

# Construire votre campagne de promotion de la vaccination antigrippale

Rencontre avec l'expert

Dr Olivier BAUD

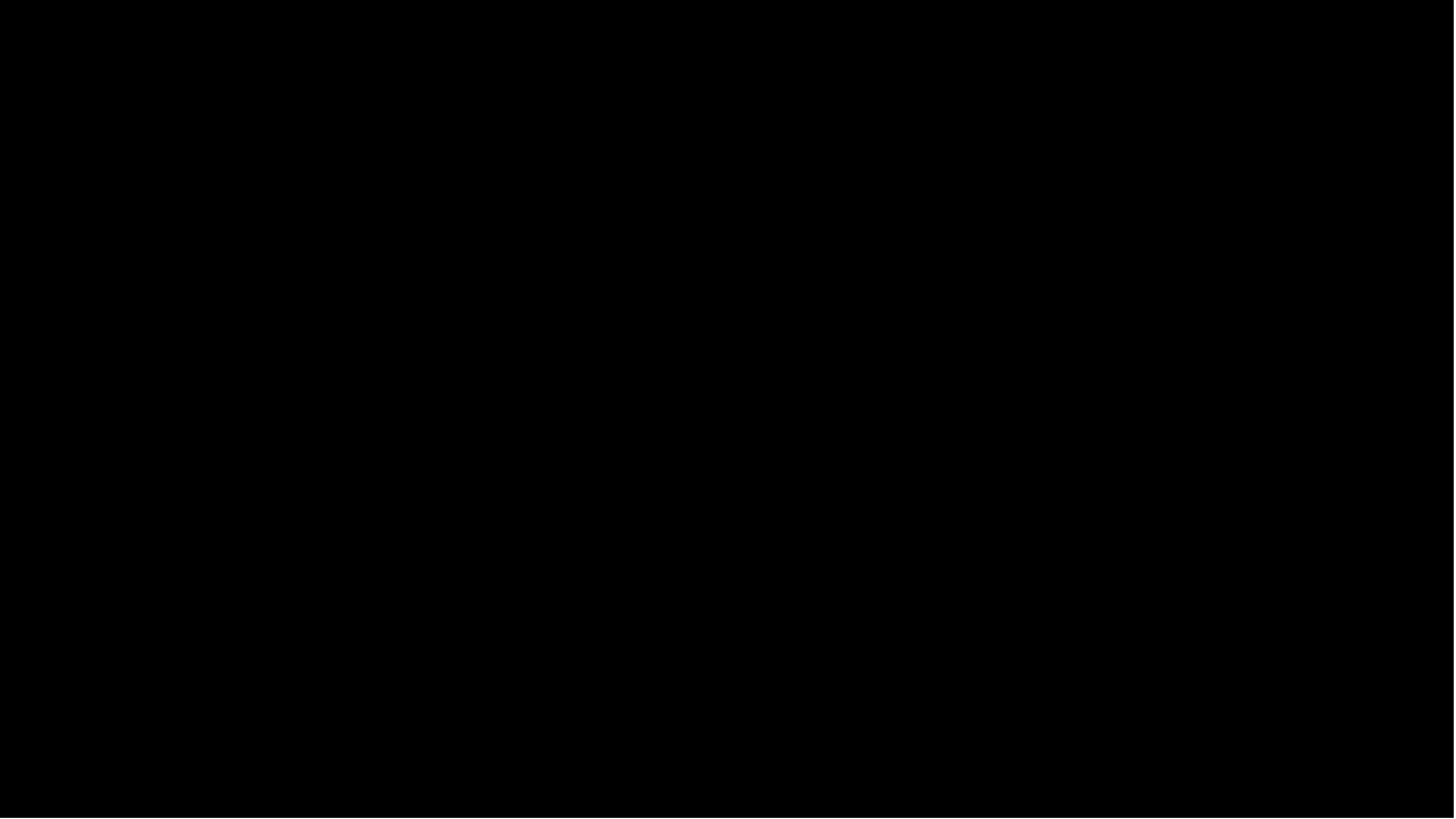
Graziella GUERRE

# Présentation de l'atelier

- **40 participants : constitution de 3 groupes de travail**
- Groupe 1 : 13 personnes
- Groupe 2 : 13 personnes
- Groupe 3 : 14 personnes
  
