

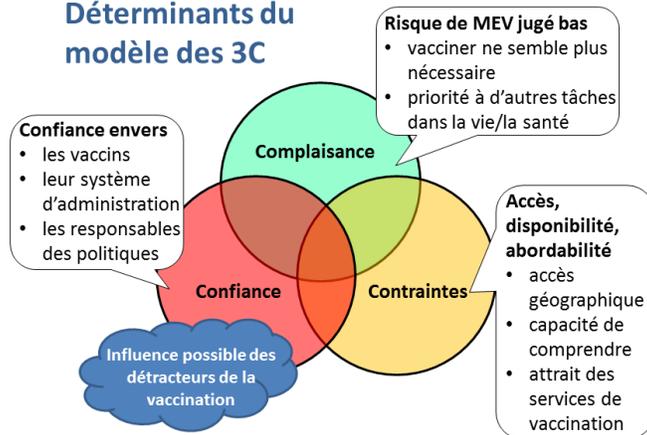
AIDE-MÉMOIRE : SURMONTER L'HÉSITATION VACCINALE

Guide de référence rapide pour les gestionnaires de programmes de vaccination

Définition de l'hésitation vaccinale :

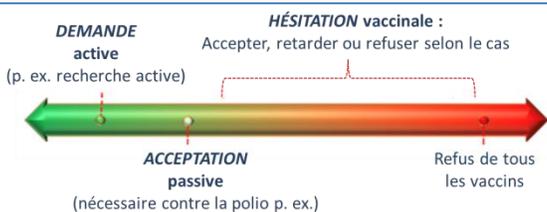
L'hésitation vaccinale est le fait de retarder ou de refuser des vaccins **malgré la disponibilité des services de vaccination**. Ce phénomène **complexe et spécifique au contexte varie dans le temps, selon le lieu et selon le vaccin**. Il est **influencé** par des facteurs comme **la complaisance, les contraintes et la confiance**.

Déterminants du modèle des 3C



Hésitation vaccinale et demande de vaccins :

La demande est plus que le simple fait d'accepter les vaccins.

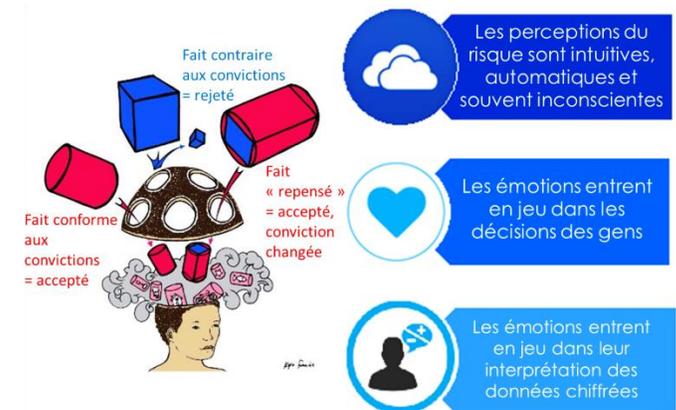


Définition de la demande de vaccins :

La demande désigne les actions individuelles et collectives pour **démander, soutenir et/ou faire la promotion des vaccins et des services de vaccination**. Elle est **dynamique et varie selon le contexte, le vaccin, les services de vaccination offerts, le temps et le lieu**. La demande est présente quand l'État, les gestionnaires de programmes de vaccination, les dispensateurs publics et privés, les dirigeants locaux et les organisations de la société civile entendent les voix individuelles et collectives et en prennent acte.

Les professionnels de santé peuvent favoriser la demande, développer la résilience

Effets des convictions : Les décisions individuelles sont marquées par de nombreux facteurs, dont les convictions.



L'hésitation vaccinale est influencée par des nombreux facteurs sociaux, culturels, démographiques et sociopsychologiques :

- Nous sommes tous très influencés par les actions des gens autour de nous et par leurs attentes (réelles ou perçues) à notre égard.
- Nous voyons souvent des liens de cause à effet dans de simples coïncidences.
- Nous voyons ce dont nous sommes déjà convaincus au lieu de voir les choses telles qu'elles sont.
- Nous préférons les anecdotes et les histoires aux données et aux preuves scientifiques.

Contagion sociale :

- Les idées et les sentiments, comme les maladies infectieuses, peuvent être contagieux.
- Les réseaux sociaux influencent les décisions vaccinales.
- Les personnes hésitantes par rapport à la vaccination sont regroupées en « grappes sociales ».
- L'hésitation peut être amplifiée par les déclarations anti-vaccins dans les médias sociaux.

