

4^{ème} meeting de natation
Évaluation des besoins et attentes
du public

24-25-26 février 2012

Piscine Gilbert Bozon - Tours

En partenariat avec :



Fédération Régionale des Acteurs en Promotion de la Santé – Antenne territoriale 37

54 rue Walvein 37000 TOURS

☎ 02.47.37.69.85 📠 02.47.37.28.73 ✉ antenne37@frapscentre.org

www.frapscentre.org

Association non assujettie à la TVA - SIRET 49282330700011 - APE/NAF 9499 Z
Organisme de formation enregistré sous le n° 24 37 02635 37 auprès du Préfet de la région Centre

Table des matières

I – Introduction.....	3
A) Contexte	3
B) Objectifs.....	3
C) Public cible	3
D) Méthodologie	3
II – Résultats de l'évaluation.....	4
A) Situation personnelle des répondants.....	4
B) Pratique sportive (de façon occasionnelle, régulière ou en compétition...)	5
C) Attentes et besoins	6
D) Stand de diffusion.....	9
III – Discussion et perspectives	10
A) Discussion et perspectives sur la méthode.....	10
B) Discussion et perspectives sur les résultats	10
Annexe : Questionnaire d'évaluation	12

I – Introduction

A) Contexte

Les 24-25-26 février 2012, la piscine Gilbert Bozon de Tours accueille le 4^{ème} meeting de natation ouvert à l'ensemble des clubs FFN du territoire national. Cette manifestation est organisée par l'association des Enfants de Neptune de Tours, en lien avec la ville de Tours et la Fédération Française de Natation.

Ces compétitions sont ouvertes à toutes les tranches d'âge, même si ce sont majoritairement des jeunes de moins de 25 ans qui sont présents à cette occasion.

B) Objectifs

Dans le cadre de cet évènement, l'Antenne 37 de la FRAPS en lien avec le Club des Enfants de Neptune de Tours, s'interrogent sur les besoins en termes de promotion et prévention de la santé du public suivant : nageurs, parents, accompagnateurs, organisateurs (...).

L'objectif principal est de pouvoir **recueillir** dans un premier temps **les besoins et attentes de ce public vis-à-vis de leur santé (et promotion de leur santé)** pour dans un second temps **impulser des actions qui répondent à ces besoins recensés**.

Afin d'évaluer les besoins de cette population, le mode choisi est la passation de questionnaires élaborés par l'Antenne 37 de la FRAPS et le club des Enfants de Neptune de Tours. La DRJSCS a été associée à ce travail.

De plus, un stand de promotion et prévention de la santé a été proposé par l'Antenne 37 par le biais de diffusion de brochures sur différents thèmes : alimentation ; vaccination ; sexualité ; rythmes de vie... Les objectifs étaient de sensibiliser la population par l'intermédiaire de documents, mais aussi de connaître les thématiques qui les intéressaient le plus.

C) Public cible

L'ensemble de la population présente au meeting était concernée par le questionnaire et le stand de diffusion, soit : nageurs, parents, accompagnateurs, organisateurs...

Sur l'ensemble des trois jours, le meeting accueillait près de 230 compétiteurs, auxquels s'ajoutent les parents, les accompagnateurs et les organisateurs, chiffre estimé à 150 personnes.

D) Méthodologie

Afin d'enjoindre les participants à remplir le questionnaire, un exemplaire était glissé dans chaque dossier des 52 équipes présentes lors de ces trois jours. Ainsi, l'entraîneur était sensibilisé par la démarche et pouvait proposer à ces nageurs de répondre.

Le vendredi et le samedi, une chargée de mission et une chargée de diffusion (ou documentaliste) étaient présentes pour proposer et accompagner le questionnaire ainsi que

les documents de diffusion. Le dimanche, une boîte était à disposition sur la table de diffusion pour réceptionner les questionnaires restant.

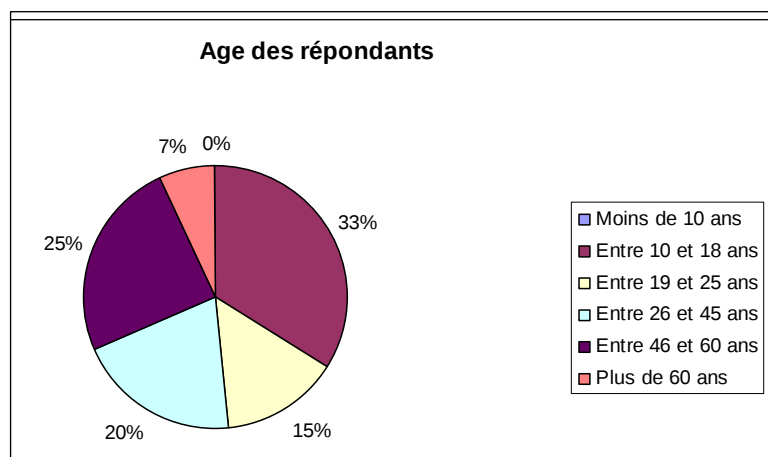
Il était précisé et noté sur le questionnaire que l'anonymat des répondants serait conservé.

