

# Stratégies pour faire participer les parents au transport scolaire actif

Résumé de la recherche - octobre 2021



Ontario Active  
School Travel



un programme de

Green   
Communities  
CANADA

# Remerciements

Green Communities Canada tient à remercier les organismes suivants pour leur précieux apport à ce rapport de recherche :

- Conseil Transport scolaire actif Ontario
- Metrolinx
- The Strategic Counsel
- Cullbridge Marketing and Communications

L'élaboration du rapport a bénéficié d'un financement du gouvernement de l'Ontario. Les opinions exprimées dans le présent document sont celles de Green Communities Canada, et ne reflètent pas nécessairement les opinions des bailleurs de fonds.

Adresse élec. : [info@ontarioactiveschooltravel.ca](mailto:info@ontarioactiveschooltravel.ca)

Site Web : [www.ontarioactiveschooltravel.ca](http://www.ontarioactiveschooltravel.ca)

## **Stratégies pour faire participer les parents au transport scolaire actif - Résumé de la recherche**

© Octobre 2021, Green Communities Canada

Green Communities Canada reconnaît les nombreux territoires traditionnels des Premières Nations au Canada, ainsi que les territoires visés par des traités. Nous saluons le travail ininterrompu des Premières Nations, des Métis et des Inuits, gardiens originels des terres et des eaux. En tant que leaders du mouvement écologique, il nous incombe d'écouter la voix des Autochtones et de respecter leurs perspectives.

# Stratégies pour faire participer les parents au transport scolaire actif

Les parents et les fournisseurs de soins jouent un rôle déterminant dans le recours au transport actif (marche, vélo, etc.) pour leurs enfants. Chez les parents qui continuent à déposer leurs enfants à l'école et à les chercher en voiture, une certaine résistance au changement demeure un obstacle considérable à la renormalisation du transport scolaire actif dans les collectivités canadiennes.

Le présent rapport est un résumé de la recherche menée par Transport scolaire actif Ontario (TSAO) entre 2018 et 2020 et dirigée par le Groupe de travail sur l'engagement des parents (GTEP) du Conseil TSAO. Cette recherche avait pour but d'examiner les stratégies qui permettraient de faire participer davantage de parents aux initiatives visant à accroître le nombre d'enfants qui recourent aux modes de transport actif pour leurs déplacements scolaires.

Le GTEP a également effectué une **analyse de contexte** pour résumer la recherche et les ressources actuelles, et a demandé à la société Cullbridge Marketing and Communications de dresser un ensemble de **recommandations stratégiques** qui incorporent également les constats d'une recherche menée en parallèle, en 2019, par la firme The Strategic Counsel pour le compte de l'agence Metrolinx.

## Analyse de contexte

Le GTEP a mené une analyse de contexte dans le but d'examiner les études les plus récentes sur les éléments favorables et les obstacles au transport scolaire actif identifiés par les parents, ainsi que les meilleures pratiques, les outils et les campagnes les plus efficaces pour surmonter ces obstacles.

L'analyse de contexte a permis de cerner les principaux obstacles et facteurs déterminants, ainsi que les stratégies possibles.

### **Obstacles :**

- Personnes inconnues
- « Tyrans » (personnes intimidantes)
- Volume de circulation aux abords des écoles
- Distance trop grande à parcourir, manque de temps
- Perceptions de la conduite automobile comme étant plus facile et pratique

**Facteurs :**

- Normes sociales
- Enchaînement des déplacements (succession de trajets combinés)
- Heures de classes et routines fixes (travail, activités parascolaires, etc.)
- Connaissance des voisins et des quartiers environnants
- Écart entre intentions et comportements (intentions contrecarrées par certains facteurs que les parents croient ne pas pouvoir changer (contrôles comportementaux))

**Stratégies :**

- Tenir les parents au courant.
- Leur prouver que le transport scolaire actif est une option sécuritaire.
- Souligner les compétences qu'acquièrent leurs enfants grâce aux programmes de formation.
- Solliciter les champions et les partisans du transport actif de tous genres (parents, administration scolaire, municipalité, collectivité et quartier, etc.).
- Faire participer les écoliers dans la promotion du transport scolaire actif.
- Formuler les messages sans porter de jugement (éviter de condamner certains comportements des parents).
- S'engager auprès des familles qui ont récemment subi une perturbation de leurs habitudes de déplacement quotidiennes (déménagement, nouvel emploi, etc.).

