

Promotion de la marche

Approche “One Health” - Canton de Genève

25^{ème} conférence nationale sur la promotion de la santé
« One Health – une nouvelle perspective pour la promotion de la santé »
Berne, 1^{er} février 2024

Pourquoi la marche ?



- Facilement intégrable dans le quotidien
- Une activité physique à la portée de tous
- Gratuite et accessible à tout moment
- Effort non-excessif
- Geste simple en faveur de l'environnement

Barrières à la pratique régulière d'activité physique



- Manque de motivation et d'amusement
- Manque de soutien de son entourage
- Expériences négatives / stigmatisation
- Manque de connaissance concrète des bienfaits
- Manque de temps

Surmonter les barrières



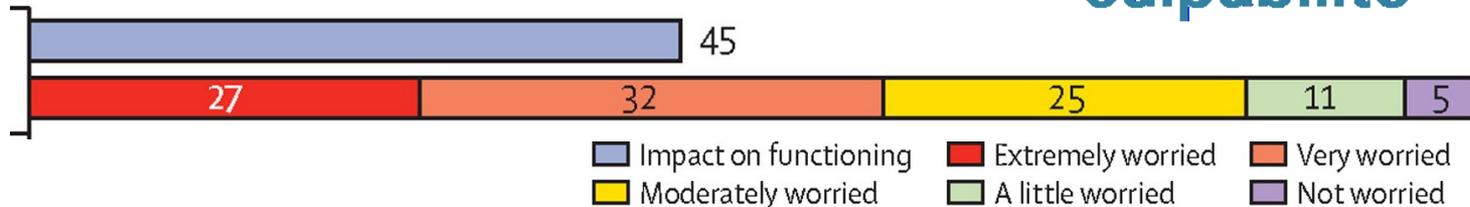
- Propositions innovantes
- Perception concrète d'objectifs utiles et réalistes
- Activités simples, accessibles à tous, et intégrées à la vie quotidienne
- Reposer sur la technologie, smartphones ou jeux vidéo actifs
- Aspect social

Eco-anxiété

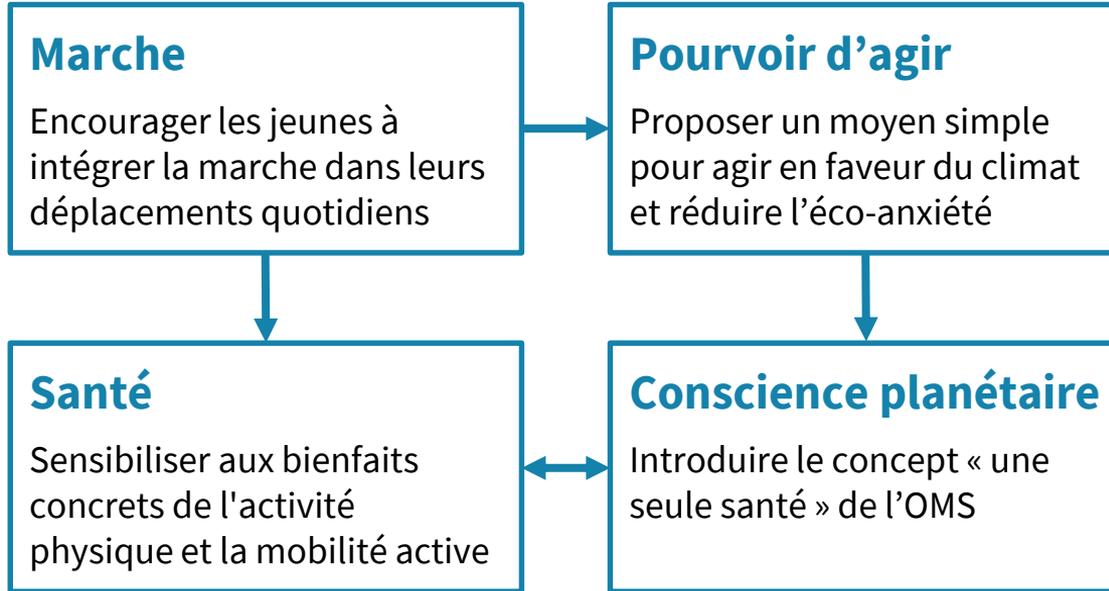
Climate anxiety in children and young people and their beliefs about government responses to climate change: a global survey (Hickman et al. 2021)