II – Résultats de l'évaluation

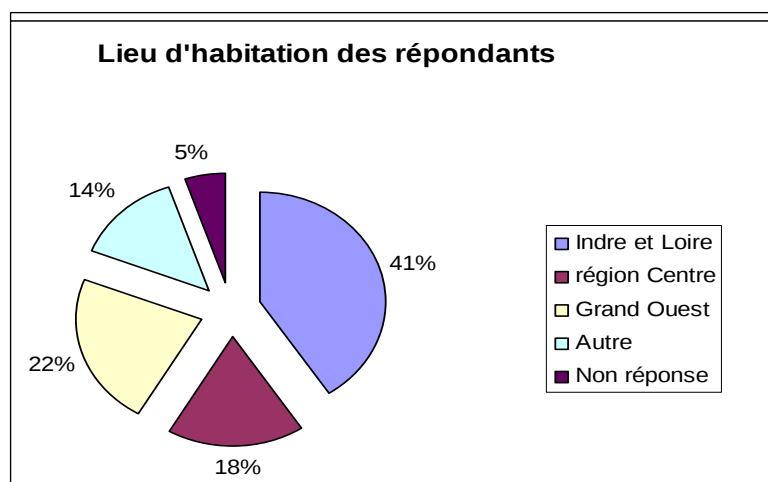
130 personnes ont répondu au questionnaire proposé¹. 55 % des répondants sont des femmes, contre 45 % d'hommes.

A) Situation personnelle des répondants

- La population de répondant est globalement comprise entre 10 ans et 60 ans. Environ la moitié des répondants a moins de 25 ans, ce qui correspond en grande partie aux nageurs qui, au regard du programme des compétitions, avaient entre 14 et 18 ans. A l'inverse, seuls 9 répondants ont plus de 60 ans.



- Le public présent lors de cette compétition réside majoritairement en Indre-et-Loire ou dans la région Centre plus largement. En comptant les deux territoires, nous constatons que 60 % des enquêtés y habitent.



1. Le questionnaire est présent en Annexes.

B) Pratique sportive (de façon occasionnelle, régulière ou en compétition...)

- Sur l'ensemble des répondants (127 pour cette question), 67 pratiquent un autre sport que la natation, soit près de 53 %. 29 des répondants notent faire du footing en plus de la natation ; le vélo arrive en seconde position avec 13 personnes...

Sur cette population qui pratique un autre sport que la natation en compétition, 64 % en font 1 à 2 fois par semaine ; 30 % en font 3 à 5 fois par semaine et seuls 6 % en font plus de 5 fois par semaine. Le public rencontré pratique régulièrement, voire quotidiennement du sport, ce qui corrobore avec l'inscription dans de telles compétitions.

Sur 67 personnes qui pratiquent un autre sport que la natation :

