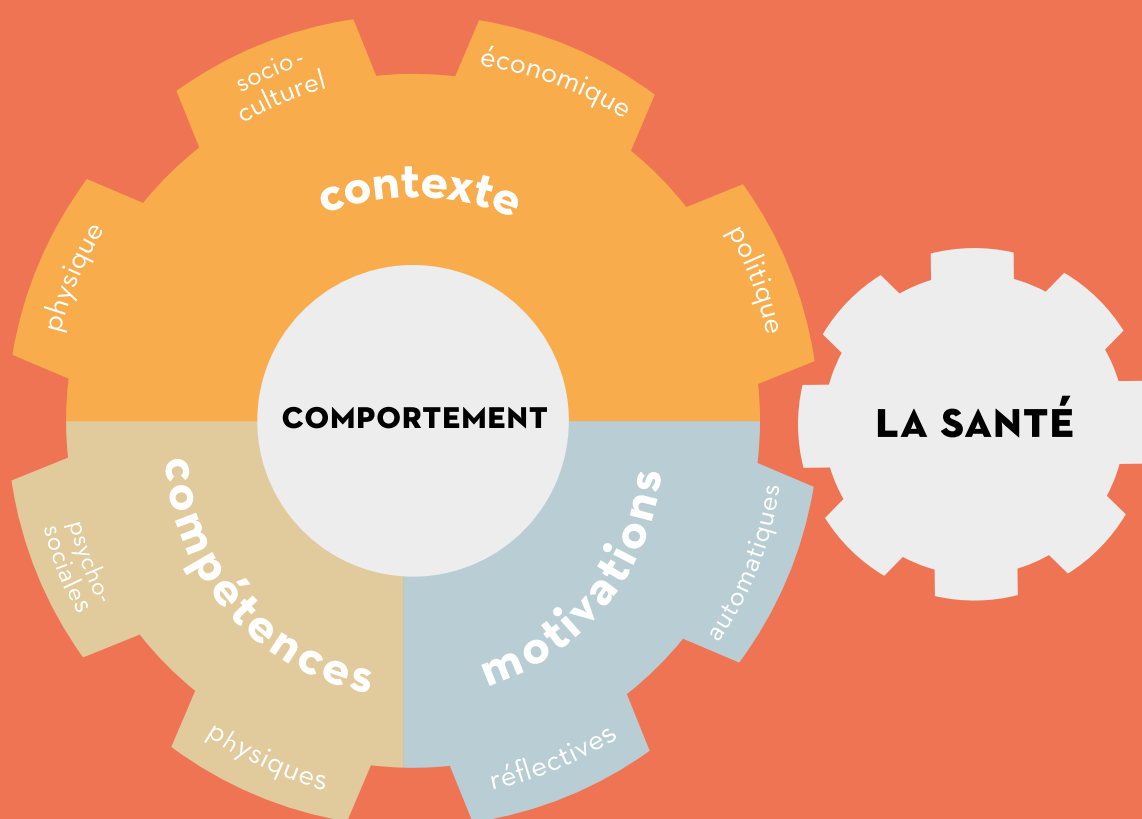


# LES DÉTERMINANTS COMPORTEMENTAUX

un aperçu selon le Roue du comportement.

