenir la même certification.
Pour inspiration	www.firefithub.org.uk

Résumé

Le Service du feu et de sauvetage de Merseyside a relevé le lien très concret existant entre la menace d'incendie et les niveaux d'inégalité sociale dans les domaines de l'instruction, du logement et des revenus. L'incidence d'un comportement antisocial, de la délinquance et d'autres facteurs de risque directement liés aux incendies sont beaucoup plus présents dans les zones affectées par ces aspects de l'inégalité sociale (les indicateurs britanniques de handicaps socio-économiques placent Liverpool au premier rang et Knowsley au cinquième rang national en ce qui concerne le niveau de pauvreté).

Le projet Fire Fit est né du besoin de s'attaquer aux inégalités caractérisant ces communautés, cela par le biais du sport, de l'exercice et de l'éducation physique, tout en se servant de l'expérience et de la reconnaissance sociale que possède le service local du feu et de sauvetage. Le programme Fire Fit comprend du sport, des cours de diététique, du bénévolat et des activités culturelles, ainsi que des activités destinées à renforcer la cohésion communautaire. Ce programme s'appuie sur le service du feu, les pompiers et d'autres collaborateurs, lesquels servent d'exemples, afin d'encourager la participation aux activités physiques et culturelles. L'ensemble du programme ou de la marque Fire Fit peut être divisé en cinq grands domaines d'activités : les écoles, les communautés, les activités, les manifestations et le Centre. Le premier volet, consacré aux écoles, se concentre sur les activités réalisées avec les enfants de la ville, avant qu'ils quittent l'école primaire, afin de les préparer à mener une vie saine physiquement et mentalement. Ce volet du programme s'appuie sur les données fournies par les spécialistes de la santé travaillant pour le Programme national de gestion du poids (engagement et ciblage corrects).

Le volet consacré aux communautés et aux activités se concentre sur la promotion de manifestations et d'initiatives mises sur pied dans le cadre de diverses collectivités et de la ville dans son ensemble. Les manifestations du programme Fire Fit sont des activités à thèmes, menées en collaboration avec les écoles tout au long de l'année. Le programme comporte une manifestation dans chacun des districts où il est implanté. Enfin, le volet consacré au Centre concerne le bon fonctionnement d'un centre pour les jeunes et de niveau international.

Les coûts d'exploitation pour les volets concernant les écoles et les communautés s'élèvent environ à USD 40 000.- par an. Les coûts pour le centre sont supérieurs à USD 100 000.- par an. Cependant, le Centre dispose également d'un modèle de gestion sur mesure en matière de génération de revenus.



Clés du succès

Une plateforme pour les principales manifestations

La nécessité de mettre sur pied un programme de ce genre a été définie à l'occasion de l'organisation des premiers Jeux mondiaux des sapeurs-pompiers, à Liverpool, cela dans le cadre plus large des célébrations organisées dans la ville, nommée capitale européenne de la culture en 2008. L'héritage laissé à la ville par cette manifestation a dès lors constitué une première prise de conscience et l'élan ainsi créé a permis de mettre sur pied le projet, avec le soutien de quelques partenaires clés. L'effet de cette initiative a ensuite été renforcé par l'approche des Jeux Olympiques de Londres en 2012, puisqu'elle a été lancée entre ces deux manifestations sportives majeures, ce qui lui a donné l'occasion de bénéficier d'une très grande couverture médiatique.

Emplacement

Pour ce qui est du Centre créé dans le cadre du programme Fire Fit, il comporte des installations pour les jeunes et a été construit à Liverpool avec l'aide du Conseil municipal et du Département de l'instruction publique de la ville, pour un montant global de 5 millions de livres (GBP). Le Centre permet la pratique de divers sports, la mise sur pied de concerts, l'organisation d'animations culturelles et autres, soit autant d'activités qui s'adressent spécialement aux jeunes. Ce Centre génère également des revenus puisqu'il loue ses salles et installations à divers utilisateurs. Le fait de disposer d'un Centre dans le cadre duquel il est possible d'organiser toutes sortes de manifestations sous la marque Fire Fit, ainsi que le fait de posséder un lieu où la communauté peut se réunir, sont deux aspects qui rendent de grands services lorsqu'il s'agit d'établir de nouveaux contacts avec des membres de la communauté locale et de les rassembler.

Durabilité

Fire Fit a également pour souci d'apporter à la communauté locale des programmes durables. Cela implique qu'il convient de louer les installations du Centre lorsque ses locaux ne sont pas utilisés, afin de générer des revenus. Le programme Fire Fit comporte également une innovation sous la forme d'un système de bons ayant un impact sur le plan social. En effet, selon ce système, les employés et bénévoles travaillant au service du programme Fire Fit reçoivent des bons pour le temps qu'ils ont consacré à ces activités. Les bons ont une valeur financière, puisqu'ils peuvent être échangés contre certains articles ou avantages, tels qu'un nouvel équipement de football ou l'utilisation d'un minibus lors d'une activité communautaire. Ce système incite donc les employés à s'engager de manière bénévole - en recevant une modeste somme, afin de couvrir leurs frais de déplacement et de nourriture - et à se charger de certains services qui sont ainsi assurés à des prix plus intéressants que par le passé. Cette nouvelle approche est une grande première pour le Service du feu et de sauvetage. Grâce à ces initiatives, chaque membre de l'équipe apportant son aide pour une activité communautaire le fait avec la satisfaction de donner à son tour et de s'engager personnellement pour le bien de la communauté.

Nos collaborateurs

Les collaborateurs de Fire Fit sont le cœur battant du programme et l'avenir de ce dernier dépend d'eux. Le programme cherche donc à les soutenir en encourageant leur participation à des manifestations sportives, telles que «Race for life» ou «Santa dash». Fire Fit offre également des possibilités de suivre une formation d'entraîneur, dans le cadre de ses formations professionnelles continues. Cet investissement apporte ainsi des avantages tant à chacune des personnes concernées qu'à la communauté dans son ensemble.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

L'objectif principal du programme est d'améliorer l'état général de la communauté par le sport et l'exercice physique. Cela a donc donné lieu à des initiatives nécessitant une participation active, ainsi que la construction de locaux et d'installations, afin d'offrir un lieu où la pratique de l'exercice physique et d'activités diverses est possible.

Soutenir les sociétés actives

Le modèle d'action adopté par le programme Fire Fit permet d'améliorer le capital social et de développer la cohésion de la communauté au sein de la localité. Outre les bienfaits physiques que le programme Fire Fit entend apporter à la communauté, d'autres aspects positifs relatifs à la santé sont pris en compte, tels qu'une plus grande confiance en soi et une plus grande estime de soi, lesquelles sont des facettes essentielles de la conception et de la réalisation du programme. Un collaborateur est rattaché à chaque école participant au programme et doit y présenter les activités offertes, agissant ainsi en qualité de représentant de MFRS, chargé de diffuser un message de prévention sur le plan de la santé. Le but ultime de ce programme est de réduire le niveau d'inégalité pour les communautés les plus défavorisées, afin de les rendre plus fortes, plus sûres et plus saines.

« Nous sommes enchantés que notre école participe au programme Fire Fit. Cela est très encourageant et les enfants attendent chaque séance avec impatience et enthousiasme. Le Service du feu apporte une véritable valeur ajoutée à notre école. »

Kath Honey – Directeur de l'école primaire de Blueberry Park

Stratégie de communication

Sur le terrain, le programme est présenté au public grâce à l'organisation d'actions d'approche et de sensibilisation, en particulier dans le cadre des écoles participant au programme. Cette démarche repose principalement sur l'image et le statut dont jouit MFRS en tant qu'organisme doté d'un certain prestige au sein de la communauté. Le programme dispose également de son propre site internet et possède des comptes Twitter et Facebook.

Évaluation du programme

MFRS compte, dans ses rangs, une personne chargée de superviser l'ensemble de la gestion du programme. Les résultats enregistrés sont communiqués sur le plan interne, au sein de MFRS, et un rapport annuel complet est également publié. La force de la marque Fire Fit peut d'ailleurs aisément être mesurée, du fait de sa réputation et de sa grande visibilité.





Waterloo Wellington Adult Day Services

Entretenir la santé et le bien-être chez les séniors

Les services de jour pour personnes âgées ont pour but de promouvoir le bien-être et la dignité auprès des séniors, en abordant les questions liées à la condition physique, cognitive, sociale, médicale et à l'état de santé de manière générale, cela grâce à des services de jour qui leur offrent des possibilités d'avoir des activités sociales et récréatives.



Lieu

Waterloo Wellington, Ontario, Canada

Organisation

Waterloo Wellington Adult Day Services

Dates

En cours

Groupe cible

Seniors, âgés de plus de 50 ans

Participants

1500 personnes et plus de 65 000 visites par année, dans les 23 sites fréquentés par le programme

Partenaires

L'organisation Community Care Concepts, la ville de Waterloo, les Programmes communautaires contre la maladie d'Alzheimer de la région de Waterloo, le Programme KW de services de jour aux séniors, la ville de Cambridge, les Services communautaires de l'Est de Wellington, la ville de Kitchener, le Programme de services de jour pour personnes âgées du village de Trinity, le Centre de soins St. Joseph de Guelph et l'Ordre des infirmières de Victoria (VON, Victoria Order of Nurses). Le réseau local d'intégration des services sanitaires de Waterloo Wellington apporte le financement nécessaire à tous les services de jour pour personnes âgées.

Faits marquants

Compte tenu de l'augmentation rapide du nombre de séniors et du vieillissement de la population, il est important que des services, tels que les services de jour pour personnes âgées, soient planifiés de manière à répondre aux besoins sociaux et récréatifs des séniors, afin de veiller sur leur santé et leur bien-être. En 2005, les séniors de l'agglomération de Waterloo Wellington représentaient 28 % de la population locale (194 800 habitants) et devraient atteindre les 34 % de la population d'ici à 2015 (273 300 habitants). Les statistiques relatives aux démences et à la maladie d'Alzheimer montrent que le nombre de personnes atteintes de démence dans la région s'élevait, en 2011, à 9 450 patients, ce qui représentait alors une augmentation de 28 % par rapport à 2008. Par ailleurs, on s'attend à ce que ce nombre de malades atteigne 10 942 d'ici à 2016.

Pour inspiration

Chaque organisation partenaire dispose de son propre site internet en rapport avec le programme. Pour des informations d'ordre général sur les programmes de services de jour offerts dans la région de Waterloo Wellington, veuillez consulter le site: www.wwhealthline.ca/listServices.aspx?id=10347

Résumé

Attendu le vieillissement de la population, la nécessité de participer à des programmes sociaux et récréatifs revêt pour chacun une importance de plus en plus grande si l'on veut entretenir sa santé physique et son bien-être émotionnel. Quel que soit l'état de santé d'une personne âgée, celle-ci doit avoir l'occasion de participer pleinement à certaines activités, mais aura peut-être besoin d'aide pour y parvenir. Le Réseau de services de jour pour personnes âgées de Waterloo Wellington est un groupe d'agences qui travaillent en collaboration étroite et viennent en aide à des personnes âgées dont les besoins peuvent être complexes. Ce réseau leur offre la possibilité d'entreprendre des activités sociales et récréatives pour lesquelles elles ont besoin d'un soutien, tout en leur permettant de continuer à vivre à domicile. Les activités de loisirs proposées dans le cadre de ces programmes comprennent des exercices SMART, des activités et divertissements liés au sport, ainsi que des activités cognitives qui permettent d'entretenir ces facultés chez les seniors.

Clés du succès

Les partenariats

La mise sur pied de partenariats a renforcé la capacité de ces programmes à offrir un soutien et des services d'un niveau toujours plus élevé à leurs participants. L'un des partenariats a été conclu avec le programme VON SMART, lequel consiste en un programme d'exercices physiques permettant la pratique efficace et en toute sécurité d'exercices destinés à répondre aux besoins des seniors. Ce programme se concentre principalement sur des exercices qui renforcent des groupes musculaires clés, aidant ainsi les participants à poursuivre leurs activités habituelles (s'habiller, se baigner, marcher, etc.). Tous les collaborateurs des services de jour pour personnes âgées ont suivi une formation spécifique à l'enseignement des exercices SMART et donnent des cours quotidiennement.

Un cadre offrant une qualité toujours accrue

Les services de jour pour personnes âgées permettent de pratiquer au moins une demi-heure d'exercices physiques par jour. De plus, les programmes offrent également des activités liées au sport, lesquelles peuvent être modifiées pour répondre aux besoins physiques de chacun. Cela aide les participants à prendre part à des activités qu'ils imaginent peut-être ne plus pouvoir pratiquer du fait de leur âge de plus en plus avancé et/ou de leur handicap. Il est merveilleux de voir l'expression qui illumine le visage des participants, lorsqu'ils parviennent à accomplir des gestes dont ils croyaient ne plus être capables.



