

Société

SIX PISTES POUR RÉUSSIR LA CAMPAGNE DE VACCINATION

Antoine Bristielle

15/12/2020

Comment convaincre les Français du bien-fondé de la politique vaccinale ? Quelle est l'ampleur de ce travail de conviction restant à effectuer ? Alors que le Premier ministre Jean Castex va présenter sa stratégie de vaccination le 16 décembre 2020 devant l'Assemblée nationale et le lendemain devant le Sénat, Antoine Bristielle propose six pistes pour promouvoir le vaccin contre la Covid-19.

« Il ne s'agira pas d'une stratégie de vaccination obligatoire mais d'une stratégie de conviction et de transparence », a rappelé Emmanuel Macron le 1^{er} décembre dernier. À l'instar de ses voisins européens, la France a choisi de ne pas rendre obligatoire le vaccin contre la Covid-19 ni de mettre en place des incitations matérielles pour pousser la population à se faire vacciner.

La volonté de ne miser que sur l'assentiment de la population, pourtant structurellement vaccino-sceptique, peut surprendre mais elle se comprend largement. Tout d'abord, une large partie de la population s'opposait clairement à ce que ce vaccin soit rendu obligatoire. Or, de nombreux experts dans le monde avaient déjà mis en garde à plusieurs reprises contre les risques potentiels de rébellion face à un vaccin obligatoire d'une partie de la population déjà chauffée à blanc par des mesures telles que le confinement ou le masque, jugées largement liberticides. Ensuite, si des incitations financières ont déjà été mises en place dans d'autres pays pour plusieurs campagnes de vaccination, elles se révèlent être largement inefficaces : la population considérant que sa santé est plus importante qu'une amende ou qu'une réduction d'impôts.

Ainsi, toute la réussite de la stratégie française concernant le vaccin contre la Covid-19 est basée sur la capacité du gouvernement et des différentes institutions scientifiques à convaincre la population française de se faire vacciner. Mais, comment convaincre les Français du bien-fondé de la politique vaccinale ? Quelle est l'ampleur de ce travail de conviction restant à effectuer ?

Dans une première partie, nous verrons que l'assentiment à la politique de vaccination repose sur quelques préalables et que leur prise en compte par le gouvernement sera absolument décisive.

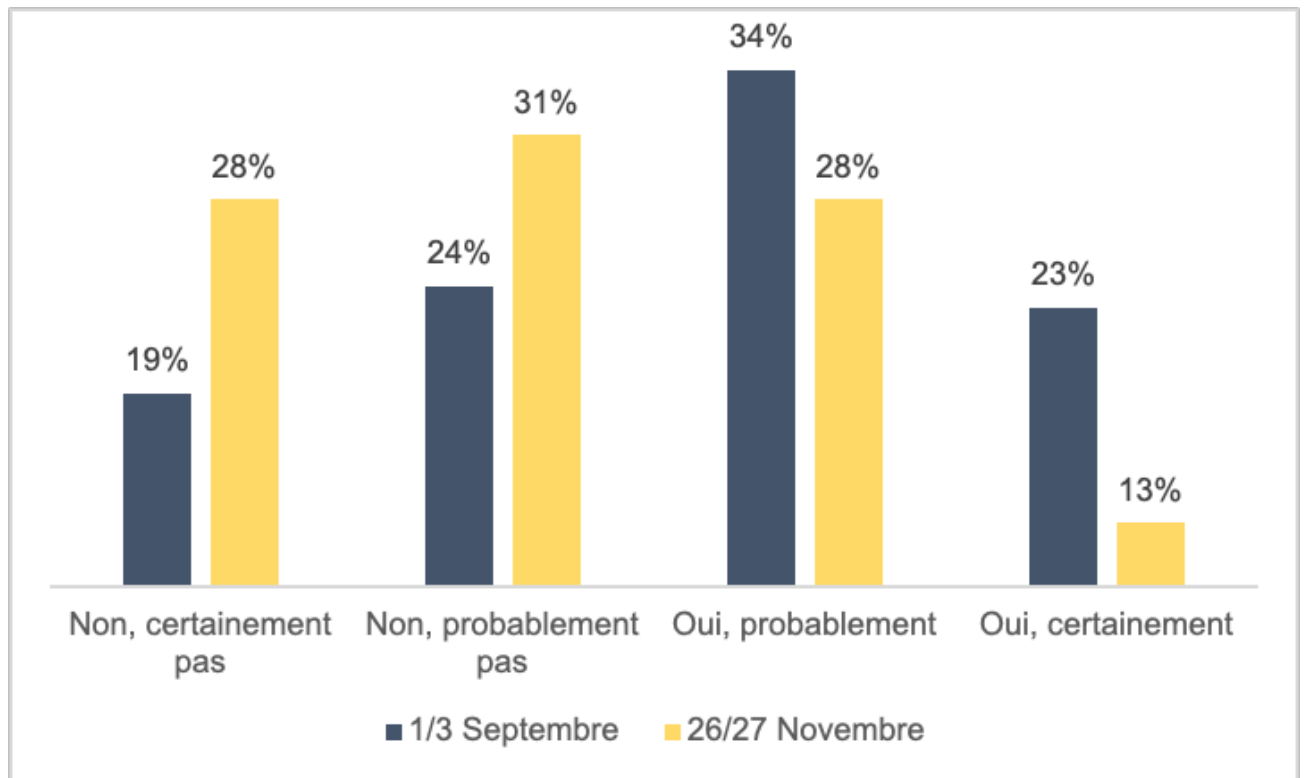
Dans une seconde partie, nous présenterons une série de pistes pouvant être envisagées pour promouvoir le vaccin contre la Covid-19. Pour ce faire, nous nous appuyerons à la fois sur des enquêtes récentes concernant l'état d'esprit de la population française vis-à-vis du vaccin et de connaissances précises provenant de travaux de communication politique et de psychologie sociale.

L'ampleur de la tâche : une montagne de défiance à gravir en un temps record

Avant de donner une série de pistes pour s'attaquer au problème de la défiance vaccinale, il est nécessaire de pouvoir effectuer un constat clair de la situation actuelle. Six points principaux peuvent ainsi être soulevés, constituant autant de problématiques à résoudre pour le gouvernement.

