



# **LA CONTRIBUTION DE LA MOTIVATION À LA PRATIQUE DE L'ACTIVITÉ PHYSIQUE, DU SPORT ET DU PLEIN AIR**



**LA CONTRIBUTION  
DE LA MOTIVATION  
À LA PRATIQUE  
DE L'ACTIVITÉ PHYSIQUE,  
DU SPORT ET DU PLEIN AIR**

## RECHERCHE ET RÉDACTION

Maude Gingras, B. Sc.  
Mélanie Lemieux, M. Sc.  
Direction du sport, du loisir, de l'activité physique  
et du plein air  
Ministère de l'Éducation  
Sophie Allard, B. A.  
Rédactrice indépendante

François Trudeau, Ph. D.  
Département des sciences de l'activité physique  
Université du Québec à Trois-Rivières

## RÉVISION DE TEXTE

Lucie Lapierre, Ph. D.  
Direction du sport, du loisir, de l'activité physique  
et du plein air

## RÉVISION LINGUISTIQUE

Sous la responsabilité de la Direction générale  
des communications du ministère de l'Éducation

## PRODUCTION

Sous la responsabilité du ministère de l'Éducation

Il est possible de télécharger ce document en version PDF  
sur le site du gouvernement du Québec ([www.quebec.ca](http://www.quebec.ca)).

## COMITÉ DE LECTURE

Ariane Bélanger-Gravel, Ph. D.  
Département d'information et de communication  
Université Laval

Johanne Blais, M. D., M. Sc.  
Direction du développement professionnel  
et de la remédiation  
Collège des médecins du Québec

Julien Bois, Ph. D.  
Département de sciences et techniques  
des activités physiques et sportives  
Université de Pau et des Pays de l'Adour, France

Paule Miquelon, Ph. D.  
Département de psychologie  
Université du Québec à Trois-Rivières

Lise Renaud, Ph. D.  
Département de communication sociale et publique  
Université du Québec à Montréal

Guy Thibault, Ph. D.  
École de kinésiologie et des sciences de l'activité physique  
Faculté de médecine  
Université de Montréal

## RÉFÉRENCE BIBLIOGRAPHIQUE SUGGÉRÉE

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION (2025).  
« La contribution de la motivation à la pratique  
de l'activité physique, du sport et du plein air »,  
Québec, ministère de l'Éducation,  
Direction du sport, du loisir et de l'activité physique, 34 p.

# TABLE DES MATIÈRES

<b>Faits saillants</b>	<b>3</b>
<b>1. Introduction</b>	<b>5</b>
<b>2. Moteur essentiel à l'engagement dans la pratique régulière d'activités physiques : la motivation</b>	<b>9</b>
2.1 Théorie de l'autodétermination et types de motivations . . . . .	10
2.2 Répercussions de la motivation intrinsèque et extrinsèque et de l'amotivation . . . . .	14
2.3 Interaction des motivations intrinsèque et extrinsèque . . . . .	15
<b>3. Déterminants de la motivation favorables à la pratique d'activités physiques</b>	<b>17</b>
3.1 Déterminants individuels de la motivation . . . . .	18
3.2 Facteurs environnementaux et motivation . . . . .	20
<b>4. Approches et stratégies</b>	<b>23</b>
4.1 Pistes d'action – Intervention . . . . .	24
4.2 Pistes d'action – Communication . . . . .	27
<b>5. Conclusion</b>	<b>29</b>
<b>Références bibliographiques</b>	<b>30</b>





# FAITS SAILLANTS

- › Dans tous les groupes d'âge, on trouve une forte proportion de personnes peu ou pas actives et dont la motivation envers une pratique régulière d'activités physiques, de sport ou de plein air est faible.
- › La motivation est un facteur essentiel à l'adoption et au maintien d'une pratique régulière d'activités physiques chez les jeunes et les adultes de tous âges.
- › Le niveau et le type de motivation ne sont pas immuables et en ce sens, il est possible de les faire évoluer.
- › Une personne motivée en activité physique, en sport ou en plein air est une personne qui se sent capable d'acquérir des compétences, devient autonome et développe un sentiment d'appartenance.
- › La motivation varie selon l'heure, le contexte, l'activité ainsi que la personne.
- › À long terme, la motivation intrinsèque est corrélée à une amélioration de la performance et à une sensation de bien-être lors de la pratique d'activités physiques.
- › À court terme, la motivation extrinsèque peut permettre de découvrir de nouvelles activités ou de soutenir la pratique dans certaines circonstances plus difficiles.
- › Lorsqu'un message ou une intervention visant à motiver une personne ou un groupe de personnes est mal ciblé, il y a un risque de réactance.
- › Il est souhaitable de maîtriser plusieurs stratégies motivationnelles, en fonction des différentes personnes que l'on vise.
- › Même si la promotion des bienfaits d'une pratique régulière sur la santé est toujours nécessaire, le discours ambiant doit plus que jamais mettre à l'avant-plan les éléments qui font qu'on en retire du plaisir et de la satisfaction.

# Objectif

Ce document s'adresse aux intervenants, aux décideurs et aux responsables de campagnes de promotion issus de différents milieux tels que :

- › les services de garde éducatifs à l'enfance ;
- › les établissements d'enseignement ;
- › les municipalités ;
- › les milieux associatifs et communautaires ;
- › les milieux de travail ;
- › le système de soins de santé ;
- › les organisations privées.

Il vise à les soutenir dans la formulation d'interventions ayant pour objectif d'augmenter la motivation des clientèles qu'ils servent.

Il présente les différents types de motivations, expose pour chacun d'eux les facteurs qui ont une influence sur la pratique d'activités physiques, du sport et du plein air.

Enfin, il présente des stratégies et des approches susceptibles d'augmenter le type de motivation le plus susceptible de générer du plaisir.





# INTRODUCTION

# 1

Dans la foulée de la Politique de l'activité physique, du sport et du loisir lancée en 2017, le Comité scientifique de Kino-Québec a publié un avis intitulé *Pour une population québécoise physiquement active : des recommandations / Savoir et agir*<sup>a</sup>, dans lequel la motivation est brièvement abordée. Le présent document s'inscrit en continuité de cet avis et apporte un éclairage autant théorique que pratique sur la motivation, élément essentiel à l'adoption d'un mode de vie physiquement actif.

Constatant à quel point ce facteur est un frein à la pratique de l'activité physique, du sport et du plein air au sein de la population québécoise, nous avons élaboré le présent document pour démystifier le concept de la motivation et proposer des pistes d'action.

Les personnes qui pratiquent des activités physiques de façon régulière et soutenue en bénéficient sur le plan physique, psychologique, cognitif et social. Cependant, une grande partie de la population ne fait pas assez d'activité physique pour en retirer des bénéfices.

En 2018-2019, seul un jeune sur cinq atteignait le niveau d'activité physique recommandé durant ses temps libres et chez les adultes, un peu moins de la moitié atteignait le niveau recommandé d'activité physique de loisir pour trois ou quatre saisons<sup>1</sup> (voir tableau 1).

La promotion de l'activité physique peine à atteindre ses objectifs auprès de certaines populations<sup>2</sup>. Il en est de même pour les interventions individuelles avec counseling (ex. : entretien motivationnel) qui, bien qu'efficaces pour diminuer certains facteurs de risque de maladie cardiovasculaire, donnent des résultats mitigés ou temporaires sur la pratique d'activités physiques<sup>3</sup>.

a. Comité scientifique de Kino-Québec (2020). Pour une population québécoise physiquement active : des recommandations / Savoir agir, Québec, ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur, Direction du sport, du loisir et de l'activité physique, 84 p.

**Tableau 1 Proportion de la population de 6 ans et plus atteignant le niveau d'activité physique recommandé durant ses loisirs au cours des 12 derniers mois, Québec, 2018-2019**

	6 à 11 ans <sup>b</sup>	12 à 17 ans <sup>c</sup>	18 ans et plus <sup>d</sup>
Garçons	23,2 %*	23,1 %*	49,4 %*
Filles	14,3 %*	15,4 %*	46,0 %*
TOTAL	18,8 %	19,4 %	47,7 %

\* Pour un groupe d'âge donné, exprime une différence significative entre les garçons et les filles au seuil de 0,05.

Adaptation de Contreras et Joubert<sup>1</sup>

Appuyées par une abondante littérature scientifique, les autorités médicales, professionnelles et gouvernementales insistent depuis plusieurs années sur l'importance d'être davantage actif pour une meilleure santé en préconisant un nombre minimal quotidien ou hebdomadaire de minutes à atteindre<sup>4</sup>. Au fil du temps, des chercheurs<sup>1</sup> ont observé trois grandes séquences dans la promotion de l'activité physique. La première consistait en des campagnes de sensibilisation qui valorisaient principalement l'amélioration de la condition cardiorespiratoire et les types d'activités physiques susceptibles d'y contribuer. La deuxième évoluait autour du concept d'activité physique pour la santé, tandis que la troisième consistait en des recommandations globales portant sur la dose-réponse, les risques de maladies associés aux comportements sédentaires, l'inactivité physique et parfois sur d'autres aspects comme le sommeil. Selon ces chercheurs, la promotion de l'activité physique n'est pas uniforme à travers le monde et la Finlande est parmi les pays les plus novateurs dans le domaine.

## Important

Les termes « inactivité physique » et « sédentarité » sont souvent confondus.

- › **L'inactivité physique** correspond à un niveau d'activité physique faible ou très faible.
- › **La sédentarité** est plutôt considérée comme un niveau global élevé ou très élevé de comportements sédentaires<sup>5</sup>.

Une évidence pointée : les messages lancés à la population, tels qu'ils sont actuellement conçus et transmis, n'obtiennent pas l'effet escompté sur tous les segments ciblés<sup>6,7,2</sup>. Même si la population québécoise convient généralement qu'être actif est bon pour la santé, la majorité ne l'est pas suffisamment. Près du quart (23,3 %) des hommes et des femmes adultes ne font qu'occasionnellement de l'activité physique durant leurs temps libres ou n'en font jamais<sup>1</sup>. Lorsque des personnes adoptent un mode de vie plus actif, une grande proportion abandonne rapidement.

b. Avoir pratiqué l'équivalent d'au moins 60 minutes d'activité physique d'intensité moyenne ou élevée tous les jours de la semaine, au cours des 12 derniers mois.

c. *Ibid.*

d. Avoir pratiqué l'équivalent d'au moins 150 minutes d'activité physique d'intensité moyenne ou d'au moins 75 minutes d'activité physique d'intensité élevée, ou une combinaison équivalente des deux niveaux d'intensité, durant trois ou quatre saisons sur quatre, au cours des derniers mois.