Objectifs du programme

Améliorer le bien-être et la santé publique

Les services de jour veillent à promouvoir non seulement la santé physique, mais également le bien-être émotionnel. Lorsqu'une personne avance en âge, il est de plus en plus important qu'elle poursuive une activité physique, afin d'entretenir sa santé. Les activités physiques aident à renforcer des groupes musculaires clés qui permettent aux personnes âgées de garder leur indépendance et de prévenir les chutes. De même, bénéficier de l'assistance offerte par les services de jour permet à chacun d'entretenir des relations sociales et de réduire les risques d'isolement, de solitude et de dépression.

Offrir l'égalité d'accès au sport

Les services de jour pour personnes âgées permettent de pratiquer au moins une demi-heure d'exercices physiques par jour. De plus, les programmes offrent également des activités liées au sport, lesquelles peuvent être modifiées pour répondre aux besoins physiques de chacun. Cela aide les participants à prendre part à des activités qu'ils imaginent peut-être ne plus pouvoir pratiquer du fait de leur âge de plus en plus avancé et/ou de leur handicap. Il est merveilleux de voir l'expression qui illumine le visage des participants lorsqu'ils parviennent à accomplir des gestes dont ils croyaient ne plus être capables.

« Ma mère a un plaisir fou dans le cadre de ce programme et apprécie énormément la compagnie des autres participants et du personnel. Les activités dont elle bénéficie et les interactions qu'elle a avec son entourage l'aident à s'épanouir. Ce programme joue désormais un rôle important dans sa vie, comme dans la mienne. »

Proche aidante de l'une des participantes au programme

Stratégie de communication

Les personnes âgées sont mises en relation avec les services de jour de différentes manières, mais le plus souvent cela se fait par l'intermédiaire d'un professionnel de la santé.

Évaluation du programme

Le Réseau de services de jour pour personnes âgées a conçu et lancé une enquête de satisfaction validée, qu'il mène auprès des clients comme des soignants. Les résultats de cette enquête permettent d'évaluer l'efficacité des programmes et de déterminer s'ils répondent bien aux besoins des participants et des soignants. Sur la base des réponses recueillies, les responsables des programmes établissent alors des projets annuels d'amélioration de la qualité, garantissant ainsi le fait que les programmes tiennent compte à la fois des intérêts et des besoins des participants.



Snow-Camp

Donner un accès aux sports d'hiver pour aider les jeunes à acquérir une plus grande confiance en soi et une plus grande estime de soi, à devenir des individus à part entière et à faire les bons choix

Canaliser l'énergie des jeunes à risques, issus de quartiers défavorisés, grâce à la pratique des sports d'hiver, tout en les formant à la vie active et en leur donnant des possibilités d'apprentissage professionnel, afin d'accroître leur motivation et élever le niveau de leurs aspirations, ainsi que de leur permettre d'établir des relations sociales, d'obtenir des qualifications professionnelles et enfin de trouver un emploi.



Lieu	Tout le territoire du Royaume-Uni
Organisation	Snow-Camp
Dates	2003 – en cours
Groupe cible	Adolescents de 13 à 25 ans qui, sans ce camp, n'auraient jamais eu l'occasion de pratiquer des sports d'hiver
Participants	En 2014, l'organisation Snow-Camp avait déjà soutenu plus de 4 520 jeunes depuis sa création en 2003
Partenaires	Snow-Camp a conclu plus de 250 partenariats avec d'autres organisations pour la jeunesse, lesquelles vont de projets indépendants pour les jeunes jusqu'à des écoles situées dans les quartiers sensibles. De nombreuses entreprises et sociétés actives dans le secteur de l'industrie des sports d'hiver figurent également parmi ses partenaires.
Faits marquants	Il ressort des statistiques que 85 % des participants au programme de Snow-Camp ont suivi une évolution satisfaisante, que 78 % ont amélioré leur forme physique, que 98 % estiment avoir accompli quelque chose de positif et que 100 % considèrent que Snow-Camp les a aidés à atteindre leur objectif.
Pour inspiration	www.snow-camp.org.uk

Résumé

Snow-Camp est la seule organisation caritative britannique pour la jeunesse à se servir du ski, du snowboard et des compétences de base nécessaires à la vie active pour aider et soutenir les jeunes. Les jeunes auxquels Snow-Camp vient en aide vivent dans des milieux urbains où la délinquance, la violence des gangs, la drogue et l'alcool, ainsi que des comportements violents et antisociaux sont associés à de faibles revenus, au chômage, à la mauvaise qualité des logements, à des difficultés sur le plan scolaire et à l'absence d'espaces extérieurs publics de qualité. L'organisation Snow-Camp offre divers types d'activités, en fonction du niveau d'expérience que possèdent déjà les participants dans le cadre du programme. Ces activités vont du cours d'initiation de deux jours au Royaume-Uni jusqu'à des cours donnés par des moniteurs accrédités et d'une durée de plusieurs jours, dans des stations de ski réputées. En offrant une combinaison de cours de sports d'hiver et de cours consacrés aux aptitudes à la vie active, le programme permet aux jeunes d'acquérir une plus grande confiance en soi et estime de soi, de s'épanouir sur le plan personnel et de faire des choix positifs pour leur avenir, cela tout en ayant le plaisir de découvrir des sports totalement nouveaux. Cet ensemble d'activités aide les participants à développer tout un faisceau de compétences qui servira de base à leur avenir. Étant axée sur les sports d'hiver, l'organisation Snow-Camp aide ensuite ses participants à trouver des emplois dans l'industrie des sports d'hiver. De nombreux participants à ses programmes ont obtenu par la suite des emplois à temps plein ou partiel dans le secteur des sports d'hiver et certains sont même devenus des employés de l'organisation Snow-Camp elle-même.

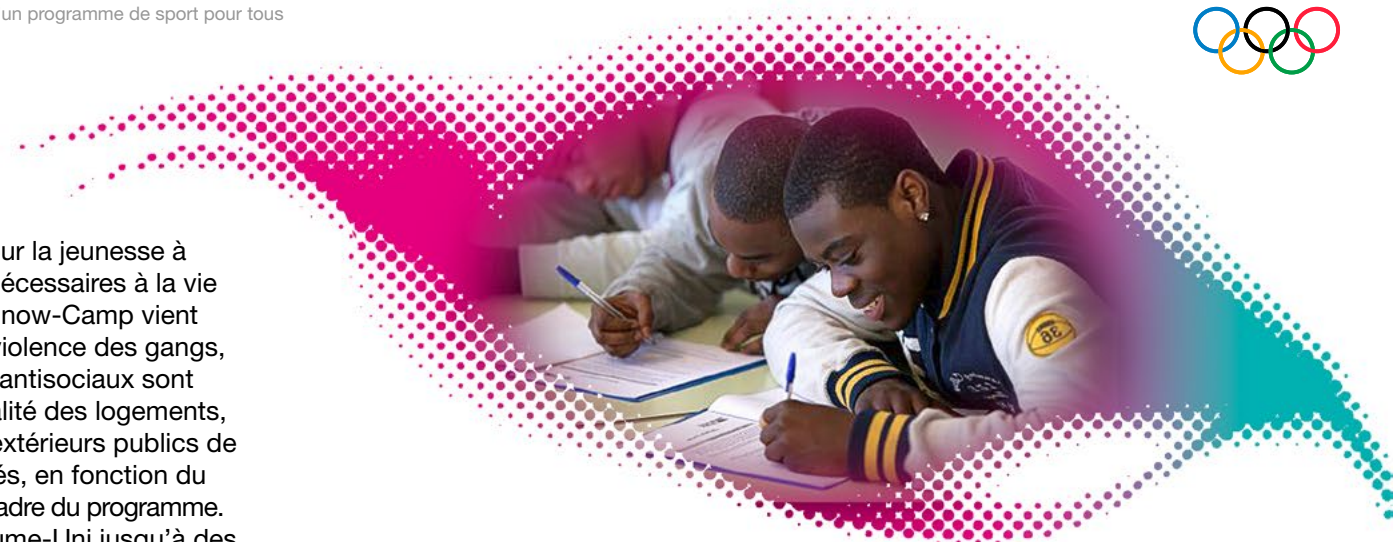
Clés du succès

Associer la formation sportive à l'acquisition de compétences fondamentales pour la vie professionnelle

Pour chaque heure passée sur les pistes, les participants doivent également passer une heure en classe. Cette dernière consiste en une discussion de groupe, du type table ronde, afin d'informer et d'instruire les jeunes en matière d'aptitudes et de compétences nécessaires à la vie active. Ces séances sont dirigées par des jeunes travaillant eux-mêmes pour l'organisation Snow-Camp, par des assistants sociaux, des chefs d'entreprise du secteur des sports d'hiver et des jeunes devenus mentors. Ces séances sont destinées à aider les jeunes à réfléchir aux qualités dont ils doivent faire preuve sur les pistes, telles que la persévérance, l'engagement, l'écoute, le travail d'équipe, la patience, le courage de surmonter sa peur, de relever des défis, de faire face aux pressions de groupe et de fixer des objectifs pour son avenir.

Un engagement dans la durée

L'organisation Snow-Camp offre quatre catégories d'activités, en fonction des expériences antérieures acquises par les participants dans le cadre de ses camps de sport d'hiver. Le premier niveau, appelé «First Tracks», est un cours pour débutant de deux jours, organisé durant les vacances scolaires, lequel comprend des séances consacrées aux compétences utiles à la vie active, axées essentiellement sur l'indépendance, la confiance en soi et l'estime de soi. La deuxième étape, appelée «Graduate», consiste en un programme plus complet de six jours, lequel associe un entraînement aux sports d'hiver de niveau intermédiaire à des séances d'information sur les possibilités d'emploi dans le cadre du secteur du ski. La troisième étape, appelée «Excel», est un cours de sports d'hiver de huit jours, de niveau avancé, qui comprend des cours théoriques sur l'enseignement des sports d'hiver, une évaluation effectuée par l'organisation Snowsport England et 20 heures d'observation en situation. La dernière étape est celle dite de la pratique qui donne à cinq jeunes, déjà qualifiés, la possibilité de travailler à plein temps, durant un an, pour l'organisation Snow-Camp. Cette période d'apprentissage comporte toute une gamme d'expériences professionnelles auprès de divers partenaires spécialisés dans les sports d'hiver. Tous les jeunes, qui ont passé avec succès le niveau «Excel» du programme, se voient offrir la possibilité de participer au Snow-Camp Youth Forum (SCYF), ou Forum Snow – Camp pour les jeunes, au cours duquel ils peuvent choisir de s'engager davantage dans le travail réalisé par l'organisation. Snow-Camp s'investit avec passion dans ses programmes, afin de faire entendre la voix des jeunes tout en leur donnant les moyens d'être actifs et non pas uniquement des consommateurs passifs de ses services. Le Forum permet d'établir et d'entretenir des liens entre l'équipe qui dirige Snow-Camp (conseil d'administration, employés, etc.) et les jeunes auxquels l'organisation vient en aide. Le bon fonctionnement de l'organisation est entièrement assuré par ses membres et son personnel.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

Snow-Camp aide les jeunes à s'intéresser à l'exercice physique et à apprendre la pratique d'un sport, ce qui accroît leur motivation, tout en améliorant leur forme physique et leur permettant d'adopter un mode de vie sain.

Améliorer le bien-être et la santé publique

Snow-Camp attache une égale importance à la promotion de l'activité physique et du bien-être psychique des participants, cela en prévoyant des cours consacrés aux compétences nécessaires à la vie active, lesquels sont conçus de manière à transformer certains comportements et certaines attitudes grâce à une plus grande confiance en soi et une plus grande estime de soi.

Offrir l'égalité d'accès au sport

Pour de très nombreux jeunes vivant au Royaume-Uni, les sports d'hiver sont hors de portée. Snow-Camp remédie donc à cette lacune en offrant des programmes amplement subventionnés et des bourses destinées à couvrir les frais d'inscription et de participation, afin de donner à ces jeunes la possibilité de découvrir et de pratiquer des sports d'hiver. L'initiative de faire sortir les jeunes des villes et de les emmener sur les pistes leur ouvre de nouvelles perspectives, tout en assurant la promotion des sports d'hiver sur de nouveaux marchés à l'intérieur du Royaume-Uni. De plus, en faisant passer des jeunes du stade de novices à celui de moniteurs qualifiés, Snow-Camp favorise le développement du secteur des sports d'hiver et de son industrie sur l'ensemble du territoire national.

