

Communication Engageante et campagnes antigrippales

Fabienne MICHELIK
Dr. de Psychologie Sociale
« FM Conseils-Prévention »

&

Fabien GIRANDOLA
Pr. de Psychologie Sociale
Aix-Marseille Université

*23^{ème} Journée Annuelle du GERES
6 décembre 2013
Faculté de Médecine Bichat, Paris 18*

La Communication Engageante

Principe :

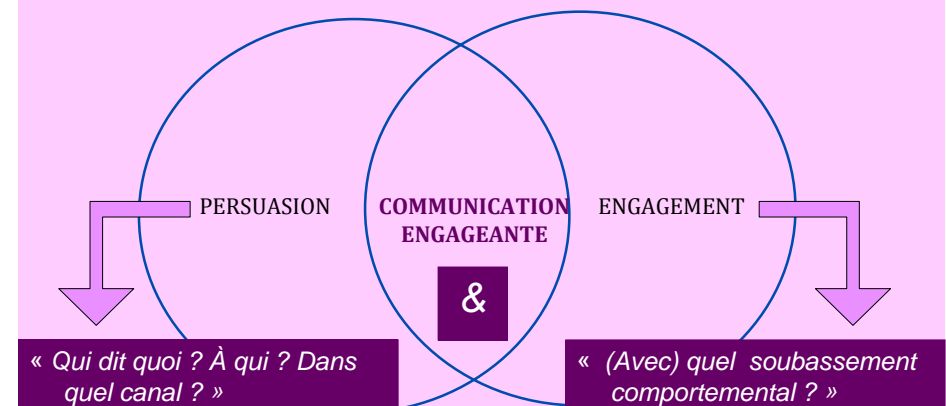
■ Persuasion :

- Provoquer un changement de la volonté d'autrui, à travers un transfert de croyances ou d'opinions.
- Peser sur les idées pour peser sur les comportements.
- On peut être convaincu de quelque chose mais sans pour autant agir.

■ Engagement :

- Correspond, dans une situation donnée, aux conditions dans lesquelles **la réalisation d'un acte ne peut être imputable** qu'à celui qui l'a réalisé. (Joule et Beauvois, 1998)
- Visibilité et importance de l'acte.
- Raisons données à l'acte et libre choix.
- Pression = désengagement.

Joule, Girandola & Bernard (2007)



➢ Avec la communication engageante, le destinataire des messages n'est plus un récepteur passif mais un acteur.

Actions- Vaccinations

- GERES : commanditaire du projet.
- Université Aix-Marseille, Cabinet Nexus, FM Conseils-Prévention.
- 3 centres hospitaliers concernés :
 - CHU de Reims (2398 lits et places ; 5676 professionnels)
 - CH de Niort (1251 lits et places ; 3256 professionnels)
 - CH de Dieppe (977 lits et places ; 1893 professionnels)
- **Objectif : augmenter le taux de vaccination antigrippale chez le personnel soignant.**

CHU de Reims

- *Service ciblé* : Pôle Femmes-Parents-Enfants
- *Méthodologie proposée* : Création d'un logo de campagne et d'un slogan et ...

➤ Persuasion :

- Campagne de sensibilisation sous forme d'affiches prônant l'utilité de la vaccination contre la grippe saisonnière
- Discussion autour d'un point café entre infirmières de l'équipe vaccination et le personnel du service.

➤ Engagement :

- Engagement du service
- Engagement à titre individuel.

- **Communication engageante non concrétisée, forte résistance du service ciblé.**
- Réunion à Reims le 30 janvier 2013 avec les responsables du service FPE : enquêter pour comprendre.
- Très fort niveau de certitude (degré de confiance accordé à une attitude ; Gross, Holtz & Miller, 1995) selon laquelle une campagne de vaccination ne fonctionnerait pas dans ce service.

➤ Certitude renforcée notamment par :

- Sentiment d'être non crédible vis-à-vis du reste du CHU pour porter un tel projet.
- Antécédents jugés « difficiles » concernant des vaccinations obligatoires et d'autres recommandées.
- Peur que « l'incitation à s'engager » soit perçue par le personnel comme une « obligation » et non comme un « libre choix ».

■ Parallèlement, 2 besoins ont été manifestés :

- Besoin de formation concernant la sensibilisation.
- Besoin de connaissances sur les leviers aux résistances.

CH de Niort

- *Population concernée* : 5 services pilotes sélectionnés par l'équipe vaccination.
- 2 Etapes :
 - Persuasion simple
 - Communication engageante.
- Ont été créés et diffusés : Un logo et un slogan de campagne accompagnant les démarches précitées.

■ **Etape 1** : *Persuasion simple.*

- *Public visé* : l'ensemble du CH Niort.
- Création d'une exposition basée sur la menace et l'efficacité des recommandations (Witte, 1992).
- *Objectif* : accrocher et capter l'attention du public visé, puis proposer ensuite une conduite efficace pour pallier aux risques encourus.
- *Outils* : 3 affiches.

■ Etape 2 : Communication engageante.

- *Public visé* : les 5 services pilotes uniquement.
- Organisation d'une table ronde par service.
- *Objectif* : Aller à la rencontre du personnel et instaurer un dialogue sur le virus de la grippe et les moyens de s'en protéger (**Persuasion**). Engager les personnes présentes à agir (**Engagement**).
- *Outils* : Présentation d'une charte d'engagement par service et proposition de signature d'une carte d'engagement individuel.

CH de Dieppe

- *Population concernée* : tout le personnel du CH, aucun service ciblé en particulier.
- 2 Etapes :
 - Journée antigrippale (Communication Engageante)
 - Rappel de la journée antigrippale et semaine de vaccination.

■ Etape 1 :


- *Journée de sensibilisation = CE.*
 - 2 stands d'informations : rencontrer le personnel .
 - Un quizz : engager le dialogue sur la nécessité de la vaccination (**Persuasion**).
 - Engagement à titre individuel : carte d'engagement + port d'une étiquette-badge, affichage des signatures autour des stands (**Engagement**).

■ Etape 2 :

- *Une semaine plus tard* :
 - Diffusion de la carte d'engagement à l'ensemble du personnel du CH = Rappel.
- *Dès réception du vaccin* :
 - Une équipe de professionnels est allée à la rencontre du personnel afin de diffuser un diaporama sur la grippe dans les différents services et de proposer ensuite directement la vaccination.

■ Parallèlement, ont été créés et diffusés :

- Un logo et un slogan de campagne.
- Des affiches humoristiques et d'autres informatives (**Persuasion**).
- Un engagement institutionnel sous forme de charte signée par la direction du CH.
- Une charte d'engagement par service signée par leurs responsables (**Engagement**).



Merci de votre
attention ...