Par exemple, le taux d'abandon cumulatif à un programme d'entraînement peut atteindre 46,5 % au deuxième mois, 86,4 % au sixième mois et 96,3 % au 12<sup>e</sup> mois, d'après une étude réalisée sur près de 10 ans auprès des nouveaux membres d'un centre de conditionnement physique<sup>8</sup>. Un an plus tard, seulement 38 % des personnes étaient de retour au centre de conditionnement physique<sup>9</sup>.

### Une bonne résolution !

La moitié des gens qui s'inscrivent dans un centre de conditionnement physique abandonnent dans les deux premiers mois. Peut-être manquent-ils de motivation ?

Les personnes de tous âges, à plus forte raison les jeunes, sont actives pour des effets bénéfiques immédiats associés à l'activité, notamment le plaisir et la sensation de bien-être. Il importe alors de revoir le message et de cibler la qualité de l'expérience et le plaisir dans les interventions comme déterminants de la motivation. « Aussi convient-il de mettre en valeur ces avantages incitatifs : aspect ludique, plaisir, détente, divertissement, camaraderie, bien-être physique et psychologique, satisfaction, accomplissement et contact avec la nature », avise-t-on dans la politique *Au Québec, on bouge !*<sup>10</sup> (p. 7).

En préparant les communications publiques, il est important de bien cibler les groupes avec un message qui respecte leurs particularités<sup>8</sup>, afin notamment d'éviter de déclencher un mécanisme de réactance psychologique (voir l'encadré) qui serait contre-productif<sup>11, 12</sup>. Ainsi, **à la fin des sections 2, 3 et 4, des pistes de réflexion seront suggérées.**

## Réactance psychologique

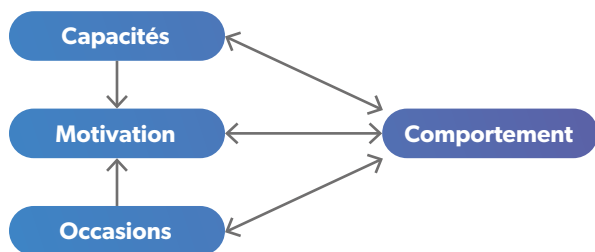
La théorie de la réactance psychologique veut que chaque personne perçoive ses propres libertés et que, dès lors, un message peut être interprété comme une limitation de liberté par certaines, mais pas par d'autres. La réactance psychologique est définie comme : « l'état de motivation supposé se produire lorsqu'une liberté est perçue comme diminuée ou menacée d'élimination »<sup>13</sup> (p. 37). Ainsi, un message perçu par une personne comme une menace à ses libertés pourra entraîner un braquage face au contenu du message. Il est donc important de connaître le profil particulier des groupes ciblés pour pouvoir adapter les messages qui leur sont destinés<sup>14</sup>. Il existe des stratégies de communication pour diminuer le risque de réactance face aux messages de promotion de la pratique d'activités physiques<sup>15, 12</sup>.

Les interventions publiques avec le plus d'acceptabilité pour les populations ne sont pas celles impliquant des règlements, lois ou restrictions<sup>16</sup>. Ainsi, la stratégie de *nudging* ou « incitation subtile » pourrait être une bonne piste parce qu'elle est moins directe, qu'elle propose des solutions alternatives attrayantes et simples et parce qu'elle préserve le libre choix<sup>17</sup>. Il existe un grand nombre de *nudges*<sup>18</sup>. Par exemple, l'incitation à utiliser les escaliers plutôt que l'ascenseur en les rendant agréables plutôt qu'en faisant une campagne de promotion tambour battant<sup>19</sup>. L'incitation doit toutefois être assez subtile pour ne pas causer une réactance, comme cela a été observé dans une étude norvégienne portant elle aussi sur les escaliers où une intervention a résulté en une diminution de leur utilisation<sup>6</sup>. Un autre type d'incitation subtile est celui qui est intégré dans les applications de santé. Dans ce cas, chaque utilisateur qui atteint un certain nombre de pas ou de minutes d'activité physique par semaine peut recevoir une récompense symbolique, comme un écusson ou un trophée. Le simple fait de visualiser ses progrès à l'aide d'un compteur de pas visible sur le téléphone ou une notification des objectifs atteints est suffisant pour encourager des personnes à être physiquement actives ou sportives.



Selon les modèles globaux de changements de comportements, comme le modèle COM-B, trois éléments jouent un rôle central dans l'adoption de comportements de santé : les capacités de la personne, la motivation et les occasions (environnements favorables) (voir figure 1). Ces trois facteurs interagissent pour déterminer le changement de comportement.

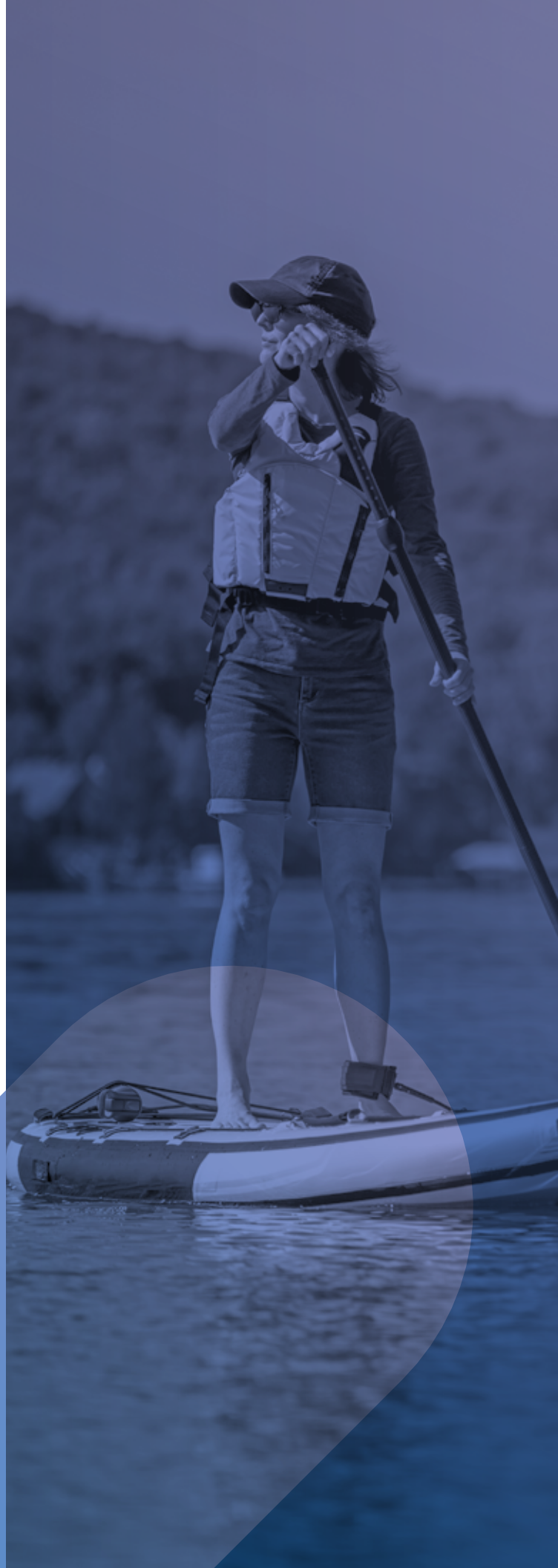
**Figure 1 Le modèle COM-B – Pour comprendre le changement de comportement**



Adaptation de Michie et autres<sup>21</sup>

Selon la littérature, il est de plus en plus clair que la motivation intrinsèque est un déterminant significatif de la régularité et du maintien de la pratique d'activités physiques chez les jeunes<sup>22</sup> et chez les adultes<sup>23</sup>.

« La motivation intrinsèque, qui permet à une personne d'adopter un comportement pour le plaisir et la satisfaction qu'elle en retire, sans attendre de récompenses externes, est celle sur laquelle il faut surtout miser pour maintenir un comportement »<sup>5</sup> (p. 55). C'est pourquoi il convient de concevoir les messages en se basant aussi sur les nouvelles théories de la motivation qui intègrent les composantes affectives de la motivation pour inciter une population comme celle du Québec à être davantage active<sup>24</sup>. Par ailleurs, le rôle des intervenants et intervenantes (entraîneurs et entraîneuses, kinésiologues, parents, gestionnaires d'installations) sera aussi de développer un contexte de pratique favorable à l'épanouissement de cette motivation.



# MOTEUR ESSENTIEL À L'ENGAGEMENT DANS LA PRATIQUE RÉGULIÈRE D'ACTIVITÉS PHYSIQUES : LA MOTIVATION

2

Le terme « motivation » vient du mot latin *movere*, qui signifie se mettre en mouvement, se mouvoir. Il s'agit d'un processus qui pousse la personne à vouloir faire quelque chose de précis, à agir<sup>25</sup>.

Le concept de motivation « représente le construit hypothétique utilisé afin de décrire les forces internes ou externes produisant le déclenchement, la direction, l'intensité et la persistance du comportement »<sup>26</sup> (p. 18). Dans le champ d'étude de la psychologie sociale, la motivation est vue comme étant au centre de la régulation biologique, cognitive et sociale des personnes, comme une source « d'énergie », une direction ou encore une persévérance ; elle influence les personnes dans leurs actions ainsi que dans leurs intentions de pratiquer des activités physiques<sup>92</sup>.

Contrairement à certaines idées préconçues, la motivation n'est pas un trait de caractère immuable<sup>28</sup>. On peut agir sur la motivation, favorisant ainsi l'adoption, le maintien et l'intensification d'un comportement<sup>5</sup>.



## 2.1 Théorie de l'autodétermination et types de motivations

Plusieurs théories sont pertinentes pour prédire ou expliquer l'adoption des comportements en matière d'activité physique, mais elles ne sont pas toutes faciles et efficaces dans leur application sur le terrain.

La théorie qui a fait l'objet du plus grand nombre de publications depuis 2015 en lien avec le changement de comportement lié à la pratique d'activités physiques est celle de l'autodétermination développée par Ryan et Deci<sup>27</sup>. Cette théorie distingue, à l'aide d'une approche multidimensionnelle, trois principaux types de motivations : la motivation intrinsèque, la motivation extrinsèque et l'amotivation.

