

Aller de l'avant

Plan stratégique 2015 – 2020

Mai 2015



Il est temps d'aller de l'avant

Depuis 45 ans, ParticipACTION est synonyme d'activité physique au Canada. Dès 1971, alors que nous invitons les gens à faire leur « participation » quotidienne, nous entreprenons de faire comprendre aux gens que nous avons un problème. Dès les années 90, nous étions reconnus pour nos conseils pratiques pour garder la forme et s'amuser avec Hal et Joanne. Et depuis 2007, nous sommes au cœur d'un débat complexe entourant la crise de l'inactivité physique. Aujourd'hui, tout le monde sait qu'il faut être actif, mais ce n'est pas tout le monde qui sait ce que fait ParticipACTION.

- ➔ C'est le temps d'aller de l'avant.
- ➔ C'est le temps de bâtir une vision pour l'année 2020 : comment innover pour demeurer des leaders?
- ➔ C'est le moment de faire preuve de pertinence : comment redéfinirons-nous l'activité physique pour la remettre au cœur de la vie frénétique des Canadiens?
- ➔ C'est le moment de réinventer notre modèle de financement : comment pouvons-nous, dans le marché actuel, recueillir les fonds requis pour accomplir tout le travail que nous avons à faire?

C'est un processus que nous prenons au très au sérieux. ParticipACTION est reconnu pour sa prise de décision qui s'appuie sur des bases solides et notre processus de planification stratégique ne fait pas exception à cette règle. Avant d'aboutir à ce plan exhaustif, nous avons fait un grand tour d'horizon, passé en revue les recherches et les tendances du marché les plus actuelles, consulté nos groupes consultatifs nationaux, notre personnel et notre conseil d'administration et avons mis nos idées à l'épreuve auprès de leaders du gouvernement et du monde des affaires.

Nous avons su efficacement changer la perception que l'on avait au pays de ce que cela signifie d'être actif et nous devons désormais nous appliquer à modifier les comportements.

Il n'est jamais trop tard pour s'y mettre

Les Canadiens de tous les âges ne bougent pas assez pour jouir des bienfaits de l'exercice régulier, qui incluent une diminution du risque de maladies comme le diabète de type 2 et certains cancers, de meilleurs résultats en lecture et en mathématiques, une meilleure forme physique, plus de plaisir, un poids santé, la confiance en soi, l'acquisition de nouvelles aptitudes et une meilleure santé mentale.

Seulement neuf pour cent des enfants et des jeunes font les 60 minutes d'exercice d'intensité modérée à intense qui sont recommandées quotidiennement et seulement 15 pour cent des adultes font les 150 minutes d'exercice recommandées par semaine. Selon l'Organisation mondiale de la Santé, approximativement 3,2 millions de personnes meurent chaque année parce qu'elles ne sont pas assez actives.

De plus, les recherches récentes indiquent que le fait de passer trop de temps assis est néfaste pour la santé, et ce même si vous êtes assez actif le reste du temps. À l'âge de 3 et 4 ans, les enfants sont sédentaires pendant 7,5 heures par jour en moyenne. Chez les 5 à 11 ans, ce total passe à 7,6 heures et à 9,3 heures chez les 12 à 17 ans. Cela ne devrait surprendre personne si l'on considère que les parents sont le principal modèle comportemental de leurs enfants en matière d'habitudes de vie et que les adultes canadiens sont sédentaires pendant 9,5 heures par jour.

Une recherche récente du Conference Board du Canada montre que même une modeste augmentation de l'activité chez les Canadiens à partir de 2015 réduirait l'incidence des maladies chroniques

débiliter au cours des 25 prochaines années, et permettrait de sauver 6 600 vies d'ici 2020 seulement. De plus, le fait d'inciter ne serait-ce que 10 pour cent des adultes Canadiens à rester assis moins longtemps et à bouger plus permettrait de diminuer de 2,6 \$ milliards les coûts des soins de santé et d'injecter 7,5 \$ milliards dans l'économie canadienne d'ici 2040.

Le besoin naturel de bouger de notre corps est réprimé par l'attrait omniprésent des loisirs sur écran, par notre histoire d'amour avec l'automobile, par nos emplois sédentaires de l'ère informatique et notre quête incessante de facilité. Le monde «développé» a sorti de nos vies les occasions de faire place au mouvement spontané dans notre quotidien, comme le jeu à l'extérieur et la possibilité de se déplacer à pied d'un endroit à l'autre. Nous devons nous concentrer à aider les Canadiens à rester assis moins longtemps et à bouger plus au quotidien.

Même une faible augmentation de l'activité physique peut entraîner des bienfaits considérables. Il n'est jamais trop tôt ou trop tard pour s'y mettre.

