

**Rapport d'évaluation**

**Demande n° 311189**

**Nom de l'État partie: TUNISIE**

**Titre du projet : Les espaces sportifs privés : un nouveau champ d'action de la lutte contre le dopage**

**Réalisations :**

Ce projet a été réalisé selon les étapes prévues au Calendrier de la demande :

**1. Collecte des informations :**

Cette étape s'est étalée de Janvier 2015 à Février 2015.

Suite à la requête de l'ANAD, la Cellule d'Encadrement des Investisseurs en Sport (Ministère de la Jeunesse et des Sports) a transmis à l'équipe chargée de l'étude une liste exhaustive des salles et espaces sportifs privés. Cette liste, datant de 2010 compte un total de 680 espaces sportifs privés agréés par l'Etat.

L'état non actualisé de cette liste, ne reflétant point la réalité actuelle du terrain, a incité l'équipe d'investigation à coordonner avec les Commissariats Régionaux de la Jeunesse et des Sports dans les différents gouvernorats (régions) du pays en vue d'adhérer plus à la réalité du terrain.

Ainsi, lors de la Réunion annuelle avec ces partenaires régionaux, le projet leur a été présenté et l'écrasante majorité ont applaudi l'initiative du projet en portant un grand intérêt à la portée de l'étude.

La collecte des informations sur les espaces sportifs privées s'est donc réalisée progressivement, gouvernorat par gouvernorat et ainsi, 20 des 24 gouvernorats de la Tunisie ont présenté rapidement à l'ANAD des statistiques actualisées sur les espaces sportifs privés installés dans leur région, en signe de leur volonté à s'associer à l'étude.

Les états régionaux ont inclus en définitive, les salles de sport et les espaces sportifs privés agréés de la région avec des informations suffisantes pour la coordination et l'exécution du projet telles que : la personne contact et ses coordonnées téléphoniques, les spécialités sportives pratiquées, l'adresse exacte et les horaires d'ouverture ainsi que le nombre approximatif d'adhérents.

## **2. Prospection des espaces sportifs participants à l'étude et coordination des activités du projet :**

Cette étape de prospection et de coordination s'est déroulée de février 2015 à Avril 2015.

### **2.1. Prospection des espaces participants à l'étude :**

Pour les besoins de l'étude, la République Tunisienne a été subdivisée en 7 secteurs devant être représentés au sein la population cible.

Chaque secteur comprenant un certain nombre de salles de sport privées, en fonction de la part de la région, du nombre total d'espaces sportifs privés.

La carte jointe à ce rapport détaille la subdivision de ces secteurs, ainsi que la distribution géographique des espaces sportifs privés ciblés dans chaque gouvernorat concerné, au sein des différents secteurs.

Sur la base des parts de chaque région du total des espaces sportifs privés, ont été touchés dans le cadre de ce projet cinquante (50) salles détaillées dans le tableau 1 (en annexe).

D'un autre côté, l'équipe de l'étude et les coordinateurs régionaux ont ciblé au sein de chaque région les espaces sportifs privés agréés, en visant essentiellement parmi eux ceux dont le nombre d'adhérents est le plus important et ceux dont les responsables sont les plus coopératifs en adhérant totalement au déroulement des phases de l'étude.

### **2.2. Coordination des activités du projet :**

Suite à la sélection des espaces sportifs privés concernés par l'étude, le contact a été établi entre l'équipe de l'étude et le responsable (personne contact) de chaque espace sportif privé, ceci afin de :

- lui expliquer la portée et les objectifs de l'étude ainsi que les bénéfices que l'espace sportif privé pourrait en tirer.
- définir les périodes et/ou jours de pointe ainsi que les heures de grande affluence, afin d'assurer la collecte d'un nombre suffisant de questionnaires remplis lors de la phase d'investigation et toucher ainsi un nombre maximum de la population ciblée (sportifs et adhérents à l'espace sportif privée)
- cosigner un accord de partenariat qui clarifie les droits et responsabilités de chaque partie (annexe1)

## **3. Actions dans les salles de sport privées :**

Cette étape s'est étendue entre Avril 2015 et Mai 2016, s'étalant sur une période plus longue que prévu, en raison de considérations logistiques hors de notre volonté mais aussi par manque ou retard de coopération de la part de certaines régions ou salles de sport privées.