### Continuum de l'autodétermination

Les différents types de motivations sont ordonnés sur un continuum d'autodétermination aux extrémités duquel se trouvent l'amotivation et la motivation intrinsèque. **Quand une personne commence à pratiquer une activité physique, sa motivation est souvent extrinsèque (ex. : perdre du poids ou être reconnue par ses pairs). Le maintien du nouveau comportement (observance) reste fragile à court terme, mais se consolide, alors que la motivation devient de plus en plus intrinsèque<sup>29</sup>.**

**Figure 2** Continuum de l'autodétermination du comportement selon les types de motivations

	Comportements non autodéterminés				Comportements autodéterminés	
Type de motivation	Amotivation	Extrinsèque				Intrinsèque
Forme de régulation	–	Externe	Introjectée	Identifiée	Intégrée	Intrinsèque
Lieu perçu de causalité	–	Externe	Plutôt externe	Plutôt interne	Interne	Interne
Le comportement est fait	–	POUR › Obtenir une récompense › Éviter une punition	POUR › Éviter la culpabilité ou de la honte › Satisfaire des attentes sociales	PARCE QU'IL › A du sens › Est valorisé › Est relié à des buts importants	PARCE QU'IL › Est en harmonie avec la personne, ses valeurs et son identité	PAR › Intérêt › Plaisir › Satisfaction
Degré d'autonomie	–	FAIBLE À MODÉRÉ		MODÉRÉ À ÉLEVÉ		

Adaptation de Sarrazin et autres<sup>29</sup>

## Motivation intrinsèque

La motivation intrinsèque est considérée comme étant la plus autodéterminée. La personne agit alors uniquement pour l'intérêt, la satisfaction et le plaisir qu'elle trouve à l'action, sans attendre de récompense externe. Lorsque des activités sont pratiquées pour le seul plaisir inhérent à l'activité, on dit qu'il s'agit de comportements intrinsèquement motivés. La motivation intrinsèque est la plus fortement associée au maintien à long terme de la pratique d'activités physiques<sup>23</sup>. Elle peut être déclinée de trois façons<sup>30</sup> :

### 1. La motivation intrinsèque à la connaissance

Le plaisir et la satisfaction ressentis lorsqu'on apprend quelque chose de nouveau, ou qu'on explore de nouveaux mouvements (ex. : exécuter un nouveau lancer au basketball, apprendre à faire du vélo).

### 2. La motivation intrinsèque à l'accomplissement

Le plaisir et la satisfaction ressentis lorsqu'on est en train d'accomplir ou de créer quelque chose, ou qu'on tente de relever un nouveau défi (ex. : jardiner ou pratiquer une figure difficile en patinage artistique).

### 3. La motivation intrinsèque à la stimulation

Le plaisir et la satisfaction ressentis lorsqu'on vit des sensations stimulantes (plaisir sensoriel, expériences esthétiques, etc.) (ex. : nager pour la sensation du corps qui travaille dans l'eau, gravir une montagne pour admirer le paysage).

### Des exemples?

Un adolescent qui passe des heures à jouer au hockey sur la patinoire du quartier, une femme qui canote sur un lac paisible ou un groupe de personnes âgées qui marchent en nature, tous par plaisir.

## Le plaisir

Le plaisir est un concept extrêmement complexe à définir<sup>31</sup>. Certains chercheurs l'abordent comme un « processus de plaisir » selon lequel le plaisir ressenti momentanément est conditionné par les expériences antérieures. Il est également présenté comme une « construction sociale qui dépend des représentations, des ressentis et des valeurs de la personne, mais aussi du contexte dans lequel elle évolue »<sup>32</sup> (p. 2). Certains chercheurs<sup>33</sup> considèrent cela comme un « fait conatif total », ce qui signifie que notre tendance naturelle à agir est influencée par ce qui nous procure du plaisir. Comme chaque personne ressent le plaisir différemment, cela veut dire que les motivations pour agir varient d'une personne à l'autre, en fonction des goûts et des préférences.

Plus concrètement, le plaisir est considéré « comme une pratique d'évaluation par laquelle une personne ou un collectif juge du caractère agréable ou désagréable d'une activité effectuée »<sup>32</sup>. L'activité physique donnerait donc lieu à plusieurs types de plaisirs<sup>34</sup> :

- › **Bio-plaisirs** : liés aux sensations physiques (ex. : faire une séance de sport intense qui fait ressentir une satisfaction physique et procure une montée d'endorphines).
- › **Psycho-plaisirs** : associés aux émotions et à l'esprit (ex. : participer à un cours de danse qui vous permet de s'exprimer et procure des sensations de joie et d'accomplissement).
- › **Socio-plaisirs** : issus des interactions sociales (ex. : joindre une équipe de sport et passer du temps avec ses coéquipiers lors des entraînements, ce qui crée des liens et favorise une ambiance conviviale).

De façon plus consensuelle, le plaisir est décrit comme « un état émotionnel agréable, une réponse affective positive vis-à-vis de la pratique sportive »<sup>35</sup> (p. 7).

### Plaisir vs satisfaction ?

Le plaisir est une réponse affective positive qui reflète de l'enthousiasme et de l'intérêt à un moment et à un endroit donné, tandis que la satisfaction est un état de contentement, de joie, dû à l'accomplissement d'un désir ou d'un souhait particulier<sup>22</sup>.

La notion de plaisir cadre moins bien avec les théories cognitivistes qui sont les plus souvent utilisées pour comprendre la motivation à pratiquer des activités physiques. Ces théories sont basées sur le principe selon lequel les personnes analysent et traitent l'information sur l'activité physique de façon rationnelle. De nouvelles théories, comme la théorie affective-réflexive, tentent d'explorer l'influence des expériences passées de la personne du point de vue affectif. Les expériences vécues conditionneraient de façon inconsciente l'engagement à faire de l'activité physique<sup>36</sup>.

Ainsi, la personne va passer d'un processus réflexif à un processus plus automatique dans sa prise de décision d'être moins sédentaire et plus active. En ce sens, il y a une pensée rationnelle qui conditionne le choix, mais elle est grandement influencée par des opérations cognitives et affectives plus complexes et inconscientes, elles-mêmes influencées par la qualité de l'expérience vécue. **Il importe donc que les conditions dans lesquelles se déroulent les activités fassent vivre des expériences affectives positives aux participants et participantes.**

## Motivation extrinsèque

La motivation extrinsèque est moins autodéterminée que la motivation intrinsèque puisque l'action repose sur des influences externes à la personne. On compte quatre sous-types de motivation extrinsèque qui correspondent à différents niveaux d'autodétermination<sup>30</sup> :

### 1. La régulation intégrée

La personne choisit le comportement qu'elle juge le plus important, en accord avec ses valeurs et son identité, mais non pour le plaisir comme dans la motivation intrinsèque. Elle assimile l'adoption de ce comportement à son sens du moi, de sorte qu'il devient un élément de son identité. Bien intégrés, les mécanismes de régulation produisent un sentiment d'investissement personnel (ex. : une personne pratique la course à pied parce qu'elle se définit comme « une coureuse », tandis qu'une autre choisit la natation, car elle se définit plutôt comme « une nageuse »).

### 2. La régulation identifiée

La personne est consciente de son intérêt envers l'activité et des bénéfices qu'elle lui procure. Elle identifie la valeur d'un comportement sans pression extérieure et sa motivation devient plus autonome (ex. : une personne pratique la natation parce que c'est, selon elle, un excellent moyen de rester en santé et qu'une bonne santé est importante pour elle). Cette forme de motivation est la plus associée à l'adoption à court terme de l'activité physique<sup>23</sup>.

### 3. La régulation introjectée

La personne intériorise les contingences externes et exerce une pression sur elle-même pour adopter un comportement (ex. : une personne décide de pratiquer de l'activité physique pour éviter de se sentir coupable d'être inactive).

### 4. La régulation externe

La personne régularise son comportement dans le but d'obtenir une récompense ou d'éviter une punition ; elle perçoit comme externe à elle la source de contrôle (ex. : elle décide de pratiquer de l'activité physique pour perdre du poids dans le but d'atteindre des normes esthétiques ou encore pour satisfaire aux recommandations d'un professionnel de la santé ou faire plaisir à ses proches).

## Amotivation

Il s'agit de l'absence de motivation<sup>27</sup>. La personne n'a pas de but, ni extrinsèque, ni intrinsèque, et n'adoptera pas un mode de vie physiquement actif. Si toutefois elle le fait, elle risque d'abandonner dès qu'elle le pourra<sup>37, 38</sup>.





## 2.2 Répercussions de la motivation intrinsèque et extrinsèque et de l'amotivation

**Selon la théorie de l'autodétermination<sup>28</sup>, la motivation intrinsèque et certaines souscatégories de la motivation extrinsèque engendrent des effets positifs (voir figure 2).**

