

Mémoire prébudgétaire à l'intention du
Comité permanent des finances

Le 12 août 2011

ParticipACTION
2, rue Bloor Est, bureau 1804
Toronto (Ontario) M4W 1A8
Tél. : 416-913-1511
Télec. : 416-913-1541

Résumé

L'inactivité physique et l'obésité ont atteint des niveaux alarmants au Canada et coûtent à notre économie jusqu'à 7,1 milliards de dollars par an¹.

L'ensemble de la classe politique est consciente du besoin de réaliser des économies dans le système de santé et d'augmenter la productivité par la prévention des maladies et la promotion de modes de vie sains. Le gouvernement du Canada a d'ailleurs manifesté son engagement à l'égard de la promotion de l'activité physique et du sport en instaurant un crédit d'impôt pour la condition physique, en finançant des infrastructures de loisirs et en accordant son appui à ParticipACTION.

Un partenariat soutenu entre le gouvernement du Canada et ParticipACTION est crucial pour la prospérité de l'économie et de la société canadiennes.

Investir judicieusement dans des modes de vie sains et dans des mesures de prévention des maladies permet de faire des économies et d'assurer un avenir plus prospère. Pour investir judicieusement dans la promotion de la santé, il faut opter pour des mesures qui ont déjà fait leurs preuves. Ces investissements devraient s'accompagner d'une participation financière du secteur privé, faire l'objet de partenariats avec les collectivités et être à la fois mesurables et responsables, deux qualités au cœur même du mandat de ParticipACTION.

Au cours de l'année financière 2010-2011, l'investissement stratégique de 4,5 millions de dollars de Sport Canada a aidé ParticipACTION à mobiliser 1,35 million de dollars en commandites du secteur privé et plus de 30 millions de dollars en contributions en nature.

ParticipACTION a donné un excellent rendement sur l'investissement du gouvernement en se servant de son image de marque et de ses antécédents reconnus pour communiquer de l'information sur le changement des comportements à des millions de personnes, sans compter sa capacité de nouer des partenariats avec des milliers d'organisations locales. L'organisme est très bien placé pour continuer à offrir des programmes de promotion de la santé et de prévention des maladies, à mobiliser davantage le secteur privé et à créer des partenariats communautaires afin de maximiser l'investissement du gouvernement.

Recommandation

- **Attendu que ParticipACTION offre un excellent rendement sur l'investissement et donne la priorité aux résultats positifs, nous**

¹ Agence de la santé publique du Canada et Institut canadien d'information sur la santé, *Obésité au Canada*, 2011.

recommandons au gouvernement du Canada de s'engager à investir 5 millions de dollars par an dans notre organisme.

QU'EST-CE QUE PARTICIPATION?

ParticipACTION est la voix nationale prônant l'activité physique et la participation aux sports. Son travail de communication, de renforcement des capacités et d'échange des connaissances contribue à la réalisation des thèmes établis par le Global Advocacy for Physical Activity Council. Créée en 1971, ParticipACTION a pour mandat de s'attaquer au faible niveau d'activité physique des Canadiens. Durant une trentaine d'années, l'organisme a sensibilisé la population à l'importance de l'exercice physique et de la participation aux sports grâce au financement du gouvernement et du secteur privé. Le sondage national de 1982 a révélé une hausse du taux de participation à l'activité physique entre 1971 et 1982. Les sondages ultérieurs sur la condition physique des Canadiens ont également révélé des hausses des niveaux nationaux d'activité physique, d'abord entre 1981 et 1988, puis à nouveau entre 1988 et 1995. ParticipACTION est encore aujourd'hui un emblème national, et 80 % de la population reconnaît son image de marque. Chez les Canadiens âgés de 35 à 54 ans², la proportion atteint 88 %.

Une solution peu coûteuse

En 2007, l'aide du gouvernement insuffle un nouveau dynamisme à ParticipACTION, qui encourage les Canadiens à améliorer leur état de santé et leur qualité de vie par l'activité physique et la participation à des sports. L'organisme établit des partenariats avec les médias, le milieu des affaires, le monde syndical, le milieu de l'enseignement, les organismes bénévoles, ainsi que des groupes de sport et d'activité physique, et il appuie les efforts des gouvernements fédéral et provinciaux/territoriaux en faveur d'un Canada plus actif et plus sain.

Au cours de l'année financière 2010-2011, l'investissement stratégique de 4,5 millions de dollars de Sport Canada a permis à ParticipACTION d'aller chercher 1,35 million de dollars en commandites du secteur privé et plus de 30 millions de dollars en contributions en nature. Ce résultat lui a permis de maintenir son coefficient de 7 sur 1 du montant en dollars recueilli auprès du secteur privé par rapport au montant investi par le secteur public.

² Institut canadien de la recherche sur la condition physique (2010), ParticipACTION Brand Recognition Report.