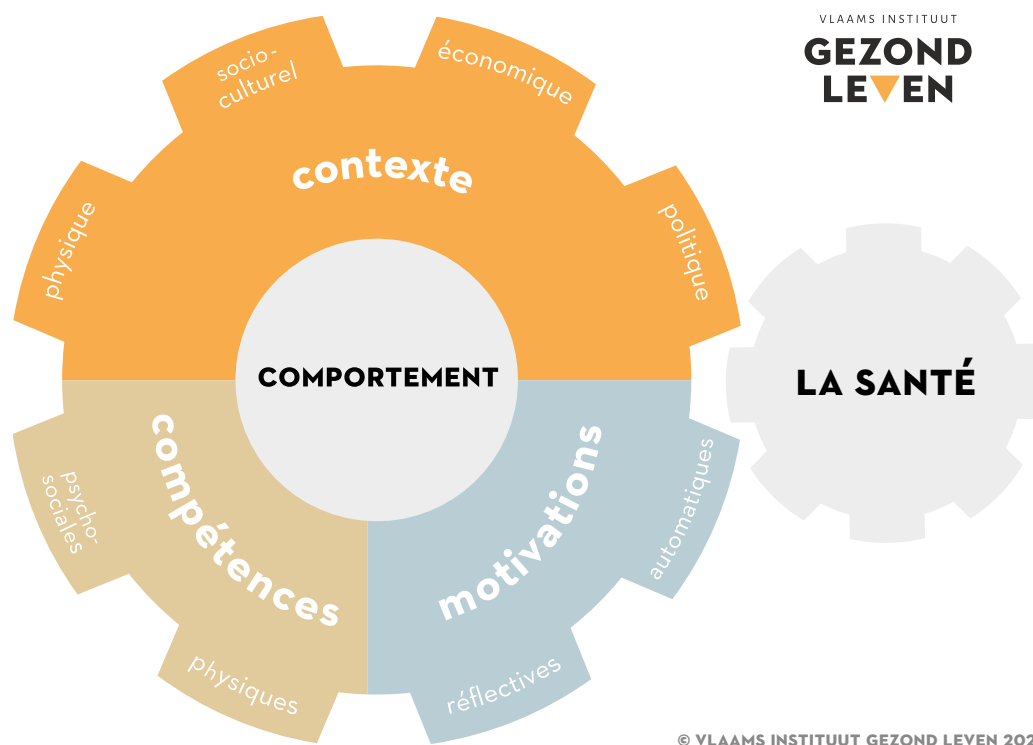


# INHOUD

<b>INTRODUCTION</b>	3
<b>LES DÉTERMINANTS DE LA ROUE DU COMPORTEMENT</b>	5
<b>Compétences</b>	5
Composants de la condition physique	5
Compétences psychosociales	6
<b>Motivations</b>	8
Motivations automatiques	8
Motivations réfléchives	8
<b>Contexte</b>	10
Contexte physique	10
Contexte socio-culturel	11
Contexte économique	12
Contexte politique	13

## INLEIDING

Cet aperçu résume les déterminants comportementaux les plus courants que l'on trouve dans la littérature scientifique. Ils sont organisés en fonction des trois parties de la Roue du comportement: compétences, motivations et contexte.



### 3 catégories de déterminants

Dans la Roue du **comportement**, vous trouverez trois grandes catégories de déterminants : les compétences, les motivations et le contexte. Chacune d'entre elles peut être affinée.

Les **compétences** sont les aptitudes (physiques et psychologiques) et les connaissances dont on a besoin pour adopter un certain comportement (sain) ou pour modifier ou désapprendre un comportement (malsain).

Les **motivations** sont les facteurs qui guident ou motivent le comportement d'une personne à partir de considérations réfléchies ou rationnelles ou de processus ou encore de facteurs automatiques tels que les besoins, les émotions et les habitudes. Les compétences et les motivations forment, ensemble, les déterminants individuels ou les influences **internes de l'individu**.

Le **contexte** comprend des aspects de l'environnement physique, social (culturel), économique et politique qui peuvent influencer le comportement à un niveau micro, méso ou macro (Swinburn, Egger, & Raza, 1999). Il s'agit donc d'influences **extérieures à l'individu**.

## Système en interactions

Ensemble, les déterminants donnent un aperçu de toutes les influences possibles sur le comportement (lié à la santé). Il est important de noter que les différents déterminants interagissent également les uns avec les autres lorsqu'ils influencent le comportement. Ils ne sont donc pas distincts mais forment une interaction complexe d'influences qui peuvent être différentes pour chaque individu. Ainsi, ils peuvent se renforcer ou simplement se miner mutuellement.