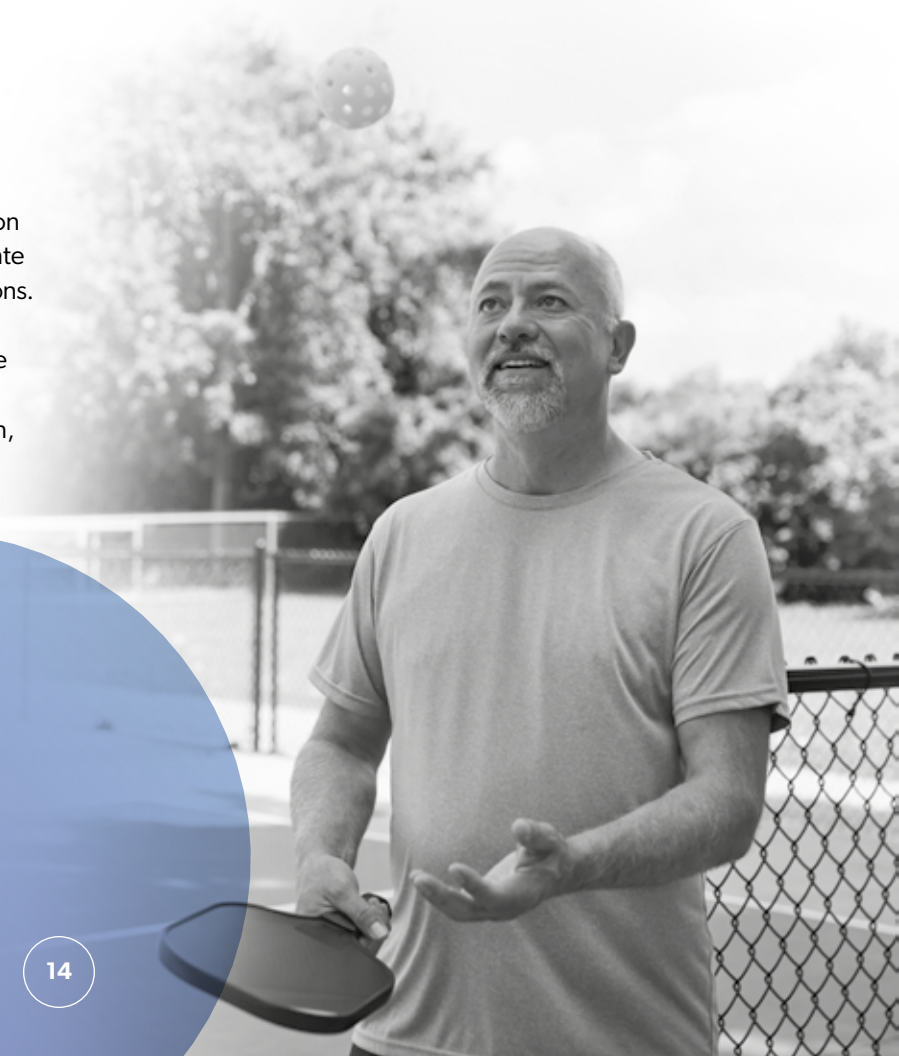
En revanche, l'amotivation et les formes de motivation extrinsèque contrôlées (régulation externe et introjectée) sont associées à des conséquences négatives et celles-ci varient donc selon le niveau d'autodétermination. Il s'agit d'un phénomène observé dans plusieurs domaines, dont l'éducation, le travail et le sport<sup>39</sup>.

Plus précisément, les activités pratiquées en fonction d'une motivation intrinsèque engendrent une plus grande flexibilité cognitive, un meilleur apprentissage conceptuel, une plus grande créativité, un plus grand intérêt, davantage d'émotions positives et une plus grande estime de soi<sup>30</sup>. La motivation intrinsèque est aussi associée à l'adoption et au maintien de la pratique régulière d'activités physiques, à une performance améliorée et à une sensation de bien-être<sup>40, 23</sup>.

Bien que le recours à une motivation extrinsèque puisse s'avérer utile pour découvrir de nouvelles activités ou susciter un nouveau comportement, son utilisation demeure discutable lorsqu'elle est centrée sur l'obtention de récompenses, la satisfaction d'attentes sociales, l'évitement de sentiments de honte et de culpabilité et, ultimement, l'évitement de punitions. Plusieurs études ont démontré que les activités physiques, sportives ou autres, dont l'unique source de motivation est extrinsèque pouvaient diminuer la concentration, l'estime personnelle, la satisfaction, la performance et la persévérance et aussi générer de l'anxiété<sup>30, 28</sup>.

Exemples de recours à une motivation introjectée :

- › Féliciter les jeunes pour leurs progrès, mais insister aussi sur l'importance de gagner des compétitions pour éviter la déception ou la honte.
- › Souligner les changements physiques des participants, les inciter à continuer l'exercice non seulement pour leur santé, mais aussi pour satisfaire les attentes de leurs amis ou de leur entourage.
- › Rappeler à des participants âgés l'importance de rester actifs pour « montrer l'exemple », les incitant ainsi à s'engager dans les activités, même s'ils ne le font pas pour eux-mêmes.





## 2.3 Interaction des motivations intrinsèque et extrinsèque

**Les différents types de motivations peuvent cohabiter chez une même personne, et ce, pour la même activité.** Selon Boiché et autres<sup>40</sup>, on peut être à la fois intrinsèquement et extrinsèquement motivé, si les niveaux de motivation sont modérés. Par exemple, un skieur alpin peut aimer la sensation de glisse sur la neige et la maîtrise de la tâche (intrinsèque), tout en souhaitant gagner l'épreuve à laquelle il participe (extrinsèque).

L'expérience de terrain semble même montrer qu'il est souhaitable de disposer de différentes sources de motivation (profil motivationnel) qui pourront en quelque sorte se relayer pour soutenir l'intensité de l'engagement de la personne<sup>40</sup>. La motivation intrinsèque est néanmoins plus stable et durable dans le temps.

Selon Vallerand<sup>43</sup>, il serait par ailleurs réducteur de croire qu'une personne ne puisse présenter qu'un seul type de profil motivationnel. Il est à noter que les profils motivationnels présentés par une même personne ne sont pas fixes, mais plutôt dynamiques, c'est-à-dire qu'ils varient dans le temps et en fonction du contexte. Une même personne peut avoir hâte d'aller nager avec ses collègues pour socialiser une semaine, pour se changer les esprits après une dure journée au travail la semaine suivante, comme elle peut également souhaiter remporter un championnat quelques semaines plus tard. Autre exemple : une personne peut être motivée par le bien-être ressenti lors d'un beau matin ensoleillé pour aller courir à l'extérieur, mais aussi choisir d'y aller tout de même lors d'une journée pluvieuse de novembre afin de préserver ses acquis pour sa condition physique.

### Quelques aides pour soutenir la motivation extrinsèque

Comme la motivation peut varier dans le temps et selon les contextes, certaines aides externes sont utiles pour les périodes creuses. Par exemple :

#### › **Les partenaires de pratique ou d'entraînement**<sup>44</sup>

La présence de partenaires de pratique est importante autant chez les adultes<sup>100</sup> que chez les jeunes<sup>45, 46</sup>, mais elle constitue un frein important pour de nombreux Québécois de tous âges<sup>34</sup>. Les compagnons à quatre pattes figurent aussi parmi les partenaires d'entraînement puisque plusieurs études ont démontré que leurs propriétaires étaient actifs<sup>47</sup>.

#### › **Les outils technologiques**

Les podomètres, les accéléromètres, les cardiofréquencemètres ou les applications numériques, peuvent soutenir la motivation par la fixation d'objectifs précis<sup>48, 49, 50</sup>. Le choix des outils devrait cependant se faire selon leur validité pour que les résultats qu'ils affichent correspondent véritablement aux paramètres mesurés<sup>51</sup>.

#### › **Les plateformes Web**

Les plateformes et sites Web qui donnent accès à des cours en direct ou en différé sont utiles lorsque les conditions météorologiques sont difficiles, que l'accès à des professionnels est limité ou même lorsque le temps est un enjeu. Ces interventions ont un effet positif significatif sur l'augmentation de l'activité physique, mais ces effets semblent dépendre de la conception de l'étude, de leur durée et de l'âge des participants.

L'intention de faire de l'activité physique est un facteur important dans l'adoption d'un mode de vie physiquement actif, mais il reste toujours un écart entre l'intention et la réalisation d'un comportement donné. D'autres variables personnelles peuvent aussi agir positivement sur la probabilité d'être physiquement actif en réduisant l'écart entre l'intention et l'action d'être actif, comme la stabilité de l'intention et l'engagement face à l'intention, l'auto-efficacité, l'attitude affective et la motivation automatique réflexive<sup>52</sup>.



## Réflexions pour renforcer la motivation

*Nous vous invitons à consulter les sections « Réflexions pour renforcer la motivation » afin d'identifier des pistes d'action pour le milieu dans lequel vous êtes engagé à rendre la population plus active.*

- › Quels sont les différents types de motivations qu'une personne peut présenter envers l'activité physique ? Selon vous, vos interventions doivent-elles tenir compte du profil motivationnel d'une personne ou d'un groupe ?
- › Quel type de motivation contribue le plus à l'intégration à long terme d'un nouveau comportement ? Pour quelles raisons ?
- › Quels seraient les effets bénéfiques immédiats à valoriser pour augmenter les motivations extrinsèques qui ont un degré d'autonomie de *modéré* à *élevé* chez certaines personnes ?





# DÉTERMINANTS DE LA MOTIVATION FAVORABLES À LA PRATIQUE D'ACTIVITÉS PHYSIQUES

# 3

La motivation d'être actif, qu'elle soit intrinsèque ou extrinsèque, peut être freinée ou facilitée par divers facteurs.



## 3.1 Déterminants individuels de la motivation

L'âge, le sexe, les attitudes, les connaissances, les croyances, les revenus et l'état de santé comptent parmi les caractéristiques personnelles influant sur la motivation, en plus des expériences antérieures. Par exemple, plusieurs personnes peuvent devenir actives ou inactives après avoir souffert d'un problème de santé (infarctus, cancer, problèmes musculosquelettiques, etc.). Certains déterminants sont modifiables, d'autres non, comme les facteurs génétiques (voir l'encadré).

### Des facteurs génétiques et évolutifs ?

Des chercheurs s'intéressent de plus en plus aux facteurs génétiques et évolutifs associés à la pratique d'activités physiques<sup>53</sup>. Ainsi, des différences génétiques associées au système de récompense et à la sensation de la douleur pourraient affecter la motivation à devenir ou demeurer actif. Dans un monde industrialisé et technologique, l'activité physique est moins nécessaire à la survie, mais les adaptations génétiques n'ont pas suivi ces changements rapides. La théorie de la minimisation des efforts physiques indique que pour soutenir un environnement incertain quant à l'apport et à la dépense caloriques, nous avons évolué pour conserver le plus possible nos réserves énergétiques<sup>54</sup>. Comme l'humain s'adapte à son environnement, il ne ressent plus le besoin d'être physiquement actif.

### Trois besoins psychologiques à combler

Cela dit, pour qu'une personne soit motivée à s'engager dans une pratique régulière d'activités physiques, il importe que ses besoins psychologiques fondamentaux soient comblés<sup>28</sup>. Selon la théorie de l'autodétermination<sup>27</sup>, **trois besoins psychologiques** doivent être comblés pour développer et entretenir une motivation intrinsèque ou des sous-types de motivation extrinsèque autonome (régulation intégrée et identifiée), associée au maintien et à la régularité de la pratique d'activités physiques. Ces trois besoins psychologiques sont décrits ci-dessous.