- **Durée de l'atelier : 1h15 (soit 75 mn)**
- 05 minutes film
- 10 minutes de réflexion pour les 3 groupes
- 15 minutes de restitution/groupe (soit 05 mn/groupe)
- 30 minutes avis expert (soit 10 mn/thématique)
- 15 +/- 10 minutes synthèse



## Présentation du film



# Déroulement de l'atelier



## G1. Les incontournables d'une campagne

10 minutes réflexion / 05 minutes de restitution

Le point de vue de l'expert 10 minutes



## G2. Les moyens de communication

10 minutes réflexion / 05 minutes de restitution

Le point du vue de l'expert 10 minutes



## G3. Favoriser la vaccination des professionnels

10 minutes réflexion / 05 minutes de restitution

Le point de vue de l'expert 10 minutes



## Synthèse 15 +/- 10 mn

# Stratégie de campagne de vaccination antigrippale

# A vous de jouer!

## Les incontournables d'une campagne

G  
R  
O  
U  
P  
E  
1

- **Q1** : L'implication institutionnelle
- **Q2** : L'implication des professionnels (lesquels? comment? )
- **Q3** : L'implication des usagers
- **Q4** : La disponibilité des vaccins (quand? où?)

# Les incontournables d'une campagne

*Le point de vue de l'expert*

## Implication institutionnelle

- Soutien des responsables des ES
- Planification des actions
- Accès à la vaccination facilité
- Assignation d'une personne ou d'un comité pour construire la campagne
- Distribution de matériel éducationnel
- Organisation de séances d'information
- Evaluation