- 59% « très » à « extrêmement » inquiets
- score moyen = 3.7 ± 1.7
- 45% impact négatif sur la vie quotidienne

chagrin
colère désespoir
honte
inquiétude
peur espoir
culpabilité



Vision du projet



Le cadre institutionnel

Plan
cantonal
de promotion de la santé et de prévention
—
2024 – 2028



Action 1.8
Promouvoir la mobilité
active parmi les jeunes et les
adultes « GE marche pour la
santé et le climat »



Action n° 5 :
Réaliser des actions de
sensibilisation et de
promotion, notamment en
lien avec la santé

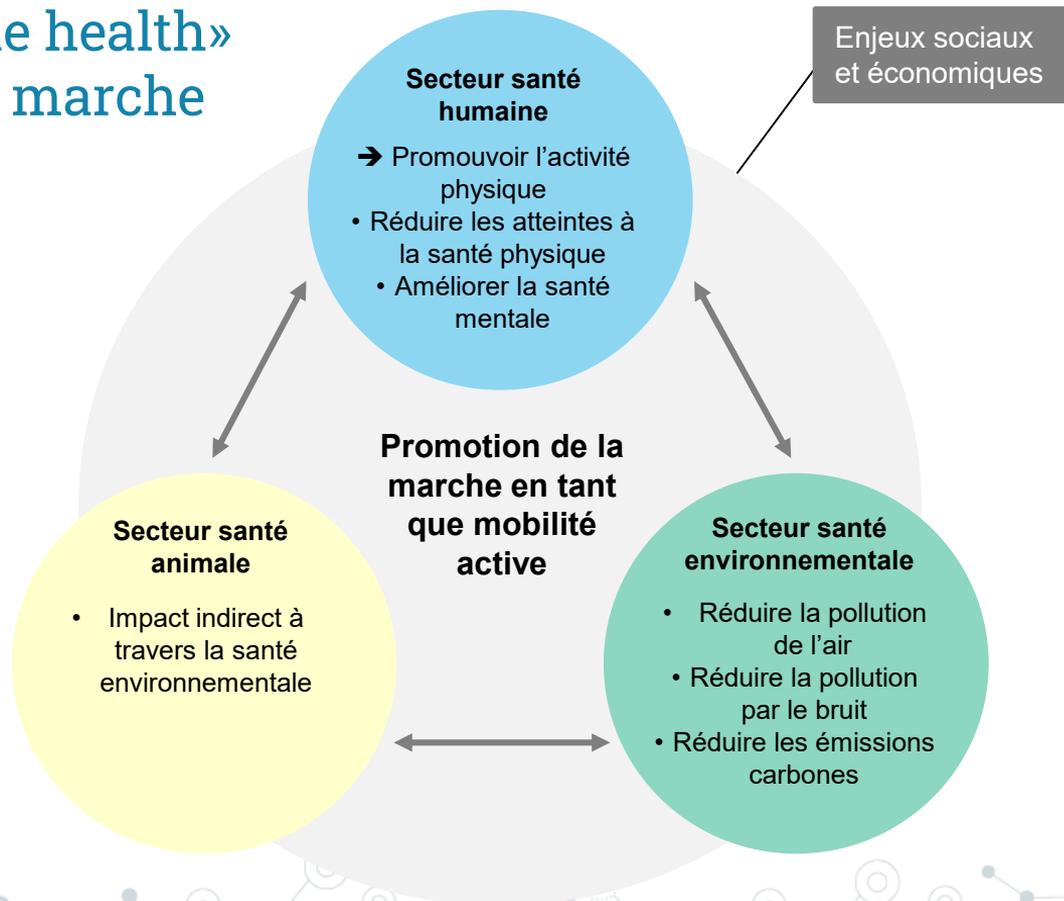


Mesure n° 5 :
Encourager la mobilité
douce pour les
déplacements et
sensibiliser à ses bienfaits
pour la santé

Déploiement du modèle «one health» à travers la promotion de la marche

1. Thématique

Rapport technique : One Health - Une seule santé, évaluation d'une approche intégrée en santé (Duhamel, 2021)