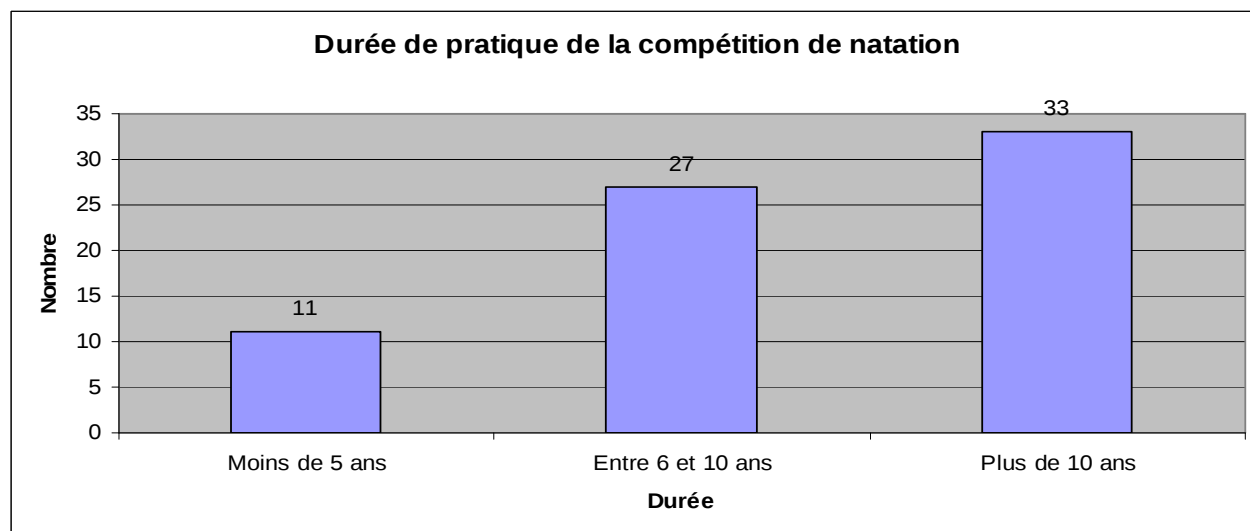
1 à 2 fois par semaine	43
Entre 3 et 5 fois par semaine	20
Plus	4

- De même, si nous regardons les profils des participants en termes de pratiques sportives, on peut noter 4 types :

- 1- ceux qui pratiquent la natation et un autre sport : 67 personnes soit 53 %
- 2- ceux qui ne pratiquent que la natation : 60 personnes soit 47 %
- 3- ceux qui pratiquent un autre sport sans pratiquer la natation : 15 personnes soit 12 %
- 4- ceux qui ne pratiquent aucun sport : 10 personnes soit 8 %

La population présente sur ce meeting reste donc majoritairement sportive, et pratique généralement plusieurs sports, dont la natation en compétition.

- Nous nous interrogeons sur la durée depuis laquelle le public fait de la compétition et à quelle fréquence. Sur les 130 enquêtés, 71 participent à des compétitions.



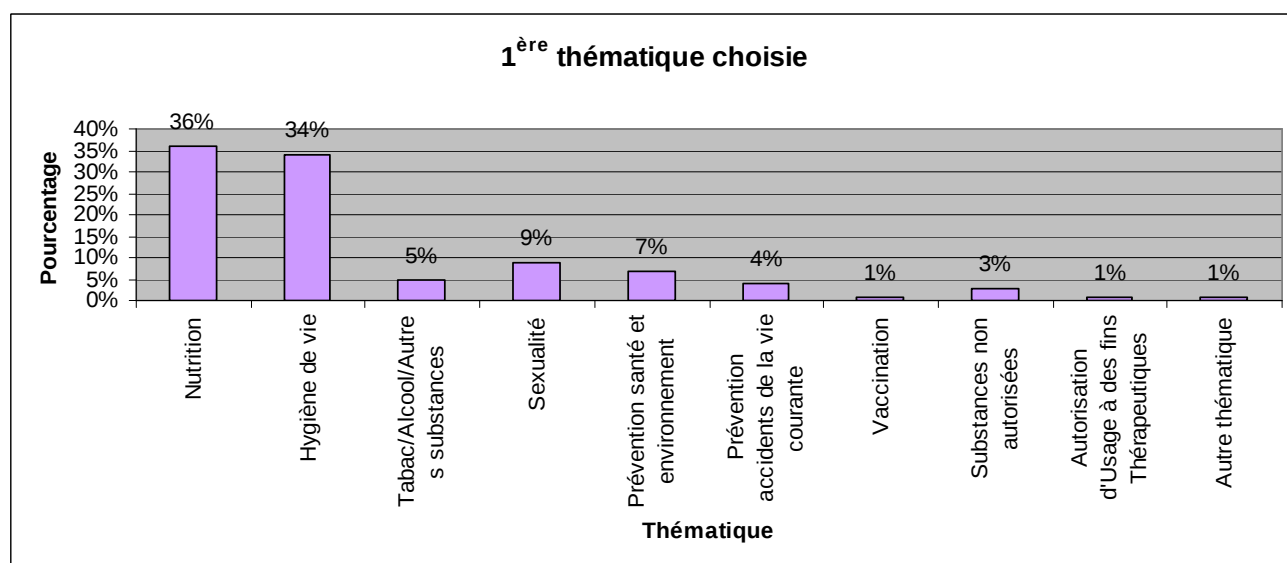
- La question suivante porte sur les autres activités de la natation que pratiquent les enquêtés à savoir : loisir, natation non encadrée ou natation-santé par exemple. Ici aussi nous voulions savoir depuis combien de temps les enquêtés en pratiquent et à quelle fréquence. Sur les 130 répondants, seuls 45 soit près de 37 % nagent à d'autres fins. Moins de 7 % en font depuis moins d'un an ; 11 % entre 1 et 2 ans ; moins de 7 % entre 3 et 4 ans et 75 % depuis plus de 4 ans. Autrement dit, lorsqu'ils nagent à d'autres fins, les trois quart des enquêtés en font depuis plus de 4 ans.

