

ENTREVUE AVEC MME ANNICK BEAULÉ, SERCOVIE – AOÛT 2023

MISE EN CONTEXTE

La Table de concertation des aînés (TCA) Domaine-du-Roy et le CIUSSS du Saguenay-Lac-Saint-Jean souhaitent, dans un contexte post-pandémique, déployer des actions concrètes et novatrices favorisant l'amélioration des saines habitudes de vie chez les personnes âgées vulnérables de la MRC du Domaine-du-Roy. L'objectif poursuivi par cette démarche consiste à prioriser le *vieillir en santé chez soi* des personnes âgées.

Dans le but d'optimiser les retombées de leurs actions, les deux partenaires souhaitent s'instruire des résultats de pratiques déployées par d'autres établissements ou intervenants auprès de personnes âgées de profils variés (âge; atteintes physiques, mentales ou cognitives; isolement géographique; etc.). C'est dans ce contexte que vous avez été contacté pour participer à la présente entrevue. Les partenaires souhaitent plus particulièrement :

- Développer des stratégies de communication qui incitent les personnes âgées à passer à l'action et à modifier leurs comportements de façon positive et durable;
- Optimiser les dimensions favorables – équipements, aménagements et transport; coaching, fidélisation et approches ciblées auprès des clientèles vulnérables – pour soutenir l'adoption et la pérennisation de l'activité physique par les personnes âgées;
- Démocratiser l'accès à une alimentation contributive – dimensions nutritives et sociales – au maintien de la santé des personnes âgées;
- Contribuer à l'adoption et à la pérennisation d'habitudes de vie favorables à une bonne santé physique et mentale des personnes âgées et, en définitive, à une participation sociale optimale à la vie de leur communauté.

RENSEIGNEMENTS SUR L'ENTREVUE

Titre de travail de la pratique :	Le Go pour bouger
Organisation :	Sercovie
Personne interviewée :	Mme Annick Beaulé, Directrice des activités physiques et des loisirs, Gestionnaire de projet MOVE50+
Intervieweur :	Monique Bourget, courtière de connaissances
Date de l'entrevue :	25 août 2023

TEXTE RÉSUMÉ DE LA PRATIQUE

Le Go pour bouger est une initiative développée par Sercovie au cours de la pandémie en coconstruction avec le service de gériatrie du Centre hospitalier de l'Université de Montréal et la Direction de la santé publique du CIUSSS du Centre-Sud-de-l'Île-de-Montréal. S'inspirant des contenus et de la structure des capsules de la plateforme MOVE50+ déployée sur le Web depuis 2018 par Sercovie, l'initiative propose une programmation ciblée d'activité physique destinée aux personnes âgées vivant à domicile pour contrer les effets néfastes de la sédentarité découlant du confinement. Cinq niveaux d'activités sont mis de l'avant dans le cadre de cette initiative, en corrélation avec la forme physique ou les contraintes à l'activité physique de chaque participant.

Le succès de l'initiative repose notamment sur l'expertise scientifique (présence de nombreux kinésologues au sein de l'organisme) et technique (savoir-faire en captation et en montage vidéo) ainsi que sur l'attention spéciale portée à l'actualisation continue des contenus et des approches préconisées dans l'offre de services, aux fins de maintenir l'engagement nécessaire à la pérennisation de la pratique chez la clientèle.

SECTION DESCRIPTIVE

GÉNÉRALITÉS

1. Pouvez-vous nous résumer sommairement le contenu et les objectifs de votre pratique en matière d'adoption de saines habitudes de vie?

Éléments à mettre en relief dans le cadre de la discussion :

- Principaux services?
- Horaire et fréquence?
- Déroulement?