Pour chaque salle ou espace sportif privé, trois phases ont été réalisées :

### **Phase d'accord :**

Le premier contact avec la salle de sport a été établi à travers un entretien entre au moins un des membres de l'équipe de l'étude et le responsable ou gérant ou propriétaire de l'espace

sportif privé.

Au bout de cet entretien, les groupes cibles et les dates prévues pour les actions d'investigation et de prévention, ont été identifiés et inscrits sur le calendrier global.

En parallèle, le type des actions a été défini en fonction des groupes à toucher, de façon à prévoir les besoins logistiques le jour de chaque action.

Bien évidemment, un accord a été cosigné les deux parties afin de mettre en clair les droits et responsabilités de chacune. Un modèle de l'accord se trouve parmi les annexes.

#### Phase d'investigation :

Cette phase s'est caractérisée par la collecte d'un maximum d'informations sur les attitudes et connaissances sur le dopage chez les sportifs de loisir fréquentant les espaces sportifs privés touchés par cette étude.

L'outil principal d'investigation consistait en un questionnaire anonyme auto-administré conçu dans un langage facile (en arabe et en français) et comportant 43 items dont ceux relatifs aux informations personnelles du sportif et d'autres à des questions liées à la pratique sportive et au dopage et aux conduites apparentées (telle que la consommation aléatoire des compléments alimentaires, notamment ceux hyper protéinés).

L'équipe de l'étude a veillé à assurer par elle-même ces actions en se déplaçant à chaque fois dans les régions, afin de faciliter ces sessions et garantir un bon niveau de motivation dans la coopération des personnes concernés afin d'assurer un bon niveau de collecte de données, que ce soit quantitativement et qualitativement.

Ainsi, les mesures suivantes ont été prises et appliquées :

- Offre de stylos (conçus pour l'étude) pour faciliter le remplissage des questionnaires sur place
- Présentation orale brève du questionnaire aux sujets de chaque groupe (d'entraînement) ou personnes se présentant individuellement à la salle de sport
- Présence de l'équipe d'investigation tout au long de la session d'administration au sein de l'espace sportif privé à proximité des sujets questionnés
- Vérification par les membres de l'équipe des questionnaires remplis, au fur et à mesure de leur retour, avec possibilité de compléter les réponses omises et/ou correction des réponses aberrantes, par incompréhension de la question.

L'objectif de cette étape étant de dresser un état des lieux des connaissances et attitudes vis-à-vis du dopage et des conduites associées.

Les résultats récapitulant ces points chez la population d'étude, sont présentés ci-après dans la section « Meilleure compréhension des questions relatives à l'antidopage ».

Durant cette phase, 1763 questionnaires ont été remplis par le même nombre de sportifs de loisir fréquentant les 50 espaces sportifs privés touchés, soit une moyenne dépassant 35 sujets par salle de sport privée.

L'analyse statistique par SPSS v.23 de leurs questionnaires remplis, a permis aussi de dresser un profil global des répondants parmi les sportifs de loisir fréquentant les 50 espaces sportifs privés participant à l'étude.

#### Phase de prévention :

Durant les jours des actions de prévention, des affichages ont été assurés au sein de chaque salle de sport concernée (roll-up, banderoles, drapeaux, oriflammes). Une moyenne de 50 brochures bilingues (arabe/français) ont été également distribuées, durant ces journées, aux personnes présentes (y compris le staff de l'espace sportif privé et quelques parents).

