

LE DÉFI 70/30 : LA RÉVOLUTION TRANQUILLE DE LA POLITIQUE DU LOISIR ET DU SPORT

VOLUME 10, NUMÉRO 16- 2013

André Thibault, directeur de
l'Observatoire québécois du loisir

À son discours d'ouverture de la 40^e législature de l'Assemblée nationale le 31 octobre 2012, la première ministre Pauline Marois annonçait la modernisation de la Politique du loisir et du sport, lui confiant clairement la mission de mettre le Québec en forme.

À ce stade, vous me permettrez de lier l'éducation et la santé en vous parlant un peu de sports et de loisirs. L'habitude de l'activité physique se développe dès le plus jeune âge. Il est temps de moderniser la politique nationale du sport et du loisir et d'en faire une des pierres d'assise de notre système d'éducation, du CPE à l'université, et de l'étendre jusque dans les CHSLD¹.

En ciblant l'ensemble de la population comme bénéficiaire de cette politique, du CPE jusqu'au CHSLD, la première ministre invitait les acteurs du loisir et du sport à sortir de leur zone de confort : peu d'entre eux interviennent en effet dans les CPE et les CHSLD. Or, un coup d'œil sur la démographie actuelle et future du Québec indique que plus de 70 % de la population visée par cette politique échappe en très grande partie au monde du sport fédéré, lequel s'adresse à des adeptes d'activités ou de disciplines particulières et soulève des enjeux critiques pour le reste du système de loisir public agissant auprès d'associations reconnues. La pratique libre, les associations informelles des réseaux sociaux, le vieillissement de la population, la conciliation famille/travail sont, par exemple, autant de phénomènes qui posent des défis considérables au système actuel de loisir public.

L'Observatoire a puisé dans ses analyses antérieures afin d'identifier et de mesurer l'ampleur des défis que suscite une politique orientée vers les besoins de toute la population.

LA DEMOGRAPHIE 30/70²

La distribution des groupes d'âge de la population du Québec montre que les moins de 25 ans ne représentent que 28 % de la population. Et les projections pour les 30 prochaines années indiquent une stabilisation de cette proportion.

Par ailleurs, la proportion des personnes de plus de 65 ans passera de 16 % aujourd'hui à près de 26 % en 2056, alors que l'espérance de vie atteindra facilement 88 ans.

L'âge médian des Québécois grimpera de 40 à 46 ans au cours des 40 prochaines années. C'est donc dire que la mise en forme des aînés et des adultes constituera une part très importante des efforts éventuels, alors que le monde actuel du loisir et du sport vise habituellement ou rejoint principalement les jeunes de moins de 25 ans et travaille largement avec des groupes organisés et reconnus.

Groupes d'âge	Nombre	%
0-24	2 252 963	27,97
25-44	2 145 802	26,64
45-65	2 354 605	29,23
65-79	956 024	11,87
80 et +	345 362	4,29
Total Québec	8 054 756	

¹ Notes de discours de la première ministre du Québec, Madame Pauline Marois, à l'occasion de l'ouverture de la 40^e législature de l'Assemblée nationale - « Un Québec pour tous », <http://www.premier-ministre.gouv.qc.ca/actualites/allocutions/details.asp?idAllocutions=825>, consulté le 2 avril 2013

² Institut de la statistique du Québec(2009), Perspectives démographiques du Québec et des régions 2006-2056, http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/demograp/pdf2009/perspectives2006_2056.pdf consulté le 23 avril 2013.

L'Observatoire québécois du loisir a relevé au cours des dernières années que, en raison des contraintes de la conciliation famille/travail, les familles ont de plus en plus de difficulté à s'engager dans des activités régulières, mais qu'elles tiennent à pratiquer leurs loisirs EN famille. La tendance est également à la pratique libre plutôt qu'à la pratique encadrée, rendue très difficile par la décroissance du temps libre³ dans les familles, où les conjoints travaillent majoritairement à l'extérieur. Serait-ce là l'explication du fait démontré que le sport en général (fédéré ou non) est en chute chez les adultes depuis plusieurs années?

Le défi 70/30 est donc bien réel. Comment l'aborder?

DEUX STRATEGIES POUR METTRE LES QUEBECOIS EN FORME

Tout au long de son développement, le système québécois du loisir (sportif, culturel, plein air, social) et des sports fédérés a misé sur deux stratégies différentes et complémentaires :

1. la consolidation et la promotion de disciplines ou d'activités organisées;
2. la création d'environnements favorables à l'initiative des personnes et des associations.

La première stratégie se caractérise par l'offre, la seconde par la demande ou la réponse aux besoins. Chacune de ces stratégies porte ses propres enjeux et ses propres défis, que toute politique du loisir et du sport doit prendre en compte.