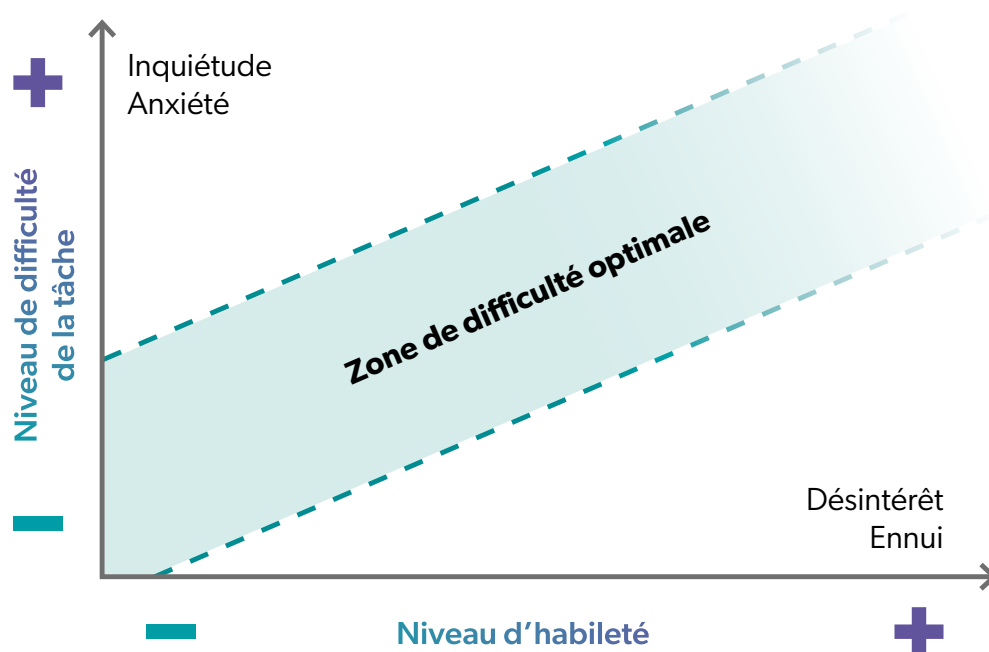
#### 1. Sentir qu'on devient compétent

Plus une personne connaît du succès, plus elle croira en ses capacités personnelles. C'est ce que Bandura<sup>55</sup> appelle l'auto-efficacité ou l'efficacité personnelle. Le besoin de compétence pousse les personnes à interagir efficacement avec leur environnement, à chercher des défis à la hauteur de leurs habiletés et à tenter de maintenir ou d'améliorer celles-ci<sup>56, 57</sup>. Quand les défis sont personnalisés et permettent aux personnes de mettre en valeur leurs habiletés et de se sentir efficaces, le besoin de compétence est comblé et peut mener à la sensation de plaisir et de satisfaction. Par exemple, une randonneuse qui emprunte un nouveau sentier qu'elle sait difficile, mais à sa portée, aura une satisfaction à accomplir la tâche. L'acquisition de compétences permet aussi à la personne d'atteindre un niveau d'autonomie et de confiance (perception de contrôle) pour s'adapter aux barrières associées à la pratique d'activités physiques.



À l'inverse, si la tâche est trop ardue et que les objectifs semblent inatteignables, l'activité générera de l'anxiété et de l'inquiétude. Si l'activité proposée est trop facile, il y aura désintérêt et ennui. Dans les deux cas, le besoin de compétence ne sera pas comblé. Il importe conséquemment d'offrir aux apprenants des situations qui leur permettent de relever des défis, tout en correspondant à leur zone de difficulté optimale (voir figure 3).

**Figure 3** Zone de difficulté optimale entre l'exigence de la tâche et le niveau d'habileté



Adapté de Brunelle et autres<sup>58</sup> dans Table sur le mode de vie physiquement actif<sup>59</sup>

## La compétence incite à l'observance

Une relation positive existe entre la compétence motrice et la pratique d'activités physiques chez les enfants<sup>60</sup>. La diversification des activités physiques pratiquées à l'enfance favorise l'acquisition de compétences motrices et la pratique d'activités physiques à l'adolescence<sup>61</sup>. De plus, une association moyenne à élevée a été observée entre la participation sportive à l'enfance et à l'adolescence et la pratique d'activités physiques à l'âge adulte<sup>62</sup>. Ces données suggèrent que l'acquisition de compétences motrices à un moment donné favorisera la participation aux activités physiques plus tard dans la vie<sup>63</sup>.





## 2. Décider par soi-même

Une personne qui adopte un comportement de façon autonome a le sentiment d'être maître de ses actions, et d'agir selon ses intérêts et ses valeurs<sup>28</sup>. Certains scientifiques avancent qu'il s'agit du plus important des trois besoins proposés par la théorie de l'autodétermination<sup>64</sup>. Par exemple, une jeune fille demande à ses parents de l'inscrire dans l'équipe de soccer parce qu'elle aime pratiquer cette activité. Par contre, si une personne ne se sent pas soutenue dans ses choix, qu'elle sent que son environnement social contrôle sa pratique, elle risque d'en retirer moins de satisfaction<sup>65</sup>. Ainsi, grâce à une programmation diversifiée de la municipalité ou d'un centre communautaire de loisir, chaque personne peut choisir l'activité qui l'intéresse le plus, ce qui favorise aussi le sentiment d'être l'initiateur de ses actions.

## 3. Interagir avec les autres

La pratique d'activités physiques est un bon moyen de briser l'isolement et permet de développer, chez des personnes partageant des intérêts communs, un sentiment d'appartenance sociale (à un club, à une équipe, à un groupe ou à une communauté) et de soutien<sup>66, 43</sup>. Toutefois, si ce besoin est universel, il s'exprime de façon très personnelle et varie selon les attentes de chacun. Certaines personnes sont plus solitaires, d'autres très grégaires. Par exemple, une personne qui se sent insécure de marcher seule en forêt joint un club de marche pour se sentir appuyée et rencontrer des personnes ayant des intérêts similaires, ou encore, des randonneurs ou des coureurs qui se saluent lorsqu'ils se croisent, même s'ils ne se connaissent pas.

# 3.2 Facteurs environnementaux et motivation

La motivation d'une personne à s'initier au plein air, au sport et à l'activité physique sera aussi influencée par des caractéristiques de l'environnement physique, socioculturel, économique ou même politique dans lequel elle évolue<sup>68</sup>.

Voici quelques exemples<sup>69</sup> :

### › Environnement physique :

- les pistes cyclables et les sentiers bien entretenus qui encouragent les déplacements actifs ;
- les parcs, les terrains de sport et les zones d'entraînement en plein air qui incitent à l'activité physique ;
- les aménagements paysagers attrayants qui rendent la marche plus agréable et relaxante.

### › Environnement socioculturel :

- le soutien, les valeurs, les attitudes de la famille et de l'entourage (amis, collègues, enseignants, entraîneurs, etc.) face à l'activité physique et au sport ;
- les clubs sportifs ou les associations qui créent un sentiment d'appartenance et qui encouragent la pratique régulière ;
- les courses ou les randonnées collectives qui favorisent l'engagement social et la compétition amicale.

### › **Environnement économique :**

- les tarifs réduits (et parfois la gratuité) pour des activités physiques de proximité ;
- les programmes de location ou de prêt d'équipement dans les parcs de quartier ;
- les tarifications familiales ;
- les incitatifs en milieu de travail.

### › **Environnement politique :**

des mesures qui relèvent d'entités comme le gouvernement, les institutions, les fédérations, etc., et qui encadrent l'offre de services, les infrastructures, la formation du personnel d'encadrement, la promotion en termes d'accessibilité, de disponibilité, d'inclusivité, d'équité, etc.



## **Réflexions pour renforcer la motivation**

- › Selon la théorie de l'autodétermination, quels sont les trois besoins psychologiques qui doivent être comblés pour développer et entretenir une motivation intrinsèque ou une motivation extrinsèque, dotée d'un degré d'autonomie modéré à élevé ?
- › Comment croyez-vous pouvoir favoriser la motivation intrinsèque chez les personnes motivées par des facteurs extrinsèques ?
- › Selon vous, pour quelles raisons doit-on prendre en considération tant les facteurs individuels qu'environnementaux pour favoriser un changement de comportement chez une personne ?
- › Sur quels facteurs individuels et environnementaux avez-vous de l'influence pour que la population que vous servez s'adonne au sport, à l'activité physique et/ou aux activités de plein air sur une base régulière ?

## **L'approche écologique**

L'approche écologique en santé publique est une méthode valorisée depuis environ deux décennies<sup>67</sup>, notamment pour la promotion de la pratique d'activités physiques<sup>53</sup>, qui vise à améliorer la santé des populations en tenant compte des interactions complexes entre les individus et leur environnement. Cette approche durable reconnaît que la santé est influencée par une multitude de facteurs (physique, socioculturel, politique et économique), allant des conditions de vie et de travail aux relations sociales et aux politiques publiques). Ainsi, l'approche écologique vise à créer des environnements qui soutiennent la santé et le bien-être, notamment la pratique d'activités physiques. De même, la motivation intrinsèque est souvent renforcée par un environnement qui favorise l'autonomie, la compétence et les relations sociales. C'est donc la réciprocité entre les facteurs individuels (motivation) et environnementaux (approche écologique) qui influencent les décisions des personnes quant au niveau d'activité physique à inclure dans leur vie<sup>53</sup>.





# APPROCHES ET STRATÉGIES

Pratiquer un sport, faire des sorties en plein air, être physiquement actif et utiliser un mode de transport actif sont autant de comportements qui requièrent un minimum de motivation. Sachant que la motivation est un facteur modifiable, plusieurs leviers s'offrent à quiconque veut l'augmenter chez les personnes peu ou pas actives. Parmi les plus efficaces et les plus universelles, on note le développement d'un sentiment de compétence et d'autonomie et le développement d'un sentiment d'appartenance, en clair, sentir que l'on fait partie d'un groupe. La littérature scientifique nous dit que si l'on procède ainsi, le plaisir et la satisfaction seront au rendez-vous, et le comportement souhaité aura des chances de durer.

## 4.1 Pistes d'action – Intervention

Lorsqu'il s'agit de travailler sur la motivation dans un contexte d'activité physique, de plein air ou de sport, de multiples pistes d'action sont à la portée de plusieurs acteurs. Les pistes proposées dans ce document seront utiles aux intervenants de proximité, aux décideurs et aux responsables des campagnes de promotion. Mises de l'avant, elles aideront des milliers de personnes peu ou pas actives à trouver leur propre motivation pour être actives au quotidien. Chacune de ces pistes s'appliquent à des éléments qui se rapportent aux contextes de pratique.