Concernant les espaces où la présence était plus faible que prévu, le reste du lot des brochures a été offert à la salle pour diffusion les jours suivants ou chez la population des sportifs de loisir en quête d'informations sur le dopage et les conduites comparables.

A l'issue des actions de prévention, nous avons sollicité les personnes participantes à remplir un

mini-questionnaire en arabe (annexe 2) afin de pouvoir évaluer les actions entreprises. Dans ce cadre, 896 mini-questionnaires remplis ont été collectés.

Durant cette phase, des actions de prévention ont été entreprises en fonction de la tranche d'âge des sujets.

**Pour les adultes (de plus de 25 ans)**, des passages en boucle du spot vidéo produit à l'occasion (inclus dans le DVD joint au rapport) ont été organisés lors des séances qui se terminent par la distribution de cadeaux symboliques portant les slogans du sport propre et les logos des partenaires (ANAD et UNESCO).

Les vidéos passées tout au long des séances de sensibilisation ont souvent incité les personnes touchées à poser aux membres de l'équipe de recherche des questions sur le dopage et les compléments alimentaires en particulier donnant lieu parfois à des discussions sous forme de focus de groupe ou de sensibilisation, action semblable à celle entreprise avec les groupes cibles de moindre âge.

**Pour les jeunes et adolescents (de 13 à 25 ans)**, des petits messages sur l'éthique sportive et la préservation de la santé à travers le sport propre loin de tout complément, surtout illicite, ont été avancés en plus d'autres actions prévues, notamment le quizz de l'AMA (Agence Mondiale Antidopage).

Ce type d'activité faisant participer les jeunes à des jeux de questions-réponses sur des informations liés à la lutte contre le dopage dans le sport, avait pour objectif l'acquisition des jeunes sportifs d'un minimum de connaissances requis, surtout pour ceux qui associent sport de loisir au sein de l'espace sportif privé et sport de compétition ailleurs (ou parfois même dans le même cadre pour les salles de sport privées qui hébergent des clubs sportifs).

Des petits articles de motivation ont été offerts à tous les participants aux activités, y compris ceux qui se sont inclus dans les cercles de discussion et focus de groupe.

**Pour les enfants âgés de moins que 13 ans**, leur présence était très faible lors de cette phase vu que la plupart des actions ont été réalisées lors de la période des examens. Pour cette raison, l'activité des jeux de cartes n'a pas été organisée comme prévu dans le projet. Toutefois, les quelques enfants qui se sont présentés au sein de quelques salles au cours de cette phase, ont été associés aux groupes des jeunes dans le même espace sportif privé, ce qui a permis de répondre à leurs questions et à leur faire bénéficier des discussions ouvertes avec adaptation du langage à leur niveau et aussi des articles de motivation leur ont été accordées.

**Pour les entraîneurs des espaces sportifs privés**, ils ont participé selon leur disponibilité aux cercles de discussion avec les différentes populations sans pour autant pouvoir organiser à leur profit des actions de formation Coach True faute de temps, de disponibilité des entraîneurs aux mêmes horaires et parfois par manque de moyens logistiques (défaut de connexion Internet et de PC pour chaque entraîneur participant au sein de la salle de sport).

Malgré les difficultés rencontrées, les différentes actions de prévention ont été largement appréciées chez la population cible et notamment les responsables et entraîneurs des espaces sportifs privés à tel point que quelques unes ont offert à l'équipe du projet des attestations de remerciement (voir photos) au nom de l'ANAD pour le travail réalisé au profit de leurs adhérents.

Pour certaines régions, il a été convenu de regrouper plus tard par région ou par secteur les entraîneurs des espaces sportifs privés ayant pris part à ce projet afin de leur faire bénéficier par les experts de l'ANAD d'une session Coach True dans un espace adéquat, en partenariat avec le Commissariat régional de la Jeunesse et des Sports.