## Expliquer et prévoir le comportement

La Roue du comportement a été développée pour aider les acteurs de la promotion de la santé à prédire quel changement de déterminants est nécessaire pour obtenir un certain comportement sain parmi le groupe cible (par exemple, de meilleures compétences interactives pour discuter de la sexualité sans risque avec un partenaire). Mais les déterminants de la Roue du comportement peuvent également donner un aperçu des causes du comportement malsain (actuel)<sup>1</sup>.

Les déterminants peuvent affecter le comportement de différentes manières: ils peuvent le **déclencher** (par exemple, le stress comme déclencheur d'une alimentation malsaine), le maintenir (par exemple, des expériences positives avec l'alcool), en **augmenter le risque** (par exemple, un manque de connaissances en matière de santé dans le domaine de la sexualité) ou simplement le **protéger** (par exemple, un soutien social lorsqu'on essaie d'arrêter de fumer).

## Important et modifiable

Lorsque vous souhaitez influencer un comportement, vous ne pourrez pas agir sur tous les déterminants comportementaux, et tous les déterminants comportementaux ne seront pas pertinents de la même façon. Il faut donc chercher les déterminants les plus importants et les plus malléables. Néanmoins, une combinaison de stratégies agissant sur les différents types de déterminants (compétences, motivations et contexte) garantira les meilleures chances d'un changement de comportement effectif.

Vous pouvez agir sur les déterminants comportementaux par le biais de techniques de changement de comportement, telles que 'nudging' et la communication engageante.

---

1. La roue de comportement a été développée pour aider à décider des déterminants à aborder dans une intervention en prévention et promotion de la santé. Par conséquent, l'accent est mis principalement sur les déterminants proximaux et modifiables, et moins sur les déterminants distaux et moins modifiables.

# LES DÉTERMINANTS DE LA ROUE DU COMPORTEMENT

---

## Compétences

= Les connaissances et les compétences (physiques et psychosociales) qui vous permettent d'adopter un certain comportement (sain)<sup>2</sup>.

### Compétences physiques

---

#### Composants de la condition physique

= Avoir la capacité physique nécessaire pour adopter un certain comportement (sain). La capacité physique est constituée d'agilité, d'équilibre, d'endurance, de force et de vitesse.

Exemples :

- avoir une capacité physique de base permettant de faire de l'activité physique d'intensité modérée pendant 150 min/semaine
- avoir un équilibre suffisant pour emprunter les escaliers (pour la prévention des chutes chez les personnes âgées)

#### Habilité motrices et techniques

= La capacité à effectuer certaines actions qui nécessitent des compétences motrices et de la coordination.

Exemples :

- avoir la capacité de faire du vélo ou de la natation
- être capable de préparer un repas sain
- être capable de retirer correctement une tique

---

<sup>2</sup> La mesure dans laquelle vous vous sentez capable d'adopter un comportement sain, l'auto-efficacité, est également un déterminant important de la motivation de comportement. Vous le trouverez donc dans la catégorie des motifs.

## Compétences psychosociales

---

### Connaissances

= Le niveau d'information disponible pour le groupe cible.

Exemples :

- avoir des connaissances sur les effets négatifs de l'alcool et des drogues
- comprendre comment aborder au mieux une tentative de sevrage tabagique
- savoir qu'il est préférable d'aérer votre maison pendant 15 minutes chaque jour

### Compétences fonctionnelles<sup>3</sup>

= Capacité de lire, d'écrire et de calculer, de concentrer/répartir/maintenir son attention et de mémoriser des informations.

Exemples :

- comprendre les slogans et les messages
- comprendre les informations médicales et les taux de risque (p.e. « Risque de diabète accru de 30 à 60%. »)
- être capable de remplir des questionnaires

### Compétences critiques

= La capacité à évaluer l'information de manière critique et à prendre des décisions autonomes et conscientes sur la base de celles-ci.