Tout d'abord, il est bien nécessaire de se rendre compte à quel point la défiance des Français envers les vaccins est un phénomène massif et structurel. Ainsi, même hors période de la Covid-19, plus d'un tiers des Français déclarent ne pas faire confiance aux vaccins. L'épisode de la grippe H1N1 a notamment profondément entamé la confiance des Français dans la vaccination. Mais cette défiance par rapport aux vaccins est encore **plus exacerbée** concernant la vaccination contre la Covid-19. Selon les données les plus récentes, près de six Français sur dix n'ont pas l'intention de se faire vacciner le jour où le vaccin contre la Covid-19 sera disponible.

Graphique 1. Évolution de la volonté de se faire vacciner contre la Covid-19



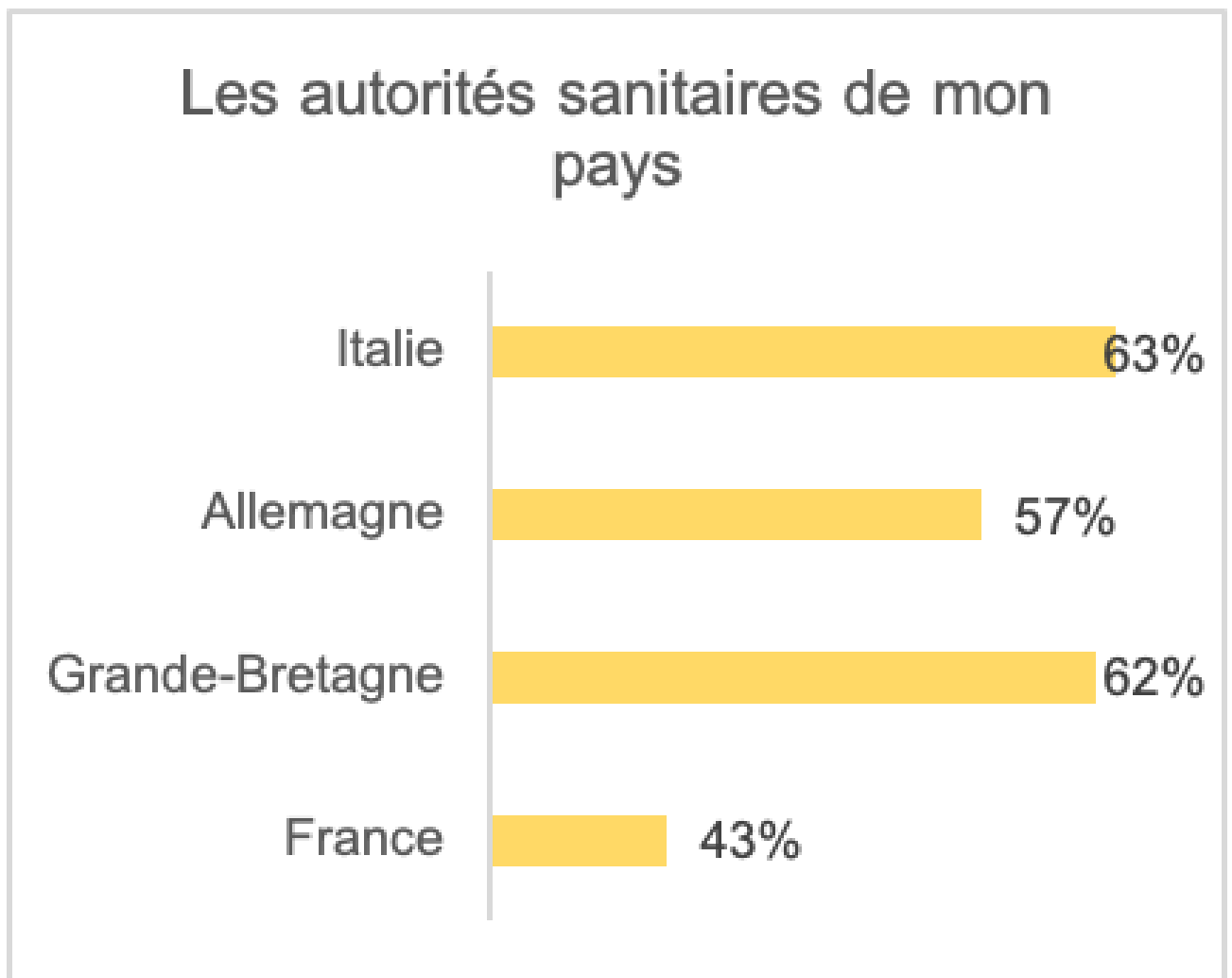
Question posée : « Avez-vous l'intention de vous faire vacciner contre la Covid-19 si un vaccin existait ? / lorsque cela deviendra possible ? »

