



Rapport annuel 2023 du Mois de la prévention des chutes

À propos

Lancé en 2015, le Mois de la prévention des chutes est une campagne annuelle visant à encourager les organismes et les gens de partout au Canada à unir leurs forces en novembre autour de la question de la prévention des chutes et à produire ainsi un impact de sensibilisation et d'éducation plus coordonné et plus important. Les organismes participent en organisant des activités de prévention des chutes, en diffusant de l'information fondée sur des données probantes et en utilisant les médias sociaux et leurs réseaux respectifs pour sensibiliser la population à la prévention des chutes.

La mission du site Web de la campagne consiste à doter les prestataires de services et de soins de santé ainsi que les intervenants des entreprises, des gouvernements et des établissements scolaires d'outils nécessaires pour sensibiliser et faire participer leurs communautés à la prévention des chutes et des blessures attribuables à une chute.

Le Mois de la prévention des chutes est commandité par Parachute, un organisme de bienfaisance voué à la prévention des chutes.



Parachute a pour mission de créer un Canada plus sécuritaire en prévenant les blessures graves et mortelles grâce à des solutions fondées sur des données probantes axées sur la défense des intérêts et la sensibilisation. Parachute imagine un Canada exempt de blessures graves pour les personnes vivant au Canada qui profitent au maximum d'une longue vie bien remplie. Pour en savoir plus, rendez-vous au site www.parachute.ca/fr.

Pourquoi faut-il un Mois de la prévention des chutes?

Une chute peut laisser de graves séquelles. Ce sont les jeunes enfants et les aînés qui subissent les conséquences les plus dévastatrices d'une chute. Ce sont eux en effet qui enregistrent le plus grand nombre de visites à l'hôpital ou de blessures graves. Cela dit, la plupart des chutes sont prévisibles et évitables.

Les statistiques ci-dessous font état de l'incidence des chutes sur la population canadienne :

- Le taux des visites aux urgences liées à une chute et de mortalité due aux chutes augmente chez les aînés (ASPC, 2022)
- Les chutes étaient la principale cause des hospitalisations pour tous les groupes d'âge en ce qui concerne les hospitalisations attribuables à une blessure non intentionnelle (ASPC, 2020)
- Une blessure ayant nécessité l'hospitalisation d'une personne aînée résulte 4 fois sur 5 d'une chute (ICIS, 2019)
- Les chutes chez les aînés coûtent 5,6 milliards de dollars par année au Canada et comptent pour 54 pour cent de l'ensemble des coûts associés aux chutes (10,3 milliards de dollars) et 19 pour cent de l'ensemble des coûts associés aux blessures (29,4 milliards de dollars) (Parachute, 2021)
- Les chutes sont la principale cause des hospitalisations et des visites aux urgences chez les 14 ans et moins (Parachute, 2021)
- Les blessures causées par une chute chez les enfants coûtent à l'économie canadienne quelque 996 millions de dollars par année (Parachute, 2021)
- Les chutes comptent pour 34 pour cent de l'ensemble des coûts associés aux blessures chez les enfants (Parachute, 2021)

Que contient le rapport?

Ce rapport résume l'utilisation et la portée des éléments suivants de la campagne:

1. Le site Web bilingue du Mois de la prévention des chutes (voir [Le site Web](#))
2. L'infolettre du Mois de la prévention des chutes (voir [L'infolettre](#))
3. Les médias sociaux, y compris le compte X (Twitter) et la page Facebook du Mois de la prévention des chutes (voir [Médias sociaux](#))
4. Le matériel promotionnel et les idées d'activités à l'intention des organismes et des intervenants travaillant dans le domaine de la prévention des chutes chez les adultes, les aînés et les enfants (voir [Résultats du sondage](#))

Site Web du Mois de la prévention des chutes

Le [site Web bilingue](#) lancé en 2015 offre à longueur d'année une abondance de ressources gratuites et téléchargeables sur la prévention des chutes. Les ressources concernent la prévention des chutes chez les adultes et la prévention des chutes chez les enfants. Les ressources sont regroupées en deux catégories : les idées d'activité et le matériel promotionnel. Les idées d'activité peuvent servir aux participants à organiser leurs propres activités ou événements et le matériel promotionnel, aux fins de promotion de leurs propres activités ou événements ou, encore, de la campagne comme telle. Les deux séries de ressources sont destinées à aider les participants à passer à l'action pour prévenir les chutes.

Auparavant, des ressources supplémentaires sur la prévention des chutes provenant d'organisations externes étaient également disponibles sur le site Web du Mois de la prévention des chutes. En 2023, le site Web a été simplifié pour se concentrer sur les outils et les ressources que les organisations et les groupes peuvent utiliser pour sensibiliser et engager leurs communautés dans la prévention des chutes et des blessures liées aux chutes. Ces ressources supplémentaires sont désormais sur le [site Web de Parachute](#). Pour en savoir plus sur ces modifications du site Web, consultez [Quoi de neuf?](#)

Infolettre du Mois de la prévention des chutes

Une [série d'infolettres](#) est parue dans le cadre de la campagne 2023 afin d'informer les abonnés des dernières nouvelles et de leur offrir des conseils pour bien réussir leur campagne. Neuf infolettres sont ainsi parues entre les mois de juillet et de novembre 2023. Les infolettres ont toutes été publiées en français et en anglais.

Médias sociaux pour le Mois de la prévention des chutes

La création du [compte X \(Twitter\) de la campagne](#) remonte à juillet 2016. En 2018, le pseudonyme @fallpreventON est devenu @fallpreventCA afin de refléter une approche d'envergure nationale. La [page Facebook](#) date aussi de 2018. Les mots-clics officiels de la campagne de 2023 étaient #MoisPréventionChutesCA et #DemeurerAméliorerÉliminer (mots-clics en anglais : #FallPreventionMonthCA et #MoveImproveRemove).

Quoi de neuf ?