Stratégie de communication

Depuis ses débuts, Snow-Camp a travaillé en partenariat avec plus de 250 organisations pour la jeunesse. Ces organisations partenaires vont des services pour la jeunesse jusqu'à de petits projets indépendants pour les jeunes, aussi bien que de programmes d'envergure nationale jusqu'aux écoles situées dans les quartiers défavorisés. Snow-Camp fait également appel à des personnalités sportives connues sur le plan national, en qualité de clients et d'ambassadeurs, pour diffuser le message de l'organisation. Très active sur son site internet et sur les réseaux sociaux, l'organisation publie aussi régulièrement un bulletin électronique. Snow-Camp met également sur pied un certain nombre d'importantes activités de collecte de fonds, afin de recueillir les moyens financiers indispensables au bon déroulement de ses programmes et à la promotion de ses activités auprès d'un public toujours plus vaste.

« Si je n'avais pas participé à ce programme, je sais comment ma vie aurait tourné. J'aurais fini par devenir de plus en plus proche des gangs et tout ce que cela implique. Je suis tellement reconnaissant d'avoir trouvé cette porte de sortie. »

Skevvv – Ancien participant au programme, devenu moniteur pour les jeunes



Photos © Snow-Camp

Évaluation du programme

Par ailleurs, une évaluation globale et une analyse de l'incidence des programmes sont régulièrement effectuées. À cet égard, un modèle d'évaluation a été élaboré avec des partenaires locaux, afin de mesurer l'impact du programme de manière rentable. Ce modèle comporte un certain nombre de mesures qualitatives et quantitatives permettant de suivre les progrès faits dans le sens des objectifs visés, tout en s'appuyant aussi sur un questionnaire annexe, grâce auquel il est possible de prendre en compte les réactions des participants et des partenaires.

Gagnons!

Enseigner les compétences requises pour entrer sur le marché du travail par le biais du football ou d'autres sports d'équipe à des jeunes issus de milieux défavorisés d'Amérique latine

Lutter contre le problème du chômage des jeunes en Amérique latine et dans les Caraïbes, grâce à l'autonomisation des jeunes par le sport.



Lieu	19 pays d'Amérique latine et des Caraïbes
Organisation	Partners of the Americas
Dates	2005 – en cours
Tranche d'âge	Jeunes de 16 à 24 ans
Participants	À ce jour, plus de 14 000 jeunes issus de milieux défavorisés ont participé au programme « A Ganar »
Partenaires	Entreprises locales, institutions gouvernementales, ONG et organisations à but non lucratif
Faits marquants	Environ 69 % des jeunes qui se sont engagés dans le programme ont terminé avec succès la formation complète de sept à neuf mois. 67 % de ceux-ci ont trouvé du travail en l'espace de quelques semaines ou quelques mois. Après avoir terminé ce programme, plus de 1 300 participants ont repris leur scolarité et près de 200 ont créé leur propre entreprise au cours des neuf mois qui ont suivi la fin de leur formation.
Pour inspiration	www.partners.net/ganar

Résumé

«A Ganar» est un programme de formation professionnelle pour les jeunes, fondé sur l'idée que le football et les sports d'équipe peuvent constituer des outils efficaces sur le plan du développement socio-économique.

Le principe de base est de se servir de sports d'équipe en tant que plateformes pour enseigner aux jeunes issus de milieux défavorisés les compétences et les comportements indispensables pour trouver du travail. Les participants acquièrent six compétences de base demandées par les employeurs, soit l'esprit d'équipe, la discipline, la communication, le respect, l'attention portée aux résultats et la recherche permanente d'une auto-amélioration.

«A Ganar» aide les jeunes à transformer les leçons apprises en classe et sur le terrain en compétences et en attitudes axées sur les demandes du marché du travail. Ces compétences permettent aux participants de trouver du travail, de se réinsérer dans le système d'éducation ou de créer leur propre entreprise.

Clés du succès

Approche par étapes

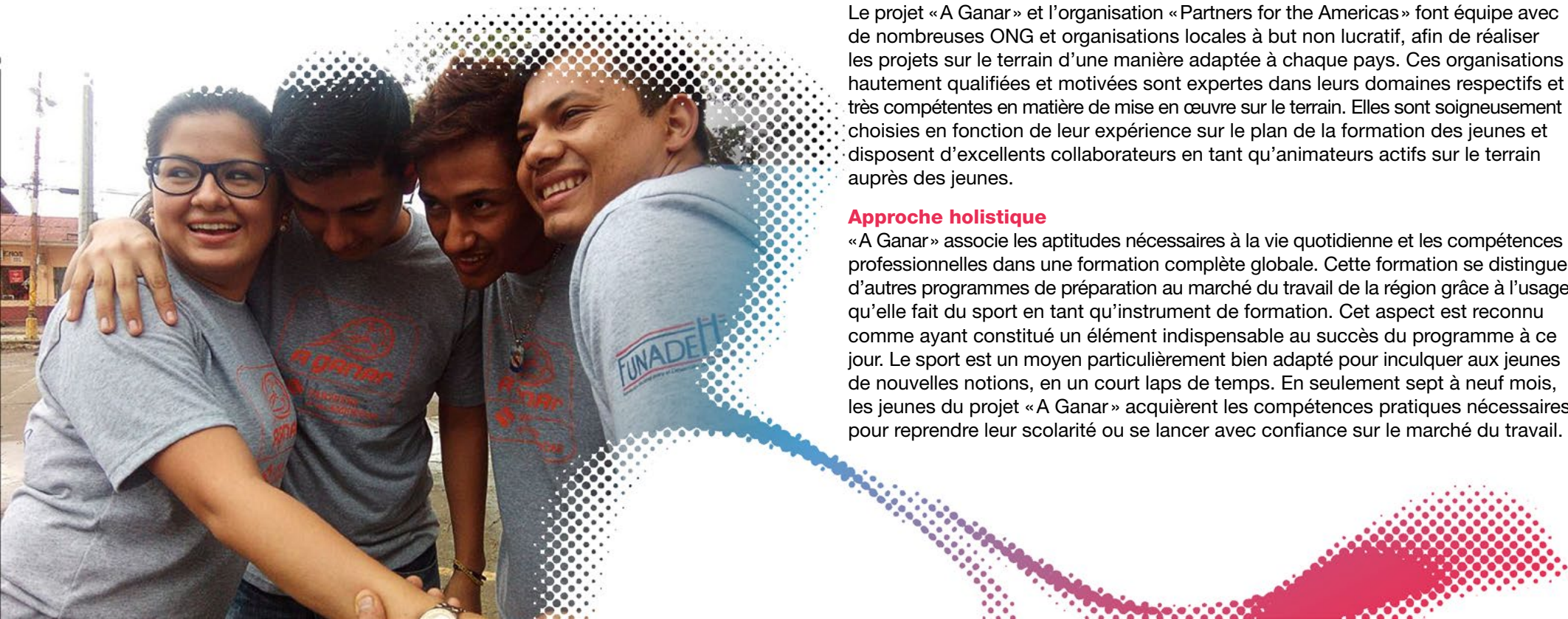
«A Ganar» se compose de quatre étapes successives par lesquelles les participants doivent passer pour terminer le programme. Durant la première étape, ils participent à une formation à l'employabilité, basée sur le sport et dispensée par des animateurs locaux. Chaque activité est conçue selon un schéma sport-vie-travail, en commençant par le thème familier du sport et en le rattachant à des expériences de la vie quotidienne. Au cours de la deuxième étape, les jeunes participent à une formation professionnelle adaptée au marché du travail, en utilisant les compétences fondées sur le sport et liées à l'employabilité qu'ils ont acquises. Durant la troisième étape, les jeunes font des stages dans des entreprises locales. Au cours de la quatrième étape, les jeunes s'engagent dans des activités locales de suivi et de réseautage entre anciens élèves, y compris des ateliers, des entretiens individuels et des séances de stratégies en matière d'emploi.

Exécution sur le terrain

Le projet «A Ganar» et l'organisation «Partners for the Americas» font équipe avec de nombreuses ONG et organisations locales à but non lucratif, afin de réaliser les projets sur le terrain d'une manière adaptée à chaque pays. Ces organisations hautement qualifiées et motivées sont expertes dans leurs domaines respectifs et très compétentes en matière de mise en œuvre sur le terrain. Elles sont soigneusement choisies en fonction de leur expérience sur le plan de la formation des jeunes et disposent d'excellents collaborateurs en tant qu'animateurs actifs sur le terrain auprès des jeunes.

Approche holistique

«A Ganar» associe les aptitudes nécessaires à la vie quotidienne et les compétences professionnelles dans une formation complète globale. Cette formation se distingue d'autres programmes de préparation au marché du travail de la région grâce à l'usage qu'elle fait du sport en tant qu'instrument de formation. Cet aspect est reconnu comme ayant constitué un élément indispensable au succès du programme à ce jour. Le sport est un moyen particulièrement bien adapté pour inculquer aux jeunes de nouvelles notions, en un court laps de temps. En seulement sept à neuf mois, les jeunes du projet «A Ganar» acquièrent les compétences pratiques nécessaires pour reprendre leur scolarité ou se lancer avec confiance sur le marché du travail.



Objectifs du programme

Soutenir les sociétés actives

«A Ganar» place le sport au cœur de sa stratégie pour construire une société plus saine. La méthodologie d'apprentissage actif unique adoptée implique que la participation aux activités sportives est essentielle à toutes les démarches d'apprentissage entreprises par les participants. Une pratique régulière du sport et des activités physiques apportent aux participants une structure claire et la stabilité. «A Ganar» étend ce principe à la stabilité que l'école, un travail, des réseaux sociaux forts et une communauté sûre peuvent offrir aux participants.

La plupart des jeunes ciblés sont exposés à la violence des gangs et manquent du soutien et des possibilités nécessaires pour parvenir à briser le cycle de la pauvreté. Le sport et l'activité physique sont des moyens permettant de construire une société plus sûre et durable dans la région.

Améliorer le bien-être

En Amérique latine et dans les Caraïbes, le problème du chômage des jeunes est très important. On estime que la moitié des jeunes âgés de 15 à 24 ans ne suivent ni scolarité ni formation et que 20 % d'entre eux sont au chômage. Le programme se concentre donc surtout sur les compétences recherchées par les employeurs. Cela aide les participants à se lancer dans un parcours couronné de succès et à accéder à une vie meilleure.

Stratégie de communication

Le programme s'appuie sur divers moyens de communication. Le site internet de Partners of the Americas et les réseaux sociaux donnent des renseignements sur l'ensemble du programme «A Ganar». Pour chacun des pays concernés, le programme dispose de pages Facebook et Twitter. Les organisations locales de coordination et d'exécution sur le terrain ont aussi leur propre page Facebook et font connaître leurs activités grâce à des annonces et feuillets publicitaires. Des efforts de communication sont également entrepris par le biais de courriers électroniques, de communiqués de presse et d'annonces faites sur les sites par le personnel du projet.

Évaluation du programme

Le succès du projet «A Ganar» est suivi à trois niveaux : amélioration dans les six compétences de base, taux de réussite et engagement positif. Les compétences de base sont mesurées et rapportées sur une fiche qui assure le suivi des progrès de chaque participant durant chacune des quatre étapes du projet. Un formateur évalue les résultats de chaque participant pour chacune des compétences et en discute avec lui, ce qui est un précieux moyen d'apprentissage. Pour terminer la formation avec succès, les jeunes doivent avoir franchi toutes les étapes. Une fois le programme terminé, les formateurs et coordinateurs de chaque pays restent en contact avec les jeunes durant neuf mois, et font chaque trimestre le point sur leurs recherches d'emploi. L'engagement positif consiste en l'obtention d'un emploi, le retour dans le système d'éducation ou la création de sa propre entreprise dans les neuf mois qui suivent la fin du programme. Les coordinateurs travaillant aux niveaux national et régional analysent les résultats de chaque groupe pour déterminer quelles sont les problématiques environnementales à résoudre et les améliorations à apporter en vue du prochain cycle de formation.

«Avant de commencer le programme A Ganar [...] tout ce que je voulais était devenir un chef de gang, mais j'ai quand même toujours été convaincu d'avoir un bon fond [...]. C'est pourquoi je veux remercier le projet A Ganar de tout mon cœur. Maintenant, je me sens bien, grâce à vous. Je ne suis plus un fainéant, mais un vrai coiffeur.»

Participant de A Ganar – San Pedro Sula (Honduras)



Pistes cyclables de Medellín

Promouvoir des modes de vie sains auprès de la population de la ville, grâce à l'utilisation d'espaces urbains et d'infrastructures de transport adaptés au cyclisme, à la course à pied, à la marche et à d'autres activités physiques

Instaurer une culture favorable au sport et à l'activité physique dans la ville de Medellín et promouvoir l'utilisation écologiquement durable des espaces publics par ses citoyens.