Vous pouvez lire l'analyse de contexte dans son intégralité en format [tableur téléchargeable](#), ainsi que les principaux constats d'une revue de la littérature, les «six étapes du changement» et les «trois dimensions de l'engagement».

**Groupes de discussion**

En 2019, l'agence Metrolinx a commandé une recherche auprès de la firme The Strategic Counsel dans le but d'examiner les obstacles au transport scolaire actif liés aux parents dans la région du Grand Toronto et de Hamilton. En tout, 13 groupes de discussion composés de parents et de gardiens d'écoliers de la maternelle à la 8<sup>e</sup> année se sont penchés sur les habitudes familiales de déplacement scolaire, lesquelles formaient la base du critère de composition de chaque groupe.

Les groupes de discussion ont cerné les principaux obstacles et facteurs déterminants, ainsi que les stratégies possibles.

### **Obstacles :**

- Pression et stress de la routine matinale avant l'école (les familles ont beaucoup à faire avant de quitter la maison).
- Idée voulant qu'il est plus facile, plus efficace, plus rapide et plus pratique de se déplacer en voiture que de façon active.
- Hésitation à prendre les transport en commun en raison de préoccupations quant à la sécurité et du temps de déplacement.
- Insatisfaction face aux bus scolaires à cause de certaines expériences (temps de déplacement longs, nécessité de monter dans le bus ou de se faire déposer à un endroit précis, incidents d'intimidation, état des bus, etc.)
- Contraintes dans la zone d'embarquement et de débarquement de l'école.

### **Facteurs :**

- Presque tout le monde reconnaît les avantages de se déplacer à pied ou à vélo (les inconvénients sont toutefois perçus comme étant plus particuliers, concrets et convaincants, « écrasant » ainsi les avantages).
- Les automobilistes reconnaissent la situation chaotique et dangereuse aux abords de l'école, mais ne se voient pas eux-mêmes comme étant à la source de ce problème.
- Les programmes scolaires de gestion de la circulation ne font qu'« encourager » les parents à utiliser leur voiture pour déposer et chercher leurs enfants.
- Les parents ont connaissance des programmes et des événements scolaires, mais ne modifient pas pour autant leurs comportements de façon durable.

### **Stratégies :**

- Incitatifs et concours pour augmenter le recours à la marche et au vélo
- Système de jumelage
- Davantage de programmes périscolaires (avant et après les classes)
- Davantage de brigadiers scolaires
- Meilleure planification urbaine et meilleur aménagement urbain
- Application du règlement accrue
- Programme Pédibus
- Messages percutants et axés sur l'émotionnel plutôt que sur le rationnel, ce dernier s'étant avéré insuffisant

Vous pouvez lire un résumé des constats et recommandations des groupes de discussion réalisé par The Strategic Counsel en format [PDF téléchargeable](#).

## Recommandations stratégiques

Au printemps 2020, le GTEP a demandé à Jay Kassirer de Cullbridge Marketing and Communications d'élaborer un rapport sur les moyens « de faire participer les parents qui résistent au transport scolaire actif » pour compléter les résultats de l'analyse de contexte, formuler des recommandations stratégiques dans une optique du marketing social, et formuler des recommandations de haut niveau en matière de cadrage aux fins de l'essai pilote prochain.

Le rapport présente les stratégies et tactiques clés d'engagement, les dimensions de l'engagement et les étapes et les processus du changement.