#### 4. Traitement Statistique des données collectées :

L'équipe du projet a assuré par elle-même la saisie des données des questionnaires et mini-questionnaires collectés lors des actions d'investigation et de prévention, respectivement.

De même, l'analyse statistique par SPSS a été assurée par un membre de l'équipe du projet sans recourir aux services de consultant externe spécialiste en statistiques.

Par contre, quelques membres de l'équipe du projet ont pu bénéficier, à l'occasion, de formation en Statistique par SPSS qui leur a facilité la tâche que ce soit lors de la saisie des données, du nettoyage des bases de données ou encore lors de l'analyse et de l'interprétation des résultats.

#### Groupes cibles :

##### Phase d'investigation :

Les répondants au questionnaire ont été au total de 1763 répartis sur 50 salles selon la distribution des espaces sportifs privés touchés tel que le détaille la cartographie du projet en annexe (figure1).

La distribution des répondants se présente par région et par secteur dans les tableaux 3 et 4 (en annexe).

La population des répondants présentait une moyenne d'âge de 24.11 ans ( $\pm$  9.14 ans) et s'est répartie en fonction de l'âge sur 4 groupes comme conçus dans la section Groupes cibles du projet :

Tranche d'âge	Nombre de répondants	Pourcentage valide
>13 ans	127	7.3 %
13 – 17 ans	306	17.5 %
18 – 25 ans	692	39.6 %
>25 ans	623	35.6 %

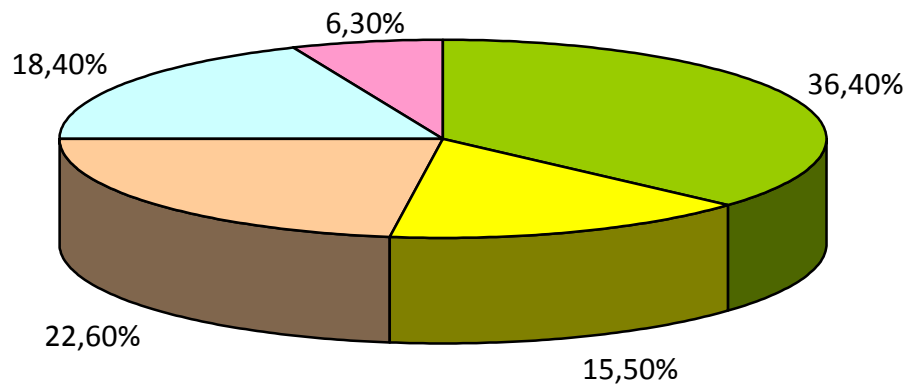
Ainsi, les jeunes et adultes soit les plus de 18 ans constituent plus que 75% de la population des répondants ce qui fait ressortir que l'espace sportif privé est plus fréquenté par les majeurs que par les mineurs (enfants). Donc, la salle de sport privé est loin d'être l'espace de pratique sportive de prédilection des enfants.

Pour ce qui est de la répartition en fonction du genre, les espaces sportifs privés touchés s'avèrent deux fois plus fréquentés par les hommes que par les femmes qui ne représentent que 31% des personnes fréquentant ces espaces.

Cette disproportion en fonction du sexe était prévisible dans certaines régions vu les différences de planning des salles de sport privées (mixtes ou un sexe par jour) ainsi que des divergences socio-culturelles inter-régions.

Les répondants se répartissent selon le type de leurs activités professionnelles comme le montre le camembert suivant :

### Répartition des répondants en fonction de l'activité professionnelle



■ élèves    ■ étudiants    ■ salariés    ■ indépendants    ■ Sans profession

En parallèle, les répondants se sont répartis selon le niveau d'étude comme suit :

Niveau d'étude	Nombre de répondants	Pourcentage
Primaire	101	5.7 %
Secondaire	842	47.8 %
Universitaire	783	44.5%

Il en ressort des graphique et tableau ci-haut que les répondants sont majoritairement des élèves de niveau secondaire ( $\approx 30\%$ ) et des étudiants et salariés de niveau universitaire ( $>30\%$ ) ce qui renforce l'idée que les enfants de  $<13$  ans ( $\approx 5\%$ ) représente la population minoritaire parmi les groupes ciblés lors de ce projet au sein des espaces sportifs privés.