Lieu	Medellín, Colombie
Organisation	Agence gouvernementale de Medellín pour les activités sportives et récréatives – INDER Medellín
Dates	1984 – en cours
Tranche d'âge	Habitants de tous âges de l'ensemble de la zone urbaine de Medellín
Participants	54 000 résidents locaux par semaine
Partenaires	Services nationaux de police, ministère des transports, département des espaces publics, région métropolitaine de Valle del Aburra
Faits marquants	Trois fois par semaine, plus de 42 km de voies et de chemins publics sont interdits aux véhicules et réservés à la pratique de sports et d'activités physiques ou récréatives. Chaque semaine, tout au long de l'année, on enregistre un total d'environ 68 heures de Pistes cyclables, réservées à des groupes de cyclistes ou à des manifestations publiques. Ce total comprend également 8 heures de pistes cyclables nocturnes. Le réseau essentiellement visé par cette initiative se compose de cinq itinéraires suivant les principales artères de la ville. Par ailleurs, six itinéraires se situent dans les quartiers de banlieue, qui participent également au programme. L'un de ces itinéraires est spécialement réservé aux nouveaux participants, afin qu'ils puissent acquérir les connaissances de base de la course à pied, du cyclisme ou d'autres activités.
Pour inspiration	www.inder.gov.co

Résumé

Le projet «Ciclovías de Medellín» est né de la volonté d'offrir des espaces adéquats, sûrs et librement accessibles qui puissent contribuer à encourager les habitants à opter pour des modes de vie sains grâce au sport et à l'activité physique.

La ville compte cinq artères principales sélectionnées pour ce projet mis sur pied au profit de l'ensemble des habitants. Chaque dimanche, les jours fériés, ainsi que les mardis et jeudis soirs, plus de 42 kilomètres de pistes cyclables sont à leur disposition. Les rues concernées sont alors fermées à la circulation des véhicules et mises à la disposition de toute personne qui souhaite marcher, courir, rouler à bicyclette ou pratiquer d'autres activités physiques dans un environnement sûr et sécurisé.

Les activités du projet «Ciclovías de Medellín» sont complétées au moyen d'initiatives ciblées, destinées à créer une culture du sport et de l'activité physique plus en profondeur chez les résidents. Des cours de rumba, d'aérobic, de yoga et d'autres types d'activités physiques sont organisés pour répondre à tous les souhaits de la population de Medellín. Ces initiatives comprennent divers programmes, mis sur pied dans l'ensemble de la ville et cela tout au long de l'année, pour promouvoir l'utilisation de vélos et mettre en avant les bienfaits des choix en faveur d'un mode de vie sain et actif.

Clés du succès

Horaire

Les itinéraires empruntés par le projet «Ciclovías de Medellín» et les plages horaires réservées au public tiennent compte du rythme de vie des participants, ainsi que des besoins des usagers de la route. En limitant l'accès aux véhicules en fin de semaine et en soirée, les contraintes imposées au trafic sont minimales. C'est également durant ces plages horaires que les participants sont susceptibles d'être disponibles pour profiter de ces espaces.

Espaces ouverts à tous

Alors que les initiatives s'attachent plus particulièrement à certains types d'activités, tels la course à pied et le cyclisme, il n'y a pas de restriction imposée à l'utilisation que les habitants souhaitent faire de ces espaces. Souvent, des familles entières et leurs animaux de compagnie empruntent les rues et chemins en tant qu'espace à disposition pour se promener en plein air, hors des limites de leur environnement habituel.

Activités parallèles

Tout une gamme d'activités a également vu le jour parallèlement aux activités initiales et fondamentales du projet. L'aérobic, la rumba, le yoga et autres activités sont maintenant pratiquées sans restriction le long des voies réservées au projet. Cette démarche tend à montrer que le projet «Ciclovías de Medellín» offre un espace pour tous et préconise une culture fondée sur l'activité physique et un mode de vie sain, le message à faire passer étant que chacun peut y trouver son compte et que les choix pour une vie saine sont à la portée de tous. Chaque année, les organisateurs mettent également sur pied une manifestation spéciale dans les régions rurales situées aux alentours de la ville. Cela permet d'entretenir un lien entre la ville et ses environs et met en valeur les beautés naturelles de la région avoisinante.



Objectifs du programme

Améliorer le bien-être et la santé publique

Le projet « Ciclovías de Medellín », ainsi que les initiatives et activités qui y sont associées relèvent, de manière générale, d'une vaste stratégie de promotion d'un mode de vie sain et d'une diminution de la sédentarité au sein de la population de Medellín. Les résultats directs de cette approche sont la prévention des maladies cardiovasculaires et d'autres maladies non transmissibles.

Soutenir les sociétés actives

La philosophie du projet mis sur pied à Medellín s'appuie sur le fait que le sport, ainsi que les activités sportives et récréatives sont des outils efficaces pour façonner une ville et améliorer la vie quotidienne de ses habitants. Ce projet a été perçu comme un cheval de Troie transportant des outils véhiculés par le sport et utilisés pour construire une communauté plus sociale, plus saine et plus vivante. Cette stratégie a été couronnée de succès grâce à la présence institutionnelle du projet « Ciclovías de Medellín » sur l'ensemble du territoire.

Offrir l'égalité d'accès au sport

Bien que la cible stratégique du projet soit la promotion de certaines activités, il n'y a aucune restriction quant aux utilisateurs et à l'utilisation qu'ils font des espaces réservés. Les participants peuvent pratiquer les activités de leur choix, du moment qu'elles correspondent aux principes d'activités saines exercées en plein air. Les coureurs et les cyclistes côtoient les participants aux cours de yoga et de Pilates, ou encore les familles qui profitent simplement de se promener dans un environnement positif.

« Pour moi, le projet Ciclovía est l'espace dans lequel je peux participer à des activités sportives quand cela me convient, dans un environnement sûr et sécurisé. Je participe régulièrement avec des amis, parce qu'on a plus de plaisir lorsqu'on vient à plusieurs. Et le mieux, c'est que tout est gratuit ! »

Participant

Stratégie de communication

Les informations concernant le projet sont communiquées à la population grâce à son site internet officiel, aux réseaux sociaux et par le bouche-à-oreille.

Évaluation du programme

La principale méthode d'évaluation consiste à compter le nombre d'habitants qui profitent des activités et des espaces mis à disposition. Le plan de développement municipal prévoit l'ouverture en permanence de 11 itinéraires, ce qui est respecté en tout temps par les organisateurs. De plus, ces derniers effectuent régulièrement des études qualitatives pour évaluer les effets sociaux de l'initiative sur les participants, en se fondant sur des critères tels la perception que les habitants ont de leur ville, leur sentiment d'appartenance à une communauté, etc.



Mode de vie et poids idéal

Apprendre davantage aux enfants concernant un mode de vie actif et sain

Amener les enfants à adopter un mode de vie sain
en l'espace de trois ans.



Lieu	Enschede, Pays-Bas
Organisation	Beweeg Wijs B.V.
Dates	Septembre 2013 – Juin 2016
Tranche d'âge	Enfants des écoles primaires, de 6 à 12 ans, et leurs parents
Participants	Environ 2 100 enfants au cours des trois années couvertes par le projet
Partenaires	Assurance maladie Menzis, prestataire de services de santé publique GGD, Institut de recherche TNO, écoles primaires locales et clubs sportifs de la région, Fondation pour la santé infantile Stichting GKGK et de nombreux partenaires locaux en matière de soins et de santé
Faits marquants	Au terme de la première année d'activités, le taux d'obésité chez les participants avait déjà diminué de 24 %. Les responsables du projet ont également relevé une baisse de l'indice de masse corporelle des participants, ainsi qu'une amélioration des capacités physiques et des facultés motrices de manière générale.

Résumé

«Lifestyle and Healthy Weight» est un projet en deux parties, conçu spécialement pour rendre les enfants plus actifs et les orienter vers des choix de vie plus sains. Il représente l'aboutissement des efforts fournis par la ville d'Enschede et de nombreux partenaires au sein de la communauté, actifs dans le domaine de la santé. Le projet associe deux initiatives différentes, déployées simultanément dans les écoles locales sur une période de trois ans.

La première s'intitule Beweeg Wijs (Bouger malin). Elle implique une heure supplémentaire de mouvement et d'activité physique ajoutée au programme scolaire hebdomadaire des enfants. Les activités de Beweeg Wijs se déroulent sur les terrains de jeux des écoles et ont pour but d'apprendre aux enfants à se sentir entièrement à l'aise en jouant les uns avec ou contre les autres dans un cadre participatif.

La seconde s'intitule Leef Wijs (Vivre malin). Elle prévoit une heure de cours hebdomadaire, en classe, consacrée aux décisions à prendre pour adopter un mode de vie sain.

Durant les trois années du projet, les conditions physiques, la coordination, les facultés motrices et le poids des enfants sont régulièrement contrôlés.

Clés du succès

Intégration dans le programme scolaire

La méthodologie adoptée par le projet a été spécialement conçue pour s'inscrire dans les programmes scolaires existants. Les responsables sont ainsi certains d'atteindre tous les enfants et cela leur garantit un impact maximum. Cela permet également un enseignement régulier et constant, ce qui est un facteur essentiel pour entretenir l'engagement d'un public constitué de jeunes.

Approche au niveau communautaire

«Lifestyle and Healthy Weight» adhère à l'idéologie selon laquelle «il faut tout un village pour élever un enfant». C'est pourquoi un grand nombre d'instances communautaires concernées ont été consultées et impliquées dans la conception et la prestation de ces services. Cette démarche n'inclut pas seulement les écoles, mais également les parents, les institutions locales de la santé, les compagnies d'assurances maladie, les clubs sportifs, des médecins, des physiothérapeutes, des nutritionnistes, des enseignants et des orthopédaogues.

Amener les participants à remplir le rôle d'entraîneurs

Un aspect fondamental de la méthodologie adoptée par la première initiative du projet, Beweeg Wijs, est la participation des enfants en tant qu'entraîneurs juniors. Les enfants des classes les plus avancées sont recrutés, afin de servir d'entraîneurs pour les plus jeunes. Cela permet de créer un plus grand intérêt de leur part et d'inculquer des aptitudes sociales aux plus jeunes comme aux plus âgés.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

La première composante du projet, Beweeg Wijs, veille à s'assurer que les enfants soient physiquement actifs. Elle met l'accent sur la progression que suit l'enfant pour se sentir totalement à l'aise parmi les autres dans le cadre d'une activité sportive et participative. Grâce à la participation de clubs locaux, les enfants découvrent divers sports, ce qui peut les aider à choisir des activités sportives nouvelles et qui leur conviendront mieux.

Améliorer le bien-être (et la santé publique)

Outre les cours théoriques et pratiques, une composition saine des déjeuners servis dans les cantines scolaires a été adoptée. Les parents intéressés peuvent aussi participer à des cours de cuisine. De plus, les enseignants ont noté une plus grande capacité de concentration chez les élèves lorsqu'ils sont en classe. Tous ces bienfaits contribuent à créer une communauté plus saine aux niveaux physique, mental et émotionnel.

Soutenir les sociétés actives

En faisant participer les écoles, les enfants et les parents, le projet amène deux générations à contribuer directement à un environnement productif et enrichissant. De même, la participation de clubs sportifs met les enfants en contact direct avec divers sports, contact qui peut se poursuivre et les maintenir actifs durant de nombreuses années une fois le projet terminé. Enfin, l'engagement d'institutions locales actives en matière de santé publique permet de maintenir la question plus générale du bien-être de la communauté au cœur des préoccupations du projet.

« Nous sommes tellement heureux que le projet ait été intégré au programme scolaire. J'ai moins de difficultés à faire accepter certains aliments à la maison, par exemple déjà au petit-déjeuner. Manger tous ensemble est beaucoup plus facile et devient surtout beaucoup plus agréable. »

Parent d'élève

Stratégie de communication

Le projet « Lifestyle and Healthy Weight » assure principalement sa communication au moyen d'un bulletin d'information. Les organisateurs publient ainsi régulièrement leur propre bulletin. Ces informations sont renforcées et complétées par les bulletins produits et diffusés par les écoles participant au projet. Les informations sont destinées aux enfants comme à leurs parents.

