

L'OMS, en partenariat avec le Centre collaborateur pour l'activité physique, la nutrition et l'obésité de Sydney (Australie), organise un atelier consacré aux médias et au marketing social sur le thème de l'activité physique, du 27 au 29 septembre 2015 à Amman (Jordanie).

Les objectifs de cet atelier sont les suivants :

- renforcer les compétences et les capacités pour concevoir et mettre en œuvre des campagnes d'information de masse à l'échelle nationale ou régionale, afin de promouvoir l'exercice physique (et développer des compétences dans d'autres campagnes d'information de masse en lien avec les facteurs de risque des maladies non transmissibles) ;
- préparer un projet de plan de communication national ou régional consacré à l'activité physique.

À l'issue de cet atelier, les participants pourront :

- appliquer des principes de communication et élaborer des messages appropriés dans le cadre de campagnes d'information de masse visant à promouvoir l'activité physique (ou d'autres campagnes de prévention des maladies non transmissibles) ;
- planifier et mettre en œuvre une campagne d'information de masse ou de marketing social au niveau de la population ;
- évaluer les campagnes d'information de masse et mesurer leur impact sur la sédentarité et les comportements nocifs pour la santé qui lui sont associés.

< p>Les problématiques abordées au cours de l'atelier incluront : la planification de la campagne d'information de masse dédiée à l'activité physique ; la conception du message et de la communication ; la mise en œuvre et la diffusion des campagnes ; l'utilisation d'autres media, de nouveaux moyens de communication, et des réseaux sociaux pour promouvoir les campagnes ; le soutien à la campagne à l'aide de stratégies nationales sur l'activité physique ; et l'évaluation de l'impact de la campagne.

La sédentarité est un problème de santé publique majeur. Les données de la Région montrent de grandes variations dans les niveaux de sédentarité, qui vont d'environ 30 % de la population jusqu'à 70 % dans certains pays. Il est encore plus préoccupant de constater que, d'après les estimations de l'OMS, la Région de la Méditerranée orientale constitue la région la moins active

physiquement de toutes les Régions de l'OMS. En 2012, les États Membres de la Région ont adopté, lors de la cinquante-neuvième session du Comité régional de la Méditerranée orientale, un cadre d'action pour la mise en œuvre de la Déclaration politique des Nations Unies, qui inclut l'application des recommandations mondiales sur l'activité physique et l'organisation de campagnes d'information de masse sur l'alimentation et l'activité physique.

L'une des stratégies initiales dans la mise en œuvre d'un plan national ou régional pour l'activité physique est de développer une meilleure compréhension de la sédentarité et de la santé dans la communauté. Pour cela, une approche optimale revient à élaborer et mettre en œuvre des campagnes de communication à grande échelle sur le thème de l'activité physique, qui soient pertinentes et compréhensibles au niveau local, qui bénéficient d'une large diffusion et atteignent l'ensemble de la population ou des segments de population concernés. Le recours à des campagnes d'information de masse planifiées est essentiel pour franchir cette étape d'éducation sur l'activité physique et sur son rôle dans la prévention des maladies non transmissibles.

Thursday 18th of April 2024 11:23:33 AM