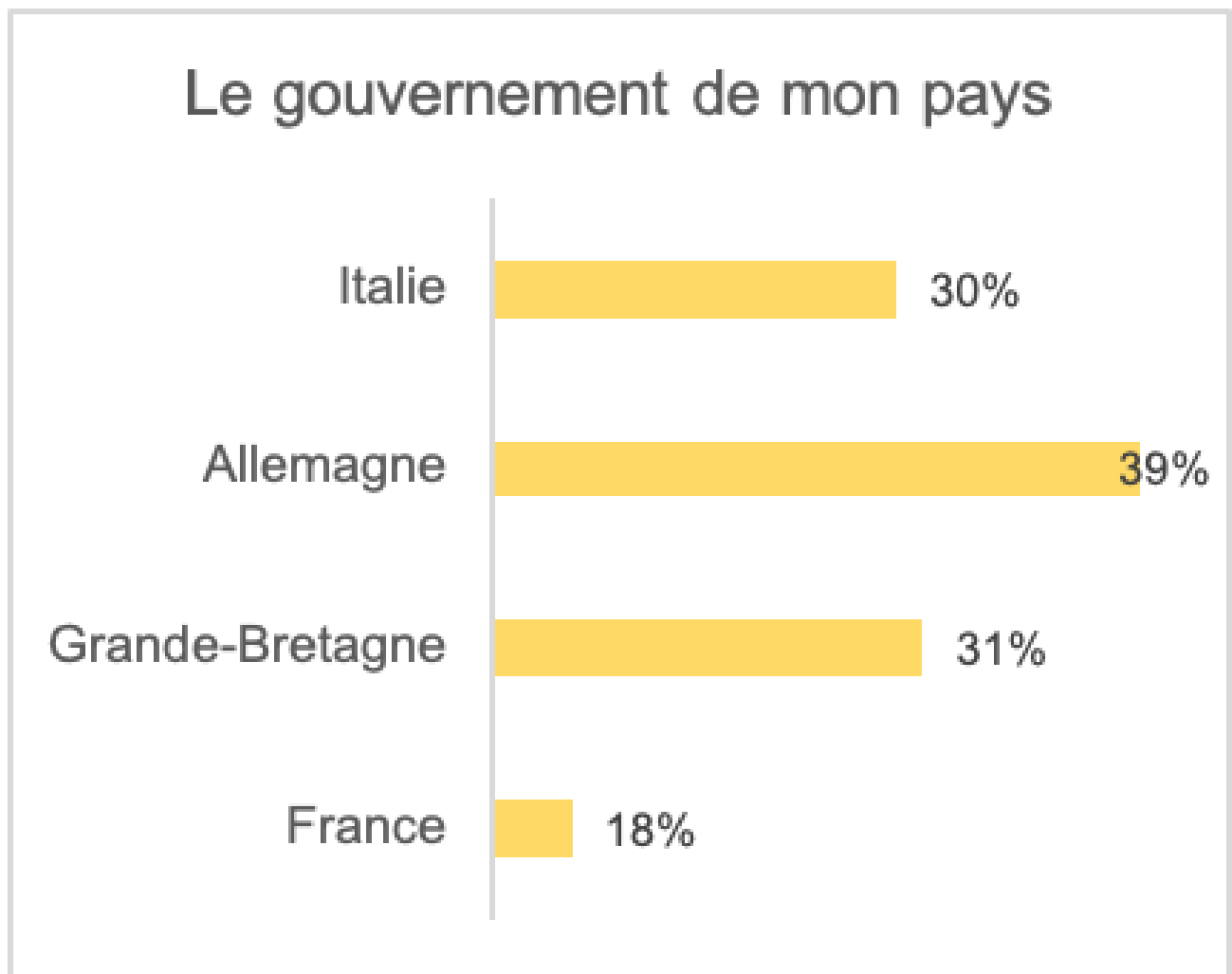
Chez certains de nos voisins européens, à une méfiance initiale concernant le vaccin a succédé un plus grand optimisme à partir du moment où ce thème est devenu saillant dans le débat public après les annonces des différents laboratoires pharmaceutiques. Force est de constater que nous avons assisté en France à la dynamique inverse. Comme le montre le graphique 1, en France, début septembre dernier, 23% des Français répondaient qu'ils étaient sûrs d'aller se faire vacciner et 34% qu'ils iraient probablement. Fin novembre 2020, ils n'étaient plus que 13% à être sûrs et 28% à l'envisager, soit une baisse respectivement de 20 points et de 6 points. Le fait que la question de la vaccination soit de plus en plus présente dans le débat public et que la possibilité de se faire vacciner ne soit bientôt plus un mythe mais une réalité n'a pas augmenté la volonté de se faire vacciner mais l'a, au contraire, entamée. Par ailleurs, il est frappant de constater à quel point cette baisse s'est faite de façon plutôt homogène au sein de la population.

Le troisième point qu'il faut soulever est que l'acceptation de la vaccination est largement liée à la confiance dans les institutions politiques et scientifiques. À âge, niveau de diplôme, catégorie socio-professionnelle et comportement politique similaires, plus la confiance dans les institutions politiques et scientifiques est importante plus l'acceptation de la vaccination sera grande. On remarque également à ce niveau des différences importantes avec nos voisins européens. Comme

nous le montrent les graphiques 2 et 3, nous considérons beaucoup moins que nos voisins que le gouvernement et les autorités sanitaires nationales sont des sources fiables pour obtenir des informations sur le vaccin contre la Covid-19. Cet élément sera déterminant au moment de présenter des pistes concernant la stratégie vaccinale à adopter.

Graphiques 2 et 3. Sources institutionnelles considérées comme fiables pour obtenir des informations sur un vaccin contre la Covid-19