Le monde qui nous entoure aujourd'hui

Les gens actifs vivent plus longtemps et vivent mieux, ce n'est donc pas une surprise si ParticipACTION n'est plus la seule voix à prêcher les bienfaits de l'activité physique auprès des Canadiens. Des organismes gouvernementaux, des OBNL et des entreprises canadiennes créent leurs propres plateformes, programmes et initiatives de responsabilité sociale reliés à l'activité physique et au sport.

L'analyse de cette offre d'activité physique révèle que :

- Peu de solutions s'adressent à ceux qui veulent débiter.
- Les solutions abordent rarement à la fois la nécessité d'être moins souvent assis et de bouger davantage.
- Beaucoup d'initiatives disent aux gens ce qu'il faut faire, sans les aider à le faire.

Et dans le plus large contexte de la santé et du mieux-être, des tendances marquées apparaissent :

- **Le vieillissement de la population** – en 2031, 1 Canadien sur 4 sera âgé de plus de 65 ans et les aînés cherchent de plus en plus à adopter un mode de vie plus sain pour prévenir les maladies chroniques et pour améliorer leur qualité de vie.
- **Le patient habilité** – l'accès sans précédent à l'information sur la santé fait en sorte que les patients sont mieux informés et plus confiants dans la manière de gérer leur santé et dans leurs interactions avec le système de santé.
- **La quantification de soi** – un mouvement qui utilise la technologie pour suivre et mesurer certains aspects de la vie quotidienne d'une personne, y compris l'activité physique.

Ce que nous emportons avec nous, pour aller de l'avant

On peut les appeler observations clés ou encore dures vérités. Notre processus approfondi de collecte de données a mené à 10 découvertes clés qui sous-tendent l'évolution du mandat de ParticipACTION.

- 1** Nous devons avoir **plus de pertinence** auprès des Canadiens puisque ce que nous leur offrons n'est pas clair à leur esprit. Il nous faut une proposition de valeur distinctive.
- 2** Nous ne sommes pas une **force perturbatrice**, il nous faut donc une théorie du changement nouvelle et claire.
- 3** Notre impact social se mesure au **niveau macro**, ce qui rend difficile de mesurer la part qui nous est attribuable.
- 4** Nous en **faisons trop**—nous conscientisons, rehaussons la capacité du secteur, menons un éventail d'initiatives nationales et inspirons et incitons les gens à bouger davantage—nous pourrions être plus efficaces si nous étions plus ciblés.
- 5** La question est **plus pertinente que jamais** compte tenu des tendances démographiques, de la montée des maladies chroniques, de l'obésité et de notre culture de la facilité.
- 6** Le moment est idéal pour faire preuve de **leadership intellectuel** et ParticipACTION est en bonne position pour assumer ce rôle.
- 7** Le moment est idéal pour développer une **initiative qui nous sera propre** et nous différenciera sur le marché.
- 8** Malgré les défis reliés à la pertinence, nous jouissons toujours d'un **capital de marque** solide que nous pouvons exploiter.
- 9** Nous avons des **antécédents solides** avec 4 500 organisations qui composent notre réseau de partenaires.
- 10** La question du **comportement sédentaire** prend de plus en plus d'importance et l'occasion est bonne pour nous de se positionner sur ce terrain.

La direction à prendre pour aller de l'avant

Notre vision est inchangée : un Canada où l'activité physique se vit au quotidien.

Notre mandat évolue : à titre de principale marque canadienne de l'activité physique, ParticipACTION aide les Canadiens à rester assis moins longtemps et à bouger plus par le biais d'initiatives d'engagement innovatrices et en faisant autorité en matière de réflexion.

Dans le but de réintégrer l'activité physique au cœur de la vie effrénée des Canadiens et de recueillir les sommes requises pour le faire, nous devons faire évoluer notre modèle d'affaires. Depuis longtemps, nous sommes reconnus pour nos campagnes de conscientisation du public sur la nécessité de bouger davantage. Le plus important tournant stratégique est que nous passons de la conscientisation à l'habilitation et à la mesure des changements comportementaux. Et les comportements que nous visons à changer ne sont pas seulement ceux reliés au mouvement, mais aussi ceux qui caractérisent la sédentarité. Spécifiquement, notre principal objectif est de contribuer à faire en sorte que **d'ici 2020, 10 %** des Canadiens restent assis moins longtemps et bougent plus.

- Auparavant, nous mettions l'accent sur la sensibilisation... Désormais, nous miserons sur l'habilitation et sur la mesure des changements de comportement.
- Auparavant, nous servions les organisations œuvrant dans le domaine de l'activité physique... Désormais nous rassemblerons les organisations de ce domaine autour des questions d'importance.
- Auparavant, nous nous efforcions d'atteindre les parents d'enfants d'âge scolaire... Désormais, nous étendons nos efforts aux Canadiens de tous âges, généralement inactifs et qui veulent de l'aide pour commencer à s'activer.
- Auparavant, nous voulions faire bouger les gens davantage... Désormais, nous voulons qu'ils passent moins de temps assis ET qu'ils bougent davantage.