### **Stratégies :**

- Trouver un équilibre entre les facteurs de pression et les facteurs d'attraction (les premiers favorisent le changement au moyen de séances de formation, de concours, de programmes et d'événements, tandis que les derniers rendent une certaine activité si agréable, si enrichissante et si pratique que les gens s'y adonnent naturellement).
- Inciter les parents et les fournisseurs de soins à participer aux séances de formation et aux devoirs des écoliers sur les compétences en matière de sécurité (ou en faire une exigence).
- Faire appel au « cerveau émotionnel » au moyen d'images suscitant les émotions et de récits d'histoires vécues :
  - \* consulter les trois dimensions de l'engagement (plus bas).
- Prendre en compte les parents à différents stades du changement, et segmenter les mesures en conséquence :
  - \* consulter les six étapes et processus du changement (plus bas).
- Faire appel à l'attrait des normes : montrer que d'autres parents profitent du fait que leurs enfants se déplacent de façon active (marche, vélo) pour aller à l'école.
- Approuver les comportements désirés et fournir des lignes directrices connexes.
- Renforcer la visibilité de la marche et du cyclisme, tout en réduisant celle de la conduite automobile.
- Fournir des balises de participation et des occasions de rétroaction de groupe.
- Fournir des occasions de partage d'expériences et d'autres formes de promotion de bouche à oreille.
- Profiter des concours et des événements pour créer un contexte attrayant qui permet de sensibiliser les parents et les inciter à envisager de modifier leurs comportements.
- Récompenser et reconnaître publiquement (se limiter aux récompenses modestes et ponctuelles, lesquelles sont l'un des nombreux bienfaits, tant concrets qu'immatériels, du transport scolaire actif).

### **Dimensions de l'engagement :**

- Appartenance («Voilà qui je suis») – sentiment de connexion, de filiation, de relation, d'identification, de loyauté, de proximité affective ou de propriété :
  - se conformer aux normes sociales, s'adapter au groupe, se plier aux attentes des autres ;
  - être un parent affectueux, digne de confiance (qui ÉVITE de se déplacer en voiture avec ses enfants) et conscient des bienfaits du transport actif pour la santé des enfants et des animaux de compagnie.
- Plaisir («J'aime ça») – sentiment d'aise, de satisfaction, voire d'indulgence hédoniste ; bienfaits fonctionnels :
  - se soutenir mutuellement pendant la routine matinale stressante ;
  - trouver plus facile, plus agréable, plus efficace et plus pratique de laisser les enfants se déplacer à pied ou à vélo pour aller à l'école ;
  - éviter le cercle vicieux des débarquements et des cueillettes en voiture ;
  - prendre plaisir à accompagner les enfants sur le chemin de l'école à pied ou à vélo.
- Résonance («Ça trouve un écho en moi») – sentiment d'attraction, de participation, de pertinence ou de partage de valeurs, et désir d'apprendre :
  - préoccupation et désir de contribuer à une cause, p. ex., atténuer le changement climatique ;
  - préoccupation quant à sa santé personnelle, désir de prendre soin de soi-même en adoptant un mode de vie sain.

### **Étapes du changement :**

1. Précontemplation – les parents qui se trouvent à cette étape n'ont aucune intention de modifier leurs habitudes de déplacement scolaire dans un avenir proche. Ils croient qu'ils agissent pour le mieux en déposant et en cherchant leurs enfants en voiture :
  - Disséminer des messages axés sur les émotions.
2. Contemplation – les parents qui se trouvent à cette étape ont conscience que le fait de déposer et de chercher leurs enfants en voiture n'est peut-être pas la meilleure solution. Ils commencent à peser le pour et le contre des options de rechange :
  - Disséminer des messages axés sur les faits. Aborder les obstacles et les préoccupations des parents grâce à une planification du transport scolaire et à d'autres programmes de formation.
3. Préparation – les parents qui se trouvent à cette étape sont motivés. Ils prévoient de laisser leurs enfants faire l'aller-retour entre la maison et l'école à pied ou à vélo dans un avenir immédiat :
  - Disséminer des messages axés sur les faits, combinés à un soutien (programmes, événements, concours).