Parmi la population cible, nous avons pu établir que presque la moitié (48.3%) pratiquent au sein de cet espace sportif depuis moins qu'une année alors que le tiers (31.1%) depuis plus que trois ans et le cinquième (20.6%) depuis une période entre 1 et 3 années.

57.8% des répondants s'entraînent de façon assidue au cours de la semaine à une moyenne de 3-4 fois alors que  $\approx 15\%$  s'entraînent à un rythme moins soutenu et plus de 25% à un rythme plus soutenu (quotidiennement pour 11.6% des répondants).

Sur un autre plan, l'analyse statistique a montré une grande diversité des sports et activités pratiquées par les répondants parmi les sportifs de loisir fréquentant les espaces sportifs privés. Les activités les plus pratiquées par nos répondants sont à l'évidence des sports de salle :

Sport / Activité	Nombre de répondants	Pourcentage
Culturisme	318	18%
Aérobic	217	12.3%
Musculation	185	10.5%
Kick boxing	140	7.9%
Karaté	121	6.9%
Fitness	83	4.7%
Taekwondo	59	3.3%
Culture physique	43	2.4%

Les objectifs des répondants de la pratique d'une activité sportive de loisir au sein des espaces sportifs privés touchés se présentent comme suit :

Objectifs	%
Bien-être	94.5%
Perte de poids	51.0%
Apparence physique	76.3%
Performance sportive	86.8%
Nouvelles connaissances	48.2%

Les différences genre-dépendantes statistiquement significatives ont été enregistrées au niveau des objectifs de la perte de poids et de la recherche de la performance sportive, tous deux plus recherchés chez les hommes que chez les femmes.

84.3% de notre population cible déclare avoir atteint ses objectifs de la pratique sportive dans le cadre de cet espace sportif privé.

Parmi les répondants, 17.8% sont fumeurs et 11.6% sont consommateurs d'alcool.

#### Phase de prévention :

Lors de cette phase, les groupes cibles ont été répartis essentiellement en fonction de l'âge, de l'activité sportive et du genre (pour les salles qui ne sont pas mixtes) comme l'a préconisé la répartition prévue au projet :

- Enfants âgés de moins de 13 ans
- Adolescents âgés entre 13 et 17 ans
- Jeunes entre 18 et 25 ans
- Adultes de plus que 25 ans + Entraîneurs

#### **Meilleure compréhension des questions relatives à l'antidopage :**

Chez la population de l'étude, 15% ont déclaré avoir consommé des produits chimiques en relation avec la pratique sportive au moins une fois dont 2.2% en consomment régulièrement, et ceci mis à part les traitements de blessures.