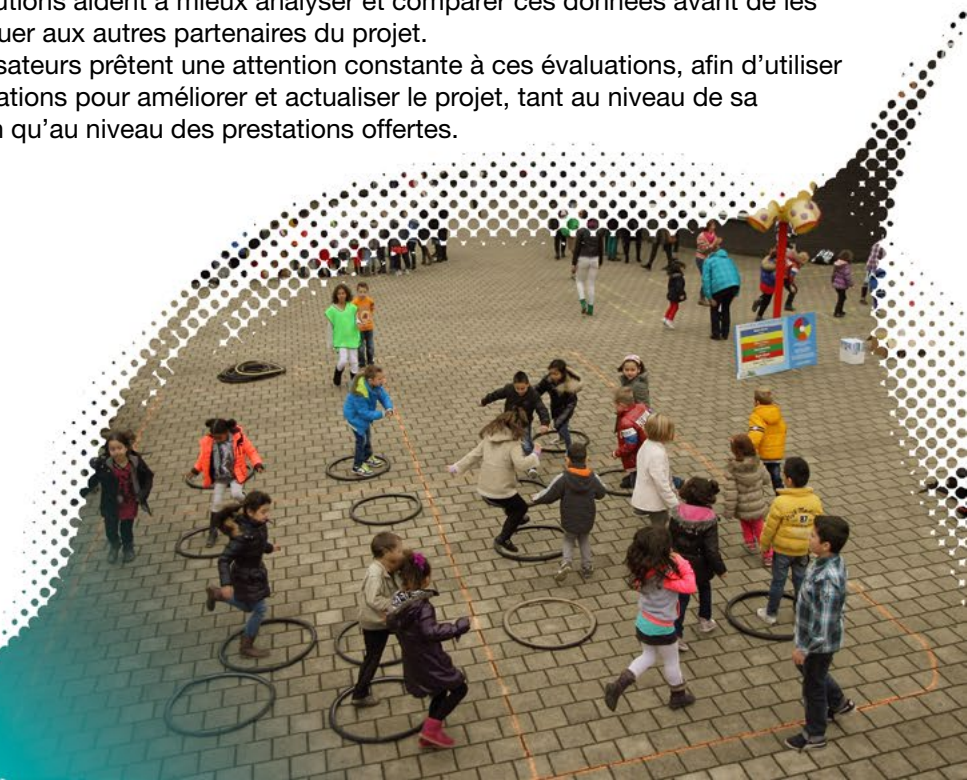
Les informations diffusées sont également relayées par des articles de presse, publiés par les journaux locaux.

Évaluation du programme

Chaque année, la condition physique, la coordination, les facultés motrices et le poids des enfants sont contrôlés. Les résultats sont communiqués aux parents et font l'objet de discussions avec ces derniers, avec les directeurs des écoles, ainsi qu'avec les professeurs de gymnastique et de sport.

Les résultats font aussi l'objet d'un suivi par Stichting GKGK et TNO, institutions qui travaillent quotidiennement sur des données et mesures de cet ordre. Ces deux institutions aident à mieux analyser et comparer ces données avant de les communiquer aux autres partenaires du projet.

Les organisateurs prêtent une attention constante à ces évaluations, afin d'utiliser ces informations pour améliorer et actualiser le projet, tant au niveau de sa conception qu'au niveau des prestations offertes.



L'Estonie en mouvement

Promouvoir les bienfaits du sport et d'une activité physique régulière auprès de la population estonienne

Faire en sorte qu'une activité physique régulière devienne un aspect fondamental de la vie quotidienne de l'ensemble de la population estonienne.



Lieu	Tout le territoire national d'Estonie
Organisation	Le Comité National Olympique estonien et l'Association estonienne du Sport pour tous
Dates	2007 – en cours
Tranche d'âge	Principalement les personnes âgées de 20 à 50 ans
Participants	La campagne a suscité une prise de conscience de 70 % dans l'ensemble de la population d'Estonie (plus de 700 000 habitants). Actuellement, environ 250 000 Estoniens participent massivement aux manifestations sportives publiques organisées chaque année
Partenaires	Le ministère de la Culture d'Estonie, la Solidarité Olympique, des sponsors commerciaux, les organisateurs de manifestations, les médias locaux et des institutions culturelles, ainsi que de santé publique
Faits marquants	Depuis le début du projet, le nombre de personnes qui exercent une activité physique régulière a augmenté de 7 %. Cette tendance a été largement soutenue, grâce à l'organisation d'environ 1 700 manifestations sportives ouvertes au grand public chaque année. Le soutien des médias a joué un grand rôle du fait des transmissions télévisées qui ont touché jusqu'à 100 000 téléspectateurs, ainsi que de la publication de plus d'un million d'articles dans la presse écrite ou sur Internet. La campagne lancée sur la page Facebook du projet a suscité l'intérêt de près de 11 800 internautes et l'affichage de certaines informations a parfois été vu par 125 000 personnes.
Pour inspiration	www.liigume.ee



Résumé

Le projet «Estonia is Moving» est une campagne nationale visant trois objectifs précis. Le premier est de faire augmenter le nombre d'Estoniens physiquement actifs. Le deuxième est d'informer la population concernant les possibilités offertes pour participer à des activités physiques et sportives. Le troisième est de sensibiliser la population aux bienfaits que procure un mode de vie actif.

Le projet intervient dans le cadre d'un très grand nombre d'initiatives très diverses visant à atteindre ces objectifs. Son action prend d'innombrables formes, dont l'organisation de manifestations sportives de masse, le lancement de programmes sportifs dans les écoles ou encore la mise sur pied de séminaires et de conférences sur des thèmes liés à la santé. Ces activités sont rendues possibles grâce à la participation de nombreux partenaires dans toutes les sphères de la société estonienne. Le projet «Estonia is Moving» est heureux du fait que son message, selon lequel il faut être physiquement actif, est facile et amusant à mettre en pratique. Cela permet de garantir le fait que la population estonienne a, en tout temps, la possibilité de participer à des activités physiques un peu partout dans le pays.

Les objectifs de la campagne sont choisis de manière stratégique sur la base des effets à long terme qu'ils auront sur l'ensemble de la population estonienne. Ces effets sont, entre autres, une amélioration de la santé publique de manière générale, une productivité accrue et une réduction du nombre de comportements dangereux.

« Le sport peut et doit faire partie intégrante de notre vie quotidienne et de notre mode de vie. Il peut devenir un élément central de notre vie de famille, de nos contacts avec nos amis et avec la communauté dans son ensemble. Bouger ensemble renforce ces liens. »

Comité National Olympique estonien

Clés du succès

Collaboration étroite avec les partenaires

D'emblée, le projet «Estonia is Moving» a reconnu le fait que pour atteindre son but, il était nécessaire de réunir un grand nombre de partenaires. La nature très variée des activités de sa campagne a permis d'établir des relations avec des partenaires très divers. Cela a englobé une collaboration avec des institutions de santé publique et des organisations sportives, afin de partager les informations et de coordonner les communications. Ce travail de coordination a été effectué avec des médias nationaux, de manière à garantir une visibilité dans l'ensemble du pays, par le biais de la télévision, de la radio et des chaînes en ligne. Une collaboration avec les clubs sportifs, les organisateurs de manifestations et les directeurs d'installations sportives est aussi régulièrement nécessaire. Par ailleurs, certains partenaires ne sont pas directement liés aux milieux sportifs, tels que des institutions culturelles et scientifiques, ou encore divers services sociaux.

Importance accordée à la communication et aux messages

Le public cible du projet est l'ensemble de la population estonienne. Par conséquent, une stratégie de communication clairement définie a été établie. Les messages communiqués sont destinés à informer, inspirer et motiver. Les responsables du projet rappellent constamment à la population comment et où il est possible d'exercer des activités physiques dans le pays. Chaque message est transmis sur un ton positif et traduit la nature gaie et épanouissante du sport et de l'activité physique. Un accent est également mis de manière très nette sur l'utilisation de la communication virale pour atteindre le public cible. Cette stratégie est mise en œuvre grâce à des démarches amusantes et créatives avec certains partenaires ou en faisant appel à des personnalités estoniennes bien connues pour soutenir la campagne, telles que le Président, Toomas Hendrik Ilves, et le Premier ministre, Taavi Rõivas.



Objectifs du programme

Promouvoir le sport et l'activité physique

Le principal objectif du projet «Estonia is Moving» est à la fois vaste et ambitieux. Il s'agit, en définitive, de promouvoir une culture et un mode de vie liés au sport et à l'activité physique auprès de l'ensemble de la population d'Estonie. Des initiatives ont donc été lancées sur le terrain comme ailleurs et un calendrier, très chargé, de manifestations sportives a été dressé et diffusé. De plus, de très nombreuses informations sur les bienfaits de l'activité physique ont été produites et diffusées gratuitement. Le grand public dispose maintenant de très nombreuses informations, inexistantes par le passé, qui sont désormais fiables et aisément accessibles, concernant l'activité physique, un entraînement efficace, le sport, la santé, une alimentation saine, etc.

Soutenir les sociétés actives

Tous les aspects du projet «Estonia is Moving» se concentrent sur la volonté de convaincre le plus grand nombre possible de personnes de faire de l'activité physique. Cette volonté a été placée au cœur de l'organisation de manifestations sportives, puisque plus de 1 700 manifestations sont maintenant organisées chaque année. Des conférences et des séminaires sur les bienfaits du sport et de l'activité physique ont également été mis sur pied dans l'ensemble du pays. Des projets lancés en collaboration avec des écoles ont permis à des milliers d'écoliers d'être plus actifs, veillant ainsi à ce que les effets bénéfiques du projet soient transmis à la jeune génération.

Offrir l'égalité d'accès au sport

«Estonia is Moving» s'adresse également à un certain nombre de groupes sociaux défavorisés. Le projet compte deux partenaires clés que sont les organismes olympiques nationaux actifs dans les domaines des Jeux Paralympiques et des Jeux Olympiques spéciaux. Des organisations sociales locales s'occupant d'orphelins ou de personnes atteintes de maladies particulières sont, par exemple, également engagées dans les activités du projet. Une telle approche permet de garantir qu'aucun groupe social n'est négligé et que chacun jouit d'une égalité d'accès aux avantages offerts par ce projet.

Stratégie de communication

Un plan de communication national soutient activement le projet. Ce plan permet de faciliter les contacts avec les groupes cibles par des biais divers. Il a, par exemple, été possible de transmettre un grand nombre d'informations grâce aux médias en ligne et une étroite collaboration avec certains médias nationaux a été entreprise. De même, des stratégies liées aux réseaux sociaux, ainsi qu'une campagne publicitaire dans les rues ont été mises sur pied. Le plan de communication veille également à exploiter les moyens de communication utilisés habituellement par les partenaires du projet.

Évaluation du programme

Une enquête annuelle sur l'activité physique est menée à bien par des experts extérieurs, afin d'évaluer les tendances et les changements constatés sur le plan de l'activité physique de la population. Ces travaux de recherche se font sur la base de questionnaires directs, d'évaluations et d'entretiens individuels. Des données statistiques sont également recueillies auprès des organisateurs de manifestations, des médias et d'autres partenaires concernés, pour être ensuite analysées par les responsables du projet.



Nanjing – La condition physique pour tous, suivez les JOJ

Promouvoir la pratique du sport en ville en profitant de l'héritage laissé par les Jeux Olympiques de la Jeunesse de 2014 à Nanjing

Favoriser le développement à long terme du sport et de l'activité physique à Nanjing.



Lieu	Nanjing, Chine
Organisation	Comité d'organisation local des JOJ de Nanjing 2014
Dates	2010 – en cours
Tranche d'âge	Tous les résidents de la ville et des banlieues de Nanjing
Participants	3,2 millions de participants depuis le lancement du projet
Partenaires	Le comité d'organisation local des JOJ de Nanjing 2014, les services municipaux et régionaux des sports, la Fédération Internationale de Roller Sports (FIRS)
Faits marquants	Le projet a incité les 100 communautés de la ville et de ses environs à créer des installations sportives et consacrées à l'activité physique. La ville a lancé 3212 projets de condition physique pour tous, construit 845 kilomètres de chemins et de pistes de course à pied et installé 5393 postes d'entraînement pour le public. Ces installations sont organisées en «centres de sport et d'activités physiques», qui ne sont jamais à plus d'un kilomètre du centre-ville de Nanjing.



Résumé

Le projet «Nanjing Fitness for All and Go With YOG» englobe un grand nombre de programmes et d'investissements en matière d'infrastructures sportives, combinés à l'héritage des Jeux Olympiques de la Jeunesse de 2014, de manière à promouvoir un mode de vie actif auprès des habitants.

Le projet a pour but de construire et d'entretenir de vastes installations sportives publiques dans toute la ville, ainsi que d'adapter une grande partie des sites utilisés en 2014 en vue de leur ouverture au grand public. Le projet s'appuie également sur de nombreux entraîneurs et membres du personnel technique, chargés de la mise en pratique des programmes de condition physique auprès du public.

Le public est encouragé à utiliser ces installations grâce à des actions en rapport avec les Jeux de 2014. Ces actions ont, entre autres, consisté en diverses initiatives liées au Labo des sports et au Musée olympique de Nanjing 2014.

Clés du succès

Combiner les héritages tangible et intangible

L'un des volets de la stratégie globale adoptée sur le plan de la promotion de la pratique du sport et de modes de vie sains dans la ville de Nanjing a consisté en l'instauration d'une collaboration à long terme avec la Fédération Internationale de Roller Sports. Le but de cette collaboration est de faire de Nanjing la « Capitale des roller sports ». Cette association transparaît dans de nombreuses initiatives, comme dans les installations créées dans le cadre du projet. La ville organisera aussi un certain nombre de manifestations internationales consacrées aux sports sur patins à roulettes et ouvrira le premier musée du monde consacré à ces sports. L'intention qui sous-tend ces initiatives est de promouvoir ces sports de diverses manières pour en faire un choix réel en tant que mode de vie sain pour les habitants de Nanjing.