*Source : Institut national de santé publique du Québec (réf 1)*

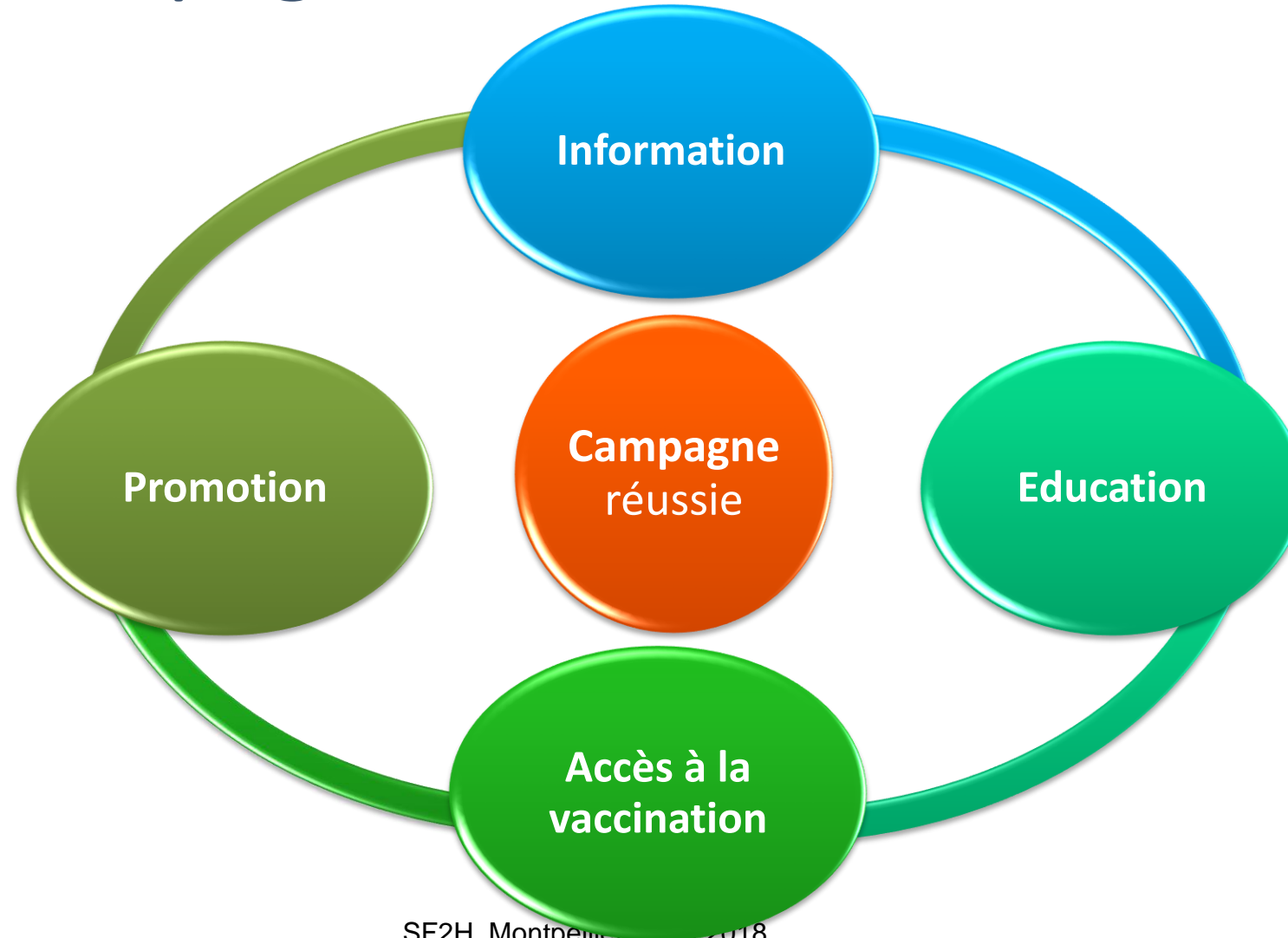
## Implication institutionnelle

Pour augmenter la demande de vaccin chez les PS

- Cibler les déterminants psychosociaux et organisationnels
- Comprendre les barrières et facteurs motivant la vaccination pour adapter les messages

*Source : Institut national de santé publique du Québec (réf 1)*

# Campagne réussie au Québec



## Implication des professionnels

- Favoriser la connaissance des travailleurs sur la vaccination
  - Perception de sécurité et efficacité du vaccin
  - Perception du risque lié à la grippe
  - Habitudes de vaccination
- Recourir à l'influence de leaders positifs
  - Les identifier
  - Les solliciter

*Source : Institut national de santé publique du Québec (réf 1)*

## Impliquer les professionnels

- Associer les PS qui se sont vaccinés à la construction de la campagne
- Recenser leurs motivations lors de la vaccination : « *je me vaccine...* »
  - *Pour protéger mes patients (altruisme)*
  - *Pour me protéger*
  - *Par habitude*
  - *Pour ne pas perdre de salaire si je suis malade*
  - ...