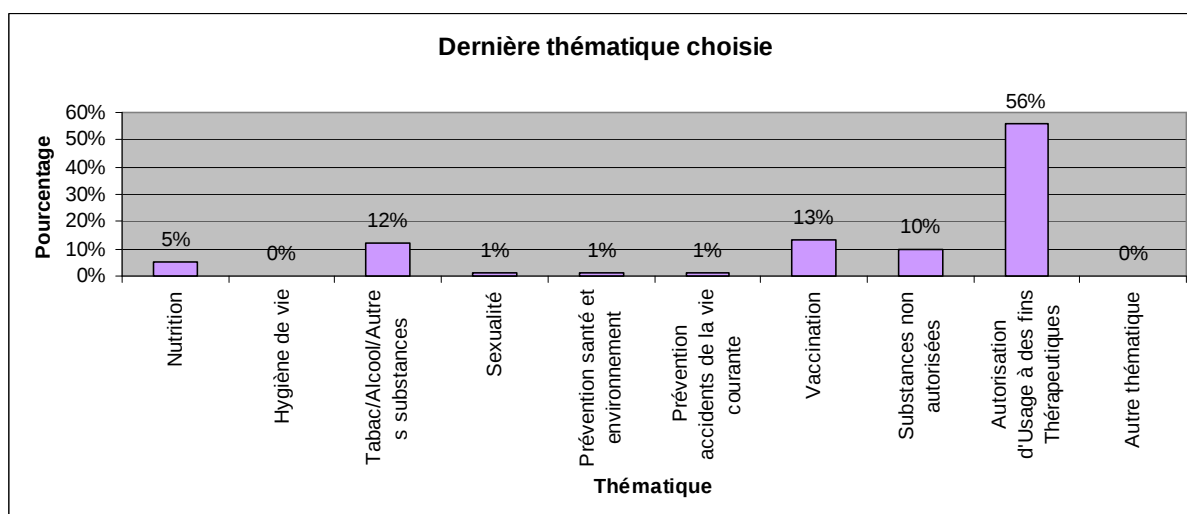
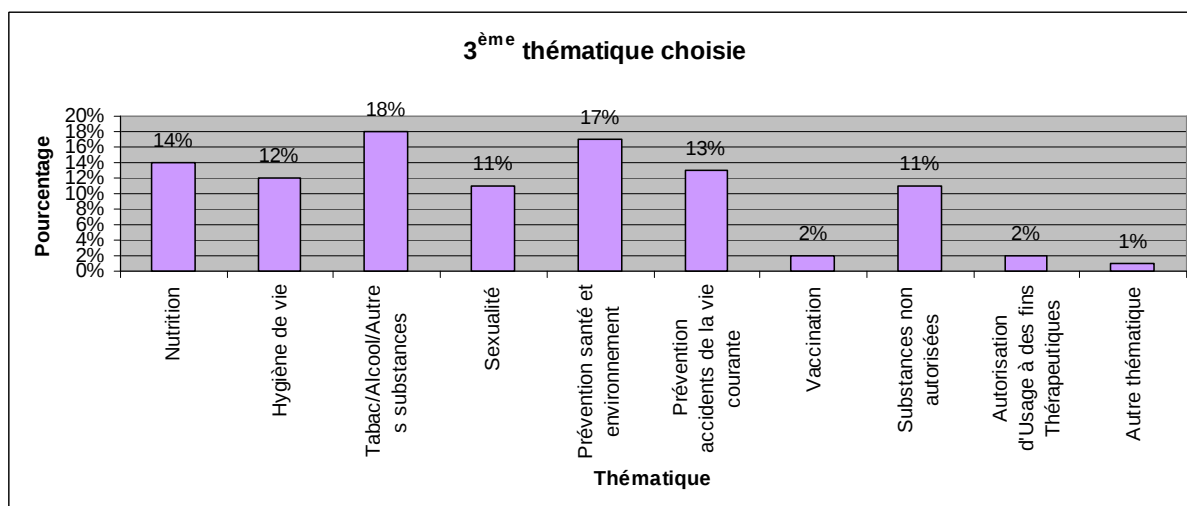
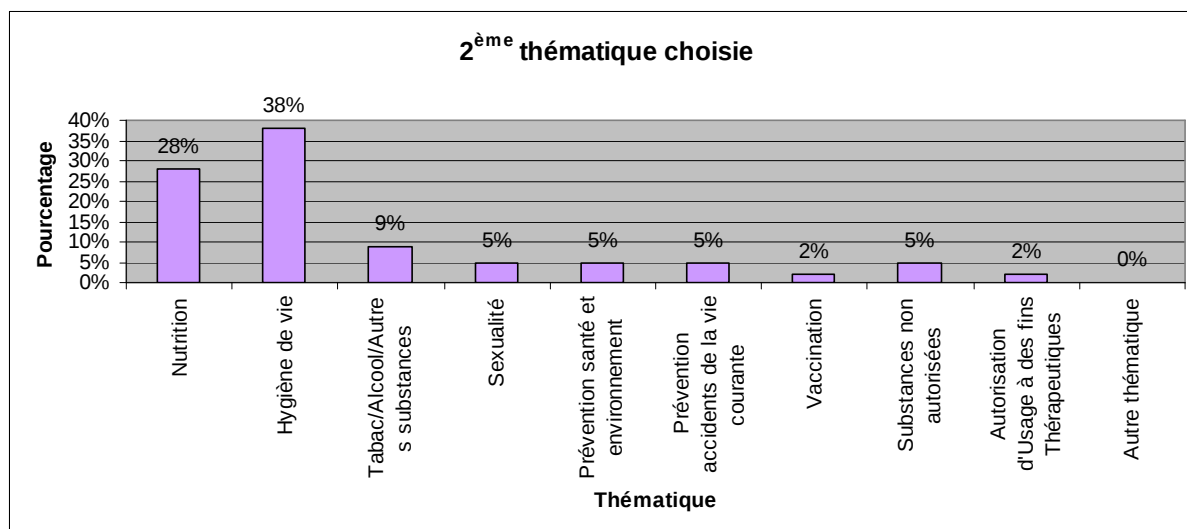
Sur ces 45 personnes, 43 % en font entre 1 et 2 fois par mois ; 25 % une fois par semaine et près de 30 % pratiquent 2 fois par semaine voire plus.