### Éléments à surveiller pour de meilleures interventions en groupe ou en individuel

#### 1. Prise de conscience

Il est possible d'amener les personnes à réfléchir sur leurs temps libres et sur la manière dont ils l'occupent ainsi que sur les facteurs influençant leurs choix. À titre d'exemple, le manque de temps est la principale barrière invoquée pour ne pas faire d'activité physique. Cependant, il semble que ce ne soit pas une question de manque de temps, mais de ce qu'on priorise pour occuper son temps de loisir<sup>70</sup>. Afin d'aider les personnes à progresser d'une motivation extrinsèque (dont la forme de régulation est identifiée ou intégrée) à une motivation intrinsèque, il convient de valoriser la réponse aux besoins psychologiques : autonomie, compétence et appartenance sociale<sup>71</sup>. Par exemple, créer des situations où une personne pourra maîtriser des habiletés, avoir du plaisir, rencontrer des gens, etc.

#### 2. Diversité de l'offre

La variété de l'offre d'activités physiques est un prédicteur indépendant de l'adoption d'un mode de vie actif et la possibilité d'expérimenter une variété d'activités physiques à l'adolescence augmente la probabilité d'être actif à l'âge adulte<sup>72, 73</sup>. La diversification des activités physiques offertes ou possibles et de bonnes approches et stratégies d'intervention permettent de multiplier les occasions de qualité pour acquérir de nouvelles connaissances, accroître le sentiment d'efficacité personnelle ou de compétence, avoir du plaisir ou engendrer une nouvelle passion. Ainsi, puisque tous n'ont pas les mêmes intérêts dans la vie, les occasions d'initiation et de découverte sont nécessaires pour que chaque personne puisse trouver les activités qui lui conviennent.

#### 3. Approche personnalisée

Miser sur des défis adaptés, à la portée de chacun, permettant de mettre en valeur ses habiletés et de se sentir efficace et compétent, en plus d'avoir envie de répéter l'expérience. À cet effet, on peut augmenter le niveau de difficulté ou d'intensité, selon les progrès personnels réalisés (sur les plans technique, physique et mental) en évitant les comparaisons interindividuelles. Les intervenants et intervenantes peuvent, par exemple, proposer aux participants et participantes d'un groupe de pratiquer individuellement l'habileté enseignée, ce qui permet de procéder à des rétroactions individuelles et plus personnalisées. La peur de l'échec peut miner l'engagement, tandis que trop de facilité entrave la progression et l'idée de réussite<sup>5</sup>. Le message d'une approche personnalisée et l'importance d'y aller à son rythme peuvent aussi être véhiculés par des actions communicationnelles ou des programmes d'intervention.

#### 4. Groupes affinitaires

Dans un contexte convivial et inclusif, maximiser les occasions pour les personnes d'entrer en relation avec d'autres, de développer un sentiment d'appartenance<sup>74</sup>. Par exemple, penser à alterner les groupes de façon à regrouper les participants et participantes par groupes d'âge, niveaux de développement ou habiletés homogènes afin de satisfaire leurs différents besoins<sup>31</sup>. Il est possible, pour éviter la pression d'un groupe, de proposer des ateliers, des stations où chacun pourra évoluer à son rythme. On peut également définir des objectifs collectifs afin de renforcer le sentiment d'appartenance, misant ainsi sur l'affiliation pour développer l'esprit d'équipe ou de groupe.



## 5. Contexte de pratique

Les activités de nature compétitive sont motivantes pour plusieurs personnes, mais ne répondent pas nécessairement aux intérêts de tous et de toutes et représentent notamment un frein pour plusieurs, en particulier les filles<sup>75</sup>. Mettre l'accent sur la coopération et l'esprit d'équipe peut aussi être favorable au plaisir. Finalement, l'important est de combler les besoins psychologiques des personnes (autonomie, compétence et appartenance sociale), peu importe le contexte de pratique (compétitif ou récréatif, par exemple).

## 6. Rétroaction positive

Miser sur une rétroaction constructive, individualisée ou ciblée et pertinente<sup>76</sup>. Valoriser les progrès, même minimes. Éviter les processus d'évaluation dégradant le sentiment de compétence. Éviter le système de punitions et récompenses associé à une motivation extrinsèque, sauf dans les cas ponctuels où cela peut permettre d'amorcer ou de réamorcer la pratique d'activités physiques. Éviter aussi d'utiliser les approches ciblant l'évitement du risque encouru (faire quelque chose pour diminuer le risque d'une conséquence néfaste) et la culpabilisation<sup>77, 91</sup>. À cet égard des campagnes ou interventions avec des messages positifs, tels que ParticipACTION<sup>79</sup>, VERB<sup>80</sup> ou WIXX<sup>81</sup>, ont démontré des effets positifs avec des messages positifs.

## 7. Flexibilité, ouverture, écoute

Les intervenants et intervenantes des différents milieux ont avantage à ajuster leur approche (comportement et intervention) pour répondre aux besoins de chacun. Ils doivent faire preuve d'ouverture et s'efforcer de connaître les participants et participantes à la fois en tant que groupe et en tant que personnes<sup>82</sup>. Les questionner ou les sonder est certainement un moyen d'application facile à mettre en œuvre.

## 8. Valoriser le plaisir et la satisfaction

Le plaisir de faire de l'activité physique est associé à une plus grande probabilité d'être actif<sup>83</sup>. Il faut cultiver et viser à faire vivre la notion de plaisir la plupart du temps. Repérer ce qui procure du plaisir aux participants et participantes et leur faire prendre conscience de la satisfaction à être actif : maîtrise de la tâche, découverte de nouvelles pratiques, dépassement de soi, convivialité, etc. Proposer des activités ludiques, sociales, selon le goût évolutif des participants et participantes, jeunes ou moins jeunes. Les notions de plaisir et de satisfaction doivent être valorisées ; elles ne sont pas opposées à la progression ou à la performance. La satisfaction peut pallier les moments où le plaisir est moins présent. Il est en effet illusoire de penser que le plaisir est toujours au même niveau lors d'une séance d'activité physique ou d'une séance à une autre. Il semble de plus en plus clair que pour une même personne, la motivation à être actif varie durant la journée selon des rythmes circadiens et que l'augmentation de la motivation est suivie dans les prochaines heures d'une augmentation de l'activité physique<sup>84</sup>.



## 9. Soutien à l'autonomie

Différentes études indiquent que si l'intervenant ou l'intervenante offre du soutien à l'autonomie, la motivation intrinsèque augmente<sup>64</sup>. Par exemple, de jeunes sportifs et sportives sont davantage motivés intrinsèquement avec des entraîneurs ou entraîneuses utilisant une approche moins contrôlante et favorisant le soutien à l'autonomie<sup>4</sup>.

Voici des exemples d'approches<sup>85</sup>:

- › donner des choix aux participants et participantes dans des limites et des règles particulières ;
- › fournir aux participants et participantes une justification des activités, des limites et des règles ;
- › s'informer et reconnaître les sentiments des participants et participantes ;
- › donner aux participants et participantes la possibilité de prendre des initiatives et d'agir de manière indépendante ;
- › fournir des rétroactions et commentaires non contrôlants sur les performances ;
- › éviter les comportements et propos contrôlants, les critiques culpabilisantes ;
- › minimiser les comportements pouvant menacer l'ego.

Bien que ces approches soient originellement désignées pour des athlètes, elles peuvent s'appliquer par extension à toute personne participant à des activités physiques, en particulier les adolescents. Elles contribuent ainsi à la création de programmes sportifs qui favorisent un développement holistique.



## Réflexion pour renforcer la motivation

- › Parmi les pistes d'action proposées dans cette section, lesquelles pourriez-vous utiliser pour favoriser la motivation intrinsèque de votre clientèle ?
- › En pensant à vos pratiques actuelles, quels éléments de vos interventions pourraient être bonifiés pour améliorer la compétence, l'autonomie ou l'appartenance sociale ?



## 4.2 Pistes d'action – Communication

### L'entretien motivationnel en contexte individuel

Le but de ce type d'entretien est d'augmenter la prise de conscience des avantages du changement de comportement à effectuer, de renforcer la confiance en soi et de développer des stratégies pour surmonter les obstacles. D'une durée de 30 à 60 minutes, les entretiens se déroulent dans un cadre collaboratif et non jugeant. Le professionnel formé à cet effet (entraîneur, kinésologue, professeur d'éducation physique, etc.) utilise alors des techniques, telles que l'écoute active, les questions ouvertes et les réflexions, afin d'aider les personnes à explorer leurs motivations, leurs préoccupations et leurs objectifs.

### Les messages promotionnels en contexte populationnel

En matière de communication, il n'y a pas que les responsables de campagnes sociétales qui soient concernés par la formulation de messages. Dans les faits, la communication s'exerce à tous les niveaux, par toutes les organisations, et *de facto* par tous les intervenants. Les mots et les images que l'on utilisera seront éminemment importants. Et pour être efficaces, les publications sur les médias sociaux, les dépliants promotionnels, les messages destinés aux médias traditionnels, etc. doivent respecter certains principes.

### Principes

- › Viser un public en particulier et en être représentatif.
- › Proposer des modèles diversifiés en âge, en origine ethnique, en taille, en contexte régional, socio-économique, etc., pour que les populations ciblées s'y reconnaissent (ex. : s'éloigner du stéréotype du sport de performance).
- › Être simple et affectif plutôt que cognitif.
- › Viser la qualité de l'expérience (contexte agréable, sensations positive).
- › Renforcer la compétence, l'autonomie et l'appartenance sociale.
- › Éviter de faire référence aux motivations extrinsèques, telles que le contrôle ou la perte de poids et l'image corporelle.
- › S'appuyer sur les croyances et les attitudes des publics visés à l'égard de l'activité physique, du sport, du plein air, etc.
- › Prendre ancrage dans les théories des sciences comportementales ou dans les théories du marketing social et chercher l'appui d'un processus de recherche formative



### Réflexion pour renforcer la motivation

- › Quels devraient être les incontournables de vos communications pour favoriser la motivation intrinsèque ?
- › Que faut-il éviter pour que les messages soient porteurs ?
- › Comment vos pratiques de communication actuelles pourraient-elles être bonifiées pour soutenir la motivation intrinsèque ?
- › En pensant à vos pratiques de communication actuelles, jusqu'à quel point croyez-vous que vos messages sont adaptés à votre clientèle ? Avez-vous déjà conduit des recherches formatives pour bien en définir les caractéristiques ?







