

Les saines habitudes de vie, qu'est-ce qu'on en dit (12 min 11 s)

Les saines habitudes de vie, c'est quoi pour vous?

- Bien manger, bien dormir, bien s'exercer,... bien s'amuser.
- Les saines habitudes de vie, c'est des gestes que l'on fait au quotidien pour prendre soin de notre santé.
- Logement, hygiène corporelle, hygiène mentale.
- Se laver les mains.
- Bien s'alimenter, c'est déjà beaucoup, faire un peu d'exercice au moins.
- 0/5/30 ?
- Pour moi, saines habitudes de vie ça veut dire avoir une alimentation équilibrée avec un rythme de vie actif. Dans le fond, c'est de combiner les deux, selon moi, c'est important, l'un ne va pas sans l'autre.
- Des saines habitudes de vie, c'est ce qui fait qu'on va être en santé longtemps dans sa tête puis dans son corps. Ça veut dire bien manger, s'entraîner régulièrement, gérer son stress dans la mesure du possible, puis avoir du plaisir d'abord et avant tout.

La promotion des saines habitudes de vie, un rôle partagé

Dans les organismes communautaires, être à l'écoute

Annick Papineau, coordonnatrice – Maison des jeunes Radioactif : « C'est vraiment une relation privilégiée. J'axe beaucoup mon discours là-dessus parce que c'est ça qui fait toute la force de notre travail, c'est notre relation qu'on a avec le jeune, qui n'est pas évidente à bâtir, mais quand elle est là, elle est là x 1000. Donc une fois que tu as une relation privilégiée, tu as une place importante pour pouvoir influencer positivement quelqu'un dans la vie. Pourquoi ne pas utiliser cet espace-là pour le faire? Ça peut se faire aussi dans l'informel comme dans le formel, même que les discussions sont plus intéressantes dans l'informel avec les jeunes, ils se laissent plus aller quand il n'y a pas de cadre aussi. »

Stéphane Théoret, animateur en alphabétisation populaire – La Jamigoine : « Ces habitudes, ces saines habitudes, soit comme personne, soit comme citoyen aussi, peuvent être mises de l'avant dans les ateliers par les thèmes qui ont été choisis par les participants. On travaille toujours à partir de ce que les participants veulent avoir comme thème, sauf que nous, les animateurs, on a toujours comme un peu un pied en avant, si tu veux. »

Annick Papineau : « On essaie de faire en sorte que les activités, les thématiques abordées, ou quoi que ce soit, peu importe l'activité, en fait, de la maison de jeunes, partent d'eux, puis qu'ensemble on l'organise, parce que ça vient d'eux, fait que la motivation est déjà plus là quand ça part d'eux. De proposer des solutions ou des alternatives. C'est souvent ça qu'ils n'ont pas en avant d'eux, une alternative à autre chose. »

Stéphane Théoret : « Souvent c'est difficile, parce que quand tu as 50 ans (parce que c'est à peu près la moyenne d'âge des adultes dans notre groupe), quand tu as 50 ans, il y a beaucoup d'habitudes qui sont inscrites. Il y a beaucoup de freins qui viennent de toi-même, il y a des préjugés externes, mais tu as tes propres préjugés, tu as tes propres freins, tu as tes propres peurs aussi. C'est qu'on utilise toujours le groupe, pour aller toucher l'individu. »

Dans les municipalités, travailler ensemble

Francine Ranger, conseillère municipale – Ville de Lavaltrie : « Il faut vraiment s'associer avec tout le milieu communautaire, il faut s'associer avec le monde de l'éducation dans l'école, parce que, moi, je pense que ça commence par là. Quand ton jeune est stimulé à faire attention dans sa vie, forcément il ramène ça à la maison. Il faut s'associer avec, c'est sûr, le CLSC du coin, c'est des partenariats et pour moi, c'est vraiment des petits pas, tranquillement, pas vite, mais on va y arriver. »