Exemples :

- être capable de comparer et d'interpréter des informations sur la santé
- voir les intérêts de la communication commerciale en matière de santé et de la publicité pour les produits
- comprendre et interpréter correctement les étiquettes nutritionnelles
- être capable de faire des choix de santé éclairés et autonomes sur la base d'informations sur la santé

### Régulation du comportement

= La capacité du groupe cible à réguler son propre comportement (contrôler ses pulsions, changer ses habitudes, surveiller son propre comportement, planifier ses actions, etc.)

Exemples :

- être capable d'assurer le suivi de plans établis pour faire plus d'exercice, et de les ajuster si nécessaire
- avoir suffisamment de persévérance pour arrêter de fumer
- être capable de résister à l'envie de sucreries après les repas (à ne pas confondre avec le fait d'avoir cette envie, qui est une motivation automatique)

---

<sup>3</sup> Ensemble, les compétences fonctionnelles, critiques et interactives sont également appelées "littératie en matière de santé" ou "littératie en santé" (Nutbeam, 2000).

## Régulation du comportement

= La capacité du groupe cible à réguler son propre comportement (contrôler ses pulsions, changer ses habitudes, surveiller son propre comportement, planifier ses actions, etc.)

Exemples :

- être capable d'assurer le suivi de plans établis pour faire plus d'exercice, et de les ajuster si nécessaire
- avoir suffisamment de persévérance pour arrêter de fumer
- être capable de résister à l'envie de sucreries après les repas (à ne pas confondre avec le fait d'avoir cette envie, qui est une motivation automatique)

## Capacité d'adaptation

= La capacité du groupe cible à faire face aux revers ou aux difficultés de manière saine.

Exemples :

- être capable de gérer les pics de stress d'une manière saine (par exemple, en faisant une promenade ou en méditant) plutôt que de manière malsaine (par exemple, en fumant, en buvant, en mangeant de manière malsaine)
- ne pas se décourager lorsqu'une tentative d'abandon échoue

## Motivations

= les **motivations** et les **processus automatiques** qui activent et guident un comportement particulier (sain/malsain).

### Motivations automatiques

---

#### Besoins et désirs

= Pulsion à faire ou à ne pas produire un certain comportement en sachant qu'il sera suivi de quelque chose de plaisant, comme une émotion positive, une récompense ou une sensation corporelle agréable (cf. désir) ou en évitant quelque chose de désagréable, comme une émotion négative, une punition ou une sensation corporelle désagréable (cf. besoin).

Exemples :

- chercher à fumer une cigarette dans les moments de stress pour évacuer la tension.
- associer le fait de manger du chocolat à un sentiment de bonheur
- comportement d'achat excessif dû à un sentiment de manque ou de vide

#### Habitudes

= Modèles de comportement prévisibles (sains ou malsains) généralement liés à certaines situations ou à certains déclencheurs.

Exemples :

- allumer une cigarette systématiquement après avoir mangé
- manger un biscuit avec son café tous les après-midi
- boire de la bière après chaque match de football

### Motivations réfléchies

---

#### Auto-efficacité

= La perception par le groupe cible de sa capacité à utiliser ses propres compétences pour définir le comportement souhaité.

Exemples :

- se considérer comme capable de résister à la pression sociale à boire de l'alcool
- être confiant dans sa capacité à parler aux autres de symptômes psychologiques tels que le stress ou l'insécurité
- l'évaluation de ses compétences motrices propres, comme la capacité à faire du vélo en toute sécurité.



## Attitudes

= Les attitudes du groupe cible ou leurs points de vue évaluatifs sur certains sujets ou comportements.

Exemples :

- se montrer positif par rapport à une alimentation saine
- être convaincu qu'une e-cigarette est moins nocive qu'une cigarette ordinaire
- ne pas aimer l'eau

## Prévision du résultat

= L'estimation des résultats d'un comportement particulier dans une situation particulière.