Changer le cours des choses

Selon des sondages récents, les partenaires et les Canadiens en général appuient ParticipACTION ainsi que son travail de promotion de l'activité physique. En effet, 96,3 % des intervenants des ONG conviennent que l'organisme contribue positivement à la réalisation de ce but³.

- **80 % des Canadiens croient que ParticipACTION fait preuve de leadership à l'échelle nationale en encourageant les gens à faire davantage d'exercice; 76 % sont d'avis que l'organisme est le mieux placé pour souligner l'importance de l'activité physique et enfin 74 % conviennent qu'il change le cours des choses⁴.**

LA CRISE DE L'INACTIVITÉ

Les Canadiens sont confrontés à une crise de l'inactivité qui, si elle n'est pas réglée, aura de graves répercussions sur leur santé, leur économie et sur la société en général. Moins de la moitié d'entre eux font de l'exercice physique comme il le faut. Selon des sondages récents réalisés, seulement 7 % des jeunes Canadiens – 9 % des garçons ainsi que 4 % des filles – font quotidiennement au moins 60 minutes d'activité physique modérée à vigoureuse, et ce, au moins six jours par semaine⁵.

De plus, les jeunes Canadiens âgés de 15 à 18 ans sont moins nombreux qu'avant à participer à des activités sportives, ce qui a fait baisser le taux global de participation de 77 % à 59 % depuis 1992⁶ et augmenter le nombre de maladies chroniques. Certaines de ces maladies, telles que l'hypertension, les cardiopathies et le diabète de type 2, qu'on croyait limitées aux personnes âgées, commencent à affecter les jeunes.

Le lien entre l'activité physique et la santé physique est indéniable. Moins on bouge, plus on risque de tomber malade et de raccourcir son espérance de vie. En fait, l'inactivité physique est la quatrième cause de mortalité associée aux maladies chroniques et elle contribue à plus de trois millions de décès annuels dans le monde, des décès qu'on peut prévenir.

³ ParticipACTION, (2010), *Partner Surveys Results*.

⁴ Angus Reid Public Opinion, (2011), *ParticipACTION Assessment Report*.

⁵ Colley, R.C., Garriguet, D., Janssen, I., Craig, C.L., Clarke, J., & Tremblay, M.S. (2011), *Activité physique des enfants et des jeunes au Canada : résultats d'accélérométrie de l'Enquête canadienne sur les mesures de la santé de 2007-2009*, Statistique Canada, rapports médicaux, 22(1), catalogue n° 82-003-XPE.

⁶ Ifedi, F., 2008, *La participation sportive au Canada, 2005*, culture, tourisme et le Centre des statistiques sur l'éducation, vol. Catalogue n° 81-595 MIE-N° 060 : Statistique Canada.

LES COÛTS D'UNE NATION INACTIVE

Un rapport récent intitulé *Obésité au Canada*, préparé par l'Agence de la santé publique du Canada et l'Institut canadien d'information sur la santé, confirme que l'inactivité physique est le plus grand signe avant-coureur de l'obésité. Au cours des 30 dernières années, le pourcentage d'adultes obèses dans la population a doublé, alors que l'incidence de l'obésité chez les jeunes a triplé de 1979 à 2008.

- **L'obésité coûte entre 4,6 et 7,1 milliards de dollars par an à l'économie canadienne en coûts directs de soins de santé et en coûts indirects comme la perte de productivité⁷.**

L'inactivité physique entraîne des coûts sociaux élevés sous forme d'hospitalisations prolongées et d'utilisation accrue des services de médecins et d'infirmiers. Par rapport à une personne active, une personne inactive passe 38 % de jours de plus à l'hôpital, consulte 5,5 % plus souvent son médecin de famille et 13 % plus souvent un médecin spécialiste et a recours 12 % plus souvent aux services d'un infirmier. Sur une base annuelle, l'utilisation supplémentaire des soins de santé liés à l'inactivité physique se traduit par environ 2,37 millions de consultations d'un médecin de famille, 1,33 million de consultations d'un autre médecin, 0,47 million de consultations d'un infirmier et 1,42 million de séjours à l'hôpital.

- **En 2010, le Conference Board du Canada a indiqué que le gouvernement pourrait économiser 76 milliards de dollars au cours des dix prochaines années en luttant contre les cinq principaux facteurs de risque associés aux maladies du cœur, en l'occurrence le tabagisme, l'inactivité physique, l'obésité, l'hypertension artérielle et la consommation insuffisante de fruits et légumes⁸.**

MESURES À PRENDRE POUR RÉSOUDRE LA CRISE DE L'INACTIVITÉ

En 2011, la Charte de Toronto pour l'activité physique a vu le jour, après de larges consultations internationales. Pour l'appuyer, le Global Advocacy for Physical Activity Council ainsi que des universitaires et praticiens de haut niveau ont dressé la liste des sept meilleurs investissements dans l'activité physique qui

⁷ Agence de la santé publique du Canada et Institut canadien d'information sur la santé, *Obésité au Canada*, 2011.

