




MIGROS
FITNESS
Official Partner

COOL & CLEAN

Un engagement de  **swiss olympic**

Campagne «Be all kinds of strong» 2021-2024

3e vague: du 22 novembre au 13 décembre 2021

La campagne Be all kinds of strong de «cool and clean», le plus grand programme de prévention du sport suisse, continue! L'objectif de cette campagne reste de promouvoir les compétences psychosociales et les compétences santé des jeunes et à identifier les comportements problématiques le plus tôt possible afin de pouvoir y faire face.

Avec cette nouvelle campagne, nous voulons montrer aux jeunes que le physique ne fait pas tout et qu'il existe d'autres qualités permettant de forger une personnalité affirmée qui valent la peine d'être développées. Parmi les dites compétences utiles pour la vie, on compte par exemple la gestion du stress et des sentiments, l'empathie, l'esprit critique et la pensée créative. La devise de la campagne Be all kinds of strong invite les jeunes à s'approprier toutes ces compétences. Le titre de la campagne est suivi de la phrase suivante: «Au fitness comme ailleurs: Renforce ton corps et tes compétences utiles pour la vie».


La campagne démarrera avec un concours sur le site Internet www.coolandclean.ch/fr/strong afin que les jeunes puissent se familiariser avec les dix compétences utiles pour la vie et les assimiler du mieux possible. Pour participer à ce concours, les jeunes seront invités à partager des expériences vécues en matière de compétences utiles pour la vie. Les prix suivants seront mis en jeu dans le cadre de chaque vague de communication:

- 1er prix: 1 × 1 bon d'achat Migros Fitness Card d'une valeur de CHF 1420.–
- 2e et 3e prix: 2 × 1 bon d'achat pour une paire de chaussures ON Running
(choix libre, hors éditions limitées)
- 4e et 5e prix: 2 × 1 montre POLAR UNITE d'une valeur de CHF 149.–
- 6e au 10e prix: 5 × 1 bon d'achat OCHSNER SPORT d'une valeur de CHF 125.–



MIGROS
FITNESS
Official Partner

COOL & CLEAN

Un engagement de  **swiss olympic**