Exemples :

- être convaincu de se sentir mieux après avoir fait du jogging deux fois par semaine
- s'attendre à ce qu'un petit-déjeuner sain vous donne plus d'énergie

## Perception du risque

= L'évaluation du risque (de problème de santé particulier) encouru par une personne.

Exemples :

- penser que l'on n'est pas exposé au risque de cancer de la peau si l'on passe régulièrement du temps au soleil sans protection

## Rôle social et identité

= La mesure dans laquelle on estime que le comportement souhaité correspond à sa propre identité et aux comportements et caractéristiques typiques associés à un ou plusieurs rôles (sociaux) que l'on occupe.

Exemples :

- estimer qu'en tant que mère, il n'est pas approprié de boire de l'alcool pendant la grossesse et l'allaitement

## Objectifs et intentions

= Représentations mentales des résultats finaux que le groupe cible veut atteindre (et l'intention de prendre certaines mesures pour y parvenir).

Exemples :

- prévoir de commencer un programme d'entraînement physique
- vouloir consacrer plus de temps au repos et à la détente

## Contexte

= Les aspects **physiques, socioculturels, économiques et politiques** de l'environnement qui permettent, soutiennent et/ou encouragent le comportement souhaité.

Les influences peuvent provenir de **cadres concrets** (école, travail, quartier, famille, ...) dans lesquels le comportement a lieu (= niveau micro/méso) ou de **systèmes plus larges** (transport, industrie, gouvernement, ...) qui influencent indirectement le comportement (niveau macro). En outre, il existe souvent une différence entre le **contexte objectif** et le contexte perçu ou **subjectif** (par exemple, une distance objectivement cyclable n'est pas perçue comme telle ou la consommation objective d'alcool des autres étudiants est surestimée par l'étudiant lui-même). Tous deux peuvent avoir un effet sur le comportement et peuvent faire l'objet d'un changement de comportement.

## Contexte physique

---

### L'offre

= L'offre d'infrastructures/installations, de produits et de matériaux (et leur accessibilité ou leur joignabilité) qui favorisent le comportement.

Exemples :

- la présence de pistes cyclables et de sentiers pédestres sûrs dans une commune
- la présence de bureaux à hauteur ajustable sur le lieu de travail

### Aménagement et conception

= Un aménagement et une conception de l'environnement qui permettent, mais aussi encouragent un comportement sain (par exemple, par 'nudges' dans l'architecture des choix).

Exemples :

- la présence d'autocollants représentant des pieds au pied des escaliers
- la façon dont les aliments sains et malsains sont présentés dans un magasin.

## Contexte socio-culturel

---

### Normes sociales

- **Normes descriptives** : elles reflètent le type de comportement qui est/n'est pas acceptable ou désirable, sur la base de ce que la majorité fait effectivement.
- **Normes injonctives** : elles reflètent le type de comportement qui est/n'est pas acceptable ou souhaitable, sur la base de règles et de lois prescrites.
- **Normes perçues** : elles reflètent le type de comportement qui est/n'est pas acceptable ou désirable, en fonction de la manière dont la norme du groupe cible est ressentie (c'est-à-dire qu'elle peut différer de la norme descriptive).
- **Normes subjectives** : elles reflètent le type de comportement qui est/n'est pas acceptable ou désirable, en fonction de la manière dont le groupe cible perçoit les attentes des autres à son égard.

Exemples :

- *trier les déchets parce que la majorité de la population le fait (norme descriptive)*
- *savoir que la possession, la consommation et la vente de cannabis sont punissables (norme injonctive)*
- *commencer à fumer jeune en pensant que l'âge moyen pour commencer à fumer est très bas (norme perçue)*
- *remarquer que les amis pensent qu'il est normal que vous consommiez de l'alcool de manière excessive (norme subjective)*

### Influences sociales : soutien ou pression

= Influences sociales réelles ou perçues telles que le soutien ou la pression ressentie à l'égard d'un comportement ou d'un changement de comportement en raison du contexte social immédiat (amis, famille, collègues, etc.) ou plus large (vie associative, culture, modèles, etc.).