Modifications du site Web

En 2023, nous avons simplifié notre site Web afin de mettre l'accent sur la campagne annuelle du Mois de la prévention des chutes au Canada. Le site Web contient désormais les outils et les ressources que les organisations et les groupes peuvent utiliser pour sensibiliser et engager leurs communautés dans la prévention des chutes et des blessures liées aux chutes dans le cadre de la campagne annuelle du Mois de la prévention des chutes qui a lieu au mois de novembre. Nous avons déplacé des documents précédemment gardés sous l'onglet Ressources supplémentaires vers le site Web de Parachute. Parachute est un organisme national de bienfaisance dédié à la prévention des blessures. Ce déplacement de ressources permet de vous offrir une expérience améliorée et ciblée lors de la recherche d'informations liées au Mois de la prévention des chutes et sa campagne annuelle.

Les ressources déplacées vers le site Web de Parachute peuvent être trouvées à quelques endroits en fonction de la population qu'elles ciblent (c'est-à-dire adultes ou enfants) et si elles sont destinées à être utilisées par des professionnels ou par le grand public. Pour en savoir plus, visitez novembresanschute.ca/ressources-supplementaires.

Collection : chutes chez les adultes

Des ressources sur la défense des intérêts, les politiques publiques, les programmes, initiatives, données et la recherche, ainsi que la formation, des outils de prévention des chutes pour les aînés avec accès aux réseaux professionnels.



Collection : chutes chez les enfants

Trouvez ici des ressources sur la prévention générale des chutes et des blessures, la formation et les communautés de pratique, ainsi que des statistiques et des infographies.



Prévenir les chutes en trois étapes

La majorité des chutes sont évitables. Continuez de profiter des petits plaisirs de la vie! Évitez de glisser, de trébucher ou de tomber en trois étapes.

- 1 Demeurer actif**
 - Renforcer ses muscles, améliorer son équilibre et sa souplesse grâce à l'activité physique pratiquée régulièrement.
 - Améliorer son endurance et sa coordination grâce à des activités comme la marche, la natation ou le tai-chi.
 - Augmenter sa force musculaire en augmentant de façon graduelle l'intensité des activités et exercices pratiqués.
- 2 Améliorer ses habitudes de vie**
 - Faire réviser sa médication par son pharmacien ou son professionnel de la santé. S'informer des effets secondaires possibles de certains médicaments, comme les étourdissements ou la somnolence.
 - Participer à des activités sociales stimulantes.
 - Prendre soin de ses dents et de ses genoux régulièrement afin de pouvoir manger une variété d'aliments de valeur nutritive.
 - Faire vérifier sa vue et son ouïe régulièrement.
- 3 Éliminer les risques**
 - Désassembler les planchers.
 - Installer des barres d'appui dans la salle de bain.
 - Utiliser la main courante et allumer la lumière dans les escaliers.
 - Être bien chaussé en toutes saisons et en tout temps.



Affiches: Demeurer, Améliorer, Éliminer

Ces affiches font la promotion du vieillissement en santé et de la prévention des chutes. Elles sont destinées aux aînés et sont conçues pour être affichées dans différents endroits (par exemple, les hôpitaux, pharmacies, salles d'attente de cliniques, bâtiments communautaires, établissements de soins de longue durée et de retraite, etc.). Nous avons travaillé avec *Injury Matters* en Australie pour adapter leur message « Move, Improve, Remove » au contexte canadien. Chaque affiche met en avant l'un des trois appels à l'action : Demeurer actif, améliorer ses habitudes de vie et éliminer les risques.

Modèles de proclamation

Nous avons créé des modèles de proclamation pour aider les gouvernements locaux, provinciaux et territoriaux à reconnaître officiellement la campagne et à lui apporter leur soutien via les médias sociaux. Nous avons également fourni quelques conseils pour démarrer un processus de proclamation.

Liste 'Préserver votre autonomie' personnalisable

Nous avons créé une [liste 'Préserver votre autonomie' personnalisable](#) à laquelle les utilisateurs peuvent ajouter le logo de leur organisation et les détails de leur site Web.

La liste Préserver votre autonomie est un outil d'autoévaluation pour aider les aînés à déterminer leur risque de chutes. Les aînés sont encouragés à remplir la liste d'autoévaluation, puis d'effectuer, au besoin, un suivi auprès d'un professionnel de la santé.

Nouveaux articles

Le site Web du Mois de la prévention des chutes contient plusieurs articles sur divers sujets liés à la prévention des chutes. Vous pouvez utiliser ces articles lors de la rédaction de vos propres articles promotionnels du Mois de la prévention des chutes ou utiliser ces articles dans leur intégralité au besoin. En 2023, nous avons ajouté deux nouveaux articles : [Le juste milieu entre la consommation d'alcool et de substances psychoactives et le risque de faire une chute](#) et [Safe Winter Walking in Canada \(en anglais\)](#).

Préserver votre autonomie

Les chutes sont la principale cause de la perte d'autonomie chez les personnes âgées.



Êtes-vous à risque ? Cochez chaque affirmation qui est vraie pour vous.