Interaction suivie

Chaque jour, les habitants peuvent utiliser les installations en fonction de leurs besoins et de leurs capacités. De plus, le projet s'appuie sur plus de 22 000 moniteurs qui donnent gratuitement des conseils aux habitants dans leur pratique quotidienne des activités physiques. Chaque moniteur est apte à conseiller les participants sur la manière d'adopter un mode de vie plus sain et actif.

Les habitants peuvent également passer gratuitement des tests de condition physique, lesquels sont suivis de rapports détaillés et de conseils en matière d'entraînement.



Objectifs de Sport et société active

Promouvoir le sport et l'activité physique

Le but fondamental du projet est d'inciter le plus grand nombre possible d'habitants de Nanjing à pratiquer une activité physique. Ce travail a été effectué grâce à la combinaison des investissements faits dans les installations, des initiatives pour encourager l'utilisation de celles-ci et de l'organisation de manifestations sportives servant d'exemples au public et incitant à la pratique des sports. Tous ces facteurs sont associés pour instaurer une culture de vie physiquement active. Depuis le lancement du projet, les organisateurs ont constaté une nette augmentation du nombre d'habitants actifs.

Offrir l'égalité d'accès au sport

L'une des pierres angulaires du projet est de veiller à limiter le nombre d'obstacles sur le plan des coûts et des efforts nécessaires de la part des habitants qui se lancent dans ces activités physiques. Chacune des 100 communautés de la ville a donc été équipée de centres sportifs ouverts gratuitement au public. Ces centres consistent en deux salles de sport, un terrain extérieur et une piste pour les sports de course à pied, de cyclisme ou de rollers. Aucun de ces centres sportifs ne se trouve à plus d'un kilomètre du centre-ville de Nanjing. De plus, l'accès à ces divers sites est gratuit, comme le sont aussi les services des entraîneurs et du personnel technique.

Favoriser l'héritage olympique

Le projet exploite de nombreux aspects des Jeux Olympiques de Nanjing, afin d'augmenter son impact. Les Jeux de Nanjing ont été une plateforme énorme et très médiatisée, à partir de laquelle lancer le projet, tout en offrant les infrastructures laissées par les Jeux, lesquelles ont été adaptées d'une manière accessible et durable aux besoins du public de Nanjing.

« Les JOJ exercent une influence importante sur la vie des jeunes dans l'ensemble de la ville et de la région de Nanjing. Un plus grand nombre d'entre eux pratique maintenant des sports et a opté pour un mode de vie actif et sain. »

Thomas Bach – président du Comité International Olympique

Stratégie de communication

Les départements des sports des municipalités et de la région assurent la promotion des nombreuses initiatives au moyen de leurs liens avec les instances publiques et les citoyens.

Bon nombre de programmes mis sur pied ont également fait l'objet de campagnes de promotion avant, pendant et après les Jeux de 2014.



Projet norvégien de leadership sportif pour les jeunes

Préparer les jeunes à devenir des dirigeants dans le domaine du sport, sur les plans de la participation, de l'organisation et de la gestion

Donner aux jeunes la possibilité de rester dans le monde du sport une fois leur carrière d'athlète terminée, afin de recruter et de former les nouvelles générations.



Lieu	Norvège
Organisation	Comité National Olympique norvégien, Comité National Paralympique norvégien et Confédération norvégienne des sports
Dates	2011 – en cours
Tranche d'âge	Principalement les jeunes sportifs âgés de 15 à 19 ans
Participants	Environ 600 participants par année
Partenaires	Fédérations sportives nationales, autorités locales, comité d'organisation local des Jeux Olympiques de la Jeunesse de Lillehammer
Faits marquants	Le projet a enregistré une moyenne stable de 600 participants par an depuis son lancement en 2011. Un projet élargi, permettant d'accueillir un nombre plus élevé de participants, a été mis sur pied pour les années 2015 et 2016, cela en vue des Jeux Olympiques de la Jeunesse de Lillehammer en 2016.
Pour inspiration	www.idrettsforbundet.no/tema/ungdomsidrett/



Résumé

Le projet « Norwegian Youth Sport Leadership Programme » constitue un engagement sur dix ans de la part des milieux sportifs norvégiens, afin de recruter et de garder davantage de jeunes dans le monde du sport en Norvège. Ce projet se déroulera également durant les Jeux Olympiques de la Jeunesse de 2016 et prendra fin en 2022. Le projet a pour but de garder les jeunes, âgés de 13 à 19 ans, aussi longtemps que possible dans le monde du sport, cela non seulement en tant que participants, mais également en qualité d'entraîneurs, d'administrateurs, de directeurs, d'arbitres et de bénévoles.

Le sport est un moyen considéré comme particulièrement efficace pour aider les jeunes à prendre en mains leurs propres activités et leur propre formation. Ce principe fondamental est associé à la volonté d'associer les jeunes autant que possible dans le processus, en leur demandant leur avis et en les faisant participer à la planification et au déroulement du projet.

Clés du succès

Projet axé sur les participants

Les organisateurs mettent l'accent sur une écoute attentive accordée aux participants. Afin de former avec succès de jeunes dirigeants en matière de sport, les clubs sportifs, les administrations régionales et les fédérations nationales prennent les avis des participants très au sérieux et en tiennent compte dans le cadre de nombreux aspects de l'organisation du projet. Cette approche a permis le lancement d'initiatives de mentorat et la mise en œuvre d'allocations des tâches, afin que les jeunes puissent apprendre dans un cadre pratique et stimulant.

Le sport en tant qu'outil de planification

Le programme permet aux jeunes qui souhaitent rester engagés activement dans le sport d'associer leurs activités à une formation en vue d'un avenir dans le monde du sport. Le projet stimule la capacité des jeunes participants à influencer et à gérer leurs propres activités au moyen de la planification de leur propre entraînement quotidien et de la fixation de leurs propres objectifs et exercices. Un aspect fondamental de ce processus de planification est axé sur l'aide apportée au jeune athlète pour associer son engagement sportif avec ses activités scolaires et des études supérieures, de la manière la plus efficace possible.

Le travail avec les partenaires

La Confédération norvégienne des sports est l'organisation nationale représentant les fédérations nationales de tous les principaux sports pratiqués en Norvège. Elle offre divers cours, ainsi que des formations éducatives aux jeunes physiquement actifs. Ces cours et formations sont donnés aussi bien directement par les services de la confédération que par l'intermédiaire de ses organisations membres et des services administratifs régionaux. Ces divers partenaires, en collaboration avec le Comité National Olympique et le Comité National Paralympique, veillent à ce que ces formations éducatives soient dispensées dans un cadre structuré et que le projet puisse toucher le plus grand nombre de jeunes possible.



Objectifs de Sport et société active

Soutenir les sociétés actives

Non seulement le projet a pour but de promouvoir la participation à des activités sportives, mais il se concentre également sur le développement personnel des jeunes athlètes en tant que futurs dirigeants sportifs, que ce soit en qualité d'entraîneurs, d'administrateurs, d'arbitres ou autres. Cela contribue à l'infrastructure humaine du sport dans la société, en reconnaissant le fait que si l'on veut voir le sport prospérer, il faut avoir plus que simplement des athlètes. La société a davantage de chances d'être réellement active si elle dispose de personnes motivées et formées de manière à pouvoir œuvrer en coulisses.

Promouvoir le sport et l'activité physique


Le projet s'adresse à de jeunes athlètes actuellement actifs sur le plan sportif. Il va plus avant en ciblant spécialement ceux qui souhaitent rester actifs dans le domaine des sports une fois arrivés au terme de leur carrière sportive. Il offre donc à ces jeunes athlètes les outils dont ils ont besoin pour se former parallèlement à leur entraînement actuel. Cela permet à ces jeunes de poursuivre leur carrière de sportifs, tout en se construisant un avenir dans le monde du sport.

Stratégie de communication

La communication concernant le projet est gérée par l'administration centrale de la Confédération norvégienne des sports. Ce bureau central assure la liaison avec les 54 fédérations membres, ainsi qu'avec les 19 administrations régionales qui collaborent avec le projet. Ces bureaux informent ensuite directement les clubs qui leur sont affiliés, lesquels présentent le projet à leurs membres et aux partenaires susceptibles de s'y intéresser.

Évaluation du projet

Chacun des cours fait l'objet d'une évaluation séparée, entreprise par les organisateurs. Cette évaluation consiste à examiner les progrès réalisés dans le cadre de chaque cours éducatif, cela en fonction de divers critères qualitatifs, y compris l'impact sur les participants et le degré d'interaction des participants.



« J'ai beaucoup appris sur moi-même, sur la manière de diriger et sur mes capacités de leader. »

Participant

Projet de partenariats sportifs du Pacifique (PSP)

Combattre les facteurs de risques primaires associés à l'inactivité physique et promouvoir une culture d'inclusion dans les communautés du Pacifique

Promouvoir un comportement sain et améliorer les résultats sociaux dans les communautés du Pacifique grâce au sport.



Lieu	Îles du Pacifique, Océanie
Organisation	Australian Sport Outreach Program (DFAT)
Dates	2009 – en cours
Tranche d'âge	Tous les habitants des communautés ciblées
Participants	Huit États insulaires du Pacifique, représentant une population globale de plus de deux millions d'habitants
Partenaires	Ministère australien des affaires étrangères et du commerce, organisations sportives nationales australiennes, instances sportives régionales, ONG, diverses instances gouvernementales de la région Pacifique et des partenaires de la société civile
Faits marquants	Le projet « Pacific Sports Partnerships » est l'activité principale entreprise dans le cadre du programme de 47 millions de dollars lancé par le gouvernement australien sous le nom de « Australian Sports Outreach Program » (ASOP), ou programme australien de promotion des sports. Depuis son lancement en 2009, le projet « Pacific Sports Partnerships » a investi plus de 29 millions de dollars dans des initiatives de développement entreprises dans les huit pays concernés. Ces initiatives ont entraîné les populations locales dans la pratique de 11 sports différents. Les communautés ciblées ont vu une réduction pouvant atteindre jusqu'à 50 % de l'obésité chez certains groupes de participants.
Pour inspiration	http://dfat.gov.au/people-to-people/sport/sport-for-development/sport/Pages/sport-for-development-programs.aspx



Résumé

Le projet «Pacific Sports Partnerships (PSP)» consiste en une série d'initiatives sportives financées par le ministère australien des affaires étrangères et du commerce. Les programmes mis sur pied sont destinés à soutenir tant les organisations sportives nationales australiennes que leurs homologues du Pacifique, afin de mettre en œuvre des projets de développement, ainsi que d'amélioration de la gouvernance et de renforcement des compétences pour soutenir l'évolution des États insulaires du Pacifique. Ces objectifs peuvent être atteints par le biais du sport.

Ces programmes sont mis en œuvre grâce à une série de partenariats passés par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce avec 11 organisations sportives australiennes, régionales et insulaires du Pacifique.

Les objectifs du projet «Pacific Sports Partnerships» sont d'accroître une participation régulière à des activités physiques, d'améliorer les comportements liés à la santé et de promouvoir des attitudes sociales ouvertes chez les membres des populations ciblées. Ces buts sont atteints grâce à un travail réalisé au niveau communautaire, en incluant des personnes qui se considèrent handicapées, des jeunes, de futurs leaders ou encore les femmes et les filles.

« Le sport crée des liens interpersonnels, culturels et économiques forts entre les nations. »

Participant

Clés du succès

Exploiter l'expérience

L'ensemble de la mise en œuvre du projet est supervisé et géré par le ministère des Affaires étrangères et du Commerce. L'Australie et ses organisations sportives nationales disposent de quantité de ressources, de connaissances et d'expérience en matière de sports, qui n'existent pas au sein des nations insulaires du Pacifique, plus petites et moins développées. Grâce à une collaboration établie avec des partenaires locaux dans le cadre du projet PSP, ces communautés peuvent bénéficier des avantages que possède l'Australie.

Mise en œuvre sur le terrain

Bien que le ministère des Affaires étrangères et du Commerce gère le projet dans son ensemble, l'accent est très nettement mis sur le travail réalisé avec les partenaires locaux au niveau de l'exécution des diverses initiatives sur le terrain. Par exemple, le programme en faveur du sport au service du développement de Samoa est mis en œuvre en collaboration avec le ministère de l'Éducation, des Sports et de la Culture de Samoa. La réalisation de ce programme est assurée en étroite collaboration avec les Fono des villages, ou conseils des chefs, afin de soutenir les autorités au niveau des villages, ainsi que le principe d'autodétermination tout au long du programme.