Déploiement du modèle «one health» à travers la promotion de la marche

2. Intersectorialité et transdisciplinarité

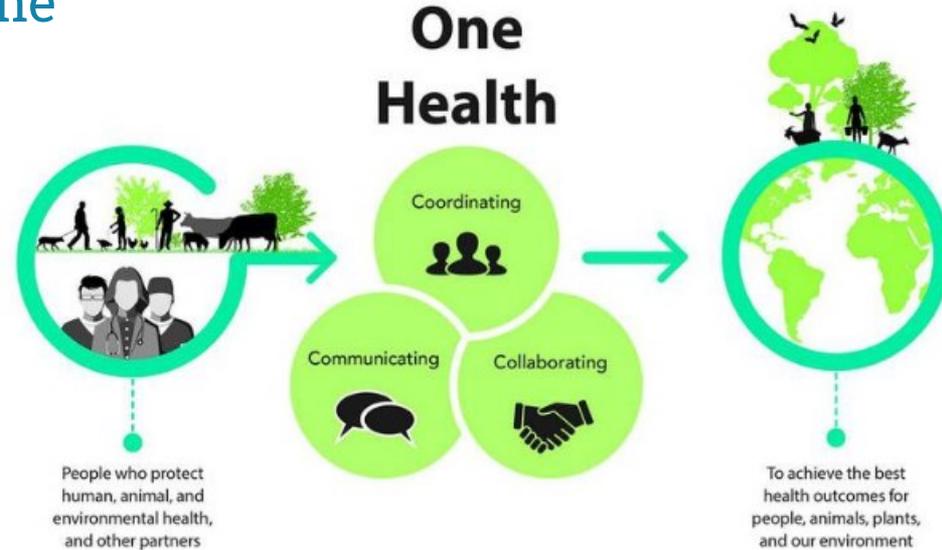
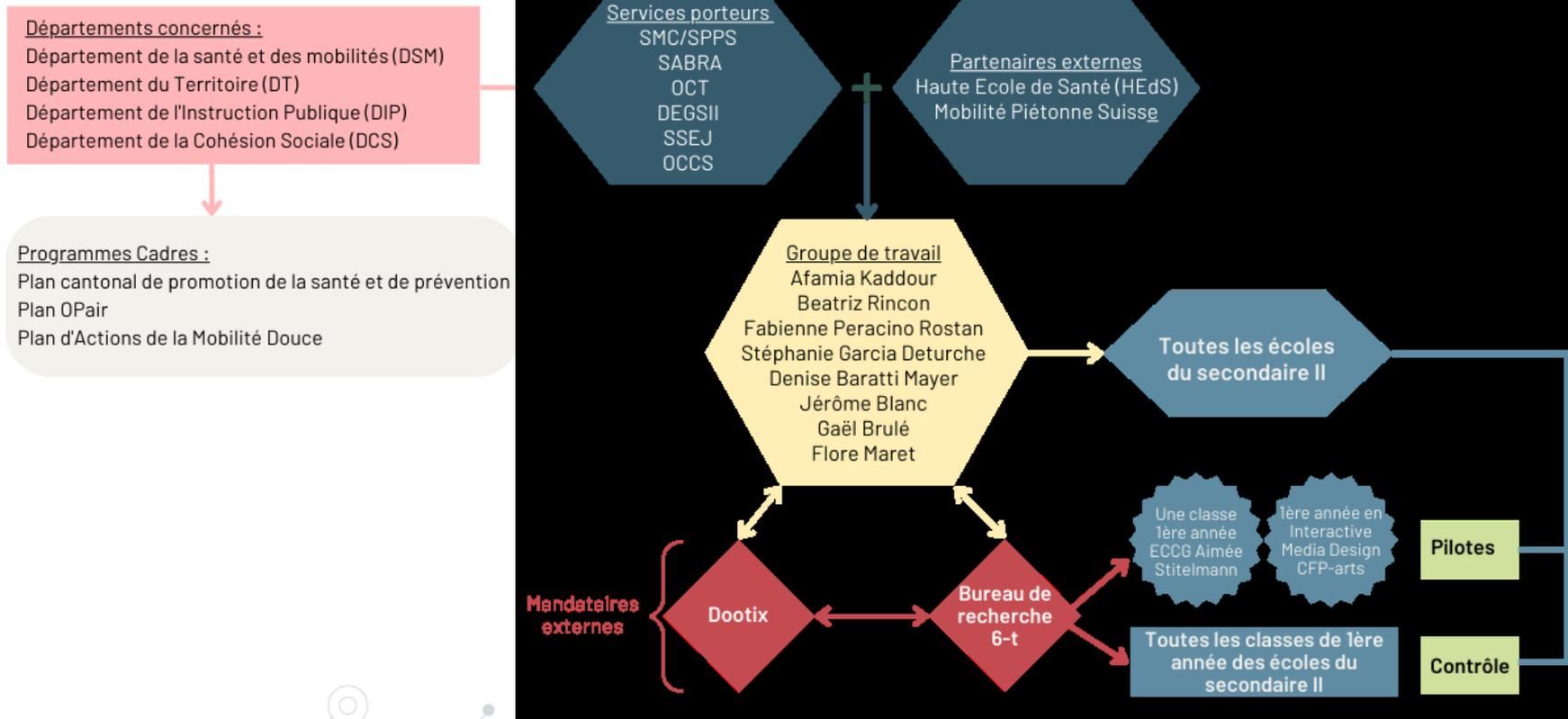