Évaluez votre risque de chutes	Pour demeurer autonome
<input type="checkbox"/> Je suis tombé(e) au cours des six derniers mois.	Apprenez comment réduire vos risques de chute, car les gens qui ont déjà fait une chute ont plus de risques d'en faire d'autres.
<input type="checkbox"/> (2) J'utilise une canne ou une marchette pour me déplacer en toute sécurité, ou bien on m'en a recommandé l'utilisation.	Demandez à votre physiothérapeute de vous parler des aides fonctionnelles qui conviennent le mieux à vos besoins.
<input type="checkbox"/> (1) Parfois, je me sens instable quand je marche.	Faites des exercices de renforcement pour améliorer votre équilibre. Vous diminuerez ainsi les risques de chute.
<input type="checkbox"/> (1) Je m'appuie sur les meubles pour me déplacer chez moi.	Faites chaque jour des exercices d'équilibre et éliminez les dangers à la maison qui pourraient vous faire glisser ou trébucher.
<input type="checkbox"/> (1) J'ai peur de tomber.	Apprenez comment prévenir les chutes afin de soulager vos craintes et favoriser une vie active.
<input type="checkbox"/> (1) Je dois m'appuyer sur mes mains pour me lever d'un fauteuil.	Renforcez vos muscles pour réduire les risques de chute et de blessure.
<input type="checkbox"/> (1) J'ai de la difficulté à monter sur le trottoir.	Faites des exercices chaque jour pour améliorer votre force et votre équilibre.
<input type="checkbox"/> (1) Souvent, je dois me déplacer pour aller aux toilettes.	Parlez à votre fournisseur de soins primaires ou à un spécialiste de l'incontinence, qui pourra vous proposer des solutions pour ne plus devoir vous précipiter aux toilettes.
<input type="checkbox"/> (1) J'ai perdu certaines sensations dans mes pieds.	Parlez-en à votre fournisseur de soins primaires ou à un podiatre, car l'engourdissement des pieds peut vous faire trébucher et tomber.
<input type="checkbox"/> (1) Je prends des médicaments qui me donnent parfois le vertige ou l'impression que je suis plus fatigué(e) que d'habitude.	Parlez avec votre fournisseur de soins primaires ou pharmacien des effets secondaires de médicaments qui peuvent accroître vos risques de chute.
<input type="checkbox"/> (1) Je prends des médicaments qui m'aident à dormir ou améliorent mon humeur.	Demandez à votre fournisseur de soins primaires ou pharmacien s'il y a des solutions plus sécuritaires.
<input type="checkbox"/> (1) Souvent, je me sens triste ou déprimé(e).	Parlez à votre fournisseur de soins primaires des symptômes de la dépression et trouvez ensemble des solutions.
TOTAL	Ajoutez le nombre de points entre parenthèses à côté de chaque case que vous avez cochée. Si vous obtenez un pontage de 4 ou plus, vous êtes probablement à risque de chutes. Discutez-en avec votre fournisseur de soins primaires afin de trouver des moyens de réduire ce risque.

Pour en savoir plus, visitez:
 • Parachute: <https://parachute.ca/prevenciondeschutes>
 • [facultatif] : si votre organisation dispose d'une page d'accueil sur la prévention des chutes, incluez-la ici!

MOIS DE LA PRÉVENTION DES CHUTES
 Le mois de la prévention des chutes est un événement national.

FACULTATIF Remplacez par le logo de l'organisation (ou votre logo)

Les blessures dues à une chute sont la 1^{re} Cause d'hospitalisation chez les enfants au Canada

ENTRE 2010 et 2021
 40 enfants ont perdu la vie à la suite d'une chute!
 83% des décès sont survenus chez les 4 ans et moins.

Parmi les décès liés à une chute chez les enfants de 4 ans et moins, 1/3 résulte d'une chute d'un bâtiment ou d'une structure.

ENTRE 2010 et 2019*
 40 000 hospitalisations (données excluant le Québec)

Chez les enfants d'un an et moins, 1 chute sur 5 entraîne l'hospitalisation, souvent alors qu'une personne porte le bébé.

Les chutes d'un module sur un terrain de jeu sont la principale cause d'hospitalisation chez les enfants âgés de 1 à 9 ans (35 %).

ENTRE 2010 et 2019*
 1 000 000+ d'hospitalisations

En Ontario, l'Alberta et le Yukon ont enregistré ensemble plus d'un million de visites aux urgences par suite d'une chute.

Les chutes dans les escaliers comptent pour 12% de toutes les blessures dues à une chute.

Elles sont surtout plus souvent chez les bébés d'un an (26 %), puis se stabilisent chez les 8 et 9 ans (4 %).

ENTRE 2011 et 2017
 Les chutes ont été la cause de la majorité des blessures chez les enfants.

1/4 des blessures attribuables à une chute chez les enfants causent un traumatisme crânien*

Les faits sur les chutes chez les enfants du Canada

On entend par enfant un enfant âgé de 9 ans et moins.

Pour obtenir de l'information sur la prévention des chutes durant l'enfance, rendez-vous au : parachute.ca/prevenciondeschutesenfants

Infographie sur les chutes chez les enfants au Canada

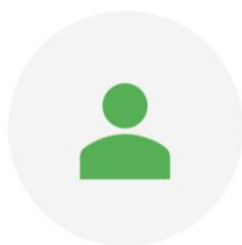
Cette infographie présente les statistiques canadiennes sur les chutes chez les enfants de 9 ans et moins. Elle peut être partagée avec vos réseaux et sur les réseaux sociaux en tant qu'outil de sensibilisation pendant la campagne et tout au long de l'année. Les données de cette infographie ont été fournies par l'Agence de la santé publique du Canada provenant d'un rapport sur les chutes chez les jeunes enfants au Canada (rapport à venir).

Banque de statistiques mise à jour

La banque de statistiques présente des données sur les chutes et leurs sources d'information pour les provinces et territoires du Canada ainsi que des données mondiales. Cette année, la banque de statistiques a été mise à jour avec les statistiques clés du prochain rapport de l'Agence de la santé publique du Canada mentionné ci-dessus.

Le site Web

La campagne suit les métriques du site Web à l'aide de *Google Analytics*. Les données ont été recueillies durant la période allant du 1^{er} juillet au 31 décembre 2023 (à moins d'indication contraire) et comparées au besoin à celles recueillies durant la même période l'année précédente, si nécessaire. Le suivi s'effectue dans les pages du site Web en français et en anglais du Mois de la prévention des chutes.



**Nouveau
utilisateurs : 29,391**



**Pages vues :
100,803**



**Sessions :
37,457**



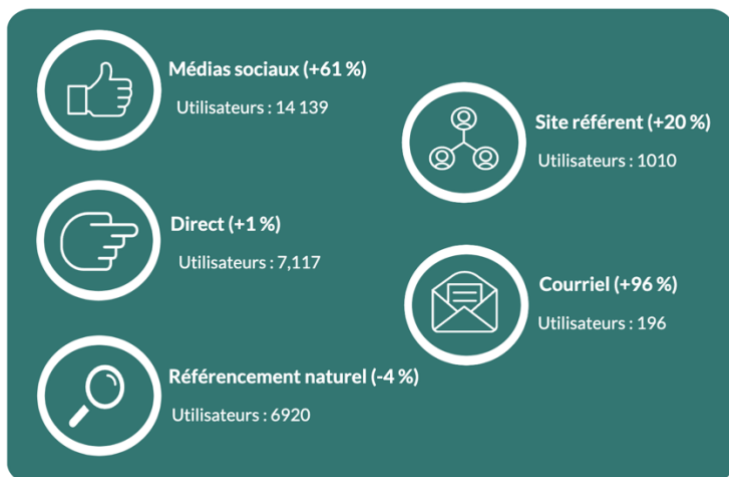
**Sessions engagées :
13,708**

En 2023, le site Web a enregistré plus de nouveaux utilisateurs (↑26 %), de sessions (↑25 %) et de page vues (↑23 %) qu'en 2022. Trente-sept pour cent des sessions ont été classées comme engagées (c'est-à-dire qu'elles durent plus de 10 secondes ou ont au moins deux pages vues ou vues d'écran).

