

Mandataire du projet :



ASSOCIATION
QUÉBÉCOISE DE LA
GARDE SCOLAIRE



Table
québécoise
sur la saine
alimentation

En partenariat avec :

Québec 

ENSEMBLE POUR DÉVELOPPER LA LITTÉRATIE ALIMENTAIRE DES ENFANTS

SOMMAIRE

Mars 2022 à février 2023

UN PROJET PORTÉ PAR LE GROUPE DE TRAVAIL SAINÉ ALIMENTATION PENDANT L'ENFANCE (GT-SAE)

COMITÉ DE SUIVI DU PROJET

Composé d'acteurs membres du GT-SAE
provenant de plusieurs milieux et domaines :

- Scolaire
- Santé publique
- Communautaire
- Éducation alimentaire
- Développement durable
- Enseignement
- Garde scolaire
- Nutrition

Ministère de l'Éducation

Équiterre^o



Ministère de la Santé et
des Services sociaux

Ateliers
CINQ ÉPICES

Coordination et rédaction

Lucie Laurin, Dt.P. Association Québécoise de la Garde Scolaire

Révision

Marianne Dunlavy, Dt.P. Ministère de la Santé et des Services Sociaux

Marie-Pierre Drolet, Dt.P. Ministère de l'Éducation

Maryline Manceau. L'ILOT

Mélanie Veillette, Dt.P. Ateliers cinq épices

Édition

Nejib Riahi, Association Québécoise de la Garde Scolaire

Date de publication

Mars 2023

En continuité avec :



Avec l'accompagnement de:



Contexte

Éléments ressortant des consultations

Présence d'une norme sociale à l'égard de l'alimentation qui valorise les pratiques restrictives et l'approche autoritaire.

Présence de plusieurs formations et outils (ex. : Ensemble pour des repas conviviaux) visant à sensibiliser le personnel de l'équipe-école à l'importance de l'approche démocratique et à l'attitude positive à l'égard de l'alimentation.

Ces formations et outils sont peu utilisés, ne rejoignent pas l'ensemble des intervenants clés et très peu de renforcement de pratiques d'intervention démocratique en alimentation est réalisé.

En l'absence d'un cadre éducatif clair, de formation et d'accompagnement suffisants, les intervenants ont tendance à agir par automatisme, sont influencés par leurs croyances personnelles, et en conséquence, appliquent des interventions qui ne soutiennent pas le bien-être de l'enfant, malgré leurs bonnes intentions.

Constats

Un sondage réalisé par l'AQGS à l'automne 2021 confirme que 80 % des écoles interdisent des aliments sur la base de leur valeur nutritive (ex. : croustilles, chocolat, bonbons, soda). De plus, 62 % du personnel technique qui a répondu au sondage est en accord avec cette pratique restrictive.

Depuis plus de 5 ans les formations sur l'importance des pratiques démocratiques sont offertes aux services de garde scolaires par des nutritionnistes. Les commentaires qu'elles reçoivent confirment que les ressources actuellement en place pour améliorer les pratiques sont insuffisantes.

Le projet Ensemble pour développer la littératie alimentaire des enfants a été créé dans le but de déployer des stratégies efficaces pour changer les pratiques actuelles.

État des connaissances scientifiques sur la relation positive aux aliments

La littérature démontre l'impact du discours positif et de l'approche démocratique sur la relation à la nourriture des enfants et l'adoption d'une saine alimentation, à court et long terme.

Représente un facteur de protection quant au développement de préoccupations excessives liées à l'apparence et au poids, d'un trouble alimentaire et de l'obésité.

Est incluse dans plusieurs modèles de littératie alimentaire.

Réduit l'anxiété au moment des repas.

Vue d'ensemble de la démarche

OBJECTIFS

Co-construire un plan d'action collectif qui s'appuie sur une vision partagée et rassembleuse pour amener les intervenants clés du milieu scolaire primaire à pratiquer une approche démocratique et adopter une attitude positive concernant l'alimentation à l'école.

Favoriser la mobilisation et l'engagement des acteurs clés.

1

Comprendre les enjeux et la vision du changement souhaitée

Rencontre participative 3 mai 2022

2

Valider les stratégies prometteuses et prioriser les actions

Deux rencontres participatives : 19 octobre et 30 novembre 2022

3

Présenter le bilan de l'an 1 et le plan d'action pour l'an 2

Février 2023

Phase 1 de la démarche collaborative

RENCONTRE 1 DU COMITÉ DE SUIVI

8 MARS 2022

Co-construction de la première rencontre participative

RENCONTRE PARTICIPATIVE

13 MAI 2022

Participation de 56 acteurs clés : 21 du réseau scolaire, 22 du réseau de la santé et des services sociaux et 12 d'autres milieux (Communication, recherche, communautaire, ODNQ)

Résultats

- Création d'une représentation partagée de l'enjeu et de son contexte.
- Élaboration d'une vision commune des changements prioritaires souhaités au cours des prochaines années.
- Identification des stratégies prometteuses pour réaliser ensemble ce changement.
- Mobilisation des acteurs clés des réseaux de la santé et du milieu scolaire.