Nos valeurs : Les valeurs inhérentes à ParticipACTION sont, essentiellement, l'identité de l'organisation—une expression de ses principes, de ses croyances et de sa philosophie. Ces valeurs serviront à soutenir notre vision, à façonner notre culture, à guider nos décisions et à dicter nos priorités. Elles sont notre vérité et nous servent de guides en tant que personnes et en tant que collectif. Elles sont l'évocation de la force qui nous maintient unis.

Passion

Avoir un enthousiasme contagieux pour notre mission, sachant que le fait d'être actifs constitue notre identité personnelle et d'équipe.

Collaboration

Rassembler des personnes et des organisations qui partagent les mêmes idées pour atteindre des objectifs communs et accomplir plus que la somme de nos apports respectifs.

Responsabilisation

Encourager les employés à prendre l'initiative, à prendre des risques, à mener et à prendre des décisions dans un milieu positif et favorable.

Innovation

Rechercher des idées nouvelles et créatives qui pourront potentiellement améliorer la santé et le bien-être des Canadiens

Excellence

S'enorgueillir de surpasser les attentes, vouloir apprendre continuellement et produire un travail de qualité.

Plaisir

Trouver un équilibre sain entre le travail et le loisir.

Comment nous allons fonctionner pour aller de l'avant

ParticipACTION donnera vie à sa nouvelle orientation stratégique en mettant l'accent sur les initiatives qui mettent en valeur l'engagement et le leadership intellectuel.

La part du lion de nos initiatives d'engagement et de nos activités de leadership intellectuel sera donc structurée de manière à développer notre marque du même coup. Et l'idéal sera lorsque nos initiatives d'engagement recoupent nos initiatives de leadership intellectuel tout en développant notre marque.

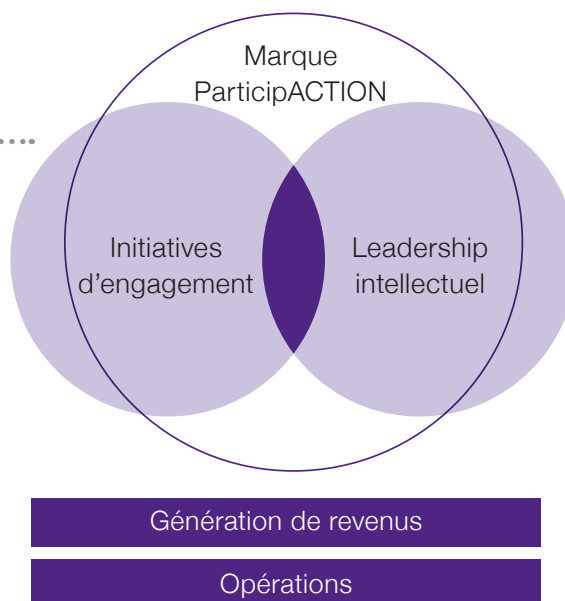
Nous investirons donc dans le développement d'activités, seuls ou en partenariat, mettant en valeur une ou deux de nos cibles prioritaires, mais de préférence, la majorité de notre travail se fera dans cette zone idéale où toutes nos cibles prioritaires convergent.

La génération de revenus et les opérations soutiennent tous nos secteurs d'activités.

À la mise en œuvre de notre nouvelle orientation stratégique, nous nous guiderons sur les principes suivants :

- Par définition, l'activité physique inclut le sport et tout type de mouvement fait à la maison, au travail, à l'école, au jeu et dans la communauté.
- Un engagement soutenu envers les partenariats et la collaboration.
- Tirer avantage des programmes et des initiatives nationaux, provinciaux/ territoriaux et locaux existants qui permettent d'atteindre nos objectifs
- Respecter les mandats et les juridictions des autres.
- Mettre à l'essai les activités et les initiatives sur une base régionale avant de les étendre à l'échelle nationale.

Ces activités profiteront de l'imposant capital de la marque ParticipACTION, emblématique de l'activité physique au Canada.



Qui nous influencerons en allant de l'avant

À mesure que nos mandats évoluent, les auditoires que nous ciblons doivent aussi évoluer. Plutôt que de seulement nous concentrer sur un segment particulier de la population, nous nous efforcerons d'atteindre des gens de tous les âges, qui ont des attitudes, des opinions et des styles de vie particuliers. Spécifiquement, ParticipACTION s'adressera à deux auditoires bien définis.