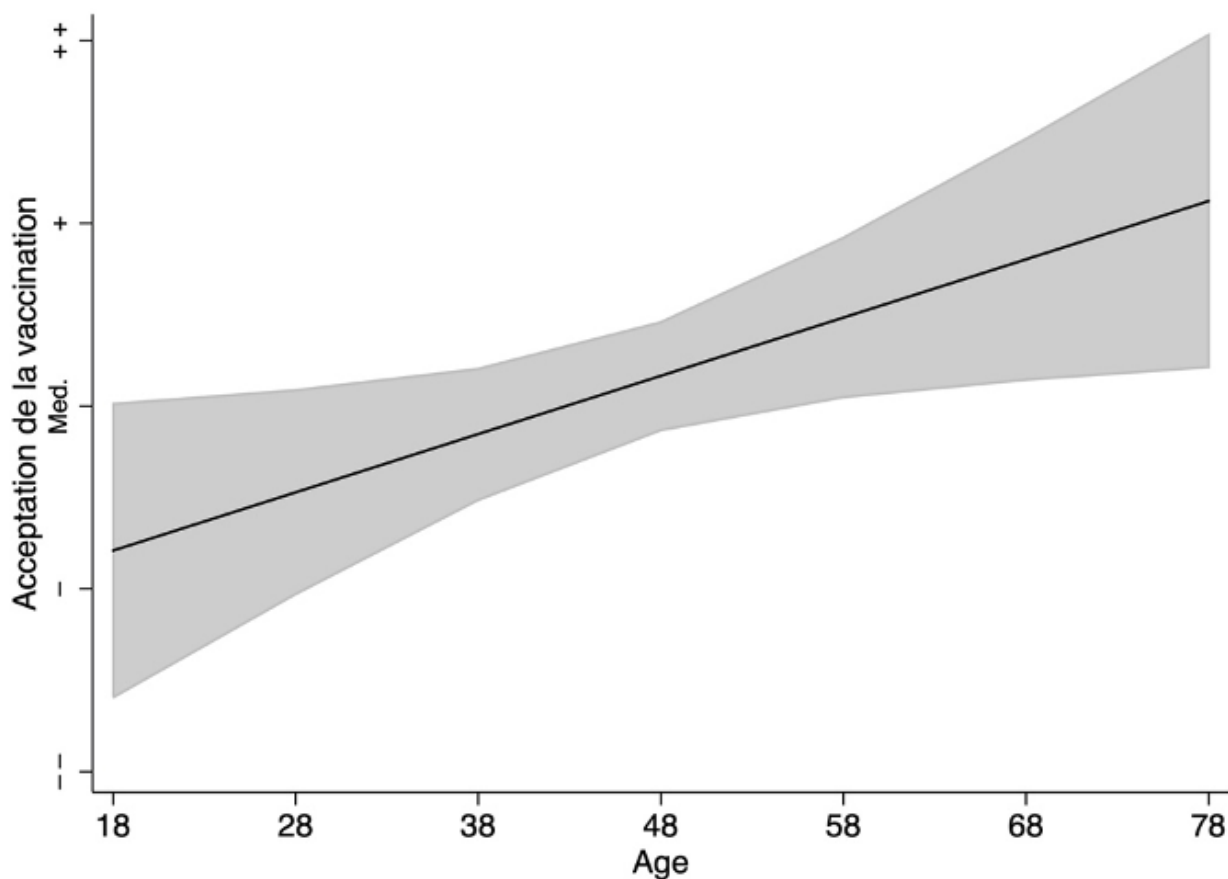


Le quatrième point concerne les raisons invoquées pour le refus de se faire vacciner. Il serait, en effet, bien trop réducteur d'assimiler les personnes refusant de se faire vacciner contre la Covid-19 à des complotistes qu'il serait impossible de raisonner. Lorsqu'on demande aux personnes refusant de se faire vacciner d'expliquer les raisons de ce positionnement, elles évoquent très majoritairement une peur des effets secondaires de la vaccination liée à une absence de recul concernant ce vaccin en particulier. La « bonne nouvelle » de ces résultats est que ces personnes ne sont pas fondamentalement rétives au vaccin et qu'il est donc possible de les convaincre. Si 28% des Français sont certains de ne pas aller se faire vacciner, ils sont 31% à déclarer qu'ils n'iront « probablement pas » et c'est une différence majeure car cela indique que l'opinion de ces personnes n'est pas totalement arrêtée, qu'elles peuvent donc être convaincues. Mais, en retour, il est également nécessaire de constater que le même phénomène s'applique aux personnes qui déclarent qu'elles se feront vacciner : si 13% des Français déclarent qu'ils sont sûrs d'aller se faire vacciner, pour 28%, c'est seulement quelque chose de probable. Il y a donc également une nécessité de convaincre ces personnes afin qu'elles ne basculent pas finalement dans un refus de la vaccination. Pour le dire autrement, le gouvernement ne peut, à l'heure actuelle, compter que sur

13% des Français prêts à se faire vacciner. Si les plus réticents (31%) sont difficiles à convaincre, 59% restent aujourd'hui relativement hésitants et donc potentiellement sensibles aux arguments pro-vaccination, mais également aux arguments anti-vaccination.

Le cinquième point est également décisif pour comprendre l'ampleur de la tâche de conviction qui revient au gouvernement. Comme nous le montrions dans la première partie de cette étude, à niveau de diplôme, catégorie socio-professionnelle et attitudes politiques similaires, les jeunes sont beaucoup plus opposés à la vaccination que les générations plus âgées, ou, pour le dire autrement, les générations les plus réticentes à la vaccination sont également les moins à risque.

Graphique 4. Effet propre de l'âge sur l'acceptation d'un vaccin contre la Covid-19



Le sixième et dernier point concerne le fait que le gouvernement est engagé dans une course contre la montre. N'ayant pas voulu communiquer sur la question de la vaccination avant les annonces des laboratoires pharmaceutiques pour ne pas entraîner un faux espoir au sein de la population, il se retrouve désormais à devoir convaincre dans l'urgence une large partie de la population dans la mesure où l'arrivée des premiers vaccins est imminente. Or, comme des études l'ont déjà montré au sujet de la vaccination, plus une campagne de communication est lancée tôt,

plus elle a de chance de réussir à convaincre un maximum de gens.

Quelle stratégie vaccinale et quelle stratégie de communication adopter ?

Le fait d'envisager de se faire vacciner repose largement sur un calcul entre les bénéfices de la vaccination et les risques supposés de se faire vacciner. Plus les bénéfices perçus pour soi-même mais également pour les membres de sa communauté sont jugés supérieurs aux risques encourus, plus l'acceptation de la vaccination sera grande. Il est donc nécessaire d'agir sur la perception des risques et des bénéfices, et ce en prenant en compte les cinq préalables exposés dans la première partie.

Diminuer la perception des risques encourus n'équivaut pas à les nier

On le sait, la vaccination n'est pas un phénomène anodin et, comme dans tout traitement, le risque d'avoir des effets secondaires est toujours présent. La question des effets secondaires est d'ailleurs ce qui préoccupe largement les personnes réticentes à l'idée de se faire vacciner contre la Covid-19. Dans ces circonstances, la tentation pourrait être grande de la part du gouvernement de minimiser la question des effets secondaires, voire de les passer sous silence, un peu à la manière de ce qui avait été fait au moment de l'épidémie de grippe H1N1 en 2009. Autant le dire clairement : toutes les études nous indiquent que ce serait la pire décision à prendre. L'incertitude est, en effet, le propre de la science : les connaissances évoluent et la vérité d'un jour n'est pas forcément celle du lendemain. S. E. Kreps et D. L. Kriner montrent que dans les périodes épidémiques, et notamment dans la période actuelle, scientifiques, politiques et citoyens ordinaires sont largement dans le brouillard. Ils mènent alors une enquête pour comprendre les effets de l'incertitude scientifique sur la confiance des citoyens dans le respect des recommandations sanitaires, que l'on peut appliquer dans le cas de la vaccination. Lorsque les institutions scientifiques et politiques nient les incertitudes, en l'occurrence lorsqu'elles nient les potentiels effets secondaires de la vaccination, sur le court terme, l'assentiment aux recommandations sanitaires est plus important, mais, sur le moyen terme, nous sommes confrontés à une situation totalement inverse. Lorsque les effets secondaires vont être révélés au grand jour, le fait de les avoir niés va profondément et durablement remettre en question le respect des mesures sanitaires.

Quant aux différentes *fake news* et théories conspirationnistes, elles ne se développent pas tant sur les risques réels que sur les incertitudes. C'est en réussissant à installer le doute dans l'esprit

de la population sur le fait que le gouvernement et les scientifiques cacheraient des choses à la population que ce type d'argumentaire prospère. En faisant le pari de la transparence, le gouvernement coupe l'herbe sous le pied de ces théories. C'est en écoutant les craintes de la population, en les comprenant et en y apportant des réponses sincères que le gouvernement pourra restaurer la confiance, qui, comme nous le disions plus haut, est la clé de la réussite de la politique vaccinale.

Le besoin de transparence de la population s'exprime à la fois sur l'aspect sanitaire et sur l'aspect économique. Sur le premier point, il faut rappeler que la principale raison actuelle du refus de la vaccination concerne l'incertitude quant aux effets secondaires de la vaccination : « est-ce que le remède ne sera pas pire que le mal ? ». Plutôt que de nier les potentiels effets secondaires, la stratégie optimale consisterait, au contraire, à informer clairement sur ces effets.