LA STRATÉGIE DE L'OFFRE AXÉE SUR LA PROMOTION

Côté offre, l'approche passe généralement par la promotion des disciplines de sport et de plein air, et par le développement de l'accessibilité des programmes, des activités et des structures des fédérations, associations et clubs disciplinaires. Cette approche, souvent promue par des héros médaillés, de grands explorateurs ou de grands passionnés, invite les Québécois à se mettre en forme en pratiquant une discipline exigeant des performances physiques dans un contexte organisationnel facilitant. Elle requiert un

soutien public important, configuré par les exigences des disciplines reconnues.

Si ces disciplines procurent effectivement des occasions pour cultiver et garder la forme physique, le défi le plus important des organisations qui les régissent et en assurent le développement vient de leur peu d'expérience auprès du 70 % de la population formé d'adultes, d'ânés et de familles, et du fait que plusieurs présentent une culture organisationnelle davantage axée sur l'excellence que sur la pratique populaire.

Un regard sur les statistiques de participation dans certains sports montre en effet une pyramide dont les étages supérieurs sont pratiquement inaccessibles au groupe des 70 %, qui n'y aspire d'ailleurs que très peu ou pas du tout.

Le défi d'ensemble est donc important : il s'agit de modifier la culture organisationnelle et les compétences afférentes, et d'adopter des critères de succès mesurés par la bonne forme des Québécois à côté de critères mesurés par la performance et l'encadrement de quelques personnes d'exception.

Les disciplines du sport fédéré peuvent-elles toutes relever ce défi? Même si certaines regroupent un grand nombre d'adhérents, il n'est pas certain que toutes puissent devenir populaires, notamment celles qui exigent des installations coûteuses, une grande maîtrise technique et des mesures de sécurité importantes, ou qui ne sont pas liées à la culture sportive de chez nous. Et même en dehors du système sportif fédéré, il n'est pas certain que des disciplines comme le saut en parachute puissent devenir accessibles à tous. D'ailleurs, on constate que les activités les plus populaires sont celles qui sont le plus accessibles et qui bénéficient d'infrastructures publiques, civiles ou commerciales.

Plusieurs sports, non constitués en fédérations pyramidales comme les sports olympiques, peuvent contribuer à l'effort de mise en forme des Québécois. Le vélo en est un exemple signifiant. « En 2010, 2 millions d'adultes, âgés de 18 à 74 ans, faisaient du vélo au moins une

³ Pronovost, Gilles (2007). *Fin de siècle, déclin du loisir?* Observatoire québécois du loisir, Vol. 4 #7

fois par semaine. Ils étaient 1,8 million en 2005, 1,6 million en 2000⁴. » Certains pratiquent même le vélo avec une intensité digne des athlètes de compétition, même s'ils n'en sont pas; tout au plus participent-ils à quelques événements plus ou moins sanctionnés.

Par ailleurs des centaines de milliers de Québécois du groupe des 70 % pratiquent des activités susceptibles d'améliorer la forme physique et même plus à l'occasion. Des activités telles jouer au golf (1 million d'adeptes⁵), marcher (464 000 personnes pratiquent la randonnée pédestre plus de 10 fois année⁶), pêcher (709 193 pêcheurs⁷) ou chasser (522 094 chasseurs sportifs), pratiquer la raquette ou la danse sociale (8,3 % de la population québécoise s'y adonne « souvent »⁸) ont indéniablement certains effets sur la mise en forme: très variables certes, tant l'intensité et l'effort peuvent varier, mais mieux que rien et que la sédentarité tant décriée. Or, ce sont des activités soutenues par l'État de plusieurs manières, que le caractère gouvernemental de la future Politique du loisir et du sport devrait permettre davantage de mettre à profit.

Bref, l'approche par disciplines pose des exigences, notamment l'adoption d'une culture populationnelle et l'élargissement de la gamme des disciplines reconnues en fonction de leur capacité de relever le défi 70/30 et de respecter la tendance à la pratique moins organisée. Le caractère multiministériel de la politique devrait faciliter la mise en œuvre et le succès de cette approche.

⁴ Vélo Québec, *L'état du vélo au Québec en 2010*, 2011.

⁵ Chaire de tourisme, UQAM

http://www.chairedetourisme.uqam.ca/upload/files/publications2006_mai_sommaire_executif.pdf, consulté le 21 avril 2013

⁶ Institut de la statistique du Québec (2007), <http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/sante/EQSAPSL.htm>, consulté le 21 avril 2013.