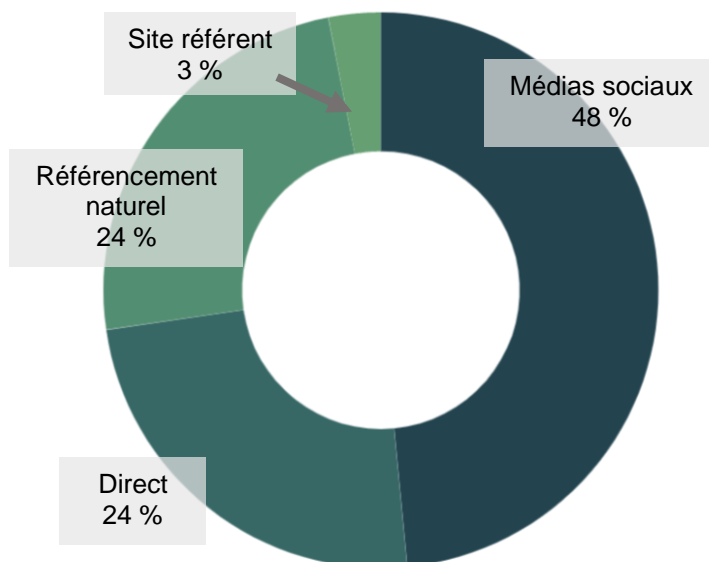
Acquisition – vue d'ensemble

Les rapports d'acquisition concernent la manière dont les internautes viennent consulter le site Web de la campagne. Cette année, la plupart des nouveaux utilisateurs ont accédé au site Web en passant par les médias sociaux (48 %), directement (24 %) ou référencement naturel (24 %).

Les données de 2023 indiquent une augmentation de nouveaux utilisateurs par tous les canaux d'acquisition, sauf par référencement naturel. Voir ci-dessous pour plus de détails.



Canal d'acquisition des nouveaux utilisateurs



Utilisateurs – survol

Le nombre d'utilisateurs totaux et nouveaux du site Web a augmenté par rapport à la campagne précédente (↑26 %). Les cinq pays comptant le plus grand nombre de nouveaux utilisateurs du site Web étaient le Canada, les États-Unis, le Royaume-Uni, la France et l'Australie.

Total d'utilisateurs (2023) : 29 486
Total d'utilisateurs (2022) : 23 598

92 % des nouveaux utilisateurs ont consulté le site Web en anglais (tous les pays)

Total de nouveaux utilisateurs (2023) : 29 391
Total de nouveaux utilisateurs (2022) : 23 405

7 % des nouveaux utilisateurs ont consulté le site Web en français (tous les pays)



Analyse du site Web Parachute

Plusieurs documents promotionnels incitent les utilisateurs à se rendre sur le site Web de Parachute car les ressources disponibles sont utilisables toute l'année. Voici quelques statistiques clés sur les pages liées à la prévention des chutes sur le site Web de Parachute lors de la campagne 2023.

Pages pour les professionnels

Collection : chutes chez les adultes

- Nouveaux utilisateurs : 1472 (1366 EN + 106 FR)
- Page vues : 4112 (3664 EN; 448 FR)

Collection : chutes chez les enfants

- Nouveaux utilisateurs : 306 (301 EN; 5 FR)
- Page vues : 693 (684 EN; 9 FR)

Pages pour le public

Chutes chez les aînés sous l'onglet Sujets Blessures

- Nouveaux utilisateurs : 3854 (3301 EN; 553 FR)
- Page vues : 5626 (4866 EN; 760 FR)

Chutes chez les enfants sous l'onglet Sujets Blessures

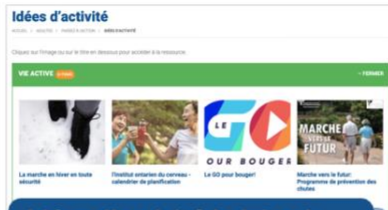
- Nouveaux utilisateurs : 6950 (4536 EN; 2414 FR)
- Page vues : 7964 (5328 EN; 2636 FR)

Ressources consultées

Les cinq pages du site Web avec le plus grand nombre de pages vues sont présentées ci-dessous.



Page d'accueil
33 955 page vues



Idées d'activité (adultes)
8075 page vues



Promotions et médias (adultes)
7865 page vues



Page d'accueil (adultes)
7107 page vues



Page de recherche
3524 page vues

Les cinq ressources (c'est-à-dire les idées d'activités et le matériel promotionnel) avec le plus grand nombre de pages vues sont présentées ci-dessous.



Affiches: Demeurer, Améliorer, Éliminer
2764 page vues



Repérez les dangers
772 page vues



Finding Hazards in the Home (en anglais)
1032 page vues



Fall Prevention Trivia (en anglais)
713 page vues



Trousse d'information médiatique
993 page vues

L'infolettre

L'envoi des infolettres du Mois de la prévention des chutes commence dans les semaines précédant la campagne. Les infolettres mettent en lumière les nouveautés et les conseils pour assurer une campagne réussie. La diffusion de l'infolettre a débuté en juillet 2023 et s'est terminée en janvier 2024. Toutes les infolettres sont parues en français et en anglais. Toutes les infolettres sont archivées et [disponibles sur le site Web](#).

Infolettres les plus populaires	Taux de clic
1. New posters, self-assessment template and more! 📣 – 12 sept. 2023	39 %
2. Important website changes + new posters in the works! 🗺️ - 22 aug. 2023	36 %
3. ICYMI: new promotional tools for FPM! 📢 – 26 sept. 2023	8 %

En 2023, les taux moyens d'ouverture (32 %) et de clics (13 %) étaient supérieurs aux normes de l'industrie (ouverture: 21,3 %; clic: 2,6 %)⁶. Les trois infolettres les plus populaires, en fonction du taux de clic, sont présentées ci-dessus.