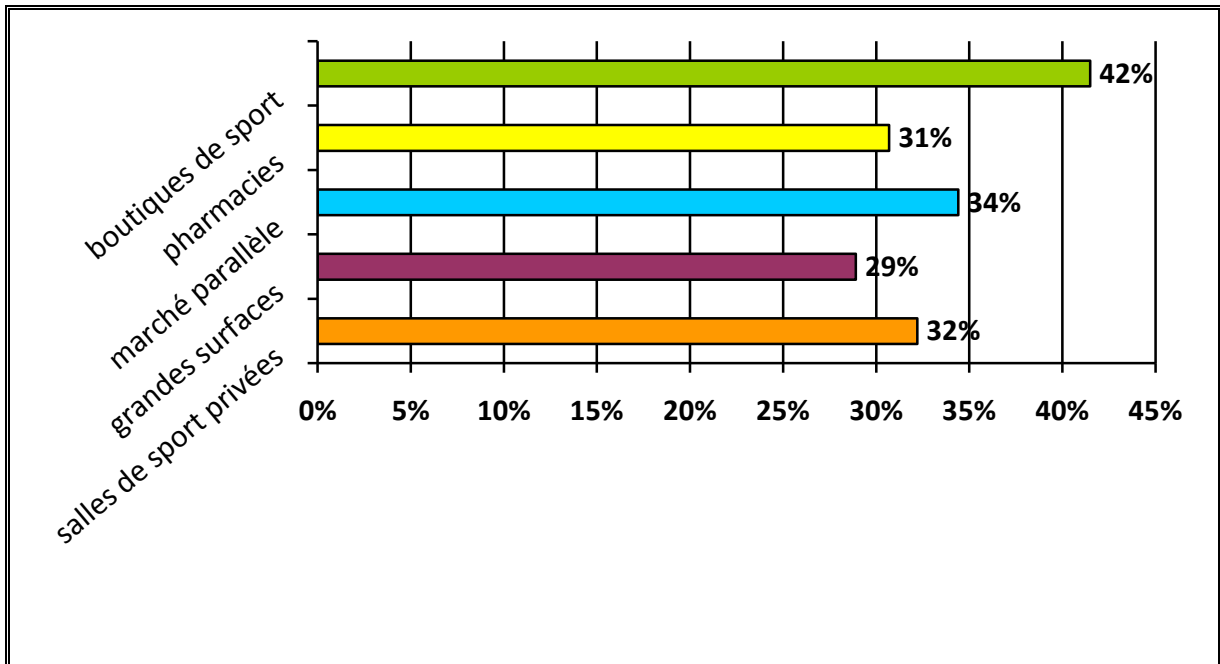
Ce taux de 15% de consommation de produits liés à l'activité sportive se montre comparable au taux de 14% de prise de produits dopants liés à la performance sportive chez des jeunes lycéens sportifs de compétition lors d'étude antérieure comparable ce qui renvoie au fait que le phénomène de prise de produits exogènes est général voire même sociétal mais le type du produit administré varie en fonction de l'objectif et du niveau de pratique sportive.

Parmi les 85% de sportifs de loisir qui n'en ont jamais consommé, 45,7% ont déclaré qu'ils ignorent complètement les voies d'administration de tels produits.

Pour ceux qui en savent, la voie orale (47.3%) s'avère la plus connue comme voie d'administration de ces produits.

Les sportifs de loisir répondants ont déclaré que les produits liés à l'activité sportive principalement les produits dopants et les compléments alimentaires se trouvent disponibles grâce à différentes sources d'approvisionnement qui sont détaillées sur le graphique ci-après.