C) Attentes et besoins

A la question : « Dans les thématiques suivantes, lesquelles vous interrogent le plus au quotidien ? », 105 personnes ont répondu. L'objectif était qu'elles puissent classer par ordre décroissant (de 1 à 10) les thématiques proposées et/ou en ajouter si leur intérêt est porté sur un sujet non mentionné.

Ici, nous relatons les 3 thèmes les plus sollicités et celui qui interroge le moins les enquêtés :





Les graphiques précédents notent une large prédominance des deux premières thématiques : Hygiène de vie (hygiène corporelle ; rythmes de vie / sommeil...) et Nutrition

qui remportent respectivement 36 % et 34 % des votes. Si on ajoute le premier et le second choix pour ces deux catégories, on s'aperçoit que les personnes ont pour 36 % choisi la thématique hygiène de vie et 32 % nutrition. Les autres thématiques remportent entre 5 et 9 % des voix.

A l'inverse, la thématique la moins choisie par les enquêtés est celle intitulée Autorisation d'Usage à des fins Thérapeutiques sélectionnée par plus de la moitié des répondants à cette question comme dernière catégorie d'intérêt.

Ainsi, si nous proposons des actions à destination de ce public, les thèmes à privilégier semblent reposer sur les questions d'hygiène de vie et de nutrition. Ce que vient conforter les réponses à la question « *Pour votre santé, quelles actions faites-vous au quotidien ?* » (60 répondants)

- ✓ 51 l'attention portée à l'alimentation
- ✓ 50 personnes mettent en avant leurs pratiques sportives
- ✓ 24 personnes évoquent le rythme de vie (sommeil...), l'art de vivre au quotidien
- ✓ 9 personnes notent le rôle de la médecine