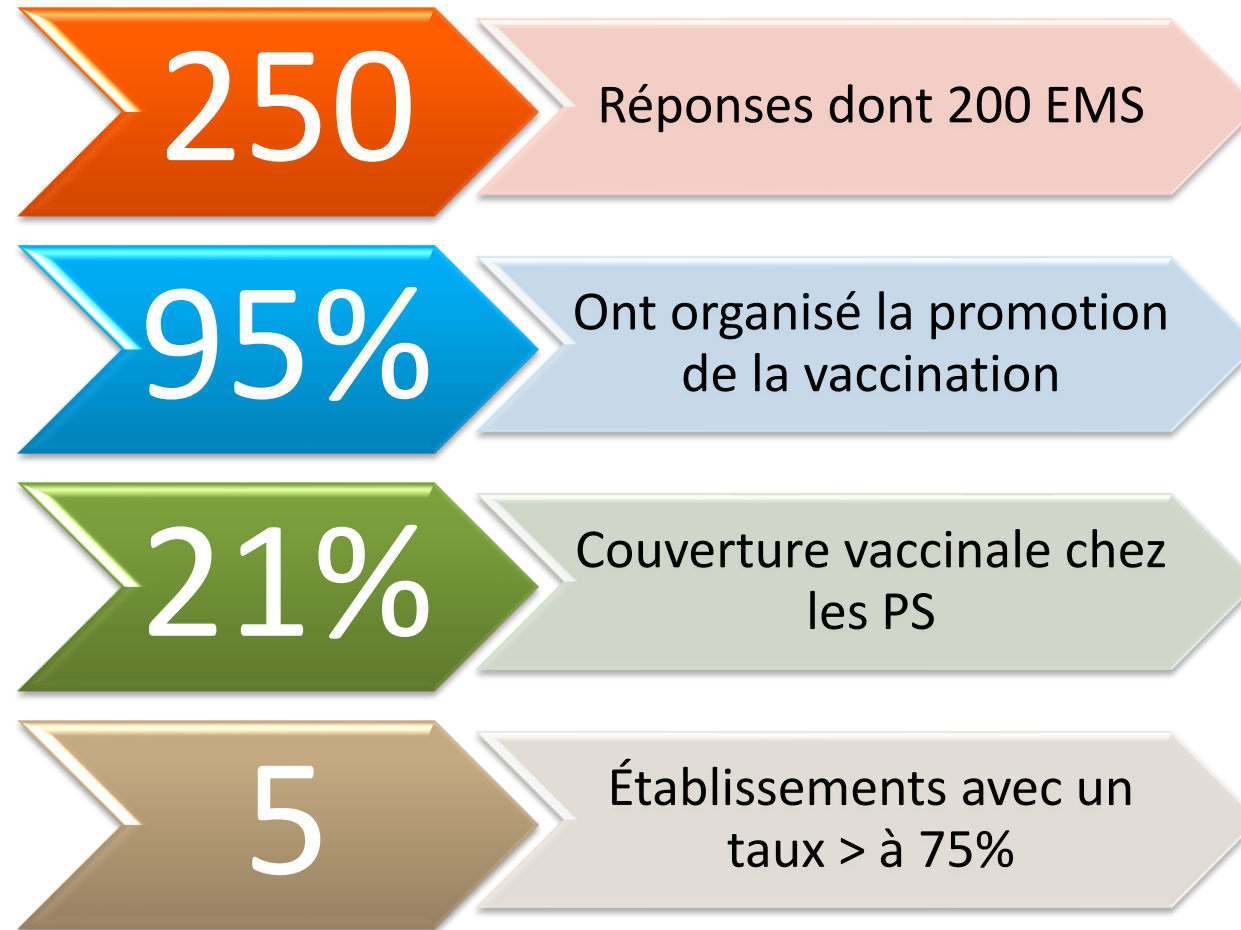
# Quelques exemples

## *Campagne vaccinale 2017-2018 en Bourgogne-Franche-Comté*

- Etat des lieux de la couverture vaccinale dans les établissements sanitaires et médico-sociaux
  - Questionnaire adressé à l'automne 2017 par l'ARS via Google form
  - Recueil jusqu'au 31/12/2017
  - Concerne les professionnels salariés et les résidents institutionnalisés en EMS

# Résultats

## Résultats de la campagne vaccinale 2017-2018 en Bourgogne-Franche-Comté



# Implication des usagers

- Actions /sensibilisation lors de la semaine de sécurité des soins

## Disponibilité des vaccins

- Mettre en place une ou plusieurs équipes de vaccination
- Offrir la vaccination sur tous les sites
  - Mise en place de kiosque de vaccination
- Couvrir tous les quarts de travail
  - Flexibilité des horaires
  - Sur une large période
- Permettre l'auto-vaccination

*Source : Institut national de santé publique du Québec (réf 1)*

## Les moyens de communication incontournables (avantages/inconvénients / quand? comment? par qui?)

G  
r  
o  
u  
p  
e  
2

- **Q1** : Affichage
- **Q2** : Bulletin de salaire
- **Q3** : Lettre ou outils de communication de l'ES
- **Q4** : Bouche à oreille, communication dans les US, réseaux sociaux...
- **Q5** : Autres moyens...