Médias sociaux

La sensibilisation à la campagne 2023 s'est effectuée par plusieurs partenaires et ambassadeurs qui ont utilisé les ressources pour les médias sociaux et les mots-clés officiels. Voici seulement quelques-unes des excellentes publications de nos partenaires sur les réseaux sociaux tout au long du mois de novembre 2023. Recherchez l'hashtag officiel de la campagne (#MoisPréventionChutesCA) sur X (Twitter) et Facebook pour voir toutes les publications de nos partenaires.



Les deux mots-clés officiels de la campagne ont permis la participation à la campagne et ont contribué à une sensibilisation concertée à la prévention des chutes. Le nombre total d'impressions sur les réseaux sociaux est indiqué ci-dessous. Veuillez noter qu'en raison de changements dans la manière dont X (Twitter) gère ses analyses, ces chiffres peuvent être inférieurs au montant réel obtenu. De plus, nous ne pouvons partager des analyses que pour nos mots-clés en anglais.

- #MoveImproveRemove = 466 743 impressions
- #FallPreventionMonthCA = 574 748 impressions

Certaines des publications les plus performantes sur les réseaux sociaux, en fonction du nombre de personnes atteintes, provenaient de [Parachute \(157 633 personnes atteintes\)](#) et de [Santé publique Ottawa \(148 090 personnes atteintes\)](#).

Cette année, en plus de l'activité organique sur les réseaux sociaux, nous avons partagé les nouvelles affiches Demeurer, Améliorer, Éliminer et l'infographie sur les chutes chez les enfants en tant que contenu payé sur Meta (c'est-à-dire Facebook et Instagram). Ces publicités ont donné d'excellents résultats et la sensibilisation accrue en découlant s'est révélée inestimable. Les publicités ont suscité:

- 2 759 199 impressions dans les médias sociaux
- 26 300 clics sur le lien
- 792 863 personnes ont été portées

Les publications payantes les plus performantes en termes de clics sur les liens et d'impressions étaient : la publication en anglais destinée aux aînés (12 430 clics sur les liens) et la publication en anglais destinée aux parents (1 804 295 impressions).

Fall Prevention Month Sponsored

ENTRE 2010 et 2019²,
l'Ontario, l'Alberta et le Yukon
 ont enregistré ensemble plus d'un million de visites aux urgences par suite d'une chute

1 000 000+

Les chutes d'un module sur un terrain de jeu sont la principale cause

Parmi les décès liés à une chute de les enfants de 4 ans et moins, 1/3 résulte d'une chute d'un bâtiment ou d'une structure

ENTRE 2010 et 2019², l'Ontario, l'Alberta et le Yukon ont enregistré ensemble plus d'un million de visites aux urgences par suite d'une chute

1 000 000+

Les blessures dues à une chute sont la 1re Cause d'hospitalisation chez les ...See more

Learn more

Fall Prevention Month Sponsored

Steps to Prevent a Fall

MOVE IMPROVE REMOVE

Most Falls are Preventable
 Follow these steps to help prevent slips, trips and falls so you can keep enjoying the fun things in life.

1. MOVE your body

- Build your balance, strength and flexibility with regular physical activity
- Enhance your stability and co-ordination with activities such as walking, swimming or Tai Chi
- Increase the intensity of your physical activity over time to build stronger muscles

2. IMPROVE your health

- Review medications regularly with your healthcare provider or pharmacist and discuss any side effects, such as feeling dizzy or sleepy
- Keep up your social activities
- Routinely clean your teeth and gums so you can eat a nutritious diet
- Check your eyesight and hearing regularly

3. REMOVE hazards

- Keep your floors clutter free
- Install grab bars in the bathroom
- Use handrails and turn on lights on all staircases
- Wear well-fitting and supportive footwear inside and outside

Learn more

It's officially #FallPreventionMonth! Use these posters to promote healthy aging and fall prevention. ... more

Fall Prevention Month Sponsored · Show 4 More

Falls from **playground equipment** were the **top cause** of fall-related hospitalizations for children aged 1 to 9 (35%).

Falls are the No. 1 reason children are admitted to hospital for an injury in Canada. Learn more at [parachute.ca](#) #FallPreventionMonthCA

Learn more

Figure 1 : Publication en français destinée aux parents

Figure 2 : Publication en anglais destinée aux aînés

Figure 3 : Publication en anglais destinée aux parents

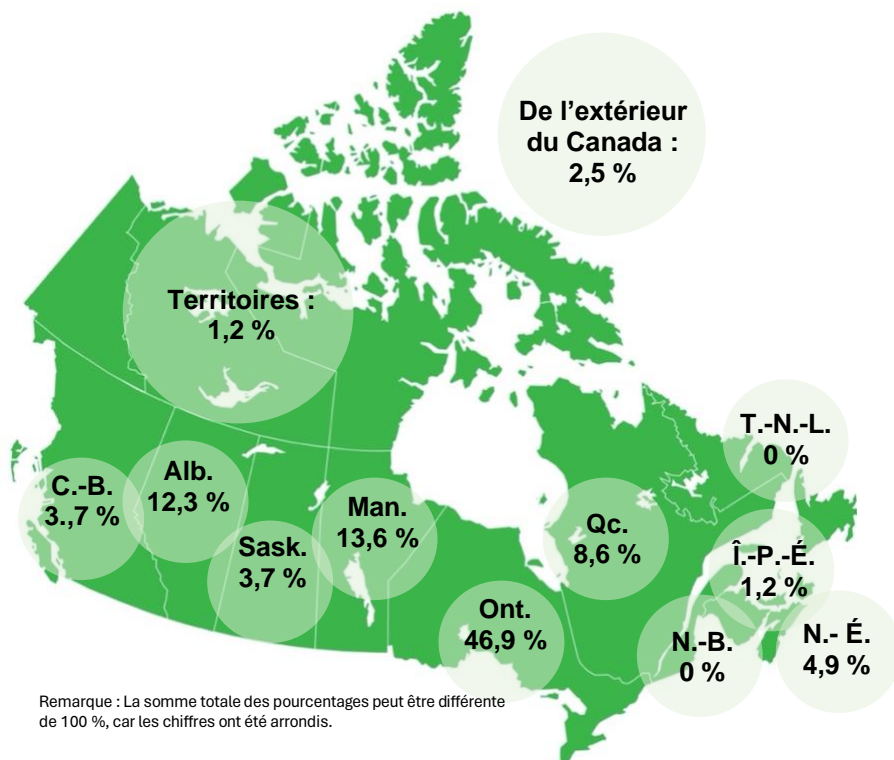
Résultats du sondage

Répondants

Le sondage sur la campagne a été conçu de manière à connaître l'utilisation, l'utilité et l'efficacité des ressources et des activités proposées dans le site Web du Mois de la prévention des chutes. Le sondage s'est échelonné du 28 novembre 2023 au 31 janvier 2024.