Jean-Guy Breton, maire – Municipalité de Lac-Etchemin : « Il existe dans la plupart des municipalités des commissions formées souvent de citoyens et un ou deux élus, c'est les bonnes places pour acheminer les demandes. Vous avez les groupes de politique familiale, il y a des groupes de politique culturelle et il y a le programme Villes et Villages en santé. C'est à peu près les outils que les municipalités se sont donnés dans le fond, et c'est une bonne interface avec les gens de la municipalité et les gens de la santé publique. Mais peu importe l'interface, il ne faut pas manquer le *timing*. Souvent, les demandes qui nous arrivent aux municipalités arrivent au mauvais moment, souvent elles arrivent au mois de février ou au mois de mars pour l'été suivant, et nous, nos budgets sont pas mal tous gelés, si vous voulez. Dans une municipalité, les décisions se prennent habituellement au mois de novembre. Octobre-novembre-décembre, c'est le moment-clé, c'est-à-dire, c'est le moment où la municipalité prépare son budget de l'année suivante. »

Francine Ranger : « C'est ça le secret dans le fond, c'est d'essayer d'être à l'écoute des gens, de ce qu'ils veulent, puis nous à notre niveau d'essayer de le réaliser. »

À l'école, faire vivre l'expérience

Réjean Chayer, enseignant d'éducation physique – École Sainte-Claire : « Au niveau de l'alimentation, au niveau du sommeil, ce sont les parents qui sont évidemment garants de cet aspect-là. Mais nous, on insiste auprès des jeunes, surtout en début d'année, et on le refait aussi particulièrement durant le mois de l'activité physique, le mois de mai. On revient sur ces thèmes-là, et je pense que c'est important de le faire aussi. Là où on peut avoir une certaine incidence, c'est lorsque nous on est ici à l'école, on fait des activités, et bien, lorsqu'on donne, exemple aux olympiades, on va donner évidemment des jus, des vrais jus, on va donner des fruits, on va donner des aliments sains. On fait en sorte d'ouvrir le plus possible la panoplie de tous les genres, de tous les styles d'activité physique, de toutes les sortes, pour que le jeune puisse trouver au moins une activité physique qui corresponde à ses besoins, à ses attentes, dans laquelle il se sent bien et qu'il va, on l'espère bien sûr, continuer à pratiquer le plus longtemps possible, même à l'adolescence. Les jeunes aiment l'activité physique et la pratiquent de façon régulière à l'école et à l'extérieur de l'école. »

Au restaurant, proposer des alternatives

Karine Beauregard, présidente – Restaurant chez Beauregard : « C'est vrai que les gens ne sont plus habitués à manger à la maison, c'est important, quand ils vont au restaurant, d'avoir la possibilité, la chance d'avoir des repas santé, des repas sains. »

Renée Trudel, directrice de salle à manger – Restaurant le Saint-Mathieu : « Un moment donné, c'est le goût qui se perd de ce qu'est un produit sain, alors c'est en même temps une mission peut-être, c'est aussi une demande qui est là, elle est très présente. On le voit quand ils choisissent leur menu que, au niveau de la dégustation par exemple. C'est une dégustation de légumes, un moment donné, quand on l'avait retirée, elle leur manquait. Et quand on leur offre, ils l'apprécient. Alors des fois, j'ai l'impression que, quand on offre quelque chose, c'est là qu'on se rend compte qu'il y a une demande. Il ne faut pas nécessairement attendre que le client dise "J'aimerais avoir ça". »

Karine Beauregard : « On a des suggestions comme ça, qui leur font penser des fois de manger plus santé, des fois ils n'ont peut-être pas l'intention en s'en venant ici, mais le fait de se le faire dire... »

Renée Trudel : « En ce moment, c'est une vitrine qui a la cote, ça veut dire que si on dit à nos clients que nous achetons local, que nous encourageons les agriculteurs de la région, et que nous favorisons un menu qui est plus "santé", à ce moment-là, parce qu'il y a une demande, un restaurant qui s'annonce de cette façon-là et qui répond à cette demande-là est toujours bien vu aussi. »

Karine Beauregard : « C'est bon d'éduquer les gens puis de l'offrir. Pas nécessairement d'avoir un menu 100 % santé, il faut satisfaire toute la population, on n'a pas le choix, mais je veux dire de faire un effort, selon moi il y a un marché pour ça de plus en plus. »