- **MOVE50+** (Mon Objectif pour Vieillir En forme) est un programme d'activité physique chapeauté par l'organisme communautaire **Sercovie**, dont la mission consiste à favoriser l'adoption d'un mode de vie sain chez les personnes âgées et de contribuer au maintien à domicile de celles-ci, notamment par un service de repas livrés à domicile.
- Sercovie déployait au départ son offre de services en activité physique à son local d'activité. Le but poursuivi par cette initiative était d'offrir un service à la maison pour permettre aux personnes âgées de disposer d'outils fiables pour bouger en vue de rencontrer les recommandations de Santé Canada sur l'activité physique.
- Québec ami des aînés (QADA) a soutenu MOVE50+ pour faire des capsules vidéo en ligne. La plateforme Web a été lancée en 2108, en collaboration avec le Centre de recherche sur le vieillissement de l'Université de Sherbrooke.
- Au cours de la pandémie, la DSPU de Montréal a fait appel à l'expertise de Sercovie pour monter rapidement une programmation ciblée d'activité physique destinée aux personnes âgées afin de contrer les effets néfastes de la sédentarité découlant du confinement. C'est ainsi que le programme Le Go pour bouger, fortement inspiré des contenus de MOVE50+, a été réalisé en coconstruction. Cette programmation prévoit un déploiement complet sur une durée de cinq semaines.

CLIENTÈLE

2. Comment décririez-vous votre clientèle cible?

Éléments à mettre en relief dans le cadre de la discussion :

- Générale ou aînée?
- Hommes ou femmes?
- Vulnérabilité (atteintes physiques, mentales ou cognitives; isolement social; etc.)?

- Comme indiqué ci-dessus, le programme Le Go pour bouger visait des personnes âgées vivant à domicile au cours de la pandémie.
- Selon les données compilées par Sercovie, les capsules incluses à la plateforme MOVE50+ atteignent davantage les femmes (77 %) que les hommes et l'auditoire est constitué à majorité (43 %) de personnes âgées de plus de 65 ans.

3. Quelles stratégies de communication utilisez-vous pour faire connaître vos activités et les rendre attrayantes?

Éléments à mettre en relief dans le cadre de la discussion :

- Médias traditionnels (radio ou télé communautaire; hebdo régional; etc.), médias sociaux?
- Technologies privilégiées (application; site internet; réservation téléphonique; etc.)?
- Dépliant (par la poste; à l'épicerie; au CLSC; etc.)?
- Stratégies d'attraction?
- Stratégies de fidélisation?
- Lexique adapté?

- Les capsules de Le Go pour bouger sont hébergées à la fois sur le site Web de la DSPU de Montréal et sur la plateforme MOVE50+ gérée par Sercovie. Elles sont également disponibles en format papier.
- La plateforme MOVE50+ compte de 50 000 à 70 000 visionnements par mois, offrant une visibilité intéressante aux capsules de Le Go pour bouger. La présence des capsules sur le site Web de la DSPU de Montréal offrait une visibilité additionnelle.
- Des sondages de satisfaction sont réalisés sur une base périodique.
- Sercovie a été le premier à offrir un produit de ce type en langue française.
- L'organisme compte 20 000 abonnés sur Facebook, ce qui offre un bassin de diffusion d'intérêt.
- Créée par Sercovie, la page Facebook *La gang active MOVE50+* (3 400 membres) crée un engouement de communauté propice à l'encouragement à relever des défis par le partage de vidéos et de trucs.
- MOVE50+ compte également 13 000 abonnés sur YouTube.
- On fait des entrevues sur des sujets connexes variés comme la ménopause, les fuites urinaires, etc.
- En clair, même si les capsules vidéo conservent leur intérêt et leur actualité dans le temps, il est nécessaire de créer sans cesse de la nouveauté et une forme d'animation afin de maintenir l'intérêt pour les routines et d'ajouter des éléments à ces dernières.

4. Le cas échéant, quelles stratégies spécifiques avez-vous adoptées pour que votre pratique réponde aux besoins particuliers des clientèles vulnérables?

Profils de personnes vulnérables à aborder dans le cadre de la discussion :

- Isolées socialement ou géographiquement
- Présentant des limitations pour le déplacement (déficience physique ou accès limité au transport public)
- Vivant avec un problème de santé mentale
- Accusant un déficit de ressources ou de services adéquats

- Les capsules sont disponibles d'emblée sur le site de MOVE50+. Il n'y pas de compte à créer, pas d'abonnement, pas de frais.
- Les CI(U)SSS font périodiquement appel à Sercovie pour des collaborations *ad hoc*. Même chose pour les kinésologues.
- Des liens ont été tissés avec le programme PIED et le programme PAS.