Les Canadiens de tous âges :

- Les enfants et les jeunes qui ont besoins de techniques et de compétences pour partir du bon pied sur la voie d'une vie active.
- Les adultes et les aînés qui veulent avoir de l'aide pour se lancer—ils ont peut-être pensé à commencer à bouger ou à se mettre en meilleure forme, mais manquent d'initiative ou ne savent pas par où commencer. Ce groupe inclut les parents qui sont les plus importants modèles de comportement de leurs enfants.
- Les personnes généralement inactives qui ne sont peut-être pas en mesure de passer du stade inactif au stade suffisamment actif pour se conformer aux Directives canadiennes en matière d'activité physique, mais qui pourraient passer d'aucune activité à un niveau d'activité physique plus ou moins élevé.

Les organisations qui partagent notre mission :

- Ce segment comprend les milieux du sport, de l'activité physique et des loisirs—ceux dont le mandat est centré sur ou relié à l'avancement de l'activité physique et à la diminution des comportements sédentaires.
- Cet auditoire comprend les gouvernements, le secteur non gouvernemental et les organisations du secteur privé.

Ce sur quoi nous allons nous concentrer pour aller de l'avant

INITIATIVES D'ENGAGEMENT

ParticipACTION suscitera l'engagement des Canadiens par l'entremise d'initiatives mesurables, pertinentes et convaincantes qui les soutiennent et les encouragent à rester assis moins longtemps et à bouger plus là où ils vivent, travaillent ou jouent.

Dorénavant, nous allons développer et lancer une initiative de transformation comportementale exclusive à ParticipACTION qui sera rattachée à notre nouvelle orientation. Cette initiative exclusive sera un programme complet et constructif qui fera appel à des incitatifs pour encourager les Canadiens à commencer à bouger. Le programme adoptera une démarche de marketing social, qui fait appel aux principes de marketing traditionnel, pour susciter les changements comportementaux favorables à la santé et au mieux-être des participants. Comme on sait, à elle seule, l'éducation ne mène pas nécessairement aux changements de comportements, nous tirerons donc parti des enseignements de l'économie comportementale. Notre approche tient compte des entraves aux changements comportementaux pour rendre ceux-ci pratiques, faciles et socialement souhaitables. Nous ne nous attarderons pas à concurrencer avec d'autres organisations offrant des programmes sur le terrain. Nous nous concentrerons plutôt à créer des plateformes avec lesquelles d'autres organisations pourront s'arrimer ou desquelles elles pourront profiter pour améliorer leur propre offre.

Le changement comportemental est un processus complexe qui peut ne pas constituer l'objectif immédiat de toutes

les initiatives. Dans le but d'assurer que tous les Canadiens aient ce qu'il leur faut pour mener une vie active, certains programmes tiendront compte de priorités permettant de changer les attitudes ou l'opinion publique tandis que d'autres mettront l'accent sur le développement de la littératie physique, de certaines aptitudes ou compétences nécessaires à l'éclosion éventuelle du changement comportemental. Une importante facette de notre nouvelle orientation est le fait que le recours à toute campagne d'intérêt public visera à inciter à la participation aux initiatives d'engagement plutôt que la conscientisation au sujet de l'inactivité physique dans son ensemble.

Nous allons aussi travailler avec des partenaires pour développer de nouvelles initiatives qui aideront les Canadiens à se lancer dans un mode de vie plus actif et faire évoluer ou retirer progressivement des projets existants pour nous aligner sur nos nouvelles orientations.

Pour aller de l'avant, nous allons :

- Développer et mettre en œuvre un programme exclusif à ParticipACTION visant à modifier les comportements.
- Conclure des partenariats pour développer et déployer de nouvelles initiatives.
- Faire évoluer ou retirer progressivement des projets existants.

LEADERSHIP INTELLECTUEL

À titre de leader intellectuel, ParticipACTION se fait le leader d'opinion et constitue l'organisation-ressource au Canada en matière de participation à l'activité physique et aux sports. ParticipACTION est une autorité reconnue et propose des réponses aux grandes questions qui préoccupent nos auditoires cibles.

Pour combler l'écart entre l'état des recherches existantes et émergentes et ce qui se passe sur le terrain au Canada, ParticipACTION fera la synthèse, diffusera, échangera et appliquera le savoir au sujet de l'activité physique, de la pratique du sport et du comportement sédentaire au profit du secteur des sports, des loisirs et de l'activité physique et du grand public.

Les activités de leadership intellectuel incluent le développement du *Bulletin de l'activité physique chez les jeunes*, des déclarations de principe, des livres blancs, la participation à des projets de recherche, être une source de commentaires et d'expertise et assurer l'alignement de tout le secteur sur les grandes questions.

Pour aller de l'avant, nous allons :

- Développer et diffuser des outils de connaissance s'appuyant sur des données factuelles.
- Être la source incontournable d'information la plus à jour au sujet de l'activité physique, la pratique du sport et le comportement sédentaire.
- Être le porte-étendard pour ces grandes questions et jouer le rôle de porte-parole auprès des médias et des autres acteurs concernés.
- Assurer l'alignement du secteur sur les questions de grande importance, dont la promotion de politiques et de mesures de soutien qui encouragent les gens à rester assis moins longtemps et à bouger plus.