# CONCLUSION

Si elles sont implantées, les pistes d'action proposées dans cet ouvrage pourraient contribuer à augmenter le degré de motivation de milliers de personnes. Ces pistes représentent un ensemble de stratégies à mettre de l'avant, par différents acteurs, de différents niveaux. Si tout est mis en œuvre sur le plan de l'intervention et sur le plan de la communication, les personnes qui n'ont toujours pas développé de motivation intrinsèque pour le sport, l'activité physique et le plein air risquent fort d'évoluer vers une telle motivation conduisant vers une pratique régulière. Pour toutes ces raisons, on comprendra que même si la promotion des bienfaits d'une telle pratique sur la santé est toujours nécessaire, il y a lieu de recentrer le discours ambiant sur les éléments qui font qu'on en retire du plaisir et de la satisfaction.

# RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

1. CONTRERAS, G. et K. JOUBERT (2022). « Enquête québécoise sur l'activité physique et le sport 2018-2019. Étude des facteurs associés à la pratique d'activité physique de loisir », Institut de la statistique du Québec, 80 p.
2. PRATT, M., A. RAMIREZ VARELA et autres (2020). « Attacking the Pandemic of Physical Inactivity: What Is Holding Us Back ? », *British Journal of Sports Medicine*, vol. 54, n° 13, p. 760-762.
3. O'CONNOR, E. A., C. V. EVANS et autres (2020). « Behavioral Counseling to Promote a Healthy Diet and Physical Activity for Cardiovascular Disease Prevention in Adults With Cardiovascular Risk Factors: Updated Evidence Report and Systematic Review for the US Preventive Services Task Force », *Journal of the American Medical Association*, vol. 324, n° 20, p. 2076-2094.
4. ORGANISATION MONDIALE DE LA SANTÉ (2020). « Lignes directrices de l'OMS sur l'activité physique et la sédentarité : en un coup d'œil », 17 p.
5. COMITÉ SCIENTIFIQUE DE KINO-QUÉBEC (2020). « Pour une population québécoise physiquement active : des recommandations - Savoir et agir », Ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur, Direction du sport, du loisir et de l'activité physique, 84 p.
6. CAMERON, C., C. L. CRAIG et autres (2007). « Canada's Physical Activity Guides: Has Their Release Had an Impact ? », *Canadian Journal of Public Health*, vol. 98, n° Suppl 2, p. S161-169.
7. KNOX, E. C. L., D. W. ESLIGER et autres (2013). « Lack of Knowledge of Physical Activity Guidelines: Can Physical Activity Promotion Campaigns Do Better ? », *BMJ Open*, vol. 3, n° 12, p. e003633.
8. SPERANDEI, S., M. C. VIEIRA et autres (2016). « Adherence to Physical Activity in an Unsupervised Setting: Explanatory Variables for High Attrition Rates Among Fitness Center Members », *Journal of Science and Medicine in Sport*, vol. 19, n° 11, p. 916-920.
9. SPERANDEI, S., M. C. VIEIRA et autres (2019). « Adherence to Physical Activity in an Unsupervised Setting: The Case of Lapse and Return to Practice in a Brazilian Fitness Center », *Athens Journal of Sports*, vol. 6, n° 2, p. 95-108.
10. MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION ET DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR (2017). « *Au Québec, on bouge!* – Politique de l'activité physique, du sport et du loisir », Gouvernement du Québec, 38 p.
11. MILLER, C. H., L. T. LANE et autres (2007). « Psychological Reactance and Promotional Health Messages: The Effects of Controlling Language, Lexical Concreteness, and the Restoration of Freedom », *Human Communication Research*, vol. 33, n° 2, p. 219-240.
12. ROSENBERG, B. D. et J. T. SIEGEL (2018). « A 50-Year Review of Psychological Reactance Theory: Do Not Read this Article », *Motivation Science*, vol. 4, n° 4, p. 281-300.
13. BREHM, S. S. et J. W. BREHM (1981). « Psychological Reactance: A Theory of Freedom and Control », Academic Press, 432 p.
14. RENAUD, L., M. CARON-BOUCHARD et autres (2013). « Typologie des jeunes à l'égard de la pratique d'activités physiques et stratégies communicationnelles appropriées pour la promouvoir », *Communiquer*, vol. 9, p. 21-34.
15. REYNOLDS-TYLUS, T. (2019). « Psychological Reactance and Persuasive Health Communication: A Review of the Literature », *Frontiers in Communication*, vol. 4, n° 56.
16. DIEPEVEEN, S., T. LING et autres (2013). « Public Acceptability of Government Intervention to Change Health-Related Behaviours: A Systematic Review and Narrative Synthesis », *BMC Public Health*, vol. 13, n° 1, p. 756.

17. LEDDERER, L., M. KJÆR et autres (2020). « Nudging in Public Health Lifestyle Interventions : A Systematic Literature Review and Metasynthesis », *Health Education & Behavior*, vol. 47, n° 5, p. 749-764.
18. SUNSTEIN, C. R. (2019). « Nudging : A Very Short Guide », *Business Economics*, vol. 54, n° 2, p. 127-129.
19. FORBERGER, S., F. WICHMANN et autres (2022). « Nudges Used to Promote Physical Activity and to Reduce Sedentary Behaviour in the Workplace : Results of a Scoping Review », *Preventive Medicine*, vol. 155, 106922.
20. ÅVITSLAND, A., A. K. SOLBRAA et autres (2017). « Promoting Workplace Stair Climbing : Sometimes, Not Interfering Is the Best », *Archives of Public Health*, vol. 75, n° 2.
21. MICHIE, S., M. M. VAN STRALEN et autres (2011). « The Behaviour Change Wheel : A New Method for Characterising and Designing Behaviour Change Interventions », *Implementation Science*, vol. 6, n° 42.
22. OWEN, K. B., J. SMITH et autres (2014). « Self-Determined Motivation and Physical Activity in Children and Adolescents : A Systematic Review and Meta-Analysis », *Preventive Medicine*, vol. 67, p. 270-279.
23. TEIXEIRA, P. J., E. V. CARRAÇA et autres (2012). « Exercise, Physical Activity, and Self-Determination Theory : A Systematic Review », *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, vol. 9, n° 78.
24. HOHBERG, V., J.-N. KREPPKE et autres (2022). « What Is Needed to Promote Physical Activity ? : Current Trends and New Perspectives in Theory, Intervention, and Implementation », *Current Issues in Sport Science (CISS)*, vol. 7, p. 005.
25. IREPS RHÔNE-ALPES (2010). « Mieux connaître et prendre en compte les motivations des publics à la pratique d'activités physiques : repères pour les professionnels », Instance Régionale d'Éducation et de Promotion de la Santé, 13 p.
26. VALLERAND, R. J. et E. E. THILL (1993). « Introduction à la psychologie de la motivation », Éditions Études vivantes, 674 p.
27. RYAN, R. M. et E. L. DECI (2000). « Self-Determination Theory and the Facilitation of Intrinsic Motivation, Social Development, and Well-Being », *American Psychologist*, vol. 55, n° 1, p. 68-78.
28. DECI, E. L. et R. M. RYAN (2002). « Handbook of Self-Determination Research », University of Rochester Press, 470 p.
29. SARRAZIN, P. G., L. G. PELLETIER et autres (2011). « Nourrir une motivation autonome et des conséquences positives dans différents milieux de vie : les apports de la théorie de l'autodétermination », dans : MARTIN-KRUMM, C. P. et C. TARQUINIO (éditeurs), *Traité de psychologie positive fondements théoriques et implications pratiques*, De Boeck, p. 273-312.
30. BRIÈRE, N. M., R. J. VALLERAND et autres (1995). « Développement et validation d'une mesure de motivation intrinsèque, extrinsèque et d'amotivation en contexte sportif : l'Échelle de Motivation dans les Sports (ÉMS) », *International Journal of Sport Psychology*, vol. 26, p. 465-489.
31. LENTILLON-KEASTER, V. et G. PATELLI (2017). « Effet de l'alternance des formes de groupement sur le plaisir ressenti en éducation physique et sportive », *STAPS*, vol. 116, p. 61-74.
32. CORNELOUP, J. (2011). « Approche sociologique du plaisir en sport et en EPS », *Le plaisir*, halshs-01139280.
33. BUI-XUÂN, G. (2011). « Le plaisir, un fait conatif total », dans : HAYE, G. (éditeur), *Le plaisir*, Éditions EP&S, p. 49-66.
34. HAYE, G. et D. DELIGNIÈRES (2011). « Plaisirs et déplaisirs », dans : HAYE, G. (éditeur), *Le plaisir*, Éditions EP&S, p. 11-26.
35. DELIGNIÈRES, D. et S. PEREZ (1998). « Le plaisir perçu dans la pratique des activités physiques et sportives : élaboration d'un outil d'évaluation », *STAPS*, vol. 45, p. 7-18.
36. CONROY, D. E. et T. R. BERRY (2017). « Automatic Affective Evaluations of Physical Activity », *Exercise and Sport Sciences Reviews*, vol. 45, n° 4, p. 230237.