ACTIVITÉS

5. Comment décririez-vous le territoire (municipalité; territoire urbain, rural ou isolé; etc.) que vous desservez?

- La nature du produit permet son utilisation sur l'ensemble du territoire québécois. De fait, MOVE50+ compte des utilisateurs dans nombre de CI(U)SSS du Québec et certains établissements de santé de l'Ontario, ses capsules sont diffusées sur la télé communautaire dans certaines régions du Québec et son concept et son matériel sont considérés dans divers travaux de chercheurs québécois.
- Avec ce programme, Sercovie a développé des collaborations avec divers partenaires, dont la Fondation québécoise du cancer, la Société canadienne du cancer, ParticipAction et Josée Lavigneur (Ma zone fit).

6. Quels sont les lieux ou équipements mis à contribution dans le cadre de vos activités?

Éléments à mettre en relief dans le cadre de la discussion :

- S'agit-il d'actifs municipaux ou privés?

- Ces lieux ou équipements tiennent-ils compte des besoins spécifiques (trottoirs abaissés aux intersections; piscine chauffée; éclairage extérieur; horaire de jour; etc.) des personnes âgées?

- Voir questions précédentes.
- En parallèle, un sondage de satisfaction réalisé auprès de quelques centaines de personnes âgées de 51 à 83 ans montre que les éléments les plus appréciés du programme MOVE50+ incluent notamment :
 - La gratuité des séances;
 - La diversité des séances;
 - Leur conception qu'on sent réfléchi pour la clientèle cible;
 - L'expertise des intervenants;
 - La qualité des programmes.

7. Quelles sont vos stratégies pour favoriser les interactions dans le cadre de vos activités?

Éléments à mettre en relief dans le cadre de la discussion :

- Présence d'un coach ou d'un animateur?
- Capsules vidéo?
- Activité individuelle ou de groupe?
- Partage d'expérience par les pairs?

- Voir questions précédentes.

8. Quel rôle le transport (de personnes ou de matières) joue-t-il dans la réussite de votre pratique?

Éléments à mettre en relief dans le cadre de la discussion :

- Offre de transport existante?
- Par des bénévoles? Par des partenaires privés ou communautaires?

- Sans objet.

9. Dans un monde idéal, le transport nécessaire à la réussite de votre pratique devrait-il permettre le déplacement des personnes vers vos activités ou le déplacement de vos activités vers les personnes? Expliquez.

- Dans la mesure où le volet Web de l'offre de services a été développé pour pallier certains enjeux de déplacement, il est préférable, dans une perspective de maintien de cette pratique, d'amener les activités vers les personnes.

EXPLOITATION

10. Avez-vous atteint vos cibles de participation au cours de la dernière année? Comment expliquez-vous vos résultats?

Éléments à mettre en relief dans le cadre de la discussion :

- Nombre de participants?
- Proportion des participants qui reviennent sur une base récurrente?
- Profil de la clientèle?
- Présence d'un coach ou d'un animateur?
- Stratégies de diffusion?
- Stratégies d'attraction/fidélisation?
- Partenariats développés?

- Les capsules Le Go pour bouger ont été visionnées plus de 43 000 fois depuis leur lancement en 2020. C'est le niveau rouge (pour personnes moins en forme ou présentant des contraintes à l'activité physique) qui est le plus consulté (14 000 visionnements), suivi de près par le niveau orange (12 000 visionnements).

11. Quelle est la composition de votre équipe?

Éléments à mettre en relief dans le cadre de la discussion :

- Nombre d'acteurs?
- Principaux rôles?
- Nombre et nature des postes permanents?
- Forces et limites du bénévolat?

