

Vaccination en France : l'enjeu de la confiance

INSTITUT
MONTAIGNE



**CLIQUEZ ICI
POUR TÉLÉCHARGER
NOTRE NOTE**

Paris, le 17 décembre 2020 - Avec près de 50 % des Français déclarant ne pas vouloir se faire vacciner contre le virus, la campagne de vaccination du gouvernement représente un véritable défi. Comment générer en France la confiance nécessaire dans le traitement ? Quelles ressources l'Etat et les régions, à qui la responsabilité incombe, doivent-ils mobiliser pour mener une politique de vaccination efficace et ainsi, endiguer l'épidémie dans notre pays ?

Dans une note publiée aujourd'hui, "Vaccination en France : l'enjeu de la confiance", l'Institut Montaigne s'intéresse aux différentes stratégies de vaccination possibles, notamment grâce à des comparaisons internationales. Il met en avant des pistes concrètes sur l'organisation collective à mettre en place pour faire de cette campagne de vaccination une réussite en France, particulièrement la nécessité d'impliquer l'ensemble des acteurs concernés le plus en amont possible, d'évaluer l'efficacité de la vaccination à travers la donnée et des indicateurs de vaccinovigilance, mais aussi d'engager une communication très claire qui mobilise les bons émetteurs et engage tous les acteurs.

"Les recherches et la commercialisation d'un vaccin traditionnel prennent une dizaine d'années à voir le jour. Celui contre le SARS-CoV-2 a nécessité une dizaine de mois : c'est le fruit d'une mobilisation historique des laboratoires pharmaceutiques, des gouvernements et des autorités de santé, face à une maladie qui touche l'ensemble de la planète. À présent, pour faire de la campagne vaccinale une réussite, l'ensemble des acteurs et des citoyens doivent pouvoir se sentir écoutés et impliqués dans une entreprise qui requiert la mobilisation de chacun. Au-delà de la confiance dans le vaccin, c'est plus largement la confiance que notre pays se fait à lui-même qui peut sortir renforcée de cette lutte contre la pandémie" précisent les co-auteurs de cette note, Nicolas Bauquet, directeur délégué à la recherche et à la transformation publique de l'Institut Montaigne, et Laure Millet, responsable du programme Santé de l'Institut Montaigne.

Nos orientations pour restaurer la confiance

Développer une stratégie vaccinale transparente et équitable

Une transparence complète dans la diffusion de l'information autour de la vaccination nécessite d'inclure davantage le citoyen dans la gestion de la crise. À ce stade, le gouvernement ne s'est pas prononcé sur la formation des personnels soignants habilités à vacciner, la mobilisation des associations, des pompiers, etc. pour toucher le plus de monde possible à travers tout d'abord l'information au vaccin puis la vaccination.

Tirer des enseignements des stratégies qui se sont avérées efficaces à l'étranger

Des exemples internationaux, étudiés en détail dans cette note, semblent particulièrement pertinents pour agir rapidement mais aussi relever le pari de la confiance des citoyens dans le vaccin, par exemple :

- au Canada, un arrêté d'urgence pour accélérer le processus d'approbation des vaccins contre le COVID-19 a été mis en place ;

- au Royaume-Uni, le médecin généraliste constitue la pierre angulaire du système de santé anglais, et sa position est au cœur dans la stratégie vaccinale ;

- en Allemagne, une attention particulière est accordée à l'éthique, la pharmacovigilance et l'information aux citoyens. Au niveau fédéral, un "comité de management de la communication" est déjà en place pour coordonner et harmoniser l'ensemble des mesures, y compris le travail de relations publiques. De plus, un strict partage des rôles entre les Länder et le pouvoir central permet de gérer, au plus proche du terrain, le nombre de centres à déployer en fonction du nombre de personnes à vacciner dans un premier temps.

Privilégier une organisation collective

Les campagnes de vaccinations qui seront lancées au cours de l'année 2021 vont représenter un **immense défi en termes logistiques et organisationnels**. Une stratégie de vaccination collective doit passer par une organisation horizontale, **unifiant Etat, collectivités territoriales et professionnels de santé mais également le secteur privé et la société civile**, pour engager un travail itératif d'échange d'informations et de co-décision, adapter le dispositif et souder une communauté d'action. Le concours de l'ensemble de ces acteurs est nécessaire à leur réussite. La coordination nationale de ces acteurs au sein de la sphère publique et en dehors doit passer par un **centre de pilotage clairement défini, s'appuyant sur une réelle structure interministérielle, ainsi que sur des cellules territoriales** dans chaque département, organisées autour du préfet et de la délégation territoriale de l'ARS, capables de mobiliser l'ensemble des services de l'Etat, ainsi que les services départementaux d'intervention et de secours (les pompiers), en lien étroit avec les collectivités locales, les associations, et les professionnels de santé.

Évaluer la vaccination à travers la donnée

L'analyse des données de vaccination sur le long cours est un élément nécessaire au bon suivi de l'épidémie permettant de fournir des informations utiles à la planification, la mise en œuvre, l'évaluation et la modification des programmes de vaccination. Elle est également indispensable pour assurer la confiance dans la politique vaccinale. La rapidité du développement des premiers vaccins distribués génère de fortes préoccupations au sein de la population, lesquelles commandent un **suivi étroit de vaccinovigilance afin de limiter au maximum les risques quant à l'utilisation des vaccins**. Le système de signalement mis en place doit reposer sur la participation des professionnels de santé, qui doit être maximale afin de contrer au mieux de potentiels effets indésirables.

Mettre en place une communication efficace

Le succès de la campagne de vaccination repose grandement sur **l'efficacité de la communication auprès du grand public, des professionnels de santé et des associations qui travaillent avec les publics précaires**. La campagne de communication autour de la vaccination doit être anticipée, à chacune de ses étapes. Son pilotage stratégique doit être constamment articulé avec la stratégie vaccinale globale, en respectant quatre principes : un **principe de coordination**, un principe **d'anticipation**, un principe **d'inclusion** et un principe **d'évaluation**. Le choix des émetteurs de cette campagne de communication est déterminant. Pour favoriser l'adhésion de la population et le soutien au gouvernement, les responsables en charge de la stratégie vaccinale doivent être le **fruit d'un équilibre entre politiques et scientifiques**, et doivent reposer sur des **relais de proximité** : professionnels de santé, élus locaux, figures associatives.

**CLIQUEZ ICI
POUR TÉLÉCHARGER
NOTRE NOTE**

Nous vous attendons sur [Twitter](#), [Facebook](#) et sur [Instagram](#).

Inscrivez-vous à notre [Newsletter](#).

Contact presse

Lara Oliveau, responsable de la communication et des relations presse

06 99 79 43 62; loliveau@institutmontaigne.org

À propos de l'Institut Montaigne : *Think tank indépendant créé en 2000, l'Institut Montaigne est une plateforme de réflexion, de propositions et d'expérimentations consacrée aux politiques publiques en France et en Europe. Ses travaux sont le fruit d'une méthode d'analyse et de recherche rigoureuse et critique, ouverte sur les comparaisons internationales. L'Institut Montaigne, association à but non lucratif pionnière en France, réunit des chefs d'entreprise, des hauts fonctionnaires, des universitaires et des personnalités issues d'horizons divers. Ses financements sont exclusivement privés, aucune contribution n'excédant 1,5 % d'un budget annuel de 6,5 millions d'euros. À travers ses publications et les événements qu'il organise, l'Institut Montaigne souhaite jouer pleinement son rôle d'acteur du débat démocratique.*

[Si vous ne souhaitez plus recevoir de message de notre part, cliquez ici.](#)