NOTRE MARQUE

Notre marque constitue l'un de nos principaux atouts pour soutenir nos initiatives d'engagement et nos activités de leadership intellectuel. Les 45 années d'histoire de ParticipACTION à titre de source incontournable pour tout ce qui touche l'activité physique au Canada nous permet de ressortir du lot dans un univers où les canaux d'information sont légion. ParticipACTION est la première marque au Canada en matière d'activité physique et les Canadiens nous associent « aux ressources et aux solutions que nous leur proposons pour être actifs » et « pour surmonter les obstacles à l'activité physique ».

Il est essentiel de cultiver et de préserver le capital emblématique dont jouit la marque ParticipACTION au Canada de manière à ce qu'elle puisse continuer à servir de moteur au mouvement de l'activité physique au pays. La santé et la force de la marque ParticipACTION exigent une grande visibilité et une forte présence dans toutes les initiatives et les activités entreprises par l'organisation.

Cela signifie que, dans la mesure du possible, les initiatives d'engagement, les activités de leadership intellectuel et les communications organisationnelles seront identifiées à la marque ParticipACTION et seront alignées sur les attributs de notre marque—inspirant, crédible, encourageant, canadien, un leader—et sur les valeurs de notre marque—passion, inclusivité, intégrité et plaisir.

Pour aller de l'avant, nous allons :

- Parler d'une seule voix et affirmer notre identité de marque dans toutes nos initiatives et nos activités.
- Développer des communications organisationnelles qui proposent de l'information pertinente et significative à l'intention des Canadiens et des intervenants et qui seront attribuables à ParticipACTION.

GÉNÉRATION DE REVENUS

ParticipACTION doit conclure des partenariats et s'assurer des sources de revenu variées, dans le but de bâtir et de maintenir l'actif exceptionnel que constitue la marque ParticipACTION au Canada et pour être en mesure de mettre en œuvre ses plans annuel et à long terme.

Nous nous efforcerons toujours de soutenir, en premier lieu, les initiatives de modification du comportement propres à ParticipACTION et, en second lieu, le développement d'autres initiatives (nouvelles ou existantes) qui soutiennent l'activité physique et le sport.

Pour aller de l'avant, nous allons :

- Obtenir les fonds publics de la part des gouvernements fédéral, provinciaux et territoriaux.
- Négocier des commandites, des dons en nature et des partenariats de marketing avec le secteur privé.
- Obtenir du financement de la part de fondations privées, publiques et d'entreprises.
- Explorer et développer divers mécanismes permettant de générer des revenus, y compris les ententes de produits sous licence et les collectes de fonds.

OPÉRATIONS

ParticipACTION demeure engagé à prendre des décisions en s'appuyant sur des données factuelles et à agir dans le respect des normes les plus strictes de bonne gouvernance, d'efficacité et de professionnalisme.

Nous viserons les résultats en nous appuyant sur une philosophie d'amélioration continue et approcherons notre travail en misant sur le service à la clientèle.

Pour aller de l'avant, nous allons :

- Appliquer des processus efficaces de gouvernance avec nos intervenants internes (conseil d'administration et employés) et externes (groupes consultatifs, comités, bailleurs de fonds).
- Appliquer des processus internes et des systèmes permettant de soutenir et renforcer les valeurs organisationnelles.
- Assurer que les décisions soient basées sur des données factuelles et solides.

Où allons-nous et comment saurons-nous que nous y sommes arrivés?

Le but de ParticipACTION est de voir les Canadiens rester assis moins longtemps et bouger plus, mais dans les faits, nous ne pouvons pas atteindre chaque personne pour les inciter à le faire.

Et, étant donné que les changements de comportements sont un processus complexe, il est impossible d'attribuer des changements comportementaux à l'échelle d'une population à un seul ou même à plusieurs facteurs. Nous sommes absolument certains que ParticipACTION fera partie de la solution, mais nous ne serons jamais la solution unique. Il faudra que de nombreux pans de la société travaillent de concert pour modifier les comportements à l'échelle nationale.

Ceci dit, il est important d'identifier clairement l'impact que nous nous attendons d'avoir et quelle portion de la solution nous serons capables de mesurer.

Le cadre conceptuel de ParticipACTION qui apparaît ci-dessous permet d'illustrer notre destination, comment nous comptons nous y rendre et comment nous comptons mesurer les résultats. Ce cadre s'appuie sur le modèle socio-écologique, sur le modèle d'enchaînement des résultats et sur la théorie du comportement planifié.