⁸ Sari Naszmi, 2009, *The impact of physical inactivity on the Canadian health care*. Research Update (publié par l' Alberta Centre for Active Living), vol. 16, n° 3.

demandent l'intervention des trois ordres de gouvernement⁹. Trois de ces investissements sont lancés et mesurés grâce à un partenariat soutenu entre le gouvernement du Canada et ParticipACTION :

➤ **Informar la population à l'aide des mass-médias pour la sensibiliser et modifier les normes sociales concernant l'activité physique**

Les mass-médias sont un moyen efficace de transmettre des messages clairs et constants sur l'activité physique à un vaste public. On peut se servir des médias payants et non payants pour sensibiliser les gens, mieux les renseigner, faire évoluer les normes et les valeurs collectives et motiver la population à faire plus d'exercice physique. Différentes approches combinées, soutenues par un engagement constant de la collectivité et des activités communautaires continues, sont très utiles pour enrichir les connaissances générales en santé et modifier les valeurs.

➤ **Mettre en place des programmes communautaires, auxquels participent différents secteurs et groupes de la société, et qui mobilisent et intègrent l'engagement et les ressources de la collectivité**

Des approches pancommunautaires visant à augmenter l'activité physique à toutes les étapes de la vie auront plus de succès qu'un seul grand programme destiné à accroître l'activité physique dans la population. Appliquées dans des collectivités où les gens vivent, travaillent et pratiquent leurs loisirs, ces approches peuvent mobiliser un grand nombre de personnes.

➤ **Créer des programmes et des systèmes sportifs qui recommandent aux Canadiens de pratiquer le sport et qui les encouragent à participer à des activités sportives durant toute leur vie**

La mise en œuvre de politiques et de programmes de sport peut motiver la population à participer davantage à des activités physiques. Des organisations peuvent promouvoir l'activité physique grâce à des politiques et des programmes qui réduisent les barrières sociales et financières à la participation au sport et qui motivent les personnes, y compris celles ayant des déficiences intellectuelles ou physiques.

QUEL EST LE RÔLE DE PARTICIPATION?

⁹ Global Advocacy for Physical Activity (GAPA), the Advocacy Council of the International Society for Physical Activity and Health (ISPAH), *NCD Prevention: Investments that Work for Physical Activity*, février 2011, www.globalpa.org.uk/investmentsthatwork.

ParticipACTION utilise les mass-médias dans ses campagnes de sensibilisation et de marketing social pour conscientiser la population et modifier les normes sociales en matière d'activité physique. Des études ont indiqué que les campagnes de sensibilisation des mass-médias peuvent faire mieux connaître au public les dangers de l'inactivité physique et entraîner un changement de comportement à long terme¹⁰.

➤ **Les campagnes de marketing social de ParticipACTION ont fait leurs preuves. Une évaluation de la plus récente campagne de l'organisme confirme que 82 % (A) et 71 % (F) du public cible se souvient des messages de la campagne et que 70 % (A) et 52 % (F) de ce public est passé à l'action après l'avoir vue¹¹.**

Grâce à sa capacité de prendre l'initiative et de nouer des partenariats avec d'autres organisations œuvrant dans le domaine de l'activité physique, du sport et des loisirs, ParticipACTION est en mesure de soutenir les programmes communautaires qui mobilisent et intègrent l'engagement et les ressources de la collectivité. L'organisme valorise les secteurs du sport et de l'activité physique en aidant les organisations à réaliser leur mandat par la création et la coordination d'initiatives comme celles-ci :

Journée du sport au Canada

En partenariat avec True Sport et CBC Sports, ParticipACTION a géré dans 400 collectivités au pays le déroulement des activités de la toute première Journée du sport au Canada, qui se veut une célébration du sport à l'échelle nationale et qui s'adresse à tous, du débutant à l'athlète de haut niveau. Plus de 35 sports ont été pratiqués; 1000 organisations ont tenu des activités et il y en a eu dans chaque province et territoire; 1,28 million de Canadiens ont participé ou assisté à ces activités et 58,7 millions de documents médiatiques ont été produits. Les résultats d'un sondage ont confirmé que l'initiative a entraîné une hausse des inscriptions et de la participation à des programmes sportifs (26,5 %), une augmentation du niveau de sensibilisation à l'égard des organisations et des programmes sportifs (46 %) et une attention accrue accordée par les médias locaux aux activités (23 %).

