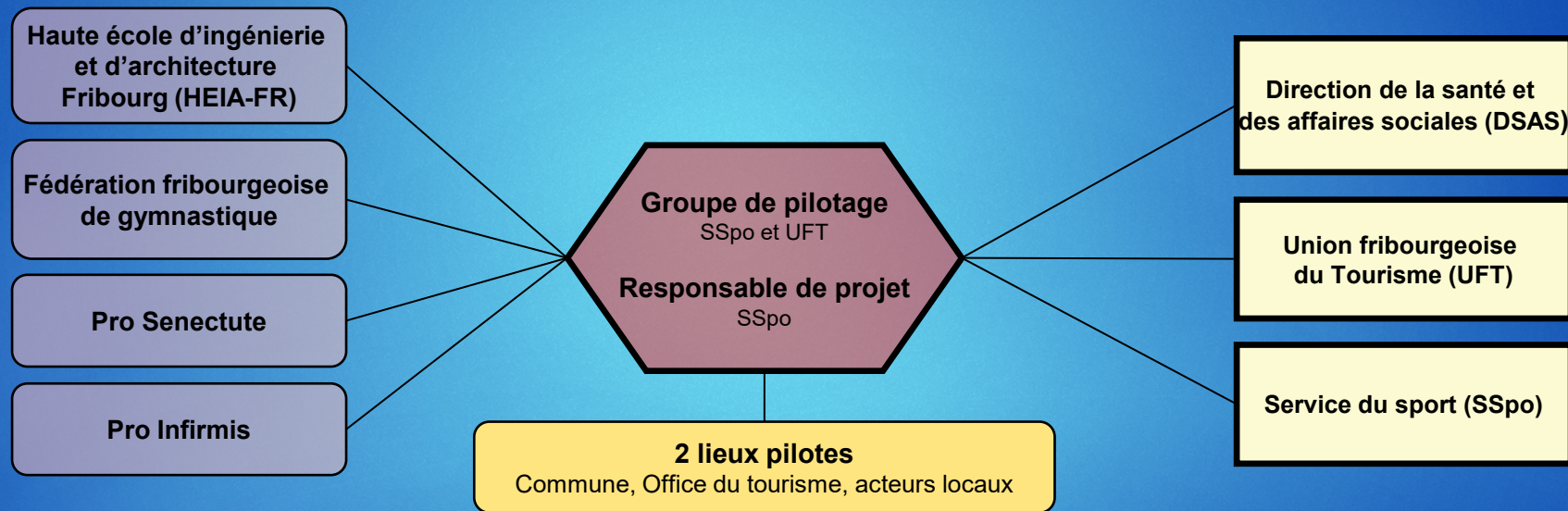




App FriActiv

PARCOURS DE DÉCOUVERTE ACTIVE

Projet plurisectoriel



FriActiv - Objectifs

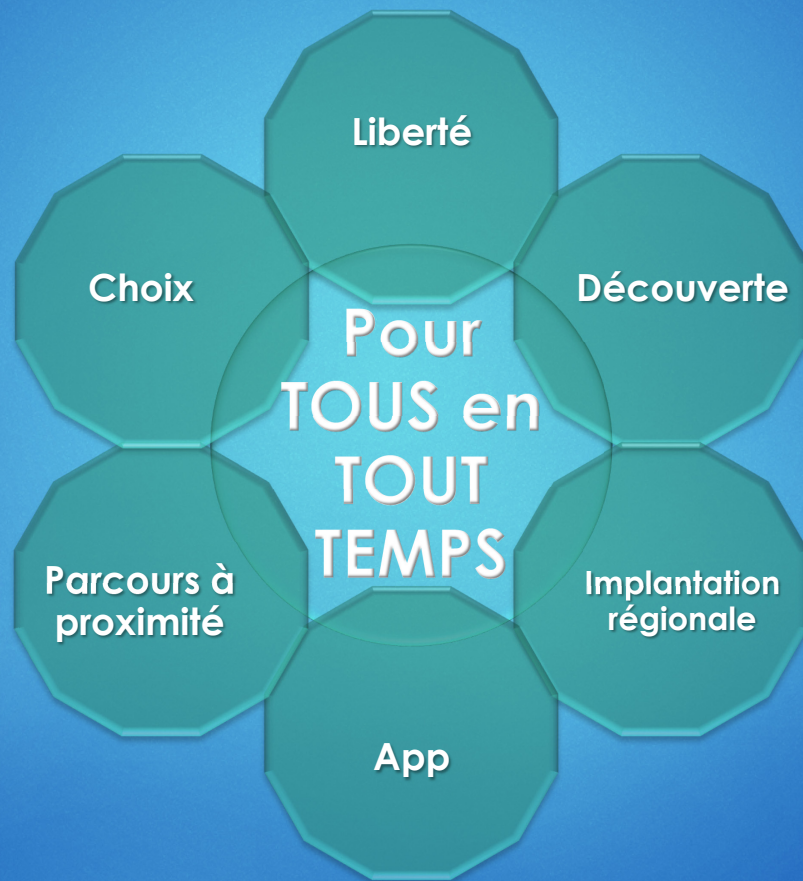
Objectifs principaux:

- ▶ Nouvelle offre de promotion de l'activité physique
- ▶ Nouvelle offre touristique

Moyens:

- ▶ Intégration: Créer une offre diversifiée et individualisable
- ▶ Flexibilité: L'offre peut être développée et modifiée de manière régulière selon les besoins et la demande des utilisateurs
- ▶ Valorisation: Exploiter les synergies du lieu et valoriser ce qui existe déjà
- ▶ Découverte: Accéder à de nouveaux utilisateurs (habitants et visiteurs)

Parcours de découverte active



relax

tonic

agile

groups



Pour tous en tout temps



L'App

Prochaines étapes?