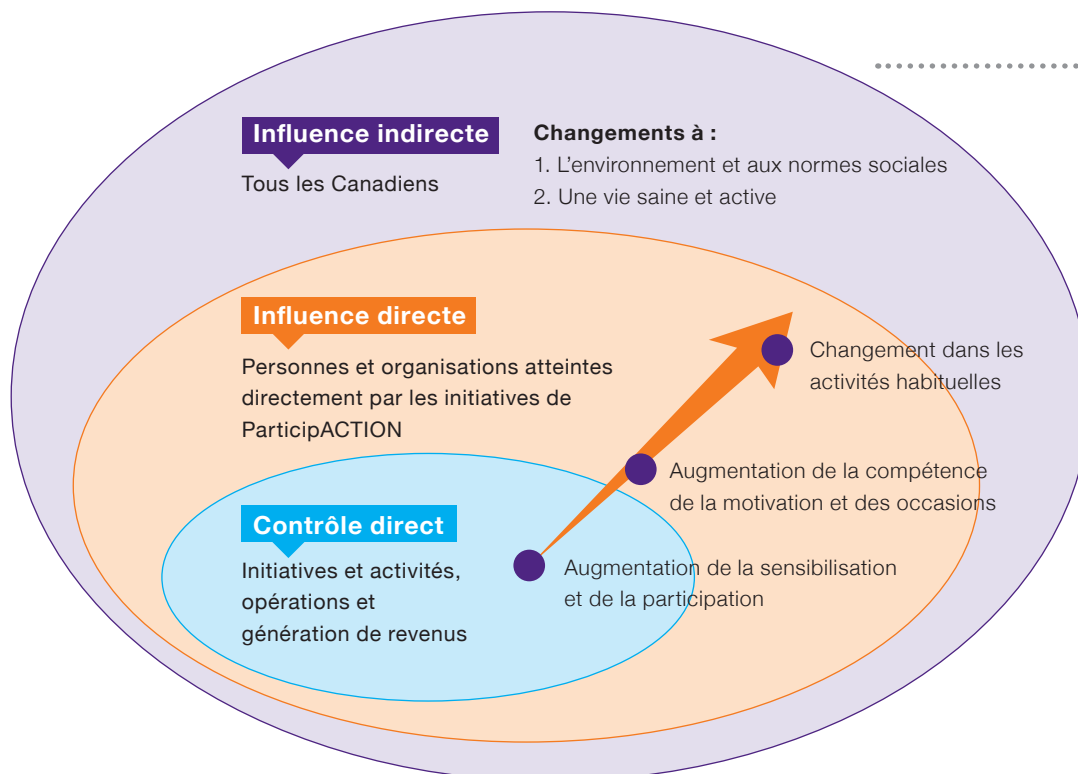


Figure 1:
Cadre conceptuel

Le cercle intérieur représente ce sur quoi ParticipACTION exerce un **contrôle direct**—toutes nos initiatives et activités, nos opérations et la génération de revenus. De manière directe, nous pouvons augmenter la sensibilisation et la participation des personnes à l'activité physique et au sport par l'entremise de nos initiatives d'engagement et par nos activités de leadership intellectuel.

Le cercle du milieu représente ce sur quoi ParticipACTION exerce une **influence directe**—les personnes et les organisations atteintes directement par les initiatives d'engagement et les activités de leadership intellectuel de ParticipACTION. D'une manière indirecte, nous pouvons faire augmenter la compétence et la motivation des personnes et le nombre d'occasions d'être actifs physiquement, ce qui peut mener à un changement dans leurs activités habituelles. Si nous pouvons augmenter la sensibilisation et la participation, cela contribue à faire augmenter leur capacité ou leur désir de rester assis moins longtemps et de bouger plus, ce qui contribue à accroître leur niveau d'activité physique et à réduire leurs comportements sédentaires. Toutefois, le comportement est une chose complexe et de nombreux autres facteurs, outre la participation à nos initiatives et activités, entrent en ligne de compte pour stimuler la capacité ou le désir d'une personne d'être active ou d'augmenter son niveau général d'activité physique. C'est pourquoi ParticipACTION peut exercer une influence directe sur la modification du comportement individuel, mais ne peut la contrôler.

Le cercle extérieur représente ceux sur qui ParticipACTION exerce une **influence indirecte**—ceux que l'on pourrait identifier comme étant les Canadiens au sens large. Si nous pouvons influencer les gens directement pour qu'ils restent assis moins longtemps et bougent plus, cela aidera, indirectement, à influencer les normes sociales et les comportements à l'échelle de la population. Bien que nous ne serons jamais capables de mesurer spécifiquement notre propre influence sur la communauté au sens large, voici les résultats finaux auxquels nous contribuerons à long terme :

Milieu et normes sociales :

- Une modification des normes sociales faisant en sorte que les gens restent assis moins longtemps et bougent plus.
- Une compréhension des questions relatives à l'activité physique et au comportement sédentaire de la part du grand public canadien.

