

Cette présentation a été effectuée le 22 novembre 2010, au cours de la journée « L'Enquête québécoise sur la santé de la population 2008 : une nouvelle génération d'enquêtes pour transformer les chiffres en action » dans le cadre des 14es Journées annuelles de santé publique (JASP 2010). L'ensemble des présentations est disponible sur le site Web des JASP, à l'adresse <http://www.inspq.qc.ca/archives>.

**DES DONNÉES POUR AGIR:
PRODUITS, MOYENS ET SERVICES
AMAIGRISSANTS**

Lyne Mongeau, Dt.P., Ph.D.
Coordonnatrice du PAG

Fannie Dagenais, Dt.P., M.Sc.
Directrice

**PARTIE 1:
STATUT PONDÉRAL ET UTILISATION DE
PRODUITS OU MOYENS AMAIGRISSANTS —
DONNÉES DE L'ENQUÊTE**

2

Mise en contexte de l'enquête

Problèmes liés au poids: deux facettes

OBÉSITÉ ET EMBONPOINT: souvent disponibles

↳ enjeu : données déclarées c. mesurées

PRÉOCCUPATION PAR RAPPORT AU POIDS : peu disponibles

↳ enjeu: établir le besoin, définir, indicateur, limites

3

Valeur ajoutée de ces données

CONTRIBUTION ORIGINALE DE L'EQSP

1^{ère} fois au Québec que l'on mesure divers indicateurs liés aux actions de contrôle du poids chez les adultes .: ESSEAQ 2002

↳ action à l'égard du poids

↳ fréquence de ces actions

↳ types d'action: saines et ayant un potentiel de dangerosité

4

Résultats : panorama

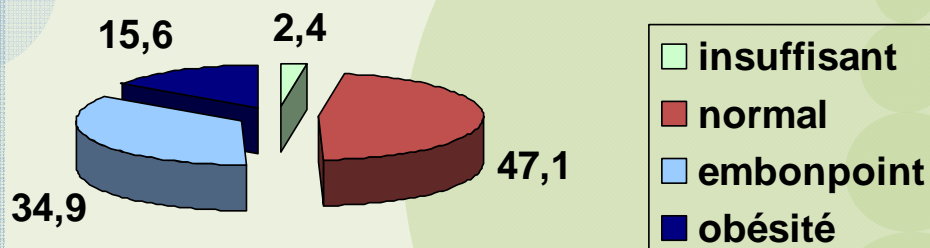
- Statut pondéral (sexe, âge, scolarité, revenu)
- Perception à l'égard de son poids (s, â, s, r, selon statut pondéral)

Au cours des derniers 6 mois (s, â, s, r, sp, pp):

- Actions entreprises pour contrôler son poids
- Nombre de tentatives pour perdre, chez les personnes qui ont essayé de perdre du poids
- Méthodes utilisées, par les personnes qui ont essayé de perdre du poids ou de le maintenir