Schéma organisationnel



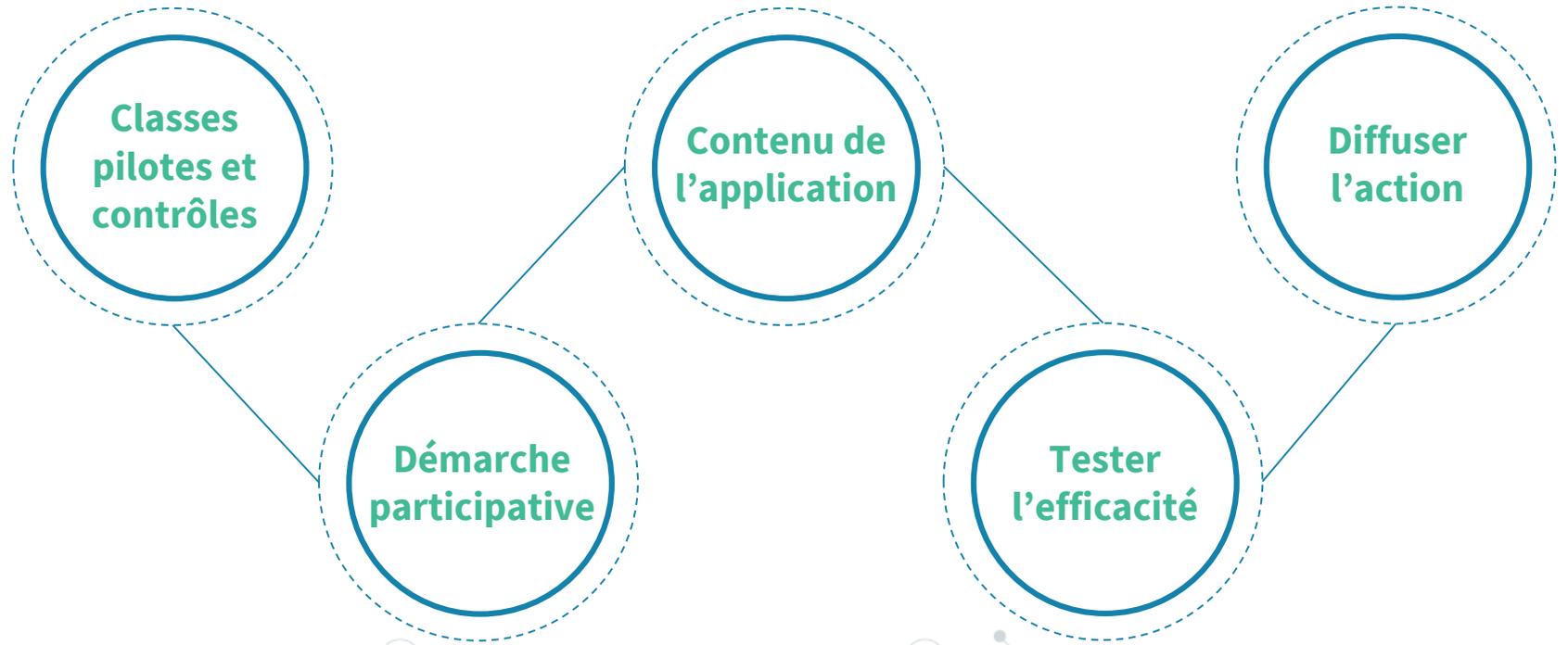
Démarche participative et expérimentale

Questionnaire avant et après / Focus groupes

- Identifier les barrières spécifiques
- Discuter des leviers d'action
- Co-construction de l'application
 1. Fonctionnalités à ajouter
 2. Design de l'application
- Moyens de diffusion