Par ailleurs, certains ont émis des critiques concernant le fait que les élites du pays, notamment les élites politiques, ne seraient pas les premières à se faire vacciner. Dans ces conditions, elles ne seraient pas les premières à prendre le risque effectif de la vaccination. Dans une vidéo publiée le 17 novembre dernier sur sa page Facebook comptant plus de 640 000 abonnés, Jean-Marie Bigard a notamment pu déclarer : « Moi, je propose qu'on vaccine nos gouvernants déjà, pour commencer, au cas où [...] C'est ridicule de prendre ce risque sauf si on vaccine déjà nos gouvernants. » Même si ce type de saillies tiennent essentiellement de la provocation, elles disent néanmoins quelque chose de fondamental : la crainte que les premiers à se faire vacciner servent de cobayes pour les autres.

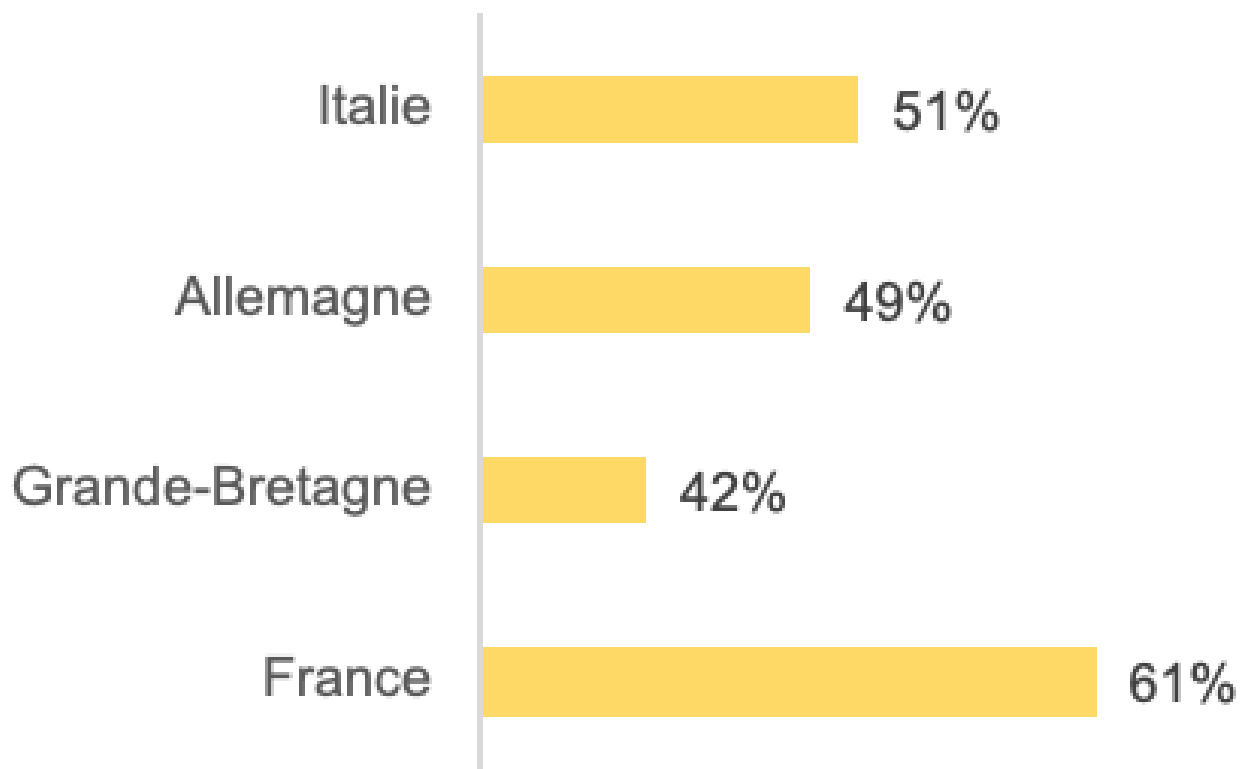
À ce niveau, le gouvernement est sur une corde raide : le fait de se faire vacciner en premier pourrait passer comme un privilège, mais le fait d'attendre pourrait également passer pour une volonté de voir quels seront les effets secondaires sur la population avant de décider ou non de se faire vacciner. C'est ce qu'exprime finalement la critique de Jean-Marie Bigard. L'exécutif semble, à l'heure actuelle, essayer de louvoyer entre ces deux lignes – Jean Castex déclarant « qu'il ne figurait pas dans les publics prioritaires » et qu'il ne voulait pas d'un « passe-droit » et Emmanuel Macron qu'il se fera vacciner « au moment où ça aura du sens ». Est-ce que cela sera suffisant pour convaincre les sceptiques ? Si l'on se fie à certains commentaires après la déclaration de Jean Castex comme celui de Pascal Praud, on peut très fortement en douter : « Il a la trouille ! [...] Moi je vous dis : que tout le gouvernement se fasse vacciner. On veut tous voir ! Si tout est parfait, alors pas de souci. Je peux vous dire que peut-être dans le gouvernement il y en a qui n'ont pas du tout envie de se faire vacciner. Mais là, qu'ils donnent l'exemple. Parce qu'il y en a marre ! Qu'ils donnent l'exemple, les gens qui nous gouvernent ». L'effet d'entraînement d'élites politiques se faisant vacciner dans les premiers pourrait être décisif et permettrait d'atténuer la peur parfois