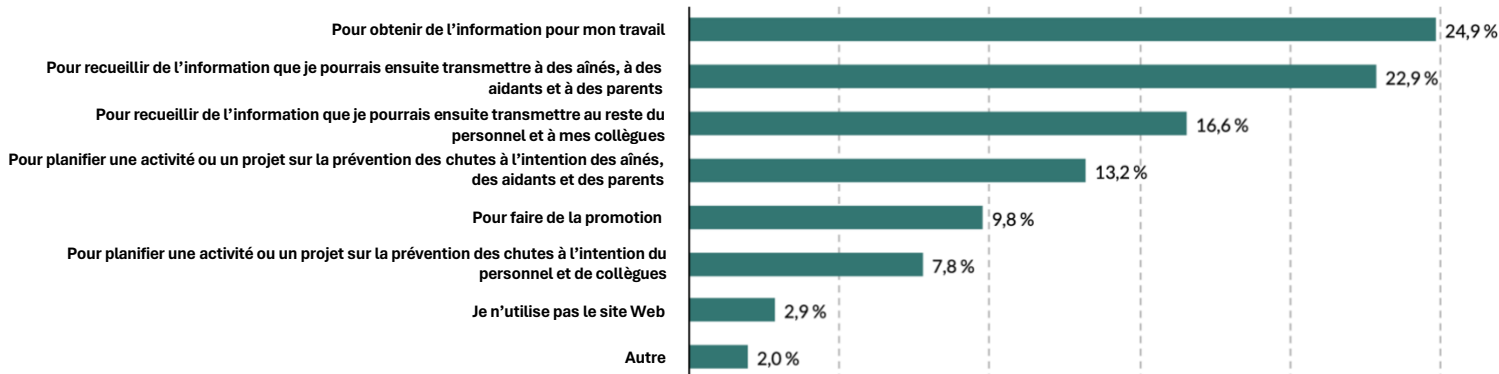
Le sondage a reçu 81 réponses (77 en anglais, quatre en français). Les résultats concernent aussi bien le site Web en anglais que celui en français.

Les répondants au sondage provenaient de partout au Canada, quoiqu'en grande partie de l'Ontario, du Manitoba et de l'Alberta. Les secteurs d'activité les plus sélectionnés par les répondants sont : santé publique, réadaptation et soins de longue durée. Plus de la moitié des répondants ont déclaré travailler dans le secteur des soins directs aux aînés (33 %), la création de programmes et de soutien aux programmes (16 %) ou l'éducation (13 %). Un quart des répondants ont répondu « Autre » lorsqu'ils ont indiqué le rôle qu'ils jouent au sein de leur organisation. Lorsqu'on leur a demandé de préciser, les répondants ont souvent cité la promotion de la santé et la coordination/administration comme les meilleurs descripteurs de leur rôle au sein de leur organisation.



Utilisation du site Web

Les répondants ont eu recours au site Web à diverses fins durant la campagne, comme il est montré dans le graphique ci-dessous. Un bon nombre de personnes sont passées par le site Web pour obtenir de l'information pour leur travail, pour y recueillir de l'information à transmettre ensuite à des aînés, à des aidants ou à des parents ou pour recueillir de l'information à transmettre ensuite au reste du personnel ou à des collègues.