- 42 employés œuvrent aux différentes activités de Sercovie qui, outre le volet MOVE50+, incluent la popote mobile et le bénévolat. Le centre d'activités, qui gère MOVE50+, compte entre 12 et 15 employés, selon les périodes de l'année.

12. Quels sont vos principaux partenaires financiers et communautaires? Quels sont leurs rôles en lien avec l'accomplissement de votre mission?

Éléments à mettre en relief dans le cadre de la discussion :

- Durée du financement?
- Durée des ententes de partenariat?
- Modalités et mécanismes envisagés pour la pérennisation?

- Sercovie présente un niveau d'autofinancement de 70 %. Pour le reste, il est bénéficiaire du PSOC, il obtient occasionnellement du financement pour la réalisation de projets spécifiques et il reçoit également des dons.

SECTION APPRÉCIATIVE

ENJEUX ET OPPORTUNITÉS

13. Quels effets avez-vous pu observer auprès des personnes âgées dans les suites de la mise en œuvre de votre pratique?

Éléments à mettre en relief dans le cadre de la discussion :

- Effets sur la santé physique (alimentation; activité physique; etc.)?
- Effets sur la santé mentale (qualité du sommeil; isolement social; etc.)?
- Adhésion et pérennisation à la pratique?
- Effets sur certains groupes cibles (personnes vulnérables; hommes; proches aidants; etc.)

- Bien que la clientèle offre une forme de rétroaction sur les contenus, le format privilégié (capsules Web à réaliser seul à la maison) ne permet pas de réaliser des observations directes sur les clientèles.

14. Quels ont été vos plus grands défis au moment de l'implantation de votre service?

- Dans le cadre de la production des capsules Le Go pour bouger, la mobilisation de l'équipe de Sercovie a permis de répondre aux contraintes de rapidité (3 semaines) imposées par le contexte pandémique. La mise en ligne a toutefois connu un certain délai en lien avec des exigences organisationnelles de la DSPu de Montréal.

15. Quels sont les principaux facteurs qui contribuent à la réussite de votre pratique? Pour les usagers? Pour l'équipe? Pour l'organisation? Pour le territoire visé?

- Sercovie dispose à la fois de l'expertise scientifique (kinésologues) et technique (vidéo). Les partenariats et collaborations (voir question 5) sont riches et nombreux.

16. Quels sont les principaux freins à la réussite de votre pratique? Pour les usagers? Pour l'équipe? Pour l'organisation? Pour le territoire visé?

- On déplore la multiplicité des initiatives isolées pour relever le défi de l'activité physique chez les personnes âgées au Québec. Une mutualisation des initiatives les plus efficaces apparaît souhaitable.
- Dans la mesure où des personnes âgées davantage actives physiquement sont généralement des personnes âgées qui visitent moins les hôpitaux, on juge que certains outils de base devraient demeurer gratuits et qu'un moyen approprié pour y arriver serait un soutien financier gouvernemental à la mission d'organismes tels Sercovie. Pour tout ce qui est au-delà d'une offre de services de base, on pourrait aller du côté des commandites.

17. Le cas échéant, quels sont les enjeux réglementaires auxquels vous faites face?

- Sans objet.

SECTION PROSPECTIVE

MISE EN ŒUVRE

18. Quels conseils donneriez-vous à des groupes souhaitant mettre en place une pratique similaire à la vôtre?

- Sans objet.

19. Que prévoyez-vous changer à votre pratique au cours des six prochains mois? Au cours des prochaines années?

- Le volume des capsules actuellement disponibles appelle à une meilleure organisation du matériel et, dans plusieurs cas, à son actualisation et à sa traduction.
- On souhaite également développer un outil d'aide à la décision pour mieux orienter les clientèles dans la sélection des capsules les plus appropriées à leurs capacités.

20. Y a-t-il des aspects de votre pratique que nous n'avons pas couverts dans le cadre de cette entrevue et dont vous aimeriez nous parler?

- Sercovie collabore actuellement au développement d'une plateforme traitant d'alimentation destinée aux personnes âgées, incluant un outil d'aide à la décision sur les choix alimentaires.