Phase 2 de la démarche collaborative

RENCONTRE 2 DU COMITÉ DE SUIVI

27 JUIN 2022

- Co-analyse des retombées de la rencontre participative du 3 mai
- Co-élaboration de l'impact ultime et des impacts visés

RENCONTRE 3 DU COMITÉ DE SUIVI

25 AOÛT 2022

- Co-élaboration de la stratégie de marketing social pour réaliser les impacts visés
- Identification des publics cibles possibles de la stratégie
- Validation du déroulement de la deuxième rencontre participative

DEUXIÈME RENCONTRE PARTICIPATIVE

19 OCTOBRE 2022

Participation de 14 acteurs clés liés à la santé publique et à l'accompagnement des milieux scolaires (Nutritionnistes, accompagnateurs École en santé, répondants locaux et régionaux)

Résultats

- Validation de l'impact ultime et des impacts visés, ainsi que de la stratégie de marketing social proposée pour réaliser le changement souhaité.
- Identification des publics cibles (primaires et secondaires) pour prioriser les actions et début de l'analyse des comportements à modifier qui auraient le plus d'impact.

Phase 3 de la démarche collaborative

CONSULTATION ASYNCHRONE AVEC LE COMITÉ DE SUIVI

- Validation de la stratégie de marketing social et des publics cibles prioritaires
- Validation du déroulement de la troisième rencontre participative

TROISIÈME RENCONTRE PARTICIPATIVE

30 NOVEMBRE 2022

Participation de 9 acteurs clés du réseau scolaire (Conseillers pédagogiques, directions, FÉÉPEQ, nutritionnistes du réseau scolaire)

Résultats

- Validation de la stratégie de marketing social proposée pour réaliser le changement souhaité.
- Bonification du plan d'action préliminaire.
- Renforcement de la collaboration avec le milieu scolaire.

Les 7 étapes de la stratégie de marketing social en cours de développement

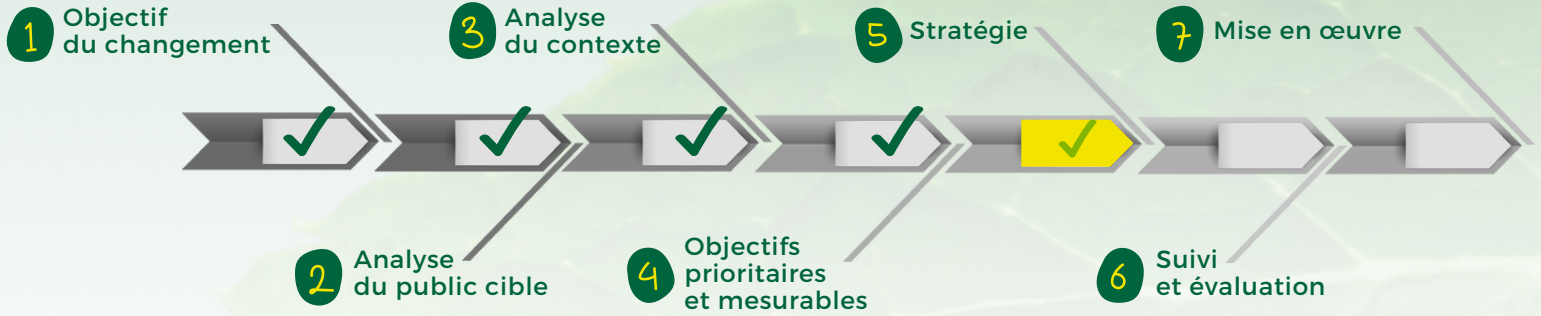


Rappel :

Le marketing social utilise un éventail de moyens pour amener des changements de comportement, au sein de groupes de personnes ciblées, que ce soit de manière consciente ou du fait d'un changement d'environnement ou une évolution des normes sociales.