Diversification:

- Répondre à d'autres besoins et intérêts

Proposer d'autres types de parcours.



Animation et défis

- ▶ L'offre correspond à un besoin (UNIFR)
- ▶ FriActiv propose une offre attrayante dans la panoplie de mesures de promotion de la santé
- ▶ L'application ne représente pas un frein auprès des seniors
- ▶ Une communication large est nécessaire
- ▶ Des animations doivent être présentées de manière régulière
- ▶ Comment atteindre les personnes socialement isolées?

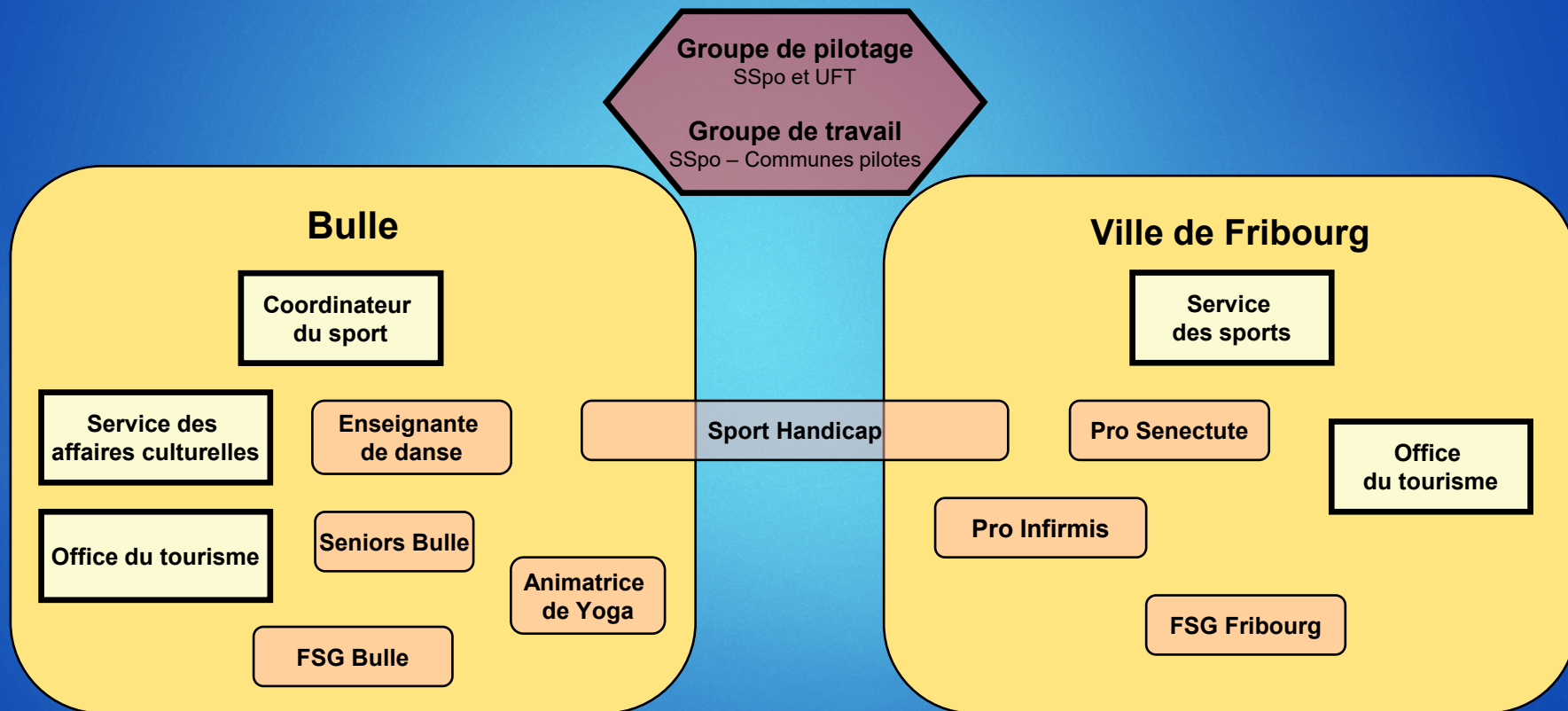


Echange

Processus

- ❑ Création du groupe de mise en œuvre ▶ 1-6 mois
- ❑ Choix des thèmes et des parcours
- ❑ Définition des postes et des emplacements ▶ 1 mois
- ❑ Production (films, photos, descriptifs) ▶ 2-4 mois
- ❑ Saisie dans la base de données ▶ 1 mois => 4-12 mois
- ❑ Animation du parcours ▶ Régulièrement

Groupes de mis en œuvre





Premier bilan (UNIFR)



Ce qui fonctionne

- ▶ Variation est motivante => choix de parcours et d'exercices (modéré/exigeant)
- ▶ Facteurs de motivation: petits défis, gratuité, proximité, ludique, sans compétition, technologie, découverte
 - ▶ Prise en main facile (4/5)
 - ▶ Jeunes: Catégorie «groups» et variation
 - ▶ Seniors: Découverte et indication des toilettes
- ▶ Intensité saine de l'activité physique (30-70 min):
51min en marchant avec pouls d'environ 115/120
40min en courant FC env. 140
- ❖ L'offre peut être un **moteur de la promotion de la santé populaire** parce qu'elle est gratuite, ludique, à proximité des gens, pas axée compétition.
- ❖ La technologie (l'application) n'a **pas suscité de réticences chez les personnes âgées**, mais elle peut représenter un stimulateur de la curiosité et de la motivation.