Approche par étapes

Le projet est divisé en deux parties. La première partie – de son lancement, jusqu'à 2014 – se concentrait sur cinq sports populaires, dont le football et le rugby. Cette phase a permis de mieux comprendre quels sont les défis à relever pour parvenir à mettre sur pied un programme de partenariats pour soutenir le sport au service du développement dans le cadre des diverses communautés ciblées et de tirer les leçons à retenir de cette première phase pour passer à la deuxième. Cette dernière est maintenant en cours et se fonde sur le succès remporté par la première phase, pour s'étendre maintenant à 11 sports et bénéficier d'un plus grand soutien financier et d'une plus vaste interaction avec les partenaires locaux.

Objectifs de Sport et société active

Promouvoir le sport et l'activité physique

Le sport et l'activité physique constituent des véhicules par lesquels une amélioration de la qualité de vie peut être apportée grâce au projet PSP. Ce dernier couvre tout une palette de sports différents dans les huit pays concernés. Ces sports – individuels ou par équipe – inculquent aux participants des compétences tant personnelles qu'interpersonnelles. Ces initiatives entreprises sur le terrain sont fréquemment doublées d'activités éducatives, destinées à sensibiliser le public quant à l'importance d'une activité physique régulière pour le bien-être personnel.

Offrir l'égalité d'accès au sport

Un certain nombre des initiatives lancées dans le cadre du projet «Pacific Sports Partnerships» a principalement pour objectif d'offrir une égalité d'accès au sport à celles et à ceux qui normalement n'en jouiraient pas. Citons, par exemple, le projet Matua à Fidji qui se concentre sur la course et s'adresse aux enfants avec et sans handicap, dans l'ensemble du pays. De même, le projet de partenariats en faveur des jeunes tend à accroître l'engagement des jeunes au chômage, en leur donnant la possibilité d'organiser des manifestations sportives et des séminaires sur le sport dans les communautés locales.

Stratégie de communication

Chacun des programmes fait l'objet de campagnes d'information sur leur territoire. Ces informations sont diffusées auprès des écoles et des centres communautaires. Cette communication peut également comprendre des interactions avec les chefs et représentants officiels des communautés locales qui font marcher le bouche-à-oreille. Le succès remporté par le projet «Pacific Sports Partnerships» dans son ensemble est diffusé plus largement au moyen des divers sites internet du gouvernement australien, y compris celui du ministère des Affaires étrangères et du Commerce, et des sites des partenaires. Les ambassades et hauts-commissariats australiens dans la région soutiennent également des organisations sportives nationales australiennes, ainsi que leurs homologues du Pacifique dans leurs efforts de promotion et de mise en œuvre du projet PSP, ainsi que dans leurs démarches pour faire connaître ses succès par des moyens tels que les réseaux sociaux.

Évaluation du projet

La réalisation du projet est évaluée au cas par cas. Étant donné la variété des initiatives et des groupes ciblés dans les divers pays concernés, chaque cas fait l'objet d'une évaluation particulière. Grâce à des contacts permanents avec les partenaires locaux et le personnel actif sur le terrain, les projets locaux sont évalués de manière centralisée en fonction de résultats pertinents pour chaque projet spécifique. Cela implique un suivi des chiffres enregistrés, tels que le nombre de participants ou la baisse des pourcentages relatifs à l'obésité ou au taux de chômage des jeunes.



Transforma Sport Festival

Initier des participants de tous âges à la pratique des sports et aux valeurs olympiques

« Transforma » a pour but d'aider les participants à découvrir de nouvelles possibilités de pratiquer des sports olympiques et paralympiques et entend promouvoir l'engagement communautaire grâce aux Jeux Olympiques de Rio 2016.



Lieu	Rio de Janeiro, Brésil
Organisation	Rio 2016 Education Programme
Dates	Novembre 2014 – Décembre 2016
Tranche d'âge	Tous les âges
Participants	1 000 à 2 000 participants par séance d'initiation au sport
Partenaires	Confédération des fédérations nationales, départements des autorités locales pour l'éducation et le sport, responsables des installations des Jeux Olympiques
Faits marquants	Depuis son lancement, le projet « Transforma Sport Festival » a déjà organisé une série de séances d'initiation à plus de 30 sports olympiques et paralympiques. Cette initiative a été soutenue par la mise en fonction d'un portail en ligne, offrant des supports pédagogiques et des guides pratiques à un certain nombre de groupes divers, comme les coordinateurs de la jeunesse, les enseignants, les jeunes athlètes et le grand public dans son ensemble.
Pour inspiration	www.rio2016.com/educacao

Résumé

Le projet « Transforma Sport Festival » comprend une série de programmes d'introduction à divers sports, séances auxquelles les habitants des communautés peuvent choisir de participer. Les personnes de tous âges sont invitées à s'initier à de nouveaux sports et à découvrir de nouvelles compétences. Le projet « Transforma » met fortement l'accent sur les Jeux Olympiques de Rio 2016, en encourageant la communauté locale à s'engager en faveur des Jeux. Le projet comporte aussi une composante éducative, qui met en lumière l'importance de l'activité physique et veille à promouvoir les valeurs olympiques auprès des participants. Les organisateurs du programme suivent également une formation qui leur est offerte, afin de s'assurer que des manifestations similaires continueront à être organisées encore longtemps après la fin des Jeux de Rio.

Clés du succès

Importance donnée à la famille

Le projet « Transforma Sport Festival » s'adresse à des participants de tous âges. Il a en particulier pour but d'offrir des occasions à différentes générations de vivre des expériences ensemble, grâce à la pratique du sport. Les manifestations sont donc organisées en fin de semaine, afin que le plus grand nombre possible de membres des familles intéressées puisse participer. Une zone spéciale de pratique sportive accueille également les enfants âgés de 3 à 9 ans.

Partenariat avec les fédérations nationales

Les moniteurs sportifs qui donnent les cours d'initiation sont des professionnels formés par les fédérations nationales des différents sports concernés. Chaque moniteur possède l'expérience et les connaissances techniques nécessaires pour enseigner les règles et les mouvements de base requis par la pratique d'un sport. Ces moniteurs sont donc également bien placés pour détecter des talents potentiels, chez les plus jeunes participants, dans le cadre de sports qu'ils connaissent bien.

Exploiter les Jeux Olympiques de Rio 2016

Attendu que le Brésil s'apprête à accueillir la plus grande manifestation sportive au monde organisée pour la première fois en Amérique du Sud, la population locale est impatiente de contribuer à cet événement qui fera date. Le projet « Transforma Sport Festival » puise donc dans cette énergie pour encourager l'engagement en faveur des Jeux au niveau local, promouvoir les valeurs olympiques et mettre l'accent sur l'importance de l'activité physique. Le projet s'attache en particulier aux sports olympiques et paralympiques qui seront présents durant les Jeux. Cela garantit une synergie entre le projet et l'organisation des Jeux, ainsi que des retombées à long terme.





Objectifs de Sport et société active

Favoriser l'héritage olympique

Le projet « Transforma Sport Festival » réunit, entre autres, des sports olympiques et paralympiques qui ne sont pas très courants ni connus au Brésil, tels le tir à l'arc, le badminton et le rugby. Cette initiative donne donc accès à des sports qui ne relèvent pas du « carré magique » (football, volleyball, basketball et handball). En adoptant cette approche, le projet attire d'autres groupes de participants qui sont moins habitués à prendre part à des activités physiques et leur présente ainsi de nouvelles possibilités.

Promouvoir le sport et l'activité physique

Le projet s'appuie sur la présence d'athlètes célèbres pour soutenir chaque manifestation qu'il organise. Ces athlètes s'engagent activement envers les participants, prennent part à des démonstrations sportives et s'adressent personnellement aux divers groupes. Ils peuvent ainsi expliquer quelle est l'importance du sport et de l'activité physique, en se référant à leur carrière et à leurs propres expériences.

Soutenir les sociétés actives

L'organisation du projet « Transforma Sport Festival » est assurée par le Programme éducatif de Rio 2016. Les organisateurs sont en contact direct avec les 2500 écoles qui participent à ce programme, auquel elles sont officiellement invitées à prendre part. Cela permet d'entretenir un sentiment communautaire très fort au sein du programme.

Offrir l'égalité d'accès au sport

Chaque édition du « Transforma Sport Festival » offre la possibilité de pratiquer des sports paralympiques et accueille des athlètes paralympiques. Cette initiative permet donc aussi au programme de sensibiliser le public aux questions liées à l'accessibilité, au respect envers les personnes handicapées et au niveau sportif élevé auquel on peut assister lors des Jeux Paralympiques.





Stratégie de communication

Le projet est présenté au public grâce à des moyens de communication divers. Le plus important des moyens utilisés est son site internet officiel, lequel est également lié au site de Rio 2016, ainsi qu'aux sites des partenaires, tels que les Fédérations Internationales. Le projet «Transforma» est aussi présent dans les réseaux sociaux, et fait l'objet de communications par courrier électronique et par communiqués de presse, ainsi que d'annonces visuelles sur les sites des manifestations organisées. De plus, des campagnes menées dans les écoles et dans les localités environnantes au moyen de véhicules publicitaires permettent de sensibiliser les communautés.

Évaluation du projet

Les organisateurs assurent un suivi et réunissent des données concernant divers indicateurs clés relatifs au projet. Ces chiffres concernent, entre autres, le nombre de fédérations nationales associées, le nombre de sports couverts, le nombre de participants présents par rapport aux prévisions établies, l'ampleur de la couverture médiatique, le nombre d'athlètes prêtant leurs services et l'inclusion de nouveaux sports dans le programme des centres sportifs.

« À 80 ans, le Festival m'a donné l'occasion de pratiquer de nouveaux sports. J'ai essayé le rugby, le golf, le tir à l'arc et l'escrime avec ma petite-fille. Elle a 12 ans. Une telle expérience m'a permis de me sentir plus jeune et pleine de vie. »

Iguatemiza Sobreira – 80 ans, participant

Shumbashaba Aide par le cheval

Créer des changements positifs dans la vie des participants grâce à leur rencontre avec des chevaux

Améliorer le bien-être physique, émotionnel et spirituel des habitants des communautés défavorisées grâce à des programmes de thérapie assistée par le cheval equine-assisted therapeutic programmes.



Lieu	Johannesburg, Afrique du Sud
Organisation	Shumbashaba Community Trust
Dates	1990 – en cours
Tranche d'âge	Jeunes enfants et jeunes adultes, et plus particulièrement les jeunes à risque ou handicapés
Participants	À ce jour, plus de 5 000 personnes ont participé au projet et le nombre ne cesse de croître chaque année
Partenaires	La Fédération Équestre Internationale (FEI), la Confédération sportive sud-africaine et le Comité olympique d'Afrique du Sud, les Jeux Olympiques spéciaux d'Afrique du Sud, la Fédération équestre d'Afrique du Sud, les universités locales, des donateurs privés et des organisations communautaires locales
Faits marquants	Shumbashaba est une fondation communautaire à but non lucratif pour le développement de la collectivité. L'initiative de Shumbashaba a été lancée à Diepsloot, municipalité défavorisée possédant une population de 138 329 habitants, dont 56 % sont des jeunes et des jeunes adultes. Les communautés voisines ont également bénéficié du projet, car l'ampleur de Shumbashaba ne cesse de croître. Les bilans établis ont révélé une augmentation de la confiance en soi, le sentiment d'avoir un but à atteindre et l'espoir d'un avenir meilleur chez les participants.
Pour inspiration	www.shumbashaba.co.za

Résumé

Le projet «Shumbashaba – Horses Helping People» s'appuie sur des programmes de thérapie assistée par le cheval, spécialement conçus pour améliorer le bien-être physique, émotionnel et spirituel des participants. Ces programmes de thérapie assistée par le cheval sont mis sur pied pour aider au développement personnel d'individus à risque. Les programmes éducatifs et d'apprentissage au contact des chevaux permettent d'acquérir des aptitudes à la vie quotidienne, à même de prévenir les intimidations et les conduites addictives, ainsi qu'un comportement pro-social. Des cours informels concernant le bien-être des chevaux et l'équitation, ainsi que des ateliers de formation pour bénévoles sont également offerts aux participants parallèlement aux programmes de développement technique et aux manifestations intégrées liées aux Jeux Paralympiques et aux Jeux Olympiques spéciaux. Bon nombre des programmes offerts se fondent sur des modèles créés et testés par l'Association de développement et d'apprentissage assistés par le cheval (EAGALA).

Clés du succès

Prise de conscience et acceptation communautaires

Shumbashaba a principalement mis l'accent sur la volonté de convaincre la communauté locale des bienfaits de ses programmes. Grâce à une combinaison de partenariat, d'actions de communication et d'expérience, cette volonté a eu pour résultat un accroissement des demandes émanant de la zone principalement ciblée de Diepsloot, mais également des zones défavorisées avoisinantes.