✓ = étapes définies au cours des 3 rencontres participatives

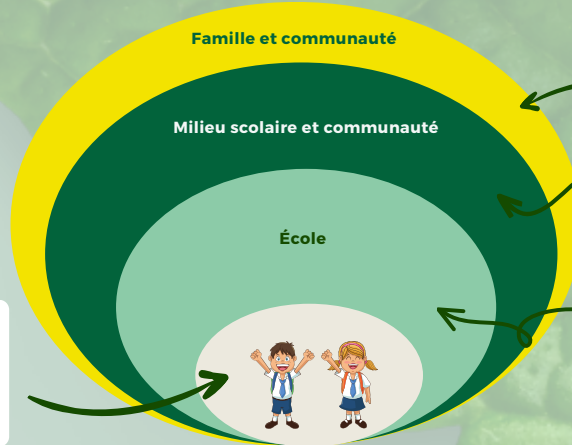
✓ = en partie définie



Les éléments validés lors de la rencontre 2

1 Objectifs du changement ✓

IMPACT ULTIME - Le milieu scolaire contribue à développer l'autonomie des enfants à faire des choix alimentaires variés et nutritifs et à respecter leurs signaux de faim et satiété.



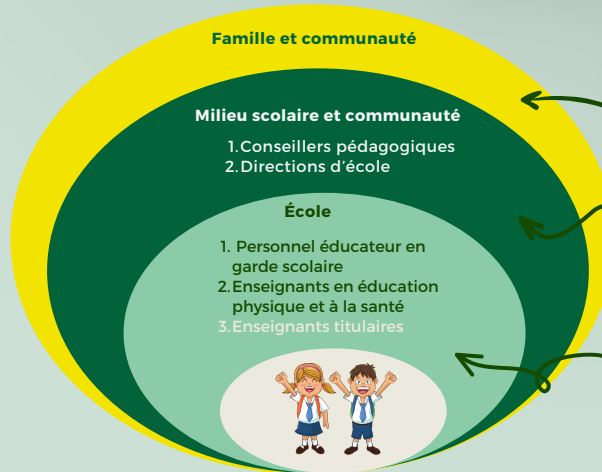
4 Objectifs prioritaires et mesurables ✓

IMPACT 3 - Tous les adultes qui ont un rôle de modèle auprès des enfants comprennent l'importance d'une approche démocratique et d'une attitude positive face à l'alimentation.

IMPACT 2 - Des agents multiplicateurs accompagnent l'équipe-école dans l'adoption d'une approche démocratique et d'une attitude positive face à l'alimentation.

IMPACT 1 - Des intervenants clés de l'équipe-école pratiquent une approche démocratique et adoptent une attitude positive face à l'alimentation auprès des enfants.

2 Analyse du public cible ✓



Le grand public sera rejoint à l'aide d'un projet distinct.

Public cible secondaire privilégié, parmi les agents multiplicateurs.

Public cible primaire privilégié, parmi l'équipe-école.

3 Analyse du contexte ✓

Enjeu/problématique

Présence de discours négatifs et de pratiques restrictives (aliments permis ou défendus) à l'égard de l'alimentation de la part de divers intervenants qui gravitent autour de l'élève.

Les éléments validés lors de la rencontre 3

5 Stratégie Plan d'action pour l'an 2 du projet : mise en place de groupes de travail et de comités consultatifs.

Deux groupes de travail collaboratifs

- 1- Agents multiplicateurs en éducation physique et à la santé (EÉPS)
- 2- Agents multiplicateurs en garde scolaire (SDG)