# Les moyens de communication incontournables

*Le point de vue de l'expert*

## Recommandations pour bien communiquer

- Minimiser l'usage d'un jargon trop technique
- S'appuyer sur des cas concrets dans l'élaboration des textes
- Ne pas jouer sur la culpabilité : contradictoire avec le concept de promotion de la santé








*Source : Ecole Santé Publique Belgique (réf 2)*

## Les moyens à mettre en place les plus souvent cités

- Les lettres de rappel
- Les affiches et lettres d'information personnalisées
- Les brochures, folders et messages vocaux dans le service (passage d'une personne itinérante)
- La mise en place d'une liste par service permettant à ceux qui le désirent de s'inscrire pour la vaccination

*Source : Ecole Santé Publique Belgique (réf 2)*

# Autres stratégies gagnantes

- Proposer des affiches diverses « à critiquer »  
- Elaborer des outils ludiques
  - Jeux : serious game, autre...  
  - Vidéos/vlogs 
- Outils de suivi :
  - Des campagnes de promotion de la vaccination auprès des professionnels 
  - Des épidémies dans les établissements 

## Favoriser la vaccination des PS

G  
r  
o  
u  
p  
e  
3

- **Q1** : Approche positive?
  - Comprendre pourquoi des PS se vaccinent tous les ans depuis plusieurs années (motivations)?
  - Répondre aux PS qui expriment leurs craintes
- **Q2** : Approche coercitive?
  - Participation obligatoire aux séances d'informations
  - Interdiction de PEC des patients à risques si non vaccinés
  - Port de masque obligatoire si non vacciné

# Favoriser la vaccination des professionnels

*Le point de vue de l'expert*

## Approche positive

- Bénéfices de la vaccination, prévention
- Protection de la santé
- Rôle du chef de service : modèle à suivre

# Approche coercitive

- Rendre la vaccination obligatoire
  - Augmentation des résistances et des refus de se vacciner?
- Punition/sanction/gratification
  - A l'encontre d'une démarche d'éducation et de promotion de la santé
- En période d'épidémie de grippe saisonnière
  - Obliger les PS non vaccinés à porter un masque?
  - Evincer les PS non vaccinés des lieux de soins?

# PREVENTION GRIPPE NOSOCOMIALE EN PERIODE EPIDEMIQUE

Personnel, Visiteurs,

Si vous n'êtes pas vaccinés, ou vaccinés depuis moins de 14 jours

Vous devez porter un masque en entrant dans ce service  
(couloir, chambres, salle de consultation)

Je repère la face colorée externe et la barrette nasale



Je pince et j'adapte la barrette sur le nez



Je respire et je parle sans toucher ni déplacer mon masque



Je le jette et le change s'il est humide



***Il n'est pas nécessaire de porter le masque : dans la tisanerie, dans les bureaux, dans les salles de réunion, ou toute autre pièce sans patients... sauf si vous avez des symptômes respiratoires.***

Construire votre campagne de vaccination

# Synthèse

# Le point de vue de l'expert

- Une campagne se construit toujours de manière pluri professionnelle
- Multiplier les outils et moyens de communication
- Etre vigilant sur la qualité de l'information basée sur des notions scientifiques
- Chaque campagne doit être analysée dès la fin de l'épidémie
  - Qu'est ce qui a marché ou pas?
- Donner des éléments concrets de succès via les résultats de la campagne de vaccination

# Bibliographie

- 1. Promotion de la vaccination contre la grippe saisonnière : des stratégies efficaces pour rejoindre les travailleurs de la santé**, Direction des risques biologiques et de la santé au travail, Institut national de santé Publique, Québec, mai 2013
- 2. Vaccination contre la grippe auprès des PS : tour d'horizon des pays développés, quelles recommandations pour quelle efficacité ?** D. Doumont, F. Libion, UCL-RESO, Unité d'Education pour la Santé, Ecole de Santé Publique- Centre « Recherche en systèmes de santé » en Belgique, mai 2007
- 3. Les perspectives temporelles : les connaître pour en tenir compte dans nos interventions en promotion de la santé**, L. Lessard, Global Health Promotion, published by SAGE , 2012

*A vous maintenant de construire  
votre campagne !*