Les mesures par étapes



Etapes réalisées

1

Diagnostic initial

Septembre 2023
Questionnaire
2'190 réponses

- Identifier les pratiques actuels des déplacements
- Mesurer l'éco-anxiété

2

Focus groupes 1

- Habitudes de déplacement
- Représentation de la marche
- Freins et leviers à la pratique de la marche

3

Focus groupes 2

- Intérêts d'une application mobile
- Principales fonctionnalités pour une application mobile

4

Fonctionnalités APP

- Navigation GPS
- Gestion utilisateurs
- Podomètre, statistiques de bases et avancées
- Défis, succès, mascotte
- Dimension sociale
- Lien avec eduGe

Quelques résultats

Pratique de la marche



58%

des jeunes marchent pour un **trajet complet** au moins une fois par semaine

85%

pratiquent la marche au moins une fois par semaine pour une **partie d'un trajet** (au moins 5 min.)



18%

vont **à l'école** à pied 5 jours par semaine

58%

pratiquent la marche quotidiennement pour une partie du trajet **vers l'école** (au moins 5 min.)

Durée

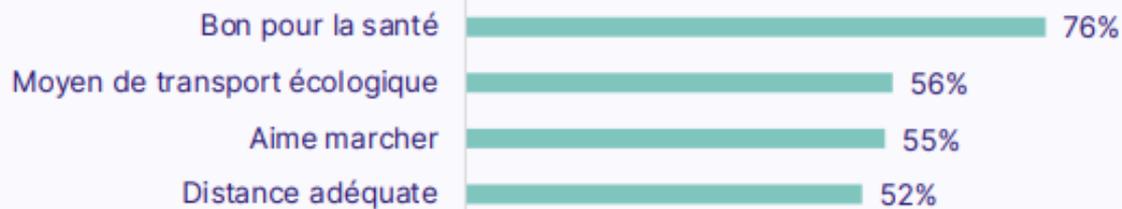
28 minutes



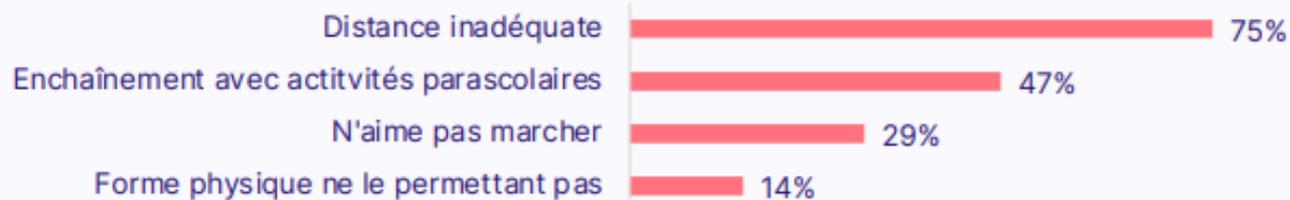
Durée moyenne **à pied** d'un trajet complet du domicile vers l'école



Pourquoi marcher pour aller à l'école ?



Pourquoi ne pas marcher pour aller à l'école ?



Activité sportive



69% pratiquent **régulièrement** du sport en dehors de l'école



43% font du sport **trois fois** par semaine ou davantage

Éco-anxiété



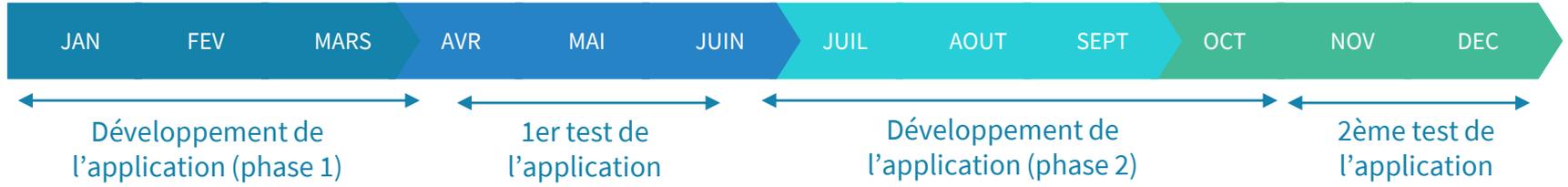
60% s'inquiètent des **conséquences** du changement climatique



24% sont **affectés négativement** dans leur **vie quotidienne** par leur ressenti face au changement climatique

Timeline 2024-2028

2024



2025



2026-2028 → **Programme et campagnes de diffusion de l'app ciblées selon le public**
Diffusion scientifique





QUESTIONS ?

Merci de votre attention!