Avec le Web 2.0

N'importe qui peut passer pour un expert, et des vues « marginales » trouvent écho auprès d'un vaste public

Les parents et patients peuvent être individuellement influencés par leurs amis, leur famille et les médias sociaux, mais ils le sont surtout par ce que disent les professionnels de santé sur la vaccination et sur leur rôle.

Stratégies pour surmonter l'hésitation : À l'échelle des programmes

1. Inspirer confiance et développer la résilience

- De nombreux éléments peuvent miner la confiance, notamment les préoccupations en lien avec la sécurité des vaccins.
- **Pour gagner et maintenir la confiance :**
 - a) Créer un groupe de coordination des communications.
 - b) Renforcer et adapter le programme de communication sur la vaccination systématique.
 - c) Tisser des liens avec des partenaires éventuels et des acteurs du milieu.
 - d) Développer la résilience de la population; ne pas s'occuper que des personnes qui hésitent.
- **Si un épisode/une crise ébranle la confiance :**
 - a) Réunir le noyau de l'équipe des communications.
 - b) Comprendre le problème.
 - c) Contacter les acteurs privilégiés.
 - d) Adapter le message à l'auditoire (voir numéro 5).
www.euro.who.int/data/assets/pdf_file/0004/32964/7/Vaccines-and-trust.PDF (en anglais seulement)
- **Préparer des plans de communication efficaces**
 - a) Ne pas se contenter de réagir : agir en amont.
 - b) La communication va dans les deux sens; il importe d'écouter.
 - c) Reconnaître que pour changer les comportements, l'information ne suffit PAS.
 - d) Cibler et adapter les messages.
 - e) Souligner le consensus scientifique pour inoculer contre la désinformation.
 - f) Saisir l'importance d'une bonne formulation et d'un langage clair pour le public cible.
 - g) Évaluer l'impact des messages ciblés.

2. S'assurer que les pratiques de vaccination des professionnels de santé sont exemplaires

- Les professionnels de santé doivent faire preuve de compétence (en connaissant bien les vaccins, les maladies évitables par la vaccination, etc.) et de compassion pour gagner la confiance des patients et des parents.
- Le programme doit veiller à la qualité de la formation vaccinale des professionnels de santé.
- L'acceptation des vaccins par les parents et les patients est influencée par la façon dont les professionnels de santé en parlent (une formation est nécessaire).
- Les décisions de vaccination personnelles des professionnels de santé ont une grande influence, d'où l'importance de vaincre leurs hésitations.

3. Techniques efficaces pour aborder la vaccination et apaiser les craintes

Employer des stratégies qui augmentent le recours aux vaccins :

- a) Cibler les sous-groupes sous-immunisés. Voir le programme TIP : www.euro.who.int/en/health-topics/communicable-diseases/poliomyelitis/publications/2013/guide-to-tailoring-immunization-programmes (en anglais seulement)
- b) Impliquer les dirigeants religieux et associatifs. Presque toutes les grandes religions du monde sont en faveur de la vaccination.
- c) Rendre la vaccination plus pratique et accessible (heures d'ouverture, lieux, programmes scolaires, pharmacies).
- d) Envoyer des rappels de rendez-vous et de suivi.
- e) Rendre la vaccination obligatoire, sanctionner les employés non vaccinés ou utiliser des incitations financières. Prudence, car cela n'est pas simple et peut avoir l'effet inverse.
- f) Ne PAS employer une stratégie d'intervention unique, mais une approche concertée, plus efficace pour accroître le recours aux vaccins (p. ex. campagne de communication ET formation des professionnels de santé ET élargissement de l'accès au service).

4. Agir sur les convictions

- Les enfants n'ont pas toujours été sensibilisés aux vaccins à l'école.
 - À l'âge adulte, ils peuvent avoir des doutes sur les vaccins et les programmes de vaccination.
- Il faut convaincre les enfants et les adolescents de l'importance et de la valeur des vaccins, des risques des maladies évitables par la vaccination, et des bienfaits et de l'innocuité des vaccins.

5. Travailler en concertation et en partenariat avec les dirigeants associatifs et religieux, la société civile, les ONG, les associations d'professionnels de santé, les milieux universitaires et les organisations mondiales

- Une collaboration de qualité peut :
 - Économiser temps et ressources,
 - Ajouter au concert des voix sur l'importance des vaccins.
- Organiser des réunions périodiques, partager les communications, et travailler en collaboration pour soutenir la vaccination.