

AU ROYAUME DE LA SUSPICION, LA DÉMONSTRATION EST REINE !

Nicolas Latour

30/05/2020

Comment faire en sorte que les Français retrouvent confiance dans les vaccins ? Pour Nicolas Latour, directeur général de Digital University (DDB Paris) et chroniqueur pour Pharmaradio, deux pistes doivent être explorées : interagir avec les citoyens sur les canaux de diffusion que sont les réseaux sociaux et s'appuyer sur les pharmaciens comme tiers de confiance.

En France, le mot vaccin s'accorde trop souvent avec idées reçues, fausses croyances, désinformation voire complotisme. Ce que révèle [l'enquête de la Fondation Jean-Jaurès](#), en partenariat avec Conspiracy Watch et réalisée par l'Ifop, est sans appel et quelque peu édifiant à certains égards : 25% des personnes interrogées pensent qu'il existe un lien entre la vaccination et certaines maladies comme l'autisme (qui au passage, n'est pas une maladie, faut-il le rappeler) ou la sclérose en plaques. 41% ne savent pas si les vaccins contiennent parfois des bouts de reins ou de fœtus.

Comment en sommes-nous arrivés là ? Face à ce constat, que pouvons-nous faire pour changer le regard de millions de Français sur la vaccination ? On ne peut pas reprocher à Santé publique France, avec l'aide de nombreux organismes tels que l'Agence nationale de sécurité des médicaments et des produits de santé (ANSM), la Direction générale de la santé (DGS), la Haute Autorité de santé ou encore le Collège de la médecine générale (CMG) de ne pas redoubler d'efforts pour donner accès, *via* le site vaccination-info-service.fr, à des informations de qualité et vérifiées, sous différents formats, et ainsi éclairer les Français sur ce sujet ô combien central et sensible, qui plus est dans un contexte de crise sanitaire mondiale que seule la découverte du vaccin pourra, selon toutes vraisemblances, véritablement soulager.

Dans une ère où la vérité ne suffit pas pour convaincre, pour reprendre la formule d'Isaac Asimov, l'un des « Trois Grands » auteurs de science-fiction de langue anglaise, il est impératif de créer une forme de connivence avec les Français, car aligner des faits, des chiffres, des références, des témoignages ne semble pas suffisant pour emporter l'adhésion. Et ce ne sont pourtant pas les données qui manquent pour démontrer l'importance de la vaccination. À l'instar du projet Thyco à

Pittsburg aux États-Unis, un projet dirigé par le Dr. Willem van Panhuis qui, avec son équipe, a procédé à l'analyse de rapports de surveillance hebdomadaires rédigés aux États-Unis depuis 1888, soit 87 950 807 rapports, regroupés dans une base de données unique et ouverte. Cette analyse a en outre révélé que les vaccins ont permis d'éviter plus de 100 millions de cas de contagion.

Les engager davantage peut être une clé, voire la clé. Pour les engager, il faut aller à leur rencontre, les retrouver là où ils sont, là où ils passent de plus en plus de temps : les réseaux sociaux, ce nouveau média que consultent chaque jour, plusieurs fois par jour des millions de Français, âgés de 11 à 120 ans ! De Facebook à Instagram, de Snapchat à TikTok, de Twitter à LinkedIn en passant par Youtube et Fortnite, occuper le terrain est un *must* ; interagir, sensibiliser, répondre aux objections le sont tout autant. Toutes ces plateformes sont des outils extraordinaires pour éclairer leurs millions d'utilisateurs.

Parallèlement à ce travail de fond sur le terrain du *social media*, le pharmacien a également un rôle important à jouer. Avec un maillage de 21 264 officines, couvrant tout le territoire et qui ont pignon sur rue, les pharmaciens sont des médias extrêmement puissants, qualifiés, disponibles et de bon conseil. Rappelons qu'une récente enquête montre que **91% des Français ont confiance en leurs pharmaciens**. Aussi ces professionnels de santé sont-ils en mesure d'apporter leur pierre à l'édifice et nourrir ainsi la réflexion auprès de leurs clients

« L'important n'est pas de convaincre mais de donner à réfléchir. » Et si l'écrivain français Bernard Werber avait raison ?