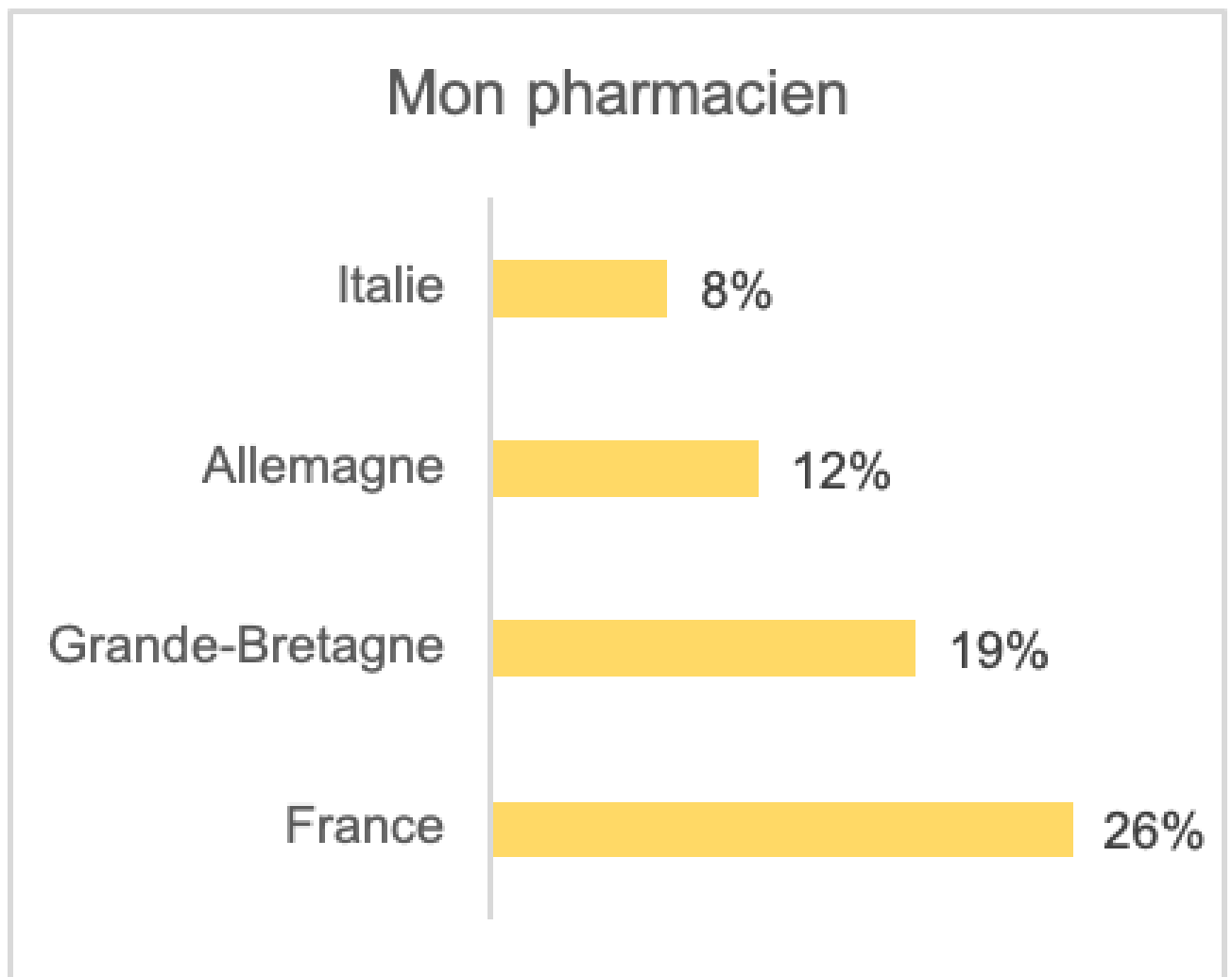
irrationnelle concernant la dangerosité du vaccin. Ou, pour le dire autrement, dans cette période troublée, mieux vaut passer pour un privilégié et réussir une campagne de vaccination qui s'annonce – pour le moins – extrêmement périlleuse que de vouloir tenir son rôle de « citoyen ordinaire », puisque, à l'heure actuelle, être un « citoyen ordinaire » signifie refuser de se faire vacciner. Et, pour un président ayant tant joué de la rhétorique guerrière dans sa gestion de l'épidémie, un chef ne se doit-il pas de monter au front en premier dans un devoir d'exemplarité ?

Concernant la question de la transparence sur le versant économique, il est indéniable que la défiance envers les différentes institutions scientifiques naît d'un sentiment d'opacité, du sentiment que le grand public ne saurait pas dans quel but les décisions scientifiques sont réellement prises. Il est ainsi frappant de constater que, sur les réseaux sociaux, la principale discussion au sujet du vaccin concerne le fait qu'il existerait une crainte que les réelles motivations concernant le développement d'un vaccin soient davantage économiques que sanitaires. Rappelons également que la théorie conspirationniste la plus partagée en France concerne le fait qu'il existerait une collusion entre l'État et l'industrie pharmaceutique pour cacher la réalité sur la nocivité des vaccins. Que l'État soit donc le plus transparent possible sur les enjeux financiers de la campagne de vaccination semble donc être un préalable indispensable à son acceptation dans la population, car lorsque les enjeux financiers sont colossaux – et force est de constater qu'ils le sont – un doute apparaît immédiatement concernant le fait qu'ils l'emporteraient sur tout le reste. Prenons l'exemple de Didier Raoult qui, lorsqu'il est interrogé sur le vaccin, déclare avec toute la modération qu'on lui connaît : « Je suis sûr que les actions de la Bourse montent comme des fous. Celui qui va gagner le plus d'argent, c'est celui qui en a gagné le plus jusqu'à maintenant : Bill Gates avec Moderna. Je suis un peu sceptique et je me demande si ce n'est pas un jeu de Bitcoin. » Une transparence totale sur l'aspect financier permettrait ainsi que ce type de propos n'instille pas le doute dans la population.

Graphiques 5 et 6. Sources de proximité considérées comme fiables pour obtenir des informations sur un vaccin contre la Covid-19

Mon médecin traitant





Un dernier point concerne le type d'acteurs devant être mis au centre de la stratégie de vaccination. Il faut, en effet, bien considérer qu'à ce niveau les Français placent leur confiance dans des acteurs totalement différents que leurs voisins européens. Comme nous le disions plus haut, les Français sont beaucoup moins nombreux que les Italiens, les Britanniques et les Allemands à considérer que leur gouvernement et les autorités sanitaires sont des sources fiables pour obtenir des informations sur la vaccination. Ils sont, par contre, beaucoup plus nombreux (61%) à faire confiance à leur médecin traitant à ce sujet. De même, on constate une confiance plus importante dans son pharmacien qu'à l'étranger. Sur la vaccination, le rapport de confiance des Français est donc avant tout un rapport de proximité. L'association de ces acteurs à la politique de vaccination semble indispensable afin de rassurer les Français.