### Sources d'approvisionnement en produits chimiques liés à l'activité sportive

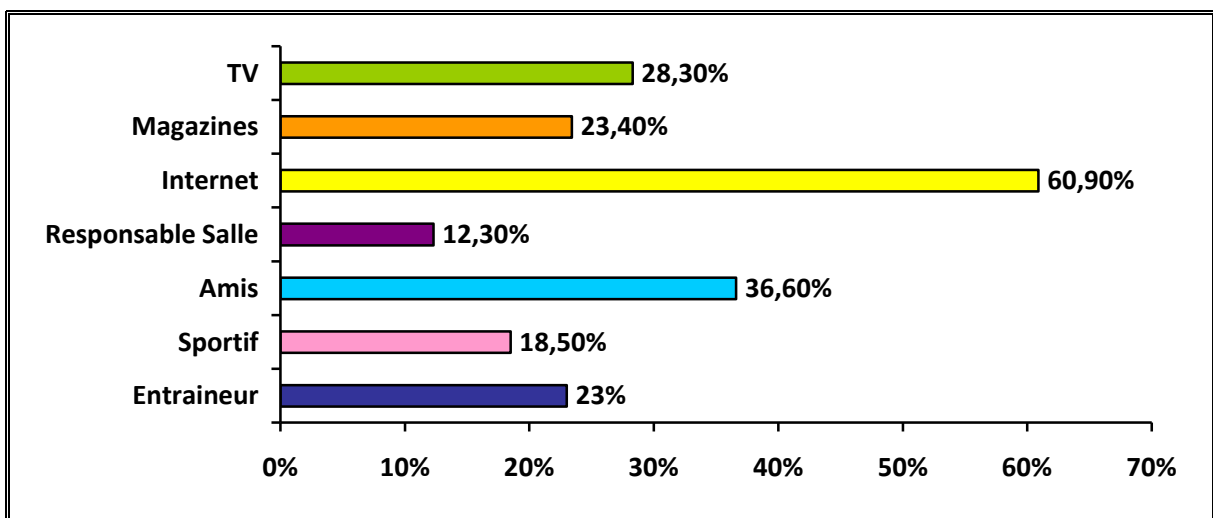


Des différences statistiques genre-dépendantes hautement significatives ( $p < 0.05$  et tendant vers 0) ont été notées au niveau des boutiques de sport, pharmacies, grandes surfaces et salles de sport privées comme étant une source d'approvisionnement en produits liés au sport et ceci chez les hommes beaucoup plus que chez les femmes ( $p = .000$ ).

Pour ce qui est du marché parallèle, la différence est moins significative entre les deux sexes ( $p = 0.041 < 0.05$ ) ce qui crée l'unanimité autour de cette source pour l'approvisionnement en produits.

Quant aux sources d'information sur les produits liés à l'activité physique et sportive, le graphique suivant les récapitule.

### Sources d'information en produits chimiques liés à l'activité sportive



Les répondants se croient savoir en quoi consiste le dopage à 43.4% ; toutefois, leurs connaissances du caractère dopant de certains produits s'avèrent parfois erronées.

A titre d'exemple, plus que la moitié des sujets de l'étude voient que la testostérone n'est pas un produit dopant alors que les boissons énergisantes ainsi que les protéines (ex. : Whey) le sont.



Les répondants ont déclaré être informés des effets des produits chimiques liés à l'activité sportive à un taux de 62.1% ce qui concorde avec le taux de 75.4% des répondants qui pensent que le dopage est dangereux pour la santé.

Toutefois, leurs avis d'autres effets du dopage dénotent tantôt d'une méconnaissance tantôt d'une confusion entre le dopage et la consommation de compléments alimentaires notamment les produits hyper-protéinés. En effet, 57.5% des répondants à l'étude pensent que le dopage est un moyen pour développer les muscles.

Les différents avis sur le dopage chez les sportifs de loisir de la population d'étude sont récapitulés dans le tableau suivant où on retrouve des différences hautement significatives selon le genre du sportif :

<b>Le dopage est ...</b>	<b>N</b>	<b>N ♂</b>	<b>N ♀</b>	<b>p</b>
...un moyen pour améliorer les performances	610	484	126	.000
...un moyen pour développer les muscles	954	715	239	.000
...un moyen de découvrir des sensations nouvelles	459	311	148	.042
...un moyen pour mieux s'entraîner	689	532	156	.000
...un moyen pour récupérer rapidement	856	625	231	.002
...obligatoire pour supporter l'entraînement	308	233	75	.050
...peut entraîner la mort	1023	728	295	.042

L'état des lieux a montré un niveau alerte de mauvaise information sur le dopage et les conduites semblables telle que la consommation de compléments alimentaires surtout hyper protéinés ce qui justifie fortement le choix d'entreprendre les actions de prévention prévues au projet et destinées aux différentes catégories des groupes cibles.