➤ **Parmi les participants à la Journée du sport au Canada, 43 % ont déclaré que celle-ci les a incités à améliorer leur état de santé et à faire plus d'exercice, et 34 % des Canadiens ont fait savoir qu'elle les a motivés à participer à des activités sportives. Quarante-vingt-dix pour**

¹⁰ Cavill et coll., 2004, *Changing the way people think about health-enhancing physical activity: Do mass media campaigns have a role?* J Sports Sciences, 22, 771-790.

¹¹ Angus Reid (2011), *ParticipACTION Campaign Assessment*.

cent des organisateurs ont affirmé qu'ils s'inscriraient l'année prochaine à la Journée du sport, et 87 % d'entre eux recommanderaient à d'autres organisations d'y participer.

Sogo Active

Sogo Active est une initiative créée par les jeunes et pour les jeunes en vue de les encourager à participer à des activités sportives pour relever des défis pancanadiens ou des défis lancés par leurs pairs. Issue d'un partenariat avec Coca-Cola Canada et soutenue par 13 organisations à l'échelle provinciale et territoriale, Sogo Active a attiré plus de 25 000 jeunes (âgés de 13 à 19 ans) qui s'y sont inscrits, est offerte dans 1000 collectivités un peu partout au pays et est soutenue par plus de 1800 organisations communautaires de sport et de loisirs. Depuis le lancement de l'initiative, 1,6 million de dollars, offerts par le secteur privé, ont été distribués aux organisations provinciales, territoriales et locales œuvrant dans le domaine du sport et des loisirs et à d'autres organisations au service des jeunes pour encourager la participation de ceux-ci à des activités sportives.

Protocole de partenariat

Forte de son comité directeur composé de représentants des secteurs public, privé et sans but lucratif ainsi que de chercheurs, ParticipACTION a veillé à la mise au point du Protocole de partenariat. Cette ressource a été créée pour aider les organisations sans but lucratif dans les domaines du sport et de l'activité physique à trouver, à établir et à soutenir des partenariats fructueux avec le secteur privé tout en restant fidèles à leurs mandats et à leurs missions. Trente experts et organismes consultés ont fourni commentaires et conseils sur le contenu et le format du protocole. Celui-ci a été présenté à plus de 300 organisations lors de conférences et de forums et distribué grâce aux réseaux d'organisations partenaires. On publiera bientôt le Protocole de partenariat sous forme de chapitre dans un ouvrage sur le marketing par les commanditaires.

Canada actif 20/20

Prévu d'être lancé en 2012, Canada actif 20/20 se veut une stratégie sur l'activité physique pour répondre à un besoin urgent à l'échelle nationale d'accroître l'activité physique et de réduire la sédentarité. Canada actif 20/20 présente une vision claire et un plan de changement qui décrit les mesures que le Canada doit prendre afin de répondre à ce besoin, de diminuer les risques et de profiter des nombreux avantages d'une société active et en bonne santé. L'initiative précise les actions que nous devons entreprendre pour soutenir le Canada en faisant de

l'activité physique une marque de commerce culturelle importante. La stratégie Canada actif 20/20 peut avoir une incidence directe sur chaque famille, car elle vise à engager les décideurs et à unir les efforts concertés, coordonnés et constants des intervenants pour exercer un effet décisif sur le bien-être et la durabilité de nos collectivités, de notre pays, de nos programmes sociaux et, surtout, de notre nation. La stratégie est un autre exemple de leadership dont fait preuve ParticipACTION en faisant appel à la collaboration de tous les membres du secteur de l'activité physique.

POURQUOI FAUT-IL SOUTENIR PARTICIPACTION?

ParticipACTION joue un rôle unique en son genre dans les secteurs de l'activité physique, du sport et des loisirs. Grâce à son approche globale et à son large mandat, elle est en mesure d'établir le dialogue et de faciliter la communication avec de nombreux partenaires traditionnels et non traditionnels. Au lieu de rivaliser avec d'autres organisations, ParticipACTION est au contraire bien placée pour unir celles-ci et les aider à exceller dans leur travail. L'organisme peut fournir connaissances et informations sur une panoplie de sujets et travailler en partenariat avec les experts du secteur pour instaurer un dialogue dans différents milieux, dont les écoles, les lieux de travail, les collectivités et établissements de soins de santé. Il peut également utiliser les médias pour informer les Canadiens des bienfaits du sport et de l'activité physique, lier ces bienfaits aux questions de santé plus larges et mobiliser des fonds grâce à son image de marque emblématique et très connue.

ParticipACTION est un moyen sûr d'investir dans la promotion de la santé et de la prévention des maladies au Canada. Pour continuer à attirer des investissements dans le secteur de l'activité physique grâce à des partenariats avec les entreprises privées, ParticipACTION doit pouvoir compter sur le gouvernement du Canada au même titre qu'un partenaire. Ce n'est que par l'entremise de partenariats que l'organisme pourra contribuer à réaliser la vision collective d'un Canada plus sain et plus actif.