Les bénéfices de la vaccination ? Le vaccin n'est pas le sujet

Si le succès de la politique de vaccination passe par la diminution des risques du vaccin, tant les risques réels que ceux perçus, la réussite passe également par le fait de montrer les bénéfices de

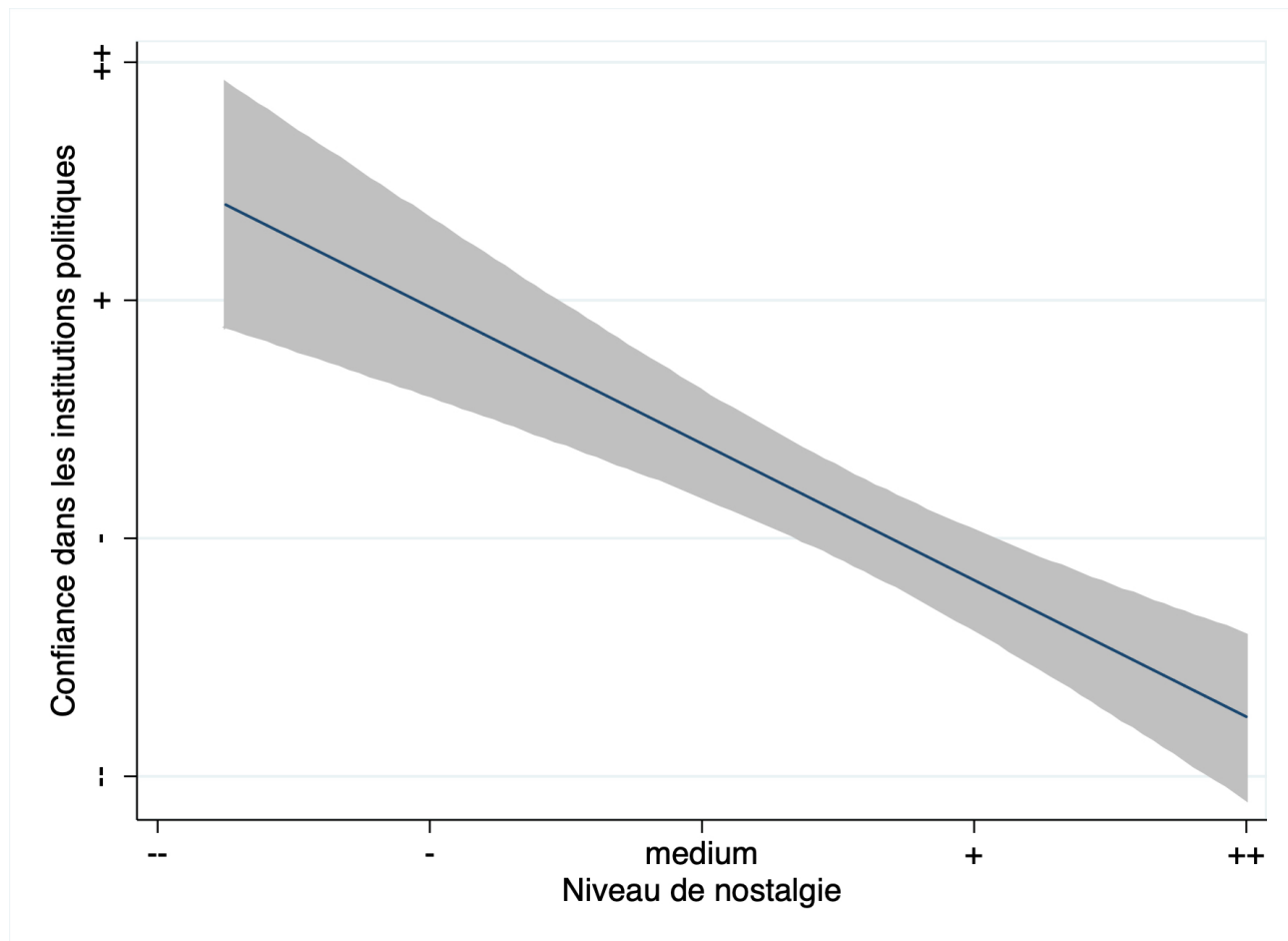
la vaccination.

Une première stratégie pourrait consister à montrer comment la vaccination permet d'échapper à une situation bénéficiaire dramatique. Dans ces circonstances, il s'agirait plutôt de montrer ce qui se passerait sans la vaccination : une situation tragique et durable. Ou, pour le dire dans des termes moins policés, cette stratégie consisterait à faire peur à la population pour la pousser à se faire vacciner. Il est vrai que plusieurs études ont montré que plus le niveau de peur était important plus les consignes sanitaires allaient être respectées et certains éditorialistes n'avaient d'ailleurs pas manqué de demander quel devait être le bon « dosage » pour une politique de la peur.

Si certaines campagnes de prévention, comme celles de la sécurité routière, misent sur la peur, cette stratégie serait largement inopportune dans le cas présent. D'une part, peut-on moralement mener une campagne de vaccination aussi déterminante dans un pays démocratique sur la peur ? Même dans une période épidémique, cela est largement contestable. D'autre part, les populations jeunes, à l'heure actuelle plus réticentes à la vaccination, sont également celles chez qui les niveaux de peur liés à l'épidémie sont les plus faibles. Enfin, des études montrent qu'une stratégie de communication basée sur la peur dans une période épidémique peut largement se retourner contre celui qui en est à l'origine. La stratégie de la peur ne serait donc pas seulement moralement problématique, elle serait également inefficace.

Une deuxième stratégie pour motiver les plus réticents à se faire vacciner passerait par un appel à la solidarité et à l'altruisme. Certaines études montrent, en effet, que les messages en appelant à adopter un comportement non pas pour se protéger soi-même mais pour protéger sa communauté sont souvent plus efficaces. Par ailleurs, contrairement à un poncif couramment relayé dans les médias, les jeunes, soit les plus réticents à la vaccination à l'heure actuelle, ne sont pas moins altruistes que les générations plus âgées, ni que leurs voisins européens. Pourtant, faire le pari du succès d'une campagne de communication en appelant uniquement à la solidarité des Français relève largement de la gageure. Il y a tout lieu de penser que la motivation, même réelle, ne soit pas suffisante par rapport aux risques perçus de la vaccination. En appeler à la solidarité pour éviter les contacts et rester chez soi est loin d'être du même ordre que d'en appeler à la solidarité pour se faire vacciner avec un produit sur lequel nous n'avons pas beaucoup de recul.