Chez les employeurs, investir et s'investir

Marie-Claude Pelletier, présidente et directrice générale – GP²S, le réseau des entreprises en santé : « C'est sûr que le milieu de travail est un endroit par excellence pour promouvoir les saines habitudes de vie, mais il faut prendre en considération que pour les saines habitudes de vie, il faut que l'employé fasse son bout de chemin, mais il faut aussi que l'employeur fasse son bout de chemin au niveau de l'environnement qui va faciliter les saines habitudes de vie. Certains employeurs vont être particulièrement motivés à s'investir dans la prévention et la promotion de la santé sur la base d'un meilleur climat de travail, une meilleure capacité de rejoindre les meilleurs employés sur le marché, de les retenir. Ils vont également être intéressés parce que tout d'un coup les primes d'assurance-invalidité au niveau de la santé des employés montent en flèche, les employeurs sont préoccupés par l'augmentation des coûts. Et aussi parce que des employeurs croient pertinemment à l'importance de promouvoir la santé au sein de leur organisation. »

Luc St-Pierre, vice-président, Ressources humaines – Pfizer Canada inc. : « Je suis profondément convaincu que les employés en santé sont des employés plus productifs, qui sont plus engagés. Dans ce contexte-là, il y a des études qui disent que pour chaque dollar qu'on investit en prévention, il y a un retour d'environ de 80 sous en termes de réduction des coûts de médicaments ou réduction des absences dues à des maladies, dues au stress, donc il y a même un intérêt économique à faire la promotion de la bonne santé, donc à investir de l'énergie derrière ça. »

Marie-Claude Pelletier : « Il ne faut pas penser que c'est facile. Ça ne se fait pas en un coup de baguette, et moi, je fais une grande différence entre un employeur qui investit dans un programme de promotion de santé et un employeur qui s'investit. Et je pense que quand on veut avoir des résultats dans une entreprise, il faut s'investir. Il faut d'abord aller chercher l'endossement de la haute direction. Ça ne donne rien de faire des beaux programmes de promotion de santé, prévention, tout cela, si la haute direction n'est pas dans ces références-là. »

Luc St-Pierre : « La base était là, mais il a fallu investir de l'argent, des heures, et puis des efforts de beaucoup de gens pour amener le programme à un niveau qui respectait les critères du bureau de normalisation du Québec. Et bien qu'il y a de l'argent à investir, je ne voudrais pas que les gens pensent que c'est extrêmement coûteux. Il y a définitivement un minimum de temps, donc ça prend des ressources humaines. Il y a un peu d'argent, mais il y a moyen d'avoir des programmes intéressants, sans nécessairement que ça coûte des sommes extraordinaires. »

Dans les cliniques médicales, guider le changement

D^{re} Chantal Ducasse, diplômée en médecine du sport – Centre Multi-Medic : « Je pense que plus les médecins vont parler de prévention et vont parler des saines habitudes de vie et moins nos gens seront malades. Moi souvent je fais une prescription, au lieu d'écrire un médicament, j'écris : "Marcher 5 fois par semaine, 30 minutes". Les patients sont surpris, je dis : "C'est votre prescription". Je prône par l'exemple, je m'entraîne moi-même, puis souvent je vois mes patients quand je cours ou bien quand je joue au golf ou bien quand je fais du vélo, ou du ski l'hiver. J'adore ça, c'est le fun. »

Les clés d'un message qui porte

— Capter l'attention dans un monde où on est bombardé d'information, c'est probablement le défi que vous avez ou que ce genre de messages-là ont. Et puis c'est peut-être à répétition; le fait de répéter, répéter...

— Si on est conscient de nos saines habitudes de vie, puis de l'impact de nos saines habitudes de vie, puis qu'on voit qu'est-ce que ça peut générer de bon, et de pas bon, on agit.

— Les capsules humoristiques, parce que, bon, ça va chercher notre attention avant de nous passer un message. D'un autre côté, j'aime aussi avoir quelque chose qui peut être choc.

— Le côté accrocheur, ça reste dans la tête.

— Je retiens l'enthousiasme.

— Les jeunes sont très très très télévisuels, donc c'est sûr que plus ils vont en voir de choses à la télé, plus ça risque d'avoir d'incidence.

— La diversité. J'aime avoir plusieurs messages, qui vont toucher différentes personnes de la population.

— Je l'ai retenu parce que je l'ai vu partout.

— La constance du slogan, la constance dans le temps.

— Quand ils ont passé des annonces publicitaires, le gouvernement, par rapport aux enfants, dans les voitures, l'enfant qui étouffe, c'était moi ça qui fumais, puis mes trois filles en arrière, ça, ça m'a marqué et ça a changé ma vie.