⁷ Faune Québec, Statistiques 2012

<http://www.mrn.gouv.qc.ca/faune/statistiques/vente-totale.jsp>, consulté le 21 avril 2013

⁸ Ministère de la Culture et des Communications, *Les pratiques culturelles au Québec*, 2011, p.164

http://www.mcc.gouv.qc.ca/index.php?id=3355&tx_lesecrits_pi1%5btheme%5d=4&tx_lesecrits_pi1%5bposted%5d=1&tx_lesecrits_pi1%5becrit%5d=614&cHash=23f9cdd315c4b0ccc3c73d1eec4372b7, consulté le 21 avril 2013.

LA STRATÉGIE DE RÉPONSE À LA DEMANDE, FONDÉE SUR LES CONDITIONS PROPICES AUX INITIATIVES

Plusieurs Québécois ont des pratiques de temps libre éclatées, c'est-à-dire qu'ils recherchent davantage une expérience de temps libre qu'ils ne pratiquent une activité en particulier⁹, et le font en dehors des cadres habituels. Bon nombre appartiennent davantage à des réseaux sociaux qu'ils n'adhèrent à des fédérations disciplinaires, et ils s'organisent par eux-mêmes ou participent à des initiatives populaires comme le Défi Pierre-Lavoie. De plus en plus de Québécois organisent eux-mêmes leurs activités ou leurs pratiques de loisir à l'aide des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, etc.); les communications ne sont pas que virtuelles puisqu'elles débouchent sur des rencontres réelles et même des événements qui leur permettent de vivre leurs expériences.

Coureurs à pied, cyclistes, skieurs de fond, raquetteurs et golfeurs sont de ceux-là. Pour ces « sportifs », le contexte social et physique, l'horaire et les lieux sont des déterminants aussi importants que l'activité elle-même quand vient le temps de composer leur pratique de loisir, nécessairement pratique « libre ».

En vacances, en fin de semaine, en CHSLD, en soirée ou durant la journée, on se concocte ou on s'improvise un mélange ou un bouquet d'activités tantôt physiques, tantôt sociales, tantôt culturelles. Certaines activités ont même le mérite d'offrir les trois dimensions. On rencontre des amis, soupe au resto, pratique un jeu ou une activité physique. Bref, comme l'indiquait une étude commandée par le MELS¹⁰, on recherche d'abord le plaisir (66 % disent « beaucoup »). N'est-ce pas la base du loisir? C'est dans cette mixture, dans cet environnement favorable qu'il faut insérer la « bonne forme ».

La même étude montrait aussi que 54 % des gens recherchent « beaucoup » l'amélioration ou le maintien de leur forme physique. C'est donc dire que, dans leurs loisirs, les Québécois veulent avoir du plaisir tout en se mettant en forme. Les

⁹ Thibault, André (2013). *L'animation à l'ère de la pratique libre*, Agora Forum, vol.35#4.

¹⁰ Institut de la statistique du Québec (2006), *Enquête québécoise sur les activités physiques, sportives et de loisir*, Rapport d'enquête, p.95 <http://www.stat.gouv.qc.ca/publications/sante/EQSAPSL.htm>, consulté le 21 avril 2013

analyses plus récentes de Pronovost, ajoutent les valeurs d'initiatives et d'autonomie dans les pratiques actuelles.

La montée des valeurs d'individualité, l'affirmation croissante du «moi», l'attention portée au respect des libertés individuelles, le déclin des contrôles institutionnels ont conduit à envisager le loisir de plus en plus dans ses connotations d'épanouissement personnel et d'autonomie des pratiques.¹¹

Voilà pour la demande. Cette demande se module de mille et une manières selon qu'on est en famille ou seul, qu'on a un emploi ou est à la retraite, qu'on habite un CHSLD, une HLM ou une résidence universitaire, qu'on réside dans une grande ville ou un village. Les organisations ont donc un devoir de connaître les usagers et leur environnement, et de mesurer les écarts : ce sont les besoins.

Prendre en compte les milieux de vie des gens, procurer les conditions nécessaires à la pratique libre, s'assurer que l'environnement et les conditions sont propices à une vie active et à la mise en forme, *voilà qui définit la stratégie de réponse à la demande.*

Cette stratégie n'a rien de nouveau : dans le privé, c'est le plan marketing. Selon l'Association américaine du marketing, le marketing est l'activité qui traite des processus de création, de communication, de prestation et d'échange de l'offre (biens et services) qui satisfera les clients, les partenaires et la société en général.

Concrètement, les acteurs du loisir et du sport publics mettront à disposition des espaces et des équipements, organiseront des événements, animeront des expériences et soutiendront des projets du milieu favorisant la mise en forme et l'initiative des personnes.

Courir est une activité solitaire. Mais quand des milliers de solitaires se réunissent pour courir au même endroit, au même moment, ça devient un projet collectif. La course

n'est plus qu'un exercice, c'est une fête. Et l'effort devient un plaisir¹².