4. Action – les parents qui se trouvent à cette étape laissent leurs enfants faire l'aller-retour entre la maison et l'école à pied ou à vélo :
  - Renforcer les comportements positifs (balises de participation, visibilité, encouragement de l'école).
5. Rechute – certains parents peuvent retomber dans leurs vieilles habitudes de déplacement à cause d'intempéries, d'une maladie, etc. :
  - Pallier en surveillant les risques de rechute et en aidant les parents qui ont rechuté.
6. Maintien – les parents qui se trouvent à cette étape finale ne sont plus tentés par la rechute à une étape antérieure.

***Processus du changement :***

- Processus expérientiels (stratégies cognitives et affectives) – utiles surtout aux premières étapes du changement :
  - Sensibilisation aux problèmes liés à la pratique de déposer les enfants à l'école et de les chercher en voiture, et aux bienfaits du transport scolaire actif.
  - Soulagement dramatique – appels aux émotions positives ou négatives.
  - Auto-réévaluation des habitudes familiales de déplacement scolaire.
  - Réévaluation du milieu social pour se rendre compte de l'impact sur les autres membres de sa famille et de son réseau social.
  - Libération sociale – rencontre d'un soutien social qui permet d'encourager ses enfants à aller à l'école à pied ou à vélo.
- Processus comportementaux (stratégies de gestion des comportements) – utiles surtout aux dernières étapes du changement :
  - Engagement – convaincus que les déplacements actifs sont réellement sécuritaires, pratiques et preuve de sollicitude envers leurs enfants, les parents s'engagent à soutenir ces derniers pour qu'ils aillent à l'école à pied ou à vélo.
  - Relations d'entraide – se trouver des relations de soutien qui permettent de s'encourager et de s'aider mutuellement à passer à l'action.
  - Contre-conditionnement – encourager les parents à remarquer et à se remémorer les expériences positives d'autres familles pour se laisser influencer par leur exemple et contrer les normes usuelles.
  - Gestion du renforcement – reconnaître et récompenser les familles dont les enfants vont à l'école à pied ou à vélo.
  - Contrôle de stimulus – rappels et indices qui aident à normaliser le déplacement des écoliers à pied et à vélo (p. ex., supports pour vélos visibles, reconnaissance, incitatifs, etc.) et à éliminer les facteurs qui prédisposent à la conduite automobile (p. ex., réaménagement de la zone d'embarquement et

de débarquement, de sorte qu'elle soit plus loin de l'entrée principale de l'école).

Lisez les recommandations stratégiques en format [PDF téléchargeable](#).

## Ressources supplémentaires

Les ressources suivantes comprennent un guide de planification du marketing social, un exemple des étapes du changement, et des site Web proposant des outils qui favorisent le changement et le marketing social communautaire.

- [Outils du changement](#) : site bilingue qui propose des méthodes éprouvées pour promouvoir la santé, la sécurité et l'écocivisme
- *Changing Transportation Behaviours – A Social Marketing Planning Guide* (guide de planification du marketing social, en anglais) :  
[www.researchgate.net/publication/312188618\\_Changing\\_Transportation\\_Behaviours\\_A\\_Social\\_Marketing\\_Planning\\_Guide](http://www.researchgate.net/publication/312188618_Changing_Transportation_Behaviours_A_Social_Marketing_Planning_Guide)
- Étapes du changement (en anglais) :  
[www.researchgate.net/publication/318421816\\_Accelerating\\_Movement\\_Through\\_the\\_Stages\\_of\\_Change\\_for\\_Forest\\_Conservation\\_a\\_best\\_practice\\_literature\\_review\\_and\\_synthesis](http://www.researchgate.net/publication/318421816_Accelerating_Movement_Through_the_Stages_of_Change_for_Forest_Conservation_a_best_practice_literature_review_and_synthesis)
- [www.cbsm.com](http://www.cbsm.com)