Collaboration avec les partenaires de la communauté

Shumbashaba s'appuie avant tout sur les partenariats établis avec les autres organisations actives auprès de la communauté locale, y compris le Centre de Bona Lesedi pour personnes handicapées, SANCA, SADAG, le club de développement Arsenal de Diepsloot, la Fondation Philisa Isizwe et les divers projets pour la jeunesse sud-africaine. D'autres partenaires issus des milieux sportifs, du monde commercial et des services sociaux sont aussi régulièrement contactés. Plus de 40 bénévoles aident au développement des programmes créés dans le cadre du projet de Shumbashaba, ce qui permet d'enregistrer chaque année un nombre croissant de participants.

Engagement pour des programmes fondés sur les faits

Les initiatives entreprises se fondent sur des faits et les résultats de recherches. Les informations réunies sont obtenues directement auprès de l'association EAGALA. Cette dernière a mis au point quantité de supports en matière de psychothérapie et d'apprentissage assistés par le cheval. Ces supports sont amplement exploités pour servir de base à la programmation des activités du projet de Shumbashaba sur le terrain, en particulier en ce qui concerne le développement personnel et l'acquisition d'aptitudes à la vie sociale quotidienne.



Objectifs de Sport et société active

Promouvoir le sport et l'activité physique

La mise sur pied de programmes pratiques encourage l'acquisition d'aptitudes physiques par les participants, grâce à des activités comme rouler, sauter, faire la roue, faire des appuis renversés ou se tenir en équilibre. Ces compétences sont toutes mises en pratique sur un cheval en mouvement, ce qui développe le sens de l'équilibre et la coordination. Autre aspect important, ces activités se déroulent toutes dans un environnement amusant pour les participants, ensoleillé et en plein air.

Améliorer le bien-être et la santé publique

Ces programmes de développement personnel et d'acquisition d'aptitudes à la vie quotidienne, programmes assistés par le cheval, s'attachent à des domaines qui ont un impact réel et positif sur le comportement social et la santé mentale. Les programmes psychopédagogiques couvrent également les soins de santé élémentaires, les comportements de protection, ainsi que des questions du type où et quand demander de l'aide. Les programmes sportifs contribuent au bien-être physique grâce au mouvement, à l'amélioration du sens de l'équilibre, à une meilleure coordination et à la prise de conscience de l'importance que revêtent l'alimentation et le poids.

Soutenir les sociétés actives

À l'instar des participants au programme, les enfants des écoles locales ont la possibilité d'offrir leurs services à la communauté locale en s'engageant dans le projet de Shumbashaba. Le fait de travailler bénévolement pour divers programmes du projet leur permet de donner quelques heures de leur temps afin d'aider la communauté, tout en prenant plaisir à être actifs dans un cadre positif.

Offrir l'égalité d'accès au sport

Tous les programmes et services offerts s'adressent aux membres les plus démunis des communautés défavorisées. Ces activités sont donc spécialement centrées sur le sport pour handicapés en réunissant des cavaliers handicapés et non handicapés dans le cadre d'entraînements et de manifestations, telles que les Journées de sports unifiés des Jeux Olympiques spéciaux.



Stratégie de communication

L'existence du projet est principalement communiquée par le bouche-à-oreille. Les réseaux sociaux comme Facebook, ainsi que le blog et le site internet officiel du projet jouent un rôle important. Les organisateurs participent à la diffusion de l'information lors de réunions des prestataires et de manifestations publiques, ou encore dans le cadre de campagnes d'information qui traitent des besoins des jeunes et des adultes.

« La principale chose que j'ai apprise avec Shumbashaba est le respect. Le respect vis-à-vis de moi-même, des chevaux et des autres. »

Wandile Vilakazi – Participant

Évaluation du projet

Le suivi et l'évaluation du projet se fondent sur les principes de l'apprentissage actif des participants. Les programmes de développement personnel et d'acquisition des aptitudes nécessaires à la vie quotidienne grâce aux chevaux sont évalués sur la base de données quantitatives, rassemblées lors des évaluations des participants avant et après la tenue du programme, ainsi que de données qualitatives recueillies auprès des participants tout au long des programmes. À la fin de chaque programme, une évaluation de groupe est faite pour informer et apporter des améliorations en vue de la prochaine édition du programme.

Les programmes d'équitation thérapeutique ont des objectifs de traitement qui sont discutés et convenus par le client, les parents ou tuteurs, et l'entraîneur. Ces programmes font l'objet d'une évaluation continue.



Sport-Up

Promouvoir l'inclusion, l'intégration et la santé des jeunes handicapés par le sport

Donner accès au sport et à l'activité physique aux jeunes handicapés et ainsi les rapprocher des jeunes sans handicap.



Lieu	Suisse
Organisation	Fondation Sport-Up
Dates	2009 – en cours
Tranche d'âge	Écoliers et jeunes adultes handicapés
Participants	Plus de 4 000 jeunes
Partenaires	Gouvernement fédéral suisse, fondations caritatives, donateurs privés, écoles et institutions locales, associations de bénévoles
Faits marquants	Plus de 1 000 jeunes participent à ce projet chaque année. Sport-Up a également soutenu la participation de 34 jeunes avec et sans handicap, aux côtés de 20 000 gymnastes venus du monde entier, à l'occasion de la 14 ^{ème} édition de la Gymnastrada mondiale en 2011.
Pour inspiration	www.sportup.ch



Résumé

La fondation Sport-Up est une organisation indépendante à but non lucratif basée en Suisse. Les programmes d'activités physiques mis sur pied par Sport-Up ont pour but de promouvoir l'activité physique et le sport pour les jeunes handicapés, en les intégrant à des programmes auxquels participent aussi des jeunes sans handicap. Sport-Up veille également à encourager une prise de conscience des questions liées aux handicaps et soutient des organisations ou projets qui partagent les mêmes objectifs. Grâce à son projet Sportin, la fondation Sport-up réunit les jeunes d'établissements scolaires ordinaires et d'institutions spécialisées dans le cadre de journées sportives.

« J'aime faire du sport avec les autres.
Comme ça, je ne me sens pas différent. »

Participant

Clés du succès

Le sport en tant que lien

L'une des raisons principales expliquant le succès de Sport-Up est le fait de se servir du sport en tant que lien unissant des jeunes avec et sans handicap. Cela contribue à faire tomber les barrières et facilite l'inclusion sociale. Le sport permet de cultiver des valeurs telles que l'esprit d'équipe, la tolérance, le respect d'autrui et donne la possibilité de dépasser ses propres limites.

Des sphères différentes pour un même objectif

Les membres du Conseil de Sport-Up sont issus de différentes sphères d'activités. Chacun des membres est désireux d'améliorer les conditions de vie générales des jeunes handicapés et, en particulier, leurs loisirs grâce au sport et à l'activité physique. C'est avec l'aide de nombreux bénévoles et professionnels spécialisés que Sport-Up peut disposer de l'appui de personnes dotées de compétences et de talents divers, partageant un but commun qui est d'organiser des rencontres sportives entre jeunes avec et sans handicap.



Objectifs de Sport et société active

Soutenir les sociétés actives

Sport-Up concentre ses efforts sur le projet Sportin, qui a pour but de rapprocher des établissements scolaires ordinaires et des institutions spécialisées pour enfants handicapés. Le fait de passer par les écoles permet d'atteindre des enfants et des adolescents dans l'ensemble de la communauté, de différentes tranches d'âge et issus de milieux divers. Sport-Up travaille également avec l'aide de bénévoles locaux pour la mise en œuvre du programme. Cela facilite l'impact du message diffusé par Sport-Up au sein de la communauté.

Offrir l'égalité d'accès au sport

Sport-Up a pour but d'offrir l'égalité d'accès au sport et à l'activité physique aux jeunes handicapés. Son action peut prendre la forme d'une solution personnelle apportée en particulier à un jeune handicapé pour l'aider à participer à un camp de sport, comme elle peut consister, par exemple, en une action collective visant à réunir des jeunes avec et sans handicap dans le cadre d'une manifestation sportive. De plus, Sport-Up aide à trouver le financement nécessaire pour couvrir les frais de transport des participants et s'attaque ainsi à l'un des plus gros obstacles à surmonter pour rendre le sport accessible aux handicapés.

Améliorer le bien-être et la santé publique

La valeur du sport sur le plan de l'intégration éducative et sociale est au cœur même du projet de Sport-Up. En mettant en contact des jeunes avec et sans handicaps grâce au sport et à l'activité physique, la fondation Sport-Up contribue à faire tomber certaines barrières et à construire une meilleure compréhension et une plus grande égalité entre les communautés. Ces objectifs peuvent, par conséquent, être atteints tout en veillant à promouvoir l'activité physique.

Stratégie de communication

Le message de Sport-Up est diffusé par des biais différents. Le principal moyen de diffusion utilisé est le site internet de Sport-Up, auquel s'ajoutent la presse locale et des courriers réguliers (avec les amis et les partenaires de la fondation, ainsi qu'avec les écoles et institutions). Pour accroître sa visibilité, Sport-Up se sert également d'outils publicitaires et de marketing, tels que des autocollants, des T-shirts, des drapeaux, des banderoles publicitaires et des badges. La fondation prévoit aussi de publier régulièrement des rapports d'activité, de tenir une page Facebook, ainsi que de publier un bulletin d'information, afin d'améliorer la communication au sujet du programme.

Évaluation du projet

Tous les principaux projets mis sur pied par Sport-Up font l'objet d'une évaluation menée au moyen d'une enquête de satisfaction. D'autres réactions sont recueillies par le biais du site internet officiel de Sport-Up. Toutes les informations rassemblées grâce à ces différentes sources d'information sont régulièrement analysées par l'équipe de Sport-Up, pour être ensuite soumises à l'organe directeur qui en tient compte dans son processus de prise de décision.



Rejoignez la société sportive!

Selon l'Organisation mondiale de la Santé, un adulte sur quatre dans le monde n'est pas assez actif et plus de 80 % des adolescents ne pratiquent pas suffisamment d'activités physiques. Alors, inversons cette tendance et commençons à bouger!



Promouvoir le sport et l'activité physique

Dans le monde entier, les changements survenus au cours de ces dernières décennies en matière de loisirs, de vie professionnelle, de régime alimentaire et quantité d'autres domaines ont pour conséquence un mode de vie toujours plus sédentaire de la population. Les programmes de sport pour tous ont donc pour objectif de promouvoir le sport et l'activité physique, afin d'atténuer les effets négatifs liés à cette évolution.



Améliorer le bien-être et la santé publique

Le sport et l'activité physique jouent un rôle important en rendant les sociétés plus saines, plus heureuses et plus sûres. Les projets de sport pour tous couronnés de succès permettent ainsi de stimuler la diffusion de ces avantages collectifs au sein de communautés entières.



Soutenir les sociétés actives

Une société active fait intervenir de nombreux partenaires, tels les parents, les entraîneurs, les écoles, les clubs locaux, les organisations sportives, ainsi que les organisateurs de manifestations et d'activités communautaires, pour n'en citer que quelques-uns. Ces acteurs exercent tous une énorme influence sur le plan de la promotion de modes de vie plus sains dans leur communauté. Les programmes qui soutiennent et renforcent leurs efforts sont essentiels pour encourager et promouvoir l'instauration de sociétés actives dans le monde.



Offrir l'égalité d'accès au sport

Tous les membres d'une communauté doivent pouvoir jouir d'une égalité d'accès à un mode de vie actif et sain. Des programmes communautaires efficaces mettent donc fortement l'accent sur le fait que tout participant a le droit de profiter de l'occasion qui lui est offerte, indépendamment de sa condition physique, de sa race, de son sexe, de son niveau social, de sa région géographique ou autre.



Favoriser l'héritage olympique

Les Jeux Olympiques sont une source d'inspiration et l'expression vivante des valeurs olympiques d'excellence, d'amitié et de respect. Ce pouvoir unique peut dynamiser des communautés et les inciter à mettre sur pied des projets qui encourageront leurs habitants à devenir plus actifs et à le rester.

Devenez un acteur clé de votre communauté

Une plateforme utile a été conçue à l'intention des organisations qui, dans l'ensemble du Mouvement olympique, gèrent des projets de sport pour tous, cela afin de leur apporter les connaissances, la compréhension et les outils nécessaires à l'amélioration de programmes déjà existants dans le monde, ainsi que pour en créer de nouveaux.

Puisez l'inspiration dans plus de 45 projets déjà mis sur pied dans le monde

Apprenez-en davantage sur les meilleures pratiques grâce à notre guide

Créez votre projet sur la base de travaux théoriques éprouvés et de l'expérience d'organisations

Partagez vos expériences et ouvrez la voie à de nouveaux projets

Connectez-vous à un vaste réseau alimenté par les idées et initiatives de nombreux partenaires

Pour de plus amples informations

- Projets Sport et société active
- Guide pratique
- www.olympic.org
- activesociety@olympic.org