Une vie saine et active :

- Une augmentation de la proportion des Canadiens qui se conforment aux Directives canadiennes en matière d'activité physique.
- Une diminution du temps de sédentarité et, lorsque cela s'applique (chez les jeunes enfants, les enfants et les jeunes) une augmentation de la proportion des Canadiens qui se conforment aux directives en matière de sédentarité.

Nos objectifs sur cinq ans

Dans notre quête des résultats à long terme que nous désirons atteindre pour tous les Canadiens, le principal objectif de ParticipACTION pour la durée de ce plan stratégique est de voir 10 % des Canadiens rester assis moins longtemps et bouger plus.

Notre objectif général s'aligne sur les recommandations faites par le Conference Board du Canada dans son rapport *L'incidence économique d'une réduction de l'inactivité et de la sédentarité*, qui étudie les effets cumulatifs qui pourraient être obtenus si 10 % de la population canadienne passait moins de temps assise pour bouger davantage sur une période de 25 ans, à partir de 2015. Il est aussi en ligne avec le *Plan d'action mondial de lutte contre les maladies non transmissibles*, de l'Organisation mondiale pour la Santé qui recommande une diminution de 10 % de l'inactivité physique.

Ce qui est vraiment important, c'est de nous rappeler que le fait d'être inactif n'est pas la même chose que le fait d'être sédentaire. L'inactivité physique et le comportement sédentaire doivent être considérés comme étant deux styles de comportements distincts, tous deux associés à une vaste gamme de risques sanitaires et de bienfaits. Par exemple, une personne peut courir régulièrement, mais passer de nombreuses heures assise à son bureau chaque jour—elle serait considérée comme étant une personne physiquement active et sédentaire. Il est donc aussi important de tenir compte du temps passé à bouger que du temps passé à être assis.

La figure suivante, Figure 2, représente les quatre combinaisons possibles de comportements correspondant à un style de vie :

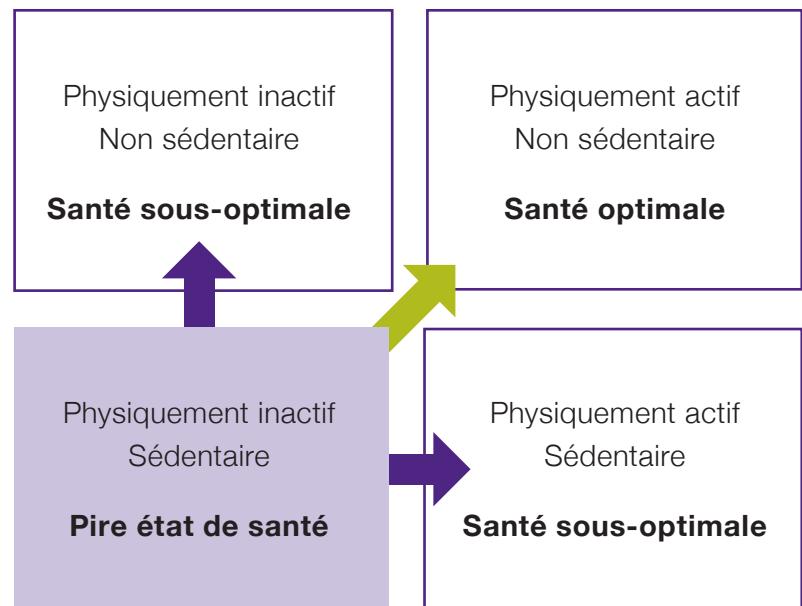







Figure 2 :
Divers types de style de vie observables

.....




ParticipACTION s'appliquera principalement à faire sortir les gens du scénario du pire état de santé (physiquement inactif et sédentaire), pour qu'ils adoptent l'un des types de comportements alternatifs pointés par les flèches.



Nous aiderons les Canadiens à adopter des changements positifs et durables de leurs niveaux habituels d'activité physique et de comportement sédentaire pour qu'ils quittent la zone du pire état de santé pour adopter des comportements leur permettant d'atteindre un niveau de santé sous-optimal. Il serait moins réaliste de penser que les gens pourraient passer de physiquement inactif et sédentaire pour adopter un style de vie actif et non sédentaire sans d'abord prendre un certain temps à s'adapter à d'autres styles de comportements mitoyens.