37. NTOUMANIS, N., J. Y. Y. NG et autres (2021). « A Meta-Analysis of Self-Determination Theory-Informed Intervention Studies in the Health Domain : Effects on Motivation, Health Behavior, Physical, and Psychological Health », *Health Psychology Review*, vol. 15, n° 2, p. 214-244.
38. RYAN, R. M. et E. L. DECI (2018). « Self-Determination Theory : Basic Psychological Needs in Motivation, Development, and Wellness », The Guilford Press, 756 p.
39. GILLET, N., S. BERJOT et autres (2010). « Profils motivationnels et ajustement au travail : vers une approche intra-individuelle de la motivation », *Le travail humain*, vol. 73, n° 2, p. 141-162.
40. RHODES, R. E., D. MCEWAN et autres (2019). « Theories of Physical Activity Behaviour Change : A History and Synthesis of Approaches », *Psychology of Sport and Exercise*, vol. 42, p. 100-109.
41. RACKOW, P., U. SCHOLZ et autres (2015). « Received Social Support and Exercising : An Intervention Study to Test the Enabling Hypothesis », *British Journal of Health Psychology*, vol. 20, n° 4, p. 763-776.
42. BOICHÉ, J. C. S., P. G. SARRAZIN et autres (2008). « Students' Motivational Profiles and Achievement Outcomes in Physical Education : A Self-determination Perspective », *Journal of Educational Psychology*, vol. 100, p. 688-701.
43. VALLERAND, R. J. (2016). « The Dualistic Model of Passion : Theory, Research, and Implications for the Field of Education », dans : LIU, W. C., J. C. K. WANG et autres (éditeurs), *Building Autonomous Learners : Perspectives from Research and Practice using Self-Determination Theory*, Springer, p. 31-58.
44. CARR, R. M., A. PRESTWICH et autres (2019). « Dyadic Interventions to Promote Physical Activity and Reduce Sedentary Behaviour : Systematic Review and Meta-Analysis », *Health Psychology Review*, vol. 13, n° 1, p. 91-109.
45. FITZGERALD, A., N. FITZGERALD et autres (2012). « Do Peers Matter ? A Review of Peer And/or Friends' Influence on Physical Activity among American Adolescents », *Journal of Adolescence*, vol. 35, n° 4, p. 941-958.
46. SALVY, S. J., J. N. ROEMMICH et autres (2009). « Effect of Peers and Friends on Youth Physical Activity and Motivation to Be Physically Active », *Journal of Pediatric Psychology*, vol. 34, n° 2, p. 217-225.
47. POTTER, K. et M. SARTORE-BALDWIN (2019). « Dogs as Support and Motivation for Physical Activity », *Current Sports Medicine Reports*, vol. 18, n° 7, p. 275-280.
48. LAVIE, C. J., C. OZEMEK et autres (2019). « Sedentary Behavior, Exercise, and Cardiovascular Health », *Circulation Research*, vol. 124, n° 5, p. 799-815.
49. LYNCH, A. M., S. KILROY et autres (2023). « Active Older Adults Goal Setting Outcomes for Engaging in a Physical Activity App and the Motivation Characteristics of These Goals (MOVEAGE-ACT) », *Preventive Medicine Reports*, vol. 31, n° 102084.
50. MCLAUGHLIN, M., T. DELANEY et autres (2021). « Associations Between Digital Health Intervention Engagement, Physical Activity, and Sedentary Behavior : Systematic Review and Meta-analysis », *Journal of Medical Internet Research*, vol. 23, n° 2, p. e23180.
51. GAO, Z. et J. E. LEE (2019). « Emerging Technology in Promoting Physical Activity and Health : Challenges and Opportunities », *Journal of Clinical Medicine*, vol. 8, n° 11, p. 1830.
52. RHODES, R. E., A. COX et autres (2022). « What Predicts the Physical Activity Intention-Behavior Gap ? A Systematic Review », *Annals of Behavioral Medicine*, vol. 56, n° 1, p. 1-20.
53. BAUMAN, A., R. S. REIS et autres (2012). « Correlates of Physical Activity : Why Are Some People Physically Active and Others Not ? », *Lancet*, vol. 380, n° 9838, p. 258-271.
54. CHEVAL, B. et M. P. BOISGONTIER (2021). « The Theory of Effort Minimization in Physical Activity », *Exercise and Sport Sciences Reviews*, vol. 49, n° 3, p. 168-178.
55. BANDURA, A. (2019). « Auto-efficacité : comment le sentiment d'efficacité personnelle influence notre qualité de vie », 3<sup>e</sup> édition, Éditions de Boeck, 888 p.



56. LECOMTE, J. (2004). « Les applications du sentiment d'efficacité personnelle », *Savoirs*, vol. 5, n° hors série, p. 59-90.
57. RONDIER, M. (2004). « A. Bandura. Auto-efficacité : le sentiment d'efficacité personnelle », *L'orientation scolaire et professionnelle*, vol. 33, n° 3, p. 475-476.
58. BRUNELLE, J., D. DROUIN et autres (1988). « La supervision de l'intervention en activité physique », Gaëtan Morin, 317 p.
59. TABLE SUR LE MODE DE VIE PHYSIQUEMENT ACTIF (2019). « Varier et adapter les expériences motrices, c'est la clé : de la série *À nous de jouer !* », ministère de l'Éducation et de l'Enseignement supérieur, 22 p.
60. ROBINSON, L. E., D. F. STODDEN et autres (2015). « Motor Competence and its Effect on Positive Developmental Trajectories of Health », *Sports Medicine*, vol. 45, n° 9, p. 1273-1284.
61. MELBY, P. S., P. ELSBORG et autres (2021). « Exploring the Importance of Diversified Physical Activities in Early Childhood for Later Motor Competence and Physical Activity Level : A Seven-Year Longitudinal Study », *BMC Public Health*, vol. 21, n° 1, p. 1492.
62. BATISTA, M. B., C. L. P. ROMANZINI et autres (2019). « Participation in Sports in Childhood and Adolescence and Physical Activity in Adulthood : A Systematic Review », *Journal of Sports Sciences*, vol. 37, n° 19, p. 2253-2262.
63. CANTELL, M. et L. KOOISTRA (2002). « Long-Term Outcomes of Developmental Coordination Disorder », dans : CERMAK, S. et D. LARKIN (éditeurs), *Developmental Coordination Disorder : Theory and Practice*, Delmar Thomson Learning, p. 22-38.
64. PHICHÉ, S. (2003). « Précurseurs motivationnels des performances sportive et scolaire », Université Laval, Québec, 93 p.
65. RYAN, R. M., G. C. WILLIAMS et autres (2009). « Self-Determination Theory and Physical Activity : The Dynamics of Motivation in Development and Wellness », *Hellenic Journal of Psychology*, vol. 6, n° 2, p. 107-124.
66. FERRAND, C., S. NASARRE et autres (2012). « Aging and Well-Being in French Older Adults Regularly Practicing Physical Activity : A Self-Determination Perspective », *Journal of Aging and Physical Activity*, vol. 20, n° 2, p. 215-230.
67. SALLIS, J. F., C. SPOON et autres (2015). « Co-benefits of Designing Communities for Active Living : An Exploration of Literature », *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, vol. 12, n° 30.
68. GADAIS, T., M. BOULANGER et autres (2018). « Environments Favorable to Healthy Lifestyles : A Systematic Review of Initiatives in Canada », *Journal of Sport and Health Science*, vol. 7, n° 1, p. 7-18.
69. MINISTÈRE DE LA SANTÉ ET DES SERVICES SOCIAUX (2012). « La santé et ses déterminants : mieux comprendre pour mieux agir », Gouvernement du Québec, 24 p.
70. BIDDLE, S. J. H. (2022). « Barriers to Physical Activity : Time to Change ? A Preventive Medicine Golden Jubilee Editorial », *Preventive Medicine*, vol. 163, p. 107193.
71. TABLE SUR LE MODE DE VIE PHYSIQUEMENT ACTIF (2016). « Susciter la passion pour l'activité physique », 8 p.
72. SYLVESTER, B. D., J. D. GILCHRIST et autres (2020). « Sampling Sports During Adolescence, Exercise Behaviour in Adulthood, and the Mediating Role of Perceived Variety in Exercise », *Psychology & Health*, vol. 35, n° 11, p. 13681383.
73. SYLVESTER, B. D., M. STANDAGE et autres (2016). « Variety Support and Exercise Adherence Behavior : Experimental and Mediating Effects », *Journal of Behavioral Medicine*, vol. 39, n° 2, p. 214-224.
74. ZIMMER, C., M. H. MCDONOUGH et autres (2021). « Experiences with Social Participation in Group Physical Activity Programs for Older Adults », *Journal of Sport & Exercise Psychology*, vol. 43, n° 4, p. 335-344.
75. AMIREAULT, S., M.-C. LEMIEUX et autres (2013). « L'activité physique et sportive des adolescentes : bilan, perspectives et pistes d'action », Kino-Québec, ministère de l'Éducation, du Loisir et du Sport, Gouvernement du Québec, 44 p.

76. WILLIAMSON, C., G. BAKER et autres (2020). « Get the Message ? A Scoping Review of Physical Activity Messaging », *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, vol. 17, n° 51.
77. NTOUMANIS, N., E. QUESTED et autres (2017). « Need Supportive Communication : Implications for Motivation in Sport, Exercise, and Physical Activity », dans : JACKSON, B., J. DIMMOCK et autres (éditeurs), *Persuasion and Communication in Sport, Exercise, and Physical Activity*, Routledge, p. 155169.
78. ROSENSTOCK, I. M., V. J. STRECHER et autres (1988). « Social Learning Theory and the Health Belief Model », *Health Education Quarterly*, vol. 15, n° 2, p. 175-183.
79. CRAIG, C. L., A. BAUMAN et autres (2009). « ParticipACTION : A Mass Media Campaign Targeting Parents of Inactive Children ; Knowledge, Saliency, and Trialing Behaviours », *International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity*, vol. 6, n° 88.
80. HUHMAN, M., R. P. KELLY et autres (2017). « Social Marketing as a Framework for Youth Physical Activity Initiatives : A 10-Year Retrospective on the Legacy of CDC's VERB Campaign », *Current Obesity Reports*, vol. 6, n° 2, p. 101-107.
81. BÉLANGER-GRAVEL, A., N. CUTUMISU et autres (2017). « Short-Term Impact of a Multimedia Communication Campaign on Children's Physical Activity Beliefs and Behavior », *Journal of Health Communication*, vol. 22, n° 1, p. 1-9.
82. FIRZLY, N., H. SIROIS-LECLERC et autres (2015). « Du coaching au mentorat dans la pratique des loisirs organisés : comment favoriser le développement positif des jeunes ? », *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, vol. 4, n° 108, p. 653-678.
83. HODES, R. E. et A. KATES (2015). « Can the Affective Response to Exercise Predict Future Motives and Physical Activity Behavior ? A Systematic Review of Published Evidence », *Annals of Behavioral Medicine*, vol. 49, n° 5, p. 715-731.
84. BUDNICK, C. J., M. STULTS-KOLEHMAINEN et autres (2023). « Motivation States to Move, Be Physically Active and Sedentary Vary like Circadian Rhythms and Are Associated with Affect and Arousal », *Frontiers in Sports and Active Living*, vol. 5, n° 1094288.
85. MAGEAU, G. A. et R. J. VALLERAND (2003). « The Coach-Athlete Relationship : A Motivational Model », *Journal of Sports Sciences*, vol. 21, n° 11, p. 883-904.