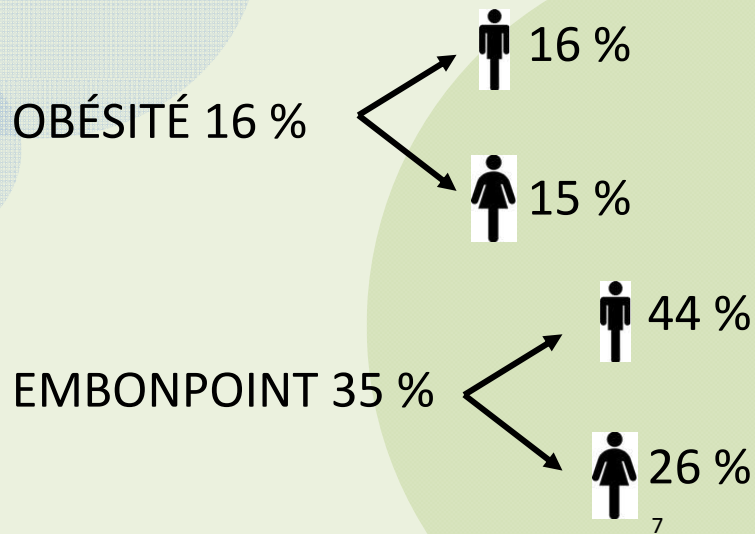
5

STATUT PONDÉRAL population 15 ans et plus, EQSP 2008



6

STATUT PONDÉRAL selon sexe population 15 ans et plus, EQSP 2008



OBÉSITÉ ET EMBONPOINT selon âge population 15 ans et plus, EQSP 2008

| | OBÉSITÉ | | EMBONPOINT | |
|----------------|---------|----|------------|----|
| | H | F | H | F |
| 15-24 ans | 8 | 5 | 22 | 13 |
| 25-44 ans | 16 | 13 | 46 | 23 |
| 45-64 ans | 20 | 19 | 49 | 31 |
| 65 ans et plus | 16 | 18 | 48 | 34 |

The table shows the prevalence of obesity and overweight across different age groups. Blue curved arrows indicate an increase in obesity and overweight rates from the 15-24 age group to the 25-44 age group. A red vertical arrow points downwards, indicating a general trend of increasing obesity and overweight rates with age.

OBÉSITÉ ET EMBONPOINT

selon la scolarité, pop 15 ans et +, EQSP 2008

- OBÉSITÉ est moindre lorsque la scolarité ↑
(-DES c. universitaire)



18 c. 14 %



19 c. 10 %

- EMBONPOINT varie de façon inverse selon le sexe



40 c. 47 %



29 c. 24 %

OBÉSITÉ ET EMBONPOINT selon le revenu

(5 quintiles), pop 15 ans et +, EQSP 2008

- OBÉSITÉ est moindre lorsque le revenu est ↑ chez les femmes seulement



17 c. 16 %



20 c. 10 %

- EMBONPOINT est + élevé lorsque le revenu est ↑ chez les hommes seulement



49 c. 40 %



27 c. 25 %

PERCEPTION À L'ÉGARD DE SON POIDS population 15 ans et plus, EQSP 2008

Considérez-vous que ...

- vous avez un excès de poids
- êtes trop maigre
- êtes à peu près normal

11



PERCEPTION À L'ÉGARD DE SON POIDS population 15 ans et plus, EQSP 2008

- ➔ Plus d'hommes se considèrent de poids normal
- ➔ Pour les deux sexes, la perception d'être en excès de poids s'accroît avec l'âge, jusqu'à 65 ans
- ➔ Associée à la scolarité de façon inverse selon le sexe (H ↗ uni F: coll)
- ➔ Positivement associée au revenu chez les hommes seulement

12

PERCEPTION À L'ÉGARD DE SON POIDS

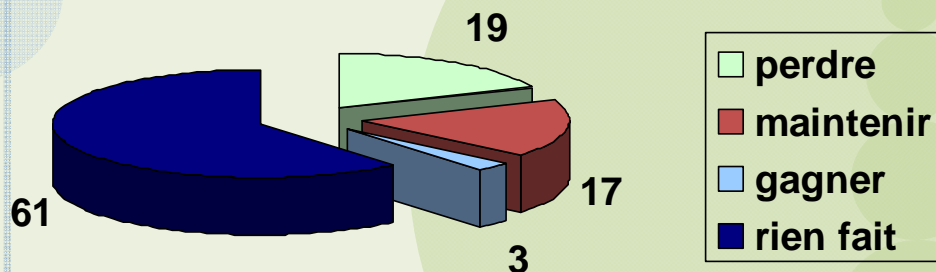
selon le statut pondéral, pop 15 ans et +, EQSP 2008

|   % | Excès de poids | | Trop maigre | | À peu près normal(e) | |
|---|----------------|----|-------------|----|----------------------|----|
| Insuffisant | - | | 60 | 26 | 39 | 73 |
| Normal | 5 | 15 | 7 | 2 | 88 | 83 |
| Embonpoint | 47 | 70 | 0,5 | - | 53 | 30 |
| Obésité | 87 | 94 | - | - | 12 | 6 |