PISTES ET BONNES PRATIQUES

Que l'approche soit fondée sur les disciplines ou sur la demande, les exemples concrets sont nombreux d'initiatives qui créent des environnements favorables : aménager des pistes cyclables, réserver des plages horaires au patinage libre dans les arénas, aménager des sentiers de randonnée et des sentiers santé dans les parcs et à travers la ville, promouvoir et faciliter l'organisation, à divers moments de l'année, d'événements rassembleurs comme la Féria du Vélo, offrir des ateliers ou des démonstrations de « bonnes pratiques physiques » sur les parcours de golf, utiliser les techniques du marketing social pour promouvoir la recherche de la bonne forme, soutenir par des programmes et des outils l'intégration d'activités physiques dans les clubs de l'âge d'or, les troupes de théâtre amateur ou les clubs de voile. On voit aussi des directions de camp de jour développer des pratiques mieux ciblées pour donner le goût de la bonne forme aux 300 000 enfants qui fréquentent ces camps.

Pourquoi ne pas construire des CHSLD dotés de piscines communautaires et de salles de conditionnement physique? Et certaines pourraient être ouvertes à toute la communauté. Pourquoi les villes ne pourraient-elles pas assortir le permis de construction d'une résidence pour personnes âgées à l'aménagement de salles communes de jeux et d'activités physiques. Dans les villes, sachant que les familles veulent jouer et être physiquement actives EN famille, il faut des aires accessibles pour courir, se lancer la balle ou jouer au frisbee, patiner, courir sous un cerf-volant. Tout cela coûte bien moins cher que les modules onéreux dont l'usage est peu intensif en plusieurs milieux.

La liste bien imparfaite qui précède mentionne des pratiques concrètes, souvent existantes et observées, qui permettent de relever le défi 70/30 et de soutenir l'activité physique régulière.

Au chapitre des organisations capables de prendre ce virage population, il est clair que Vélo

¹¹ Pronovost, Gilles,(2013), *Tendances dans l'univers des significations du loisir*, Observatoire québécois du loisir, bulletin Vol.10#13, p.4.

¹² Stéphane Laporte (2013), *Être ensemble*, La Presse, 22 avril.

Québec doit être cité comme modèle de bonne pratique¹³. Vélo Québec s'adresse principalement à l'ensemble de la population. Vélo Québec se préoccupe des environnements au moyen d'un réseau de pistes cyclables qui évolue vers l'offre d'une expérience plus complète s'intégrant aux communautés qu'elles traversent. Vélo Québec organise des événements qui promeuvent le vélo récréatif comme le vélo compétitif.

ENJEUX DE MISE EN ŒUVRE

Les municipalités urbaines et rurales, en partenariat avec leurs citoyens réunis ou non en associations, restent les organisations les plus près de la demande et celles qui investissent le plus de ressources humaines et financières dans cette stratégie de réponse à la demande. *L'enjeu incontournable et critique de la future politique est bien de mobiliser les municipalités. Doit être mis à contribution le ministère des Affaires municipales, des Régions et de l'Occupation du territoire avec ses pouvoirs d'encadrement des municipalités et, notamment, le Pacte rural qui octroie la majorité de ses fonds à des projets liés au loisir.*

Quelle que soit la stratégie retenue, dès que l'ensemble de la population est visée, de nouveaux enjeux apparaissent rapidement. Par exemple, les personnes âgées pratiquent davantage leur activité le jour que le soir : quels gymnases scolaires seront disponibles alors que traditionnellement ces plateaux servent aux élèves durant la journée? Relever le défi 70/30, c'est aussi arbitrer des conflits comme celui entre le sport structuré qui manque d'heures de glace et le patinage libre pour les familles qui doit pouvoir être pratiqué à des heures convenables durant les fins de semaine.

L'approche populationnelle exige de régler un contentieux ancien, qui semble même se dégrader actuellement, celui de la concertation municipale-scolaire, à laquelle il faut ajouter les institutions de santé dorénavant.

Enfin, à l'heure où les réseaux sociaux remplacent les organisations traditionnelles pour rassembler et favoriser plusieurs types

d'activités et d'expériences de temps libre, il semble bien que cet outil est plus maîtrisé dans la population que dans le réseau du loisir et du sport publics.

RELEVER LE DÉFI 70/30, UNE RÉVOLUTION TRANQUILLE

Dans la foulée de ce qui précède, il est clair que pour le « monde du loisir et du sport », relever le défi 70/30 constitue une révolution tranquille, qu'on l'aborde via l'approche disciplinaire ou l'approche demande.

Moderniser la politique comme nous y invite la première ministre, c'est lancer cette révolution tranquille qui touche les acquis et oblige à développer une culture organisationnelle fondée sur l'émergence de compétences nouvelles.

¹³ Thibault, André(2013), *L'animation d'aujourd'hui : les leçons du terrain*, Agora-Forum, vol.35#4, p 32-33