Résultats du sondage

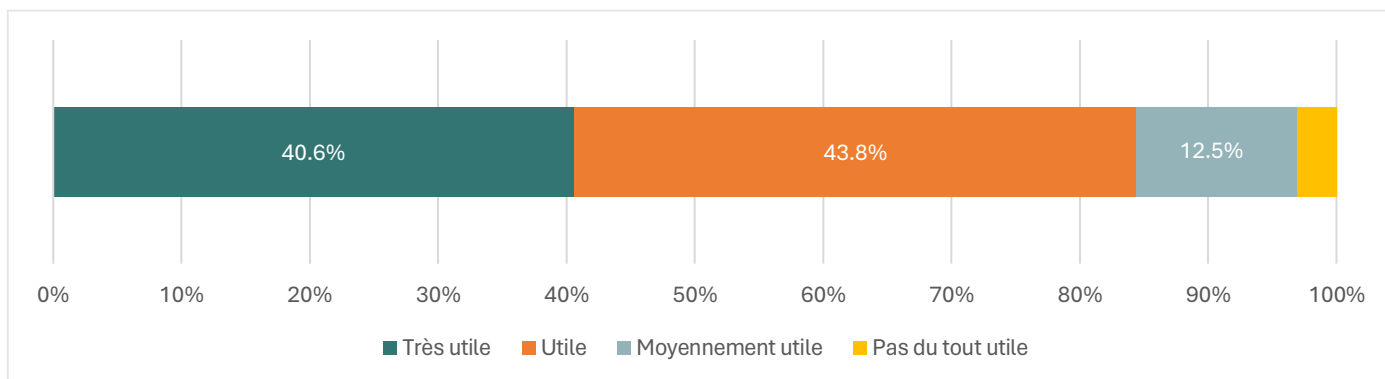
44 %

**ont organisé
une activité
ou un
événement**

Activités et événements

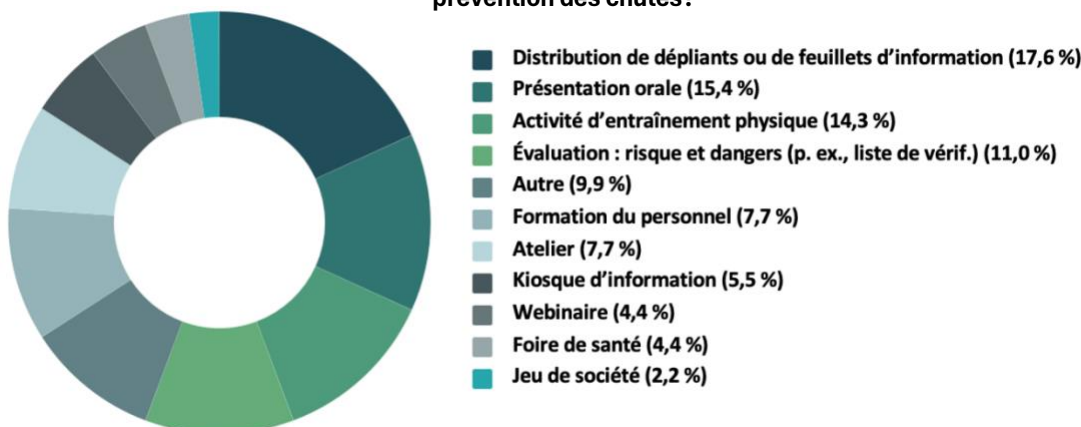
Parmi les répondants au sondage, 44 % ont organisé une activité ou un événement soit en personne ou soit en ligne. De ce nombre, 41 % ont indiqué avoir eu recours aux activités proposées sur le site Web. Les répondants ont eu recours à un éventail d'activités, dont : vie active (24 %), promotion et sensibilisation (24 %), et activités d'apprentissage pour les professionnels et le reste du personnel (21 %). À la question sur l'utilité ou l'inutilité du site Web de la campagne pour aider à organiser une activité ou un événement durant la campagne, la plupart des répondants ont qualifié les activités comme étant utiles ou très utiles (voir le graphique ci-dessous).

Dans quelle mesure avez-vous trouvé utile le site Web du Mois de la prévention des chutes pour organiser votre activité ou votre événement durant la campagne du Mois de la prévention des chutes?



Les répondants ont déclaré que le principal public cible auquel s'adressaient leurs activités ou événements étaient les aînés – susceptibles de faire une chute (20 %), les aînés – population en général (19 %), et les adultes – susceptibles de faire une chute (12 %). La distribution de dépliants ou de feuillets d'information compte pour 20 % des activités organisées durant la campagne. Le graphique ci-dessous montre tous les types d'activités ou d'événements tenus lors de la campagne. Les répondants ont déclaré avoir choisi une activité parce que c'était la meilleure façon de communiquer avec leur public cible (43 %); pour répondre à une demande ou aux besoins des aînés ou des parents d'enfants (19 %); et qu'ils ont déjà organisé cette activité dans le passé (19 %).

Quel type d'activité ou d'événement avez-vous organisé durant votre campagne du Mois de la prévention des chutes?



Résultats du sondage

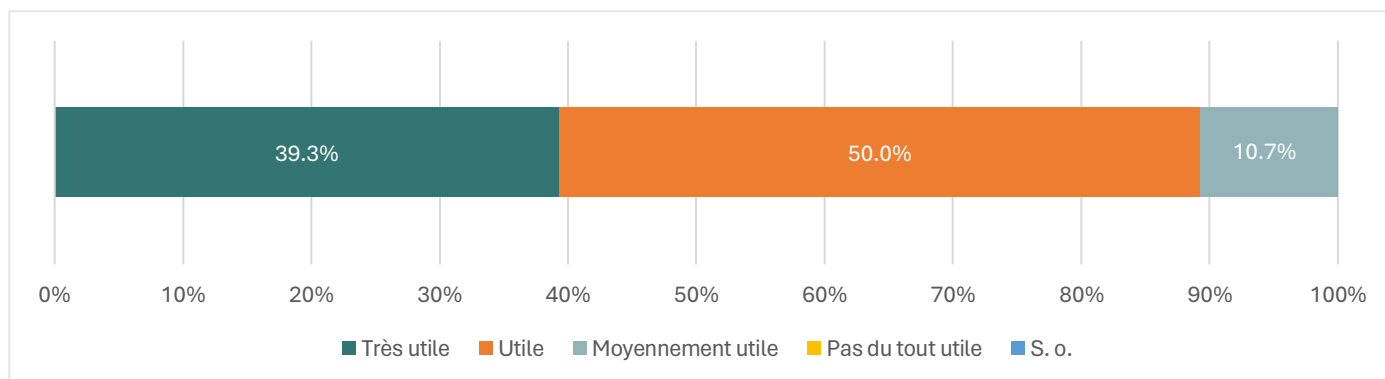
49 %

ont fait la promotion d'une activité ou d'un événement

Matériel promotionnel

Parmi les répondants au sondage, 49 % ont déclaré avoir fait la promotion d'une activité ou d'un événement. Pour ce faire, 74 % des répondants ont eu recours au matériel promotionnel proposé sur le site Web du Mois de la prévention des chutes dans les proportions suivantes : les nouvelles affiches [Demeurer, Améliorer, Éliminer](#) (21 %), les [ressources pour les médias sociaux](#) (12 %), [conseils](#) (12 %), la [liste 'Préserver votre autonomie' personnalisable](#) (11 %), la [trousse d'information médiatique](#) (9 %), et la [banque de statistiques](#) (7 %). À la question de savoir si les types de ressources se sont révélés utiles ou pas du tout utiles à la promotion d'une activité ou d'un événement organisé dans le cadre du Mois de la prévention des chutes, la majorité des répondants ont déclaré que les ressources s'étaient en fait révélées utiles ou très utiles (voir le graphique ci-dessous).

Dans quelle mesure avez-vous trouvé utile le matériel promotionnel pour promouvoir votre activité ou votre événement durant la campagne du Mois de la prévention des chutes?

