



VACCINATION

Actions d'information et de sensibilisation de la population

Campagnes médiatiques

NIVEAU DE PREUVE DE L'EFFICACITÉ

Preuves solides de l'efficacité
pour augmenter
la couverture vaccinale

Preuves d'une certaine efficacité
pour augmenter
la couverture vaccinale

**Preuves insuffisantes
de l'efficacité pour augmenter
la couverture vaccinale**

Preuves solides de l'inefficacité
pour augmenter
la couverture vaccinale

DÉTERMINANTS DE SANTÉ

Accès aux actes de soins et de
prévention/qualité des soins

Date de dernière mise à jour :
27 mars 2017

Il n'est pas possible de conclure de façon globale sur l'efficacité des actions d'information et de sensibilisation de la population pour augmenter la couverture vaccinale (Stone et al. 2002; Harvey et al. 2015), en raison de la grande hétérogénéité des interventions composant cette catégorie et des résultats contradictoires obtenus. Nous avons donc réalisé une fiche différente pour quatre types d'interventions : la mise à disposition de documentation pour la population seule, les interactions au sujet de la vaccination, les campagnes médiatiques et les interventions combinées avec au moins une action d'information et de sensibilisation de la population.

Cette fiche est uniquement consacrée aux campagnes médiatiques. Ce type d'interventions consiste à utiliser différents types de médias (télévision, presse écrite, radio...) pour délivrer des messages de promotion de la vaccination à grande échelle. Ces campagnes peuvent cibler la population générale ou des groupes de population spécifiques et être menées à l'échelle locale, régionale ou nationale (Community Services Preventive Task Force 2011).

Impact attendu

Augmentation de la couverture vaccinale.

Autres impacts possibles

Il n'y a pas suffisamment d'éléments disponibles dans la littérature sur cet aspect.

Preuves scientifiques de l'efficacité

Vue d'ensemble

Il n'y a pas de preuves suffisantes pour conclure à l'efficacité ou l'inefficacité des campagnes médiatiques pour augmenter la couverture vaccinale ou agir sur l'hésitation vaccinale (Briss et al. 2000; Jarrett et al. 2015; Kim et Yoo 2015; Ngui et al. 2015; Dubé et al. 2015; Community Preventive Services Task Force 2015), et ce quelle que soit l'échelle géographique étudiée.



VACCINATION

Actions d'information et de sensibilisation de la population

Campagnes médiatiques

Efficacité selon les groupes de population et les vaccins

Il n'y a pas suffisamment d'éléments disponibles dans la littérature sur cet aspect.

Efficacité selon les modalités d'intervention

Aucune étude ne suggère que l'efficacité varie selon l'échelle géographique des campagnes. Par contre, plusieurs facteurs de réussite ont été identifiés : réaliser des campagnes de communication ciblées plutôt que généralistes (Dubé et al. 2015; Jarrett et al. 2015), répéter l'exposition dans le temps, impliquer des personnes influentes (leaders politiques, religieux, stars, etc.) dans les campagnes (Jarrett et al. 2015) ou encore inclure des témoignages de personnes issues de la population (Jarrett et al. 2015).

Plusieurs revues systématiques ont montré que les interventions combinées comprenant au moins une action d'information et de sensibilisation de la population étaient efficaces pour augmenter la couverture vaccinale (voir fiche consacrée aux interventions combinées comprenant au moins une action d'information et de sensibilisation de la population).

Plusieurs essais randomisés publiés récemment ont mis en évidence l'importance de la formulation des messages et du mode de communication adopté dans les campagnes (Nyhan et al. 2014; Nyhan et Reifler 2015; Hendrix et al. 2014; Prati et al. 2012). Les messages de correction des idées reçues sur les risques liés au vaccin peuvent contribuer à lutter contre les préjugés sur certains vaccins, mais pas chez les personnes les plus réticentes et anxieuses, chez qui les attitudes négatives vis-à-vis des vaccins peuvent au contraire être renforcées (Nyhan et al. 2014; Nyhan et Reifler 2015). Les récits et images de personnes atteintes de maladies à prévention vaccinale peuvent renforcer les idées reçues et attitudes négatives vis-à-vis des vaccins (Nyhan et al. 2014). Les messages informant sur les dangers de certaines maladies à prévention vaccinale (Nyhan et al. 2014; Nyhan et Reifler 2015; Prati, Pietrantoni, et Zani 2012) n'ont aucun impact sur les attitudes du public. A noter qu'aucun des messages évalués n'a eu d'impact sur l'intention de se vacciner ou de vacciner ses enfants (Nyhan et al. 2014).