Deux comités consultatifs d'experts

- 1- Littératie alimentaire
- 2- Marketing social et communication

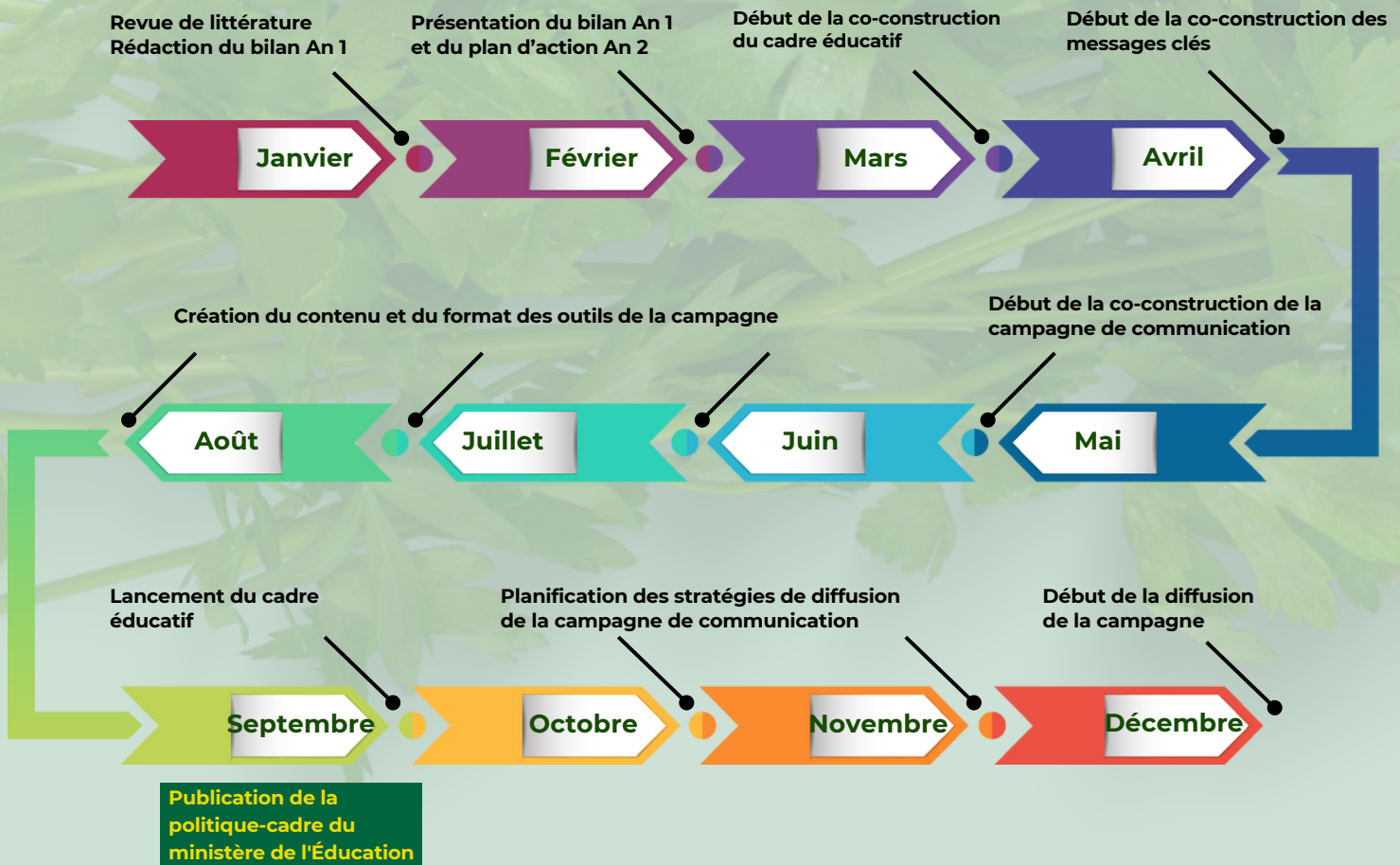
Les membres du comité de suivi seront répartis dans les GT et CC selon leurs intérêts

Le mandat

- 1- Co-construire les messages clés de la campagne.
- 2- Solliciter leur avis pour la conception du cadre éducatif.
- 3- Partager les opportunités et les leviers existants tout au long du projet.
- 4- Co-construire la stratégie autour de la campagne.
- 5- Participer au déploiement de la campagne (auprès des publics cibles primaire et secondaire).

Vue d'ensemble du plan d'action

2023



2024

Diffusion de la campagne

Mise en œuvre de la campagne de communication pour le mois de la nutrition

Collecte de données pour évaluer la diffusion et l'appréciation de la campagne

Janvier

Février

Mars

Avril

Retombées de la démarche de l'an 1

Plus de 60 acteurs mobilisés tout au long de la démarche autour de l'importance de la relation positive aux aliments, provenant de différents secteurs :

- Santé publique (22 intervenants : nutritionnistes, agents École en santé, hygiénistes dentaires, infirmières);
- Milieu scolaire (25 intervenants : nutritionnistes, agents École en santé, conseillers pédagogiques, techniciennes en garde scolaire, directions d'école, responsables du dossier saine alimentation de CSS, représentants d'association);
- 2 intervenantes en recherche, 3 en communication et 4 du milieu communautaire.

Ces acteurs sont conscients des conséquences négatives des pratiques restrictives et adhèrent à la vision et aux objectifs du projet. Ils souhaitent à court terme avoir un cadre éducatif et des messages clés communs qui sont porteurs.

Un processus ayant permis de valider l'ébauche d'une stratégie de marketing social :

- Analyse du contexte;
- Identification des impacts visés pour la réalisation du changement souhaité;
- Priorisation des publics cibles primaires: le personnel enseignant en éducation physique et à la santé et le personnel éducateur de la garde scolaire;
- Conceptualisation du plan d'action pour l'an 2 (2023-2024) permettant aux représentants des publics cibles secondaires d'être au cœur de la co-construction de la stratégie de marketing social, tout en bénéficiant de l'expertise de différents acteurs de la santé publique et de la recherche.

Un enthousiasme perçu des acteurs terrains (santé publique et milieu scolaire) autour de la stratégie à co-construire à l'an 2.

Le développement d'un bassin d'ambassadeurs du projet et de la campagne de communication à venir.



TQSA.CA