Nos **objectifs de comportement** et les cibles qui leurs correspondent sur cinq ans sont les suivants :

- Contribuer à une augmentation de la participation quotidienne des Canadiens à une activité physique.
 -  Passer de 63 % à 73 % des adultes qui cumulent un minimum de 15 minutes d'activité physique au moins un jour par semaine.
 -  Passer de 44 % à 54 % des enfants qui cumulent un minimum de 60 minutes d'activité physique au moins trois jours par semaine.
- Contribuer à une réduction du temps consacré par les Canadiens à des activités sédentaires quotidiennes.
 -  Diminuer le temps de sédentarité de 9,5 h. par jour à 8,5 h. par jour chez les adultes.
 -  Diminuer le temps de sédentarité de 8,6 h. par jour à 7,6 h. par jour chez les enfants.
 -  Diminuer la proportion des adultes considérés inactifs ou sédentaires de 30 % à 20 %.

Nos objectifs sur le plan de la **compétence** et de la **motivation** ainsi que les cibles correspondantes sur cinq ans sont :

- Augmenter la compétence des Canadiens et leur motivation à augmenter leur niveau habituel d'activité physique et à réduire leur comportement sédentaire.
 -  Passer de 48 % à 58 % des Canadiens qui sont très confiants de pouvoir cumuler 30 minutes d'activité modérée ou plus intense la plupart des jours de la semaine.
 -  Passer de 53 % à 63 % des Canadiens qui déclarent avoir pleinement l'intention d'être actifs dans les six prochains mois.
 -  Commencer à mesurer les adultes qui ont l'intention de diminuer leur comportement sédentaire au cours des six prochains mois.

- Faire connaître les questions liées à l'activité physique et au comportement sédentaire auprès des preneurs de décisions, des divers intervenants et du public.
 -  Faire passer de 90 % à 95 % la proportion d'organisations partenaires qui affirment que ParticipACTION communique efficacement et fait progresser les connaissances liées à l'activité physique et au comportement sédentaire auprès des Canadiens.
 -  Faire passer de 85 % à 95 % la proportion du public qui croit que ParticipACTION fait un excellent travail de sensibilisation relativement aux questions liées à l'activité physique et au comportement sédentaire.

- Améliorer la perception de ParticipACTION à titre de première marque au Canada dans le domaine de l'activité physique.
 -  Faire passer de 65 % à 75 % la proportion des Canadiens qui ont une perception favorable de la marque ParticipACTION.
 -  Faire passer de 44 % à 60 % la proportion des Canadiens qui identifient ParticipACTION comme étant la première marque au Canada dans le domaine de l'activité physique.

Nos objectifs de **notoriété et de participation** seront vérifiés annuellement, spécifiquement aux initiatives et aux activités que nous déploierons. Chacune de ces activités et de ces initiatives aura ses propres objectifs.

Ce qui est nécessaire pour aller de l'avant

À mesure que nous évoluons, les besoins de notre organisation en font de même. Ce n'est donc pas une grande surprise de voir que ParticipACTION est composé d'une petite équipe de moins de 20 personnes.

Nous voulons toujours demeurer une organisation petite et agile, efficace et efficiente. Toutefois, pour remplir efficacement notre mandat, nous devons accroître nos capacités dans deux domaines clés : le savoir/leadership intellectuel et le développement des affaires.

Et nous devons pouvoir moduler notre personnel de manière à ce qu'il reflète l'étendue et le nombre des initiatives

d'engagement que nous entreprendrons, augmenter les effectifs en marketing ou en gestion de projet pour répondre à de plus grands besoins.

Le nombre de personnes que nous pouvons influencer directement ou indirectement et la portée de nos initiatives varieront avec la quantité de ressources à notre disposition pour nous soutenir dans notre travail. ParticipACTION requiert des revenus annuels d'un minimum de 10 \$ millions. Pour avoir l'impact désiré tel que décrit dans le présent plan stratégique, nous devons compter sur des revenus annuels s'élevant à 15 \$ millions en 2020, pour éventuellement atteindre la cible de 20 \$ millions en revenus annuels.

Faire c'est croire

Quand il est question d'activité physique, faire c'est croire. Une fois que les gens sont plus en santé et plus actifs, ils se rendent compte de tous les bienfaits de l'activité physique—dormir mieux, se sentir mieux, se faire de nouveaux amis, maintenir un poids santé—cela crée la motivation d'en faire encore plus.

Pour rendre l'activité physique encore plus attrayante, accessible et en faire une part vitale de la vie quotidienne des Canadiens, nous devons permettre aux gens d'avoir l'occasion de bouger davantage et les encourager à le faire. Les initiatives d'engagement efficaces

s'appuyant sur des données factuelles, combinées au leadership intellectuel nous permettront d'aider les Canadiens à rester assis moins longtemps et à bouger plus. Éventuellement, le fait d'être actif en viendra à faire partie de notre identité nationale.

Nous sommes fiers de ce que nous avons accompli.

Nous sommes fiers de la manière dont nous l'avons accompli.

Nous sommes impatients d'aller de l'avant.

Aller de l'avant

Plan stratégique 2015 – 2020

www.participaction.com