Un essai randomisé suggère qu'insister sur les bénéfices individuels de la vaccination pour les enfants est plus efficace qu'insister sur les bénéfices collectifs pour augmenter l'intention de vacciner son enfant. Par contre, lorsqu'il s'agit de la vaccination des adultes, l'argument des bénéfices collectifs semble plus efficace (Hendrix et al. 2014).

Aspects médico-économiques

Il n'y a pas suffisamment d'éléments disponibles dans la littérature sur cet aspect.

Impact sur les inégalités

Il n'y a pas suffisamment d'éléments disponibles dans la littérature sur cet aspect.



VACCINATION

Actions d'information et de sensibilisation de la population

Campagnes médiatiques

Références

- Briss, P. A., L. E. Rodewald, A. R. Hinman, A. M. Shefer, R. A. Strikas, R. R. Bernier, V. G. Carande-Kulis, H. R. Yusuf, S. M. Ndiaye, et S. M. Williams. 2000. « Reviews of Evidence Regarding Interventions to Improve Vaccination Coverage in Children, Adolescents, and Adults. The Task Force on Community Preventive Services ». *American Journal of Preventive Medicine* 18 (1 Suppl): 97-140.
- Community Preventive Services Task Force. 2015. « Vaccination Programs: Community-Wide Education When Used Alone ». <https://www.thecommunityguide.org/findings/vaccination-programs-community-wide-education-when-used-alone>.
- Community Preventive Services Task Force. 2011. « Skin cancer: mass media ». <https://www.thecommunityguide.org/findings/skin-cancer-mass-media>
- Dubé, Eve, Dominique Gagnon, Noni E. MacDonald, et SAGE Working Group on Vaccine Hesitancy. 2015. « Strategies Intended to Address Vaccine Hesitancy: Review of Published Reviews ». *Vaccine* 33 (34): 4191-4203. doi:10.1016/j.vaccine.2015.04.041.
- Harvey, Hannah, Nadja Reissland, et James Mason. 2015. « Parental Reminder, Recall and Educational Interventions to Improve Early Childhood Immunisation Uptake: A Systematic Review and Meta-Analysis ». *Vaccine* 33 (25): 2862-80. doi:10.1016/j.vaccine.2015.04.085.
- Hendrix, Kristin S., S. Maria E. Finnell, Gregory D. Zimet, Lynne A. Sturm, Kathleen A. Lane, et Stephen M. Downs. 2014. « Vaccine Message Framing and Parents' Intent to Immunize Their Infants for MMR ». *Pediatrics* 134 (3): e675-683. doi:10.1542/peds.2013-4077.
- Jarrett, Caitlin, Rose Wilson, Maureen O'Leary, Elisabeth Eckersberger, Heidi J. Larson, et SAGE Working Group on Vaccine Hesitancy. 2015. « Strategies for Addressing Vaccine Hesitancy - A Systematic Review ». *Vaccine* 33 (34): 4180-90. doi:10.1016/j.vaccine.2015.04.040.
- Kim, Minchul, et Byung-Kwang Yoo. 2015. « Cost-Effectiveness Analysis of a Television Campaign to Promote Seasonal Influenza Vaccination Among the Elderly ». *Value in Health: The Journal of the International Society for Pharmacoeconomics and Outcomes Research* 18 (5): 622-30. doi:10.1016/j.jval.2015.03.1794.
- Ngui, Emmanuel M., Chelsea Hamilton, Melodee Nugent, Pippa Simpson, et Earnestine Willis. 2015. « Evaluation of a Social Marketing Campaign to Increase Awareness of Immunizations for Urban Low-Income Children ». *WMI: Official Publication of the State Medical Society of Wisconsin* 114 (1): 10-15.
- Nyhan, Brendan, et Jason Reifler. 2015. « Does Correcting Myths about the Flu Vaccine Work? An Experimental Evaluation of the Effects of Corrective Information ». *Vaccine* 33 (3): 459-64. doi:10.1016/j.vaccine.2014.11.017.
- Nyhan, Brendan, Jason Reifler, Sean Richey, et Gary L. Freed. 2014. « Effective Messages in Vaccine Promotion: A Randomized Trial ». *Pediatrics* 133 (4): e835- 842. doi:10.1542/peds.2013-2365.
- Prati, Gabriele, Luca Pietrantoni, et Bruna Zani. 2012. « Influenza Vaccination: The Persuasiveness of Messages among People Aged 65 Years and Older ». *Health Communication* 27 (5): 413-20. doi:10.1080/10410236.2011.606523.
- Stone, Erin G., Sally C. Morton, Marlies E. Hulscher, Margaret A. Maglione, Elizabeth A. Roth, Jeremy M. Grimshaw, Brian S. Mittman, Lisa V. Rubenstein, Laurence Z. Rubenstein, et Paul G. Shekelle. 2002. « Interventions That Increase Use of Adult Immunization and Cancer Screening Services: A Meta-Analysis ». *Annals of Internal Medicine* 136 (9): 641-51.

