

Conseil d'Orientation de la Stratégie Vaccinale

Recommandations pour une information responsable sur la vaccination contre la COVID-19

Le partage de l'information est un élément clé de la lutte contre la pandémie actuelle. A ce titre, les médias jouent un rôle essentiel dans la campagne de vaccination contre la COVID-19 qui est actuellement déployée en France : nos concitoyens doivent en comprendre les enjeux, pour percevoir dans quelle mesure elle engage effets collectifs et responsabilités individuelles.

Alors que les données scientifiques affluent du monde entier, dans une terminologie difficilement compréhensible pour des non-spécialistes, que la durée et l'ampleur de la crise suscitent des interrogations légitimes dans la population, que les experts émettent des prévisions parfois divergentes sur l'avenir, que le nombre d'informations incomplètes ou inexactes s'accroît en même temps que l'incertitude liée à l'émergence des variants, jamais le rôle de l'information et de la communication n'a été aussi grand. Etre capables de partager l'information est un défi majeur pour endiguer et vaincre la pandémie. Ce défi nous donne aussi une opportunité historique pour sensibiliser la population aux enjeux de santé publique et de prévention, enseignements qui seront précieux face à d'autres crises sanitaires qui pourraient se produire à l'avenir. Il nous offre également, à l'heure des *fake news* et du doute porté sur l'expertise, la possibilité de mieux faire comprendre la méthode scientifique, ses fondements, ses limites et ses ambitions.

C'est la raison pour laquelle le Conseil d'Orientation de la Stratégie Vaccinale a souhaité associer tous les acteurs du domaine médiatique à la campagne de vaccination actuellement en cours. Aux côtés des sources d'information gouvernementales et des agences sanitaires, c'est l'ensemble des acteurs du domaine médiatique qui est invité à s'engager : presse écrite, radio et télévisée, émetteurs et éditeurs de contenus, etc.

Pour fixer le cap de cet engagement, le Conseil d'Orientation de la Stratégie Vaccinale propose quatre recommandations visant à permettre aux différents acteurs de l'information de relayer auprès du public, en toute transparence et dans un esprit de responsabilité, l'état du savoir sur les vaccins. Ces recommandations doivent aider à mieux communiquer sur des sujets qui sont des préoccupations légitimes pour nos concitoyens : non seulement l'efficacité des vaccins (son étendue, ses limites, ses variations selon les populations concernées), et l'éventuelle survenue d'effets indésirables (leur nature et leur prévalence), mais aussi l'avancée de la campagne de vaccination en France et dans le monde, ainsi que les actions engagées pour atteindre les objectifs de vaccination (achat de doses, adaptation de la logistique à l'évolution des besoins et à l'état d'avancement de la campagne).

Ces recommandations constituent un premier socle commun. Le Conseil d'Orientation de la Stratégie Vaccinale se tient à la disposition de l'ensemble des acteurs pour le développer, et travailler ensemble sur cet enjeu crucial qu'est le partage de l'information.

1. Définir les termes scientifiques utilisés

La plupart des médias et agences ont déjà réalisé un travail de pédagogie remarquable sur la pandémie comme sur la vaccination. Mais un certain nombre de termes scientifiques peuvent encore faire l'objet d'une clarification. Seul un usage du langage fondé en raison, partagé et scientifiquement établi, permet une information transparente, responsable, et pleinement démocratique.

A titre d'exemple, évènements secondaires et effets indésirables ont une signification différente, qui recouvre une distinction établie sur un plan scientifique. Pour clarifier les débats, le Conseil rappelle leurs définitions respectives :

- Les **évènements secondaires** sont les évènements qui surviennent dans les minutes, heures, jours, semaines ou mois après une vaccination et qui peuvent être liés à la vaccination ou survenir par coïncidence sans qu'il n'y ait de lien de cause à effet.
- Les **évènements secondaires causés par la vaccination** sont appelés « **effets indésirables** ». Réaction inflammatoire locale (rougeur, gonflement, douleur) ou fièvre sont des effets indésirables fréquents. De façon très exceptionnelle, des effets indésirables plus importants peuvent être déclarés.

On parle donc d'effets indésirables lorsqu'un lien de **causalité** est établi. Un évènement secondaire est simplement **concomitant** à la vaccination.

2. Communiquer des données relatives

Dans un contexte de pandémie mondiale et à l'heure de la prolifération des données, il est crucial de mettre en perspective les nombreuses informations chiffrées qui nous parviennent. Cela implique notamment de communiquer des données relatives plutôt qu'absolues.

Ainsi, on ne peut analyser la survenue d'éventuels effets secondaires qu'à condition de les rapporter à d'autres facteurs qui en éclairent le sens. Cela implique :

- De rapporter le nombre d'effets secondaires éventuels déclarés au nombre total de doses administrées, afin de calculer la fréquence de leur occurrence. On peut ainsi, comme pour tout médicament, classer ces évènements en fréquents, rares, très rares ;
- De comparer le nombre d'effets secondaires éventuels avec l'incidence normale et attendue de ces évènements dans la population. Sur ce point, il importe de prendre en compte le type de population ciblée par la vaccination. En particulier, dans la mesure où les premières cibles de la campagne vaccinale sont des sujets très âgés, qui, pour beaucoup, souffrent de pathologies multiples, la probabilité que leur santé se dégrade dans les semaines qui suivent leur vaccination est non négligeable, alors même que le vaccin n'y est pour rien.

Par exemple, une communication sur le nombre de personnes âgées en EHPAD décédées après avoir été vaccinées devrait être mise en comparaison avec le nombre total de personnes âgées en EHPAD décédées sur la même période et les années précédentes hors COVID.

Par ailleurs, il est important de souligner que l'efficacité d'un vaccin est relative : elle dépend en particulier de l'âge des personnes vaccinées, et du type de manifestation de la maladie.

3. S'engager à communiquer en retour une fois les incertitudes levées

Les incertitudes liées à la vaccination amènent parfois à communiquer des résultats qui sont encore incertains. Il est alors important de les présenter comme tels, et de pouvoir revenir ensuite sur ce qui a été communiqué, afin de confirmer ou d'infirmer les informations diffusées précédemment. Cet effet-retour, ou droit de suite, est une mission essentielle de toute communication démocratique, qui assure dans le temps la garantie d'une information véritable, vérifiée