L'évaluation de ces actions a été réalisée à travers les mini-questionnaires anonymes administrés aux sportifs de loisirs à la suite des actions de prévention basées sur les discussions ouvertes, les mini-cours et les sessions de focus de groupe dont ils ont bénéficiés. Il en est ressorti que les actions ont été largement appréciées par les différents groupes : uniquement les attentes de 2% des questionnés n'ont pas été du tout satisfaites.

Les informations présentées ont été appréciées comme claires pour 82.5% des répondants.

Ces séances ont donné le plus selon 51.8% et corrigé des informations déjà existantes chez 34.6% et confirmé les connaissances chez 13.6% des répondants parmi les bénéficiaires de ces séances.

Selon 83.6%, les équipes d'animation et de prévention ont pu acheminer facilement les messages et informations au cours de ces actions.

Au total, presque 80% des répondants ont évalué la séance à la quelle ils ont pris part comme bonne.

Le feedback de notre public cible des actions préventives entreprises nous a orienté vers l'amélioration continue de nos actions et d'élargir ce type d'actions vers des cibles autres que les sportifs de compétition, pouvant un jour ou l'autre être confrontés à des questions liées au dopage et conduites apparentées.

### Problèmes rencontrés ou enseignements tirés du projet :

- Dès le début de la phase de collecte des informations, quelques régions se sont montrées réticentes à nous communiquer le listing des espaces sportifs privés agréés, peut être faute d'information actualisée.  
En plus, au sein de 2 ou 3 régions, quelques salles n'ont pas approuvé l'adhésion au projet par souci par rapport à leur image de marque aux yeux de leur clientèle.  
Le projet a donc été réalisé au niveau des régions et des espaces sportifs privés les plus coopérants et motivés.
- Le nombre de sujets touchés était moindre que prévu au total 1763 répondants au questionnaire sur 2500 sujets prévus.  
La même remarque a été enregistrée par salle de sport privée car uniquement 3 espaces sportifs privés ont atteint l'objectif de 50 sujets répondants vu la fluctuation du nombre d'adhérents s'entraînant le jour des actions. De plus, la disponibilité de quelques adhérents étant limitée à l'exercice sportif, fait de sorte que le nombre ne soit pas forcément élevé au nombre des adhérents présents en cette plage horaire dans l'espace sportif privé.  
Pourtant, l'équipe a essayé de limiter ce facteur contraignant par le choix des heures de pic (le soir) et les jours de pointe (fin de semaine et vacances scolaires).
- Faute de moyens logistiques (espace adapté et PC et connexion pour chaque participant) et faute de disponibilité simultanée des entraîneurs pendant la même plage horaire, et vu les limites des ressources humaines au sein de l'équipe de ce projet, le programme Coach True chez les entraîneurs des espaces sportifs privés n'a pas été réalisé. Toutefois, le programme a été présenté au public cible en vue de collecter un nombre suffisant de candidats motivés et disponibles pour participer à une session spéciale par région ou par secteur qui se tiendra ultérieurement en collaboration avec les Commissariats régionaux de la jeunesse et des sports.

### Coopération avec d'autres organisations ou sources de financement :

A part la contribution de l'ANAD, ce projet n'a reçu aucune autre forme de financement.  
Le partenariat de qualité entre l'ANAD et les Commissariats régionaux de la jeunesse et des sports a permis la coordination des activités dans chaque région de façon à faciliter l'exécution et les activités de terrain.

### Activités de suivi :

- Suivi de la réalisation du programme Coach True au sein des régions participantes.
- Remise des attestations de participation au projet ANAD/UNESCO aux représentants des espaces sportifs privés ayant pris part à ce projet lors de la rencontre annuelle avec les Commissariats régionaux de la jeunesse et des sports.

Veuillez fournir toute la documentation pertinente (documents de projet, rapports de réunions, publications, CD-ROM, coupures de presse, photos, vidéos, etc.).

22/07/2016  
Date

Chargé de Mission  
Agence Nationale Antidopage  
Cachet et signature  
Dr. Jehan Halim