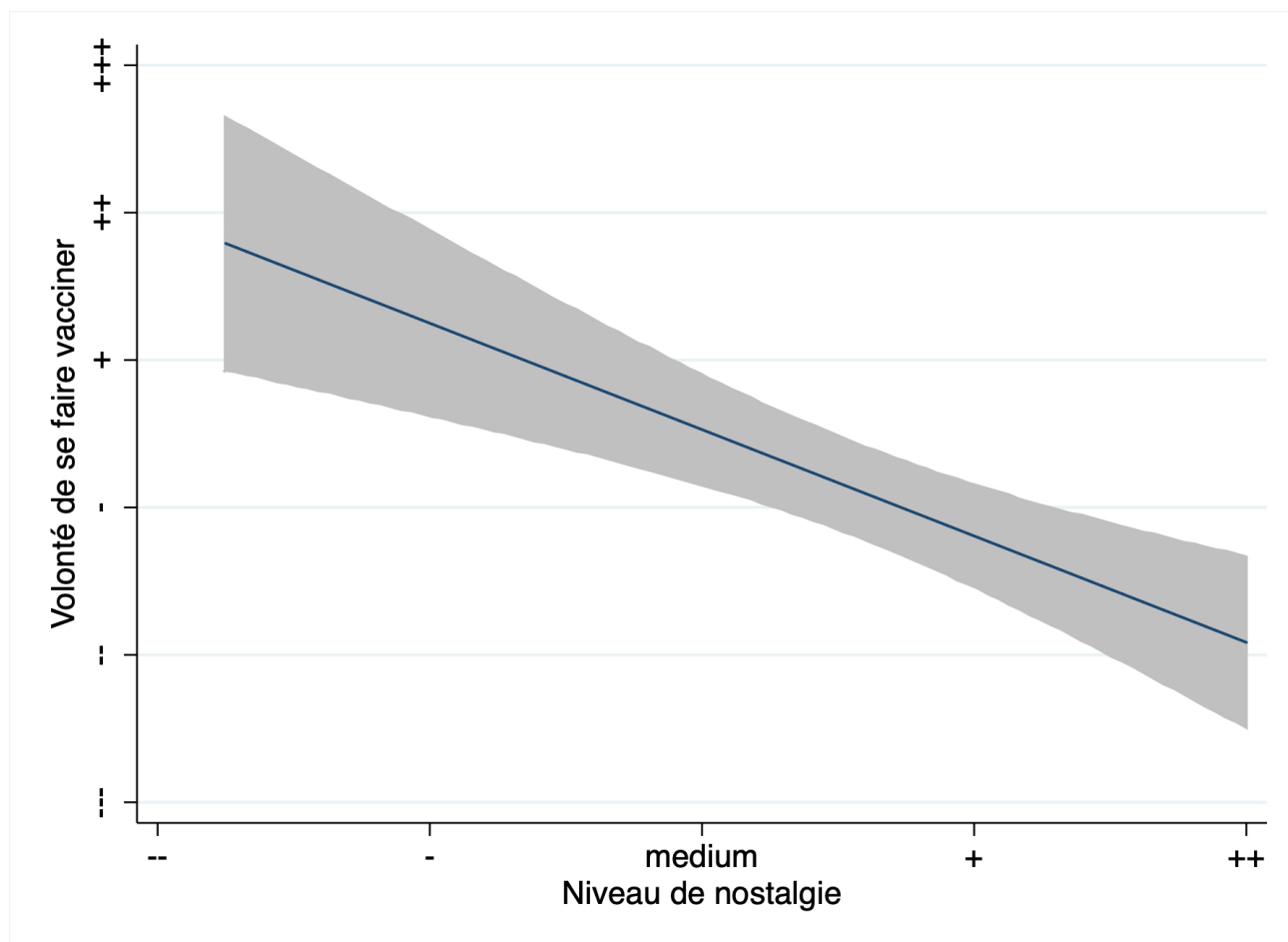
Graphique 7. Niveau de nostalgie en fonction de la confiance dans les institutions politiques



Plutôt que ces deux premières stratégies, le gouvernement aurait tout intérêt à miser sur une troisième, celle de la nostalgie du « monde d'avant ». La nostalgie est, en effet, une émotion particulièrement puissante. Elle peut motiver des personnes à effectuer des actions plus risquées qu'à l'accoutumée, en l'occurrence ici à accepter de se faire vacciner.

Comme, nous le montre le graphique 7, la nostalgie est particulièrement marquée chez les personnes présentant de faibles niveaux de confiance dans les institutions politiques. Or, comme nous le disions plus haut, la défiance institutionnelle est un des plus grands facteurs explicatifs du refus de la vaccination contre la Covid-19. Dans ces conditions, les niveaux de nostalgie sont également plus importants chez les vaccino-sceptiques, ceux qu'il est donc nécessaire de convaincre de se faire vacciner (graphique 8).

Graphique 8. Niveau de nostalgie en fonction de la volonté de se faire vacciner contre la Covid-19



Dans ces conditions, il serait particulièrement opportun d'utiliser cette émotion et d'insister sur les éléments de la vie d'avant qui nous manquent collectivement : le fait de pouvoir se réunir en famille, entre amis, de profiter des joies d'un concert ou d'un restaurant, en bref, de retourner à un mode de vie qui s'approche le plus de ce que nous avons pu connaître. Le vaccin ne serait alors plus une fin en soi mais un simple moyen de revenir aux joies simples du monde pré-épidémie. Ce cadrage de la campagne de vaccination aurait toutes les chances d'être le plus effectif.

Six pistes pour réussir la campagne de vaccination

Suite à cette étude, nous avons ainsi pu mettre en évidence plusieurs points indispensables à la réussite de la campagne de vaccination contre la Covid-19 :

1. Celle-ci doit reposer sur une transparence totale à la fois concernant les effets secondaires du vaccin et sur l'absence de collusions économiques entre le pouvoir politique et l'industrie pharmaceutique ;
2. Insister sur la nostalgie du monde d'avant sera une bien meilleure stratégie que celle consistant à mettre en avant la solidarité des Français ou celle jouant sur la peur de

l'épidémie ;

3. Devant une défiance extrêmement forte dans les institutions politiques et dans les institutions scientifiques (certes dans une moindre mesure), les acteurs de santé de proximité (médecins/pharmaciens) sont indispensables à la réussite politique de vaccination et devront donc y être associés largement ;
4. Les jeunes étant à l'heure actuelle les plus réticents à se faire vacciner, il est nécessaire que la stratégie de communication les concerne tout particulièrement, que ce soit dans les messages mais également dans les canaux de diffusion utilisés ;
5. Afin de diminuer la crainte de la vaccination dans la population, il est indispensable qu'à titre symbolique les élites politiques soient les premières à se faire vacciner ;
6. Plus la campagne de communication autour de la vaccination sera lancée tôt, plus elle aura de chances d'être couronnée de succès.