ACTIONS CONCERNANT SON POIDS

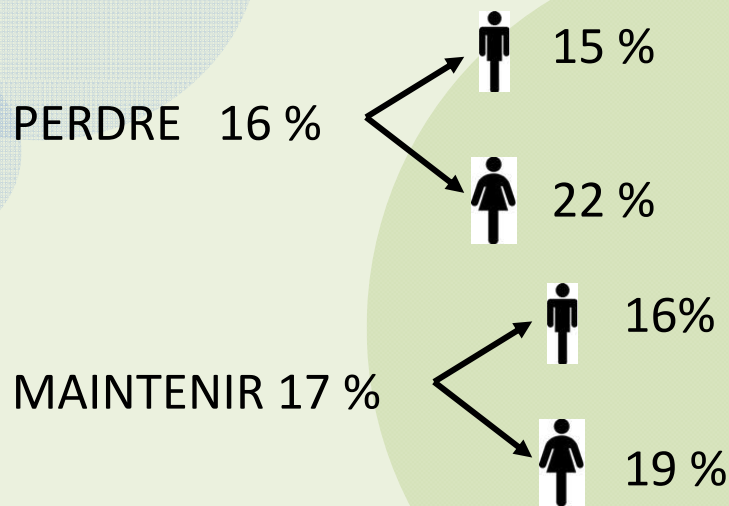
population 15 ans et plus, EQSP 2008

Au cours des derniers 6 mois



14

ACTIONS CONCERNANT LE POIDS selon sexe, pop 15 ans et +, EQSP 2008



15

ACTIONS CONCERNANT LE POIDS selon facteurs s-e, pop 15 ans et +, EQSP 2008

- Gagner du poids est plus fréquent chez les jeunes hommes
- Perdre et maintenir son poids s'accroît avec l'âge chez les 2 sexes, jusqu'à 65 ans
- Perdre et maintenir son poids est plus fréquent chez les personnes avec une scolarité et un revenu plus élevés

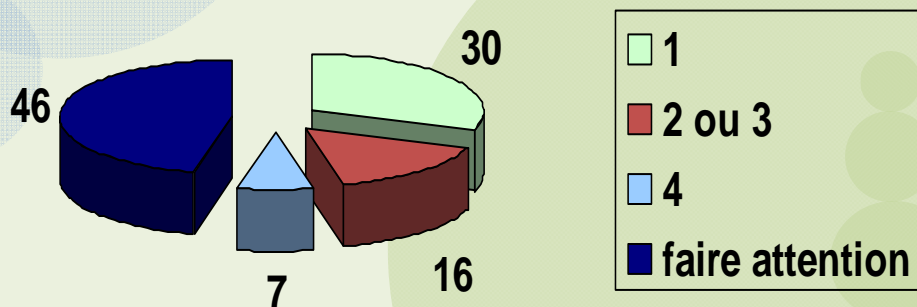
PERDRE OU MAINTENIR SON POIDS selon le statut pondéral et la perception,

pop 15 ans et +, EQSP 2008

| Statut pondéral | Perdre | Maintenir |
|-------------------|--------|-----------|
| Normal | 9 | 15 |
| Embonpoint | 23 | 20 |
| Obésité | 41 | 19 |
| Perception | | |
| Excès de poids | 38 | 21 |
| Trop maigre | 1,9 | 1,3 |
| À peu près N | 7 | 16 |

NOMBRE DE TENTATIVES PERTE POIDS personnes voulant maigrir, EQSP 2008

Au cours des derniers 6 mois



- Varie selon l'âge chez les femmes seulement
- Fréquence supérieure chez les + jeunes femmes
- Faire attention plus élevé avec l'âge⁸