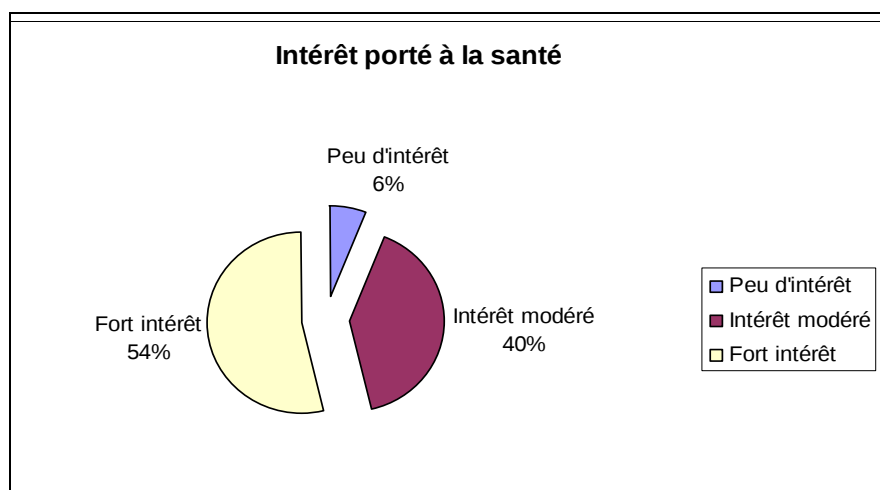
De nouveau les thématiques mises en lumière sont l'alimentation et l'hygiène de vie.

- Lorsque l'on demande aux enquêtés quels éléments ils souhaiteraient par rapport aux thématiques évoquées, ils répondent :

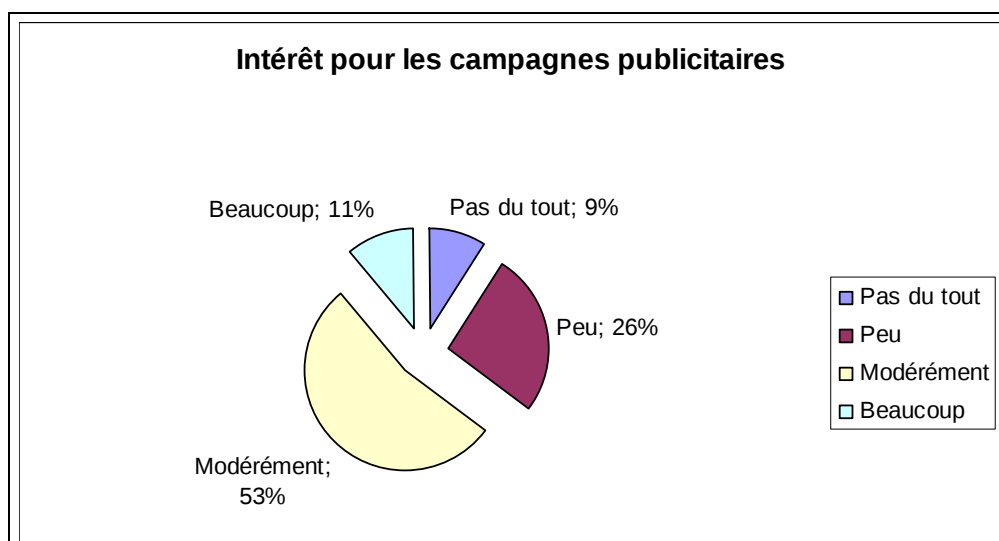
Obtenir des informations (brochures, plaquettes...)	46
Rencontrer des professionnels spécialistes de la thématique	41
Participer à des ateliers sur cette thématique	27
Aucune de ces propositions	34
Autre	4

Plusieurs réponses étaient possibles, ainsi sur 119 répondants, 33 personnes ont proposées 2 réponses. Les 4 réponses « Autre » ont pu faire émerger le souhait d'obtenir des informations par Site Internet (pour 3) ; informations par rapport aux douleurs liées à la pratique du sport. Le fait que beaucoup de personnes répondent « aucune des propositions » cela laisse supposer que les choix proposés ne correspondent pas totalement à leurs attentes.

Lorsque nous demandons aux enquêtés « *Quel intérêt portez-vous à votre santé ?* »



- Puis, face à la question « Les campagnes publicitaires en faveur de la santé vous intéressent : pas du tout ; peu ; modérément ; beaucoup », ils répondent :



Si l'on regroupe les catégories « pas du tout » et « peu » d'un côté et « modérément » et « beaucoup » de l'autre, on obtient les pourcentages suivants : 35 % portent peu d'intérêt aux campagnes publicitaires relatives à la santé contre 65 %.

Ainsi, en général nous observons que le public présent porte attention à sa santé et à la prévention de sa santé grâce à une hygiène de vie qui passe par la pratique sportive, une alimentation fonction de leurs besoins...