Exemples :

- *être encouragé par vos collègues à faire du sport sur le temps de midi*
- *la pression exercée par votre conjoint pour lui préparer de grandes portions de viande*
- *manger du sucre de manière excessive parce que cela fait partie de la culture alimentaire*

### Influences culturelles

= La coexistence et les modes de vie d'un groupe ou d'un sous-groupe social (un groupe culturel-ethnique, les jeunes, la communauté LGBT, un groupe linguistique,...) en ce qui concerne les pratiques quotidiennes (par exemple, l'alimentation) et les pratiques non ordinaires (par exemple, la gestion de la naissance et de la mort). Ainsi que les valeurs, les croyances et les significations partagées par ces groupes.

Exemples :

- la culture alimentaire au sein de la communauté marocaine
- l'idéal occidental de beauté
- l'idée que la maladie est une punition de Dieu
- une culture monogame ou polygame

## Contexte économique

---

### Caractère abordable des produits et services

= Le coût (relatif) des produits ou services sains/non sains et sa relation avec le pouvoir d'achat.

Exemples :

- le coût d'un tabacologue
- allocation vélo de l'employeur
- remboursement d'un coach sportif
- introduction d'une taxe sur les graisses ou les sucres

### Marketing de produits et de services

= Promotion de produits sains/non sains par des stratégies de marketing.

Exemples :

- les produits des producteurs d'aliments malsains et d'alcool en tant que principaux sponsors des grands tournois sportifs
- faire connaître les services de promotion de la santé tels que le programme "Sport sur Ordonnance".
- la publicité pour des produits malsains auprès des enfants

## Contexte politique

---

### Règles, lois et recommandations

= Les règles, lois et recommandations utilisées par divers milieux et gouvernements en matière de santé.

*Exemples :*

- *politique concernant les distributeurs de boissons gazeuses à l'école*
- *accords familiaux sur le temps d'écran*
- *recommandations sur la teneur maximale en sel dans le pain*
- *règles sur l'étiquetage des denrées alimentaires*
- *interdiction de vendre du tabac aux mineurs de moins de 16 ans*

### Idéologies politiques

= Ensemble d'idées sur les êtres humains, les relations humaines et la conception de la société en relation avec la santé.

*Exemples :*

- *l'idée que chacun est responsable de sa propre santé (climat néolibéral)*

**Ce document est régulièrement mis à jour sur base des nouvelles publications scientifiques.**

### **Références :**

Intervention Mapping approach. *Health Psychology Review*, 10(3), 297-312.  
<https://doi.org/10.1080/17437199.2015.1077155>

Nutbeam, D. (2000). Health literacy as a public health goal: A challenge for contemporary health education and communication strategies in the 21st century. *Health Promotion International*, 15(3), 259-267.

Swinburn, B., Egger, G., & Raza, F. (1999). Dissecting Obesogenic Environments: The Development and Application of a Framework for Identifying and Prioritizing Environmental Interventions for Obesity. *Preventive Medicine*, 29(6), 563-570. <https://doi.org/10.1006/PMED.1999.0585>

### **DÉTERMINANTS COMPORTEMENTAUX : un aperçu selon le Roue du comportement.**

Cette publication est une réalisation de Vlaams Instituut Gezond Leven.

#### **ÉDITEUR RESPONSABLE**

Vlaams Instituut Gezond Leven vzw  
Linda De Boeck  
Gustave Schildknechtstraat 9  
1020 Brussel

© 2019, Vlaams Instituut Gezond Leven vzw, All rights reserved

Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite et/ou publiée par impression, photocopie, microfilm ou tout autre moyen sans l'autorisation écrite préalable de l'éditeur.

À des fins éducatives, pédagogiques et sociales sans intention commerciale, tout le matériel peut être utilisé librement à condition que la source de cette publication soit dûment mentionnée.