MÉTHODES UTILISÉES

personnes voulant maigrir ou maintenir

Au cours des derniers 6 mois

DIÈTE / PROGRAMME COMMERCIAL

➔ 13 % 1 fois 10 % 2 fois et +

PROFESSIONNELS DE LA SANTÉ

➔ 7 % 1 fois 6 % 2 fois et +

19

MÉTHODES UTILISÉES (2)

personnes voulant maigrir ou maintenir

Au cours des derniers 6 mois

MÉTHODES AVEC POTENTIEL DANGÉROSITÉ

(11 méthodes) ➔ 8 % souvent

∴ la plus fréquente: sauter des repas 4,6%

MÉTHODES SAINES (12 méthodes) ➔

96% au moins une méthode presque à tjl

35% entre 1 et 6

45% entre 5 et 8

20

Synthèse et interprétation

Préoccupation à l'égard du poids

- ↳ semble avoir diminué selon les autres enquêtes de l'ISQ mais pas selon d'autres enquêtes
- ↳ différences dans l'indicateur
- ↳ prévalence a-t-elle vraiment diminué ?

UTILISER LE MÊME INDICATEUR – FAIRE DES ÉTUDES QUALITATIVES POUR S'ASSURER DE LA QUALITÉ DE L'INDICATEUR

21

Synthèse et interprétation (2)

Perception du poids c. statut pondéral

- ↳ hommes nombreux à sous-estimer malgré la sensibilisation sur le sujet
- ↳ 70% des femmes ayant un poids suffisant le considère normal

AU-DELÀ DE LA SENSIBILISATION DE LA POPULATION EN GÉNÉRAL, GROUPES À RISQUE PARTICULIERS À CIBLER

22

Synthèse et interprétation (3)

Actions pour contrôler le poids c. statut pondéral

↳ moins de personnes avec un excès de poids veulent perdre du poids : bonne ou mauvaise nouvelle ?

↳ «faire pratiquement toujours attention» signifie quoi comme pratique ?

EXPLORER LA QUESTION PLUS EN PROFONDEUR

23

Synthèse et interprétation (4)

Méthodes

↳ Méthodes avec potentiel de dangerosité semblent peu utilisées (comparativement à l'étude de l'ASPQ)

↳ Méthodes saines semblent très très utilisées

EXAMINER LES DONNÉES DE L'EQSP ET DE L'ASPQ EN PROFONDEUR – ÉTUDE QUALITATIVE POUR MIEUX COMPRENDRE

24

PARTIE 2:

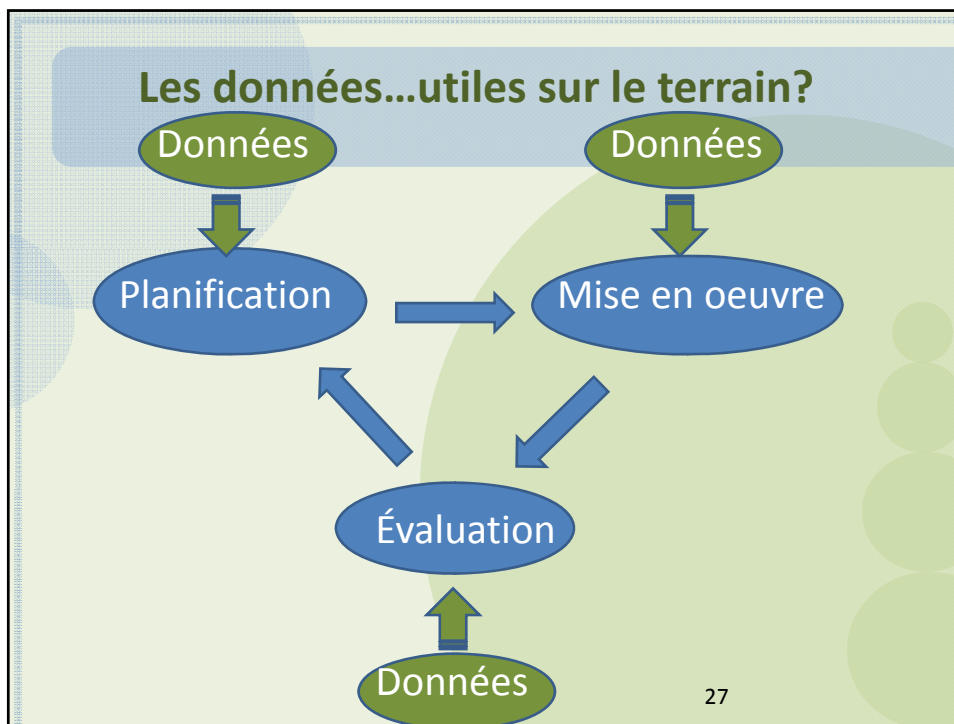
TRANSFORMER LES DONNÉES EN ACTIONS – L'EXPÉRIENCE D'UN ORGANISME TERRAIN

25

ÉquiLibre

- OBNL, portée provinciale
- Mission: favoriser la prévention et la diminution des problèmes liés au poids et à l'image corporelle
- Actions: programmes d'intervention, formations et soutien à l'intervention, campagnes de marketing social
- Cibles: population, professionnels de la santé, médias, industrie de l'image

26



Des données pour PLANIFIER

Planification d'une intervention:

- Qui est la cible? (identifier les priorités)
- Quel est le changement d'attitude ou de comportement souhaité?
- Quelles sont les barrières et les facilitateurs?
(intrinsèque ou extrinsèque à l'individu)

↳ **Quels sont les messages?
Quelles sont les actions?**

LES DONNÉES...

CHEZ LES HOMMES:

- Environ 60 % des hommes ont un surplus de poids = **promouvoir SHV**
- La prévalence de surplus de poids augmente avec l'âge (on passe de 30% à 62 % entre 15-24 ans et 25-44 ans) = **clientèle à risque**
- 65 % des hommes s'estiment de *poids normal* alors qu'ils ont un surplus de poids (c. 36 % F) = **approche différenciée selon les sexes, impact sur messages et actions**
- Les 25-44 ans et les 45-64 ans sont plus nombreux à **vouloir** perdre du poids = **condition facilitante**
- Le surplus de poids ET la tentative de maintenir ou contrôler le poids est plus important chez les plus favorisés et les plus scolarisés = **clientèle à cibler, lieu de l'intervention**

29

LES ACTIONS: Programme *Le rallye*

CIBLE: hommes 30 ans et plus, excès de poids

CHANGEMENT: saines habitudes de vie

BARRIÈRES ET FACILITANTS: perception de ne pas avoir de problème de poids = barrière et facilitant, les environnements = barrière

MESSAGES: défi d'abord de les sensibiliser, leur faire prendre conscience des avantages du changement (premiers stades Prochaska), de recadrer ce qu'est *poids normal*

ACTIONS: programme en milieu de travail sur l'heure du lunch, approche différenciée selon les sexes, activités de sensibilisation et changements de l'environnement de travail en parallèle

30

LES DONNÉES...

AUTRE CIBLE POTENTIELLE:

- Chez les hommes de poids normal: 7 % se trouvent trop maigres
- Près de 14 % des hommes de 15-24 ans ont essayé de gagner du poids dans les derniers 6 mois

Cible différente
Messages et actions
différents à prévoir

31

LES DONNÉES...

CHEZ LES FEMMES:

- Environ 40 % des femmes ont un surplus de poids = promouvoir SHV
- 74 % des femmes trop maigres s'estiment de poids normal (c. 39 % H) = risque de préoccupation excessive à l'égard du poids, recadrer le poids normal (messages)
- 14 % des femmes de poids normal estiment avoir un excès de poids = idem
- Femmes estimant avoir un excès de poids plus nombreuses à faire des tentatives de perte de poids (donc d'avoir recours aux PSMA) = impact sur les messages
- 41 % des femmes veulent perdre du poids ou le maintenir (c. 31 % H) et les femmes utilisent davantage les PSMA que les hommes (25 % c. 19 %) = impact sur les messages