D) Stand de diffusion

Le stand de diffusion de brochures était aussi l'occasion d'observer le comportement du public face à l'information qu'il peut recevoir sur différentes thématiques en promotion et prévention de la santé.

La logique de compétition faisant, les nageurs et leurs accompagnateurs viennent à la piscine pour s'entraîner puis effectuer leur compétition. Après leur effort effectué, ils sont davantage disponibles pour consulter et prendre des documents.

Près de **400 brochures** ont été diffusées lors de cet événement. Le rôle de la chargée de diffusion est d'accompagner les brochures en apportant des précisions, en répondant aux questions et en orientant le public. Plusieurs thématiques étaient proposées : nutrition ; prévention des addictions ; prévention des infections sexuellement transmissibles ; promotion de la vaccination...

- La thématique sur l'alimentation a été la plus plébiscitée soit près de 45 % des brochures et / ou dépliants.

- Ensuite, la brochure « *Bien dormir, mieux vivre* » est celle qui a été la plus prise (39 brochures), de même que le dépliant « *Dormir c'est mieux vivre...* » ce qui corrobore avec l'intérêt du public pour leur hygiène de vie et corporelle.

- De même, les documents sur la thématique de la sexualité, prévention des IST (...) a remporté un relatif succès soit près de 12 %. Nous pouvons émettre l'hypothèse que la

population est majoritairement représentée par les adolescents, qui peuvent trouver des réponses à leurs questionnements.

- Le livret sur « *La dépression : en savoir plus pour s'en sortir* » était proposé, et le public s'en est également saisi (19 livrets pris).

Le regard sur les documents pris, permet, comme avec les réponses au questionnaire, de mettre en lumière les thématiques qui interrogent le public présent au meeting.

III – Discussion et perspectives

A) Discussion et perspectives sur la méthode

L'un des biais de la passation du questionnaire lors d'une telle manifestation reste que le public n'est parfois pas disponible pour remplir le questionnaire. Son attention est prise par l'enjeu de la compétition. Nous faisons le même constat pour le stand de diffusion qui a eu peu de visites avant et pendant les compétitions.

L'accompagnement du questionnaire par une chargée de mission encourage nageurs et accompagnateurs à remplir le questionnaire. De même, une boîte prévue pour recevoir les questionnaires a permis aux répondants de les déposer durant tout le week-end. La journée du dimanche nous avons pu en récupérer 13.

Au niveau du stand de diffusion en promotion et éducation pour la santé, deux points sont à noter :

- Nous avons pu constater que 45 % des documents pris sont sur la thématique alimentation. Mais près de 40 % des brochures, livrets (...) proposés sont sur cette thématique ce qui influence certainement la prise de documents.
- Certains des documents proposés sont déjà diffusés auprès des collégiens et lycéens dans le cadre de leurs cursus scolaire. Ainsi, certains disent déjà connaître les documents et ne pas s'en saisir pour cette raison. Il pourrait être pertinent de leur demander quelle est leur connaissance par rapport à ces documents, les ont-ils déjà lu, travaillé... ?

B) Discussion et perspectives sur les résultats

Le taux de réponses est plutôt encourageant. Sachant que la manifestation accueillait 380 nageurs et que 130 personnes ont répondu au questionnaire, cela fait un taux de réponse de près de 35 %.

Les résultats montrent qu'à coté des compétitions, le public pratique d'autres activités sportives. En outre, ils portent pour beaucoup de l'intérêt à leur santé, à l'entretien de leur corps à travers l'alimentation, le sport, les visites médicales...

Au niveau des actions à cibler ce serait **des rencontres avec des professionnels spécifiques** sur les thématiques comme l'hygiène de vie et l'alimentation et la diffusion d'informations même si nous nous sommes aperçues que dans de telles conditions, les compétiteurs ne sont parfois que peu réceptifs au stand de diffusion.

Notre présence lors de cette manifestation nous a permis de nous rendre compte que nous avons affaire à un public souvent averti en termes de santé et prévention de leur santé puisque sportifs par ailleurs. Néanmoins, au regard de l'évaluation il apparaît que se sentant concernés par la promotion et la prévention de leur santé, **il pourrait être judicieux de leur apporter d'autres informations plus spécifiques sur des thématiques telles que l'alimentation, les rythmes de vie...**

Il serait intéressant de **proposer de la diffusion en lien avec des animations sur les thématiques de référence** lors temps plus propices aux échanges et en ayant sensibilisé en amont le public : invitations ; affichages pour signaler la présence du stand...

