

Quinzième colloque annuel de la SQÉP

- Évaluation des programmes d'activité physique

Présenté par: Youssef Slimani

Analyste en évaluation de programme
Candidat à la maîtrise en administration publique

Plan

- Introduction
- Évaluation des programmes de l'AP
- Défis
- Processus
- Approches d'évaluation
- Évaluation des campagnes dans les médias
- Conclusion

Introduction

- L'OMS a reconnu l'inactivité physique comme un problème majeur de santé publique autant dans les pays développés que ceux en voie de développement.
- Statistique Canada: La majorité des adultes font de l'embonpoint ou sont obèses.
- L'Association pour la santé publique du Québec (APSQ) soutient que chez les enfants, un sur cinq présente un excès de poids.

Introduction

- Liens établis entre l'activité physique (AP) et l'obésité des individus de différentes tranches d'âges ainsi qu'aux maladies cardiovasculaires, diabète.
- Une croissance rapide de l'intérêt et du financement au sujet des problèmes de l'inactivité physique.
- Plusieurs programmes sont mis en place pour la promotion de l'activité physique.
 - Plan d'action gouvernemental de promotion des saines habitudes de vie et de prévention des problèmes reliés au poids 2006-2012, intitulé Investir pour l'avenir.
- La recherche et l'évaluation doivent maintenir le cap.

Evaluation des programmes d'activité physique (AP)

- Parmi 11 domaines de promotion de l'AP revus par *the Community Guide*, cinq ont été jugés ayant une évidence insuffisante pour recommander ou non la reconduite.

Task Force on Community Preventive Services
(2002).

- Évaluation des programmes d'AP actuels et futures :
 - Identifier les programmes qui marchent
 - Assurer les décideurs que les efforts pour augmenter l'AP sont efficaces.

Évaluation

- *The Centers for Disease Control (CDC) a développé: *the Physical Activity Evaluation Handbook**
- Un processus de six étapes:
 - (1) Engager les partenaires;
 - (2) Planification et description du programme;
 - (3) Mettre au point l'évaluation;
 - (4) Rassembler une évidence crédible;
 - (5) Justifier les conclusions;
 - (6) Assurer l'utilisation et la dissémination des leçons apprises.

Défis pour l'évaluation (PAP)

- Groupes de comparaisons (quartier, ville, province, pays).
- Interventions dans plusieurs niveaux: attribution chaque composante à un impact.
- Plusieurs canaux: médias de masse, sites web, associations, Écoles, communautés...
- Stratégies combinées: Saines habitudes de vie
- Différentes habiletés et stratégies d'évaluation pour mesurer l'efficacité de ces programmes.

Approches d'évaluation: Mesurer les perceptions

- Méthodes quantitatives: Sondages
 - Rapport direct de la part des individus
 - Questionnaires (sondage): pour évaluer la perception des individus de certains indicateurs.
 - Déterminer le *timing* des sondages: développement de l'intervention, implémentation et l'évaluation.
 - Déterminer les interventions appropriées;
 - Les perceptions de base et les changements après l'intervention;
 - Changement dans le temps.
- Méthodes qualitatives;
 - Plus de dialogue et de discussion: image de fond sur les barrières et les facilitateurs concernant l'AP.
 - Questions ouvertes (V.S sondages)

Approches d'évaluation: Mesurer les perceptions (2)

- Limites :
 - Biais: perception dépend de plusieurs facteurs;
 - Tentation d'être positif (désirabilité sociale);
- Forces:
 - Perceptions individuelles sont plus informatives (déterminent le comportement);
 - Cibler la conscience, les croyances et les attitudes et non seulement les changements des politiques ou de l'environnement.

Approches d'évaluation: Données objectives

- Audits environnementaux;
 - Connectivité et la condition des pistes cyclables; parcs;...
- Données disponibles;
- Limites:
 - Coût;
 - Cacher des comportements sociaux;
- Triangulation

Évaluation des campagnes dans les médias

- Augmenter, chez la population, la conscience et autour de la question de l'activité physique;
- Importance d'intégrer des campagnes médiatique dans les actions d'un programme;
- Concentration sur l'impact à court terme;
- Campagnes spécifiques : décideurs, professionnels de santé, planificateurs urbains, enseignants,...
- Évaluation: avec d'autres composantes

Évaluation des campagnes dans les médias: Cadre de l'évaluation

- Méthodes qualitatives et quantitatives
- Pratique recommandée:
 - Planification de la campagne et évaluation formative des composantes communicationnelles;
 - Évaluation de l'implémentation;
 - Évaluation des impacts et des conséquences.
- Évaluer les besoins
- Évaluation formative: développer et pré-tester le matériel et les messages médiatiques.

Évaluation des campagnes dans les médias:

Évaluation de la mise en œuvre

- Partie essentielle pour mesurer l'accessibilité;
 - Estimer si les composantes ont été divulguées comme prévu;
 - Si la campagne a atteint la population cible;
 - Mesurer la réponse de la population (assistance et participation aux différents événements).

Évaluation des campagnes dans les médias:

Évaluation des impacts

- Efficacité de la campagne
- Objectifs à court terme
- Changement dans la conscience, la connaissance et les croyances concernant l'AP
- Évaluer la relation entre la campagne et les impacts sur la santé (attaques cardiovasculaires, incidence du cancer, maladies mentales)

Évaluation des campagnes dans les médias: Quelques aspects méthodologiques

- Échantillonnage: Pas de consensus
 - Panel: modeler les changements;
 - Échantillons indépendants: réduire les biais;
 - Utiliser les deux méthodes, si possible.
- Méthodes de sondage et taille de l'échantillon
 - Liste électorale, annuaire téléphonique;
 - Échantillonnage stratifié (validité externe);
 - 1000 individus.

Conclusion

- Parmi les leçons apprises:
 - L'importance de l'évaluation, formative, en cours, et de la collecte des données à des périodes différentes;
 - Définir le cadre et/ou les facteurs de l'évaluation;
 - Utiliser de multiples méthodes et types d'évaluation (qualitative et quantitative, aussi bien des mesures objectives et celles basées sur la perception).



Merci

Questions?