Cette fiche thématique sur la vaccination a été rédigée par l'Observatoire Régional de la Santé Provence-Alpes-Côte d'Azur (ORS Paca) dans le cadre d'une étude réalisée en 2016-2017 grâce au soutien financier de l'Agence Régionale de Santé Provence-Alpes-Côte d'Azur (ARS Paca). Cette étude avait pour objectifs d'aider les acteurs et décideurs à identifier les forces et faiblesses de leur territoire à l'aide d'indicateurs synthétiques sur l'état de santé et ses déterminants (disponibles dans SIRSéPACA) et à passer du constat à l'action, en les guidant dans le choix des actions à mettre en œuvre. Cette étude s'est appuyée sur l'expérience américaine *County Health Rankings and Roadmaps* (www.countyhealthrankings.org).

Pour le choix des actions à mettre en œuvre, une recherche bibliographique a été réalisée à partir de différentes bases de données (Cochrane Library, Health Evidence, The Community Guide, Medline...) et a permis d'identifier trois grands types d'interventions (interventions visant à augmenter la demande de vaccination, faciliter l'accès à la vaccination, ou réalisées auprès des professionnels de santé). Le niveau de preuves de l'efficacité de ces interventions a été évalué en fonction du nombre, du type et de la qualité méthodologique des études disponibles ainsi que de l'ampleur et de la cohérence des résultats (Briss P et al. *Developing an evidence-based Guide to Community Preventive Services-methods*. Am J Prev Med 2000;18(1S):35-43).

Dix fiches thématiques consacrées aux principaux types d'interventions dans le domaine de la vaccination ont été rédigées. L'ensemble des documents est disponible sur le Système d'Information Régional en Santé PACA (www.sirsepaca.org).

CATÉGORIES D'INTERVENTIONS	FICHES THÉMATIQUES
INTERVENTIONS VISANT À AUGMENTER LA DEMANDE DE VACCINATION	Mise à disposition de documentation seule
	Interactions sur la vaccination
	Campagnes médiatiques
	Interventions combinées comprenant au moins une action d'information ou de sensibilisation du public
	Dispositifs incitatifs à la vaccination
	Dispositifs de rappel / relance pour les patients
INTERVENTIONS FACILITANT L'ACCÈS À LA VACCINATION	Visites à domicile
INTERVENTIONS RÉALISÉES AUPRÈS DE PROFESSIONNELS DE SANTÉ	Dispositifs de rappel / relance pour les professionnels
	Audit et feedback
	Transfert de compétences

Nous remercions le comité de suivi de cette étude, qui associait l'ARS Paca, le Comité Régional d'Education pour la Santé Paca, l'Union Internationale de Promotion de la Santé et d'Education pour la Santé, l'Université du Wisconsin-Madison (Etats-Unis), l'Observatorio de Salud en Asturias (Espagne) et l'ORS Paca.

Comité éditorial / supervision

Aurélie Bocquier, Hélène Dumesnil & Pierre Verger (ORS Paca)

Mise en page

Bilel Mebarki & Ariane Souvannavong (ORS Paca)

© Édition Octobre 2017

ORS PACA - UMR 912 SESSTIM (Marseille)

Faculté de Médecine - 27 boulevard Jean Moulin - 13385 Marseille cedex 5
courriel : accueil@orspaca.org | www.sesstim-orspaca.org