32

LES ACTIONS:

le programme *Choisir de maigrir?*

CIBLE: femmes préoccupées par leur poids

CHANGEMENT: stopper utilisation PSMA, diminuer PEP, acceptation et valorisation de soi, adoption style de vie sain

BARRIÈRES ET FACILITANTS: PEP et historique de diètes sont des barrières importantes mais facilitent le recrutement, normes sociales (culte de la minceur et omniprésence de l'industrie de l'amaigrissement) aussi barrières +++

MESSAGES: déconstruire les croyances entourant le poids, la saine alimentation, réapproprier démarche de changement (contrairement aux hommes, savent qu'il y a des avantages mais doutent par contre d'être capables d'y arriver par elles-mêmes)

ACTIONS: programme de groupe offert en CLSC, démarche menant à une meilleure compréhension de leur situation et au développement d'un plan d'action personnalisé.

LES ACTIONS:

Campagnes de marketing social - JISD

CIBLE: les femmes (JISD 2007, 2008, 2009)

CHANGEMENT: diminuer PEP (utilisation de PSMA, insatisfaction corporelle) et promouvoir saines habitudes de vie

BARRIÈRES ET FACILITANTS: normes sociales très fortes = barrière, intérêt de la population/des médias/des intervenants/des milieux = facilitant

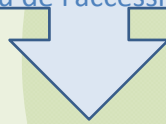
MESSAGES: dangers et inefficacité des PSMA, critères de beauté irréalistes, acceptation de soi, style de vie sain...

ACTIONS: campagne de communication (médias, affiches, brochures, web) et mobilisation des milieux (ateliers clé en main)

LES DONNÉES...

LES FEMMES PEU SCOLARISÉES et/ou DE FAIBLE REVENU :

- Plus nombreuses à avoir surplus de poids
 - Moins nombreuses à essayer de maintenir ou perdre du poids
 - Si tentent de perdre du poids, sont celles qui font le plus grand nombre de tentatives (4), + méthodes dangereuses
- = clientèle à risque, enjeu de l'accessibilité aux services



LES ACTIONS!

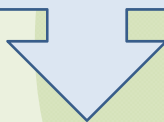
- stratégie de diffusion du programme Choisir de maigrir?(CSSS)
- stratégie de mobilisation JISD – centres de femmes, CLSC
- outils de communication adaptés

35

LES DONNÉES...

À SURVEILLER...CHEZ LES HOMMES

- 39 % s'estiment trop gros et 2,9 % trop maigres: 42 % ne s'estiment pas de poids *normal*
- Les hommes sont à peu près aussi nombreux que les femmes à ne pas s'estimer de poids *normal*



LES ACTIONS!

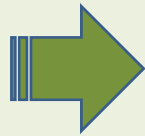
- Après la campagne *femmes* et la campagne *jeunesse...la campagne hommes ?*

36

LES DONNÉES...

PSMA ET PEP

- un peu plus du tiers de la population ont essayé de perdre du poids ou de le contrôler pendant les 6 derniers mois
- de ce nombre, le quart ont eu recours à des diètes amaigrissantes ou à un programme d'amaigrissement commercial
- une personne sur dix a eu souvent recours à une méthode présentant un potentiel de dangerosité pour la santé



LES ACTIONS!
Agir sur les
environnements

37

Idéaux de beauté: des normes sociales à transformer

CIBLES?

MESSAGES?

ACTIONS?

38

Marché des PSMA: des environnements à modifier

CIBLES?

MESSAGES?

ACTIONS?

39

Autres actions en lien avec ces enjeux

- **Secrétariat de la Condition féminine:** Charte québécoise pour une image corporelle saine et diversifiée www.jesigneonline.com
- **ASPQ:** Sondages, outils de sensibilisation (filles et femmes), guide professionnels de la santé, site Internet destiné aux utilisatrices de PSMA www.aspq.org
- **Réseau québécois d'action pour la santé des femmes:** outils et actions de sensibilisation ciblant l'industrie de la mode, bulletin Audacieuses www.rqasf.qc.ca

40