24-25-26 février 2012

Questionnaire :
Meeting National de Natation
à Tours, piscine G. Bozon

*La FRAPS d'Indre-et-Loire est une association qui promeut la santé sur ce territoire. Nous accompagnons les professionnels et / ou structures dans leurs démarches de projets, de formations en santé publique²... Dans le cadre de nos missions, nous sommes présents pour soutenir la Fédération Française de Natation. Afin d'en savoir plus sur vos besoins de santé, nous vous proposons de remplir ce questionnaire **anonymement**.*

Ce questionnaire s'adresse à tous : nageurs, parents, accompagnateurs, organisateurs.
Les résultats nous serviront à orienter nos futures actions.

1) Situation personnelle

A - Sexe :

☐ Homme

☐ Femme

B - Age :

☐ Moins de 10 ans

☐ Entre 10 et 18 ans

☐ Entre 19 et 25 ans

☐ Entre 26 et 45 ans

☐ Entre 46 et 60 ans

☐ Plus de 60 ans

C - Lieu d'habitat :

☐ Indre-et-Loire

☐ Région Centre
(hors Indre-et-Loire)

☐ Grand Ouest

☐ Autre

2) Pratique sportive (de façon occasionnelle, régulière ou en compétition...)

D – Pratiquez-vous un autre sport que la natation ?

☐ oui

☐ non

↳ Si oui, le(s)quel(s) :

- A quelle fréquence :

☐ 1 à 2 fois par semaine

☐ Entre 3 et 5 fois par semaine

☐ Plus,

préciser :

E - Si vous faites de la natation en compétition :

- Depuis combien de temps :

☐ Moins de 5 ans

☐ Entre 6 et 10 ans

☐ Plus de 10

ans

². « La santé publique est la science et l'art de prévenir les maladies, de prolonger la vie et d'améliorer la santé et la vitalité mentale et physique des individus... », Organisation Mondiale de la Santé, 1952.

- A quelle fréquence :

- ☐ 1 à 2 fois par semaine ☐ Entre 3 et 5 fois par semaine ☐ Plus, préciser :

F - Si vous faites de la natation (nagez) à d'autres fins :

- Depuis combien de temps :

- ☐ Moins d'1 an ☐ Entre 1 et 2 ans ☐ Entre 3 et 4 ans ☐ Plus de 4 ans

- A quelle fréquence :

- ☐ 1 à 2 fois par mois ☐ 1 fois /semaine ☐ 2 fois /semaine ☐ 3 fois /semaine ☐ Plus

3) Attentes et besoins

G - Dans les thématiques suivantes, lesquelles vous interrogent le plus au quotidien ?

Noter de 1 à 10 du plus important (1) au moins important (10)

- ☐ - Nutrition : alimentation et activités physiques
- ☐ - Hygiène de vie (hygiène corporelle ; rythmes de vie / sommeil...)
- ☐ - Tabac / Alcool / autres substances
- ☐ - Sexualité (Contraception, prévention des Infections Sexuellement Transmissibles, VIH/SIDA...)
- ☐ - Prévention santé et environnement (pollution ; bruit ; solaire...)
- ☐ - Prévention accidents de la vie courante
- ☐ - Vaccination
- ☐ - Substances non autorisées (présentes, par exemple, dans les médicaments) dans le cadre d'une pratique sportive compétitive
- ☐ - A.U.T. (Autorisation d'Usage à des fins Thérapeutiques)
- ☐ - Autre thématique : préciser :

H - Par rapport aux thématiques principales qui vous intéressent, quels éléments aimeriez-vous : Plusieurs réponses possibles

- ☐ Obtenir des informations (brochures ; plaquettes...)
- ☐ Rencontrer des professionnels spécialistes de la thématique
- ☐ Participer à des ateliers sur cette thématique
- ☐ Aucune de ces propositions
- ☐ Autre : préciser

I -1 Quel intérêt portez-vous à votre santé ? exemples : manger en fonction de vos besoins nutritionnels ; prévention vaccinale...

- ☐ Peu d'intérêt ☐ Intérêt modéré ☐ Fort intérêt

I -2 Pour cela, quelles actions au quotidien faites-vous ?

.....
.....
.....

J - Les campagnes publicitaires en faveur de la santé vous intéressent :

☐ Pas du tout

☐ Peu

☐ Modérément

☐ Beaucoup

*Nous vous remercions
pour votre participation*