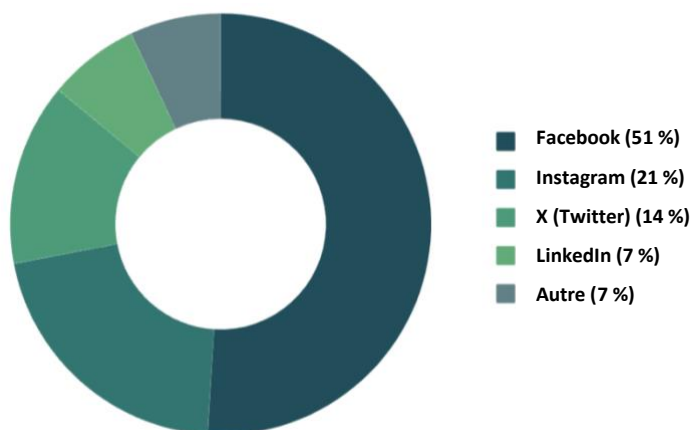


Couverture médiatique

Parmi les répondants, 46 pour cent ont déclaré que leur activité ou événement avait récolté une certaine forme de couverture médiatique, y compris dans les médias sociaux (52 %), dans la presse écrite (19 %), à la radio (15 %), et à la télévision (7 %).

Le sondage comportait une question à savoir si les répondants avaient eu recours à des médias sociaux pour faire la promotion de la campagne du Mois de la prévention des chutes. Parmi les répondants, 51 % ont coché « oui » à la question. À une question visant à préciser quels médias sociaux avaient été utilisés, les réponses montrent que les plateformes les plus populaires ont été Facebook (51 %) et Instagram (21 %) (voir le graphique ci-contre). La plupart des répondants qui ont indiqué « Autre » ont précisé le site Web de leur organisation.

Quelle plateforme de média social avez-vous ou votre organisme utilisée pour promouvoir la campagne du Mois de la prévention des chutes?



Autres commentaires

À la question de savoir s'ils avaient d'autres commentaires à formuler au sujet du contenu ou de la structure du site Web de la campagne du Mois de la prévention des chutes, plusieurs répondants ont saisi l'occasion de dire que le site Web est une ressource très utile, informative et facile à comprendre. Les répondants ont exprimé leur appréciation d'avoir de l'aide pour créer leurs propres idées de messages et d'activités et ont apprécié le fait que de nouveaux contenus étaient ajoutés à chaque année.

Glossaire

Abonné : une personne ayant donné son nom pour recevoir l'infolettre.

Canal d'acquisition : canal utilisé pour acquérir des utilisateurs (p. ex., médias sociaux, directement, référencement naturel, etc.)

Courriels (acquisition) : visites effectuées en cliquant sur des hyperliens fournis dans un courriel.

Direct (acquisition) : nombre d'utilisateurs accédant directement au site Web à l'aide de l'URL.

Engagement : toute forme d'interaction avec une publication ou une publicité dans un média social. Aimer, commenter et partager sont toutes des formes d'engagement.

Engagement lié à une page ou à une publication : nombre d'actions total posées par les gens sur la page Facebook, y compris ses publications.

Idées d'activité : descriptions et instructions détaillées afin de faciliter la planification d'activités et d'événements sur la prévention des chutes.

Impressions : nombre de fois où l'auditoire cible a consulté le contenu à l'écran.

Matériel promotionnel : outil servant à la promotion des activités et des événements sur la prévention des chutes ou à la sensibilisation à la prévention des chutes dans les médias sociaux.

Média social (acquisition) : visites à partir de médias sociaux.

Nouveaux utilisateurs : nombre de personnes qui ont visité le site Web pour la première fois durant la période comprise entre les deux dates.

Pages par session : nombre de pages moyen vues durant une session (toute répétition d'une vue d'une page donnée est comptabilisée).

Pages vues uniques : nombre de sessions durant lesquelles la page concernée a été vue au moins une fois.

Portée : nombre de personnes total ayant vu le contenu ou la publication.

Référencement naturel (acquisition) : visites à partir de moteurs de recherche.

Session : temps passé par l'utilisateur sur le site Web.

Site référent (acquisition) : accès à partir d'un autre site Web.

Taux de clics moyen : pourcentage du total de destinataires qui ont cliqué sur l'un des hyperliens suivis dans l'infolettre.

Taux d'ouverture moyen : pourcentage du total de destinataires (transmission réussie) qui ont ouvert l'infolettre.

Utilisateurs : personnes ayant ouvert au moins une session durant la période comprise entre les deux dates.

Utilisateurs engagés : nombre d'utilisateurs interagissant avec le contenu ou les publications au sujet du Mois de la prévention des chutes.

Références bibliographiques

1. Agence de la santé publique du Canada (ASPC). (2022). Rapport de surveillance sur les chutes chez les aînés au Canada. Récupéré de <https://www.canada.ca/fr/sante-publique/services/publications/vie-saine/rapport-surveillance-chutes-aines-canada.html>
2. Agence de la santé publique du Canada (ASPC). (2020). *Aperçu – Hospitalisations pour blessure au Canada 2018-2019*. Récupéré de <https://www.canada.ca/fr/sante-publique/services/rapports-publications/promotion-sante-prevention-maladies-chroniques-canada-recherche-politiques-pratiques/vol-40-no-9-2020/hospitalisations-blessure-canada-2018-2019.html>
3. Institut canadien d'information sur la santé (ICIS). (2019). *Glissades, faux pas et chutes : nos plus récentes données révèlent les causes des hospitalisations et des visites à l'urgence à la suite d'une blessure au Canada*. Récupéré de <https://www.cihi.ca/fr/glissades-faux-pas-et-chutes-nos-plus-recentes-donnees-revelent-les-causes-des-hospitalisations-et>
4. Parachute. (2021). *Potentiel perdu, potentiel de changement : Le coût des blessures au Canada 2021*. Récupéré de <https://parachute.ca/fr/ressource-professionnelle/le-cout-des-blessures-au-canada/>
5. Institut canadien d'information sur la santé (ICIS). (2021). *Conséquences de la pandémie de COVID-19 sur les chutes accidentelles au Canada*. Récupéré de <https://www.cihi.ca/en/impact-of-covid-19-on-accidental-falls-in-canada>
6. MailChimp. (2022). *2022 Email Marketing Statistics and Benchmarks by Industry* (en anglais). Récupéré de <https://mailchimp.com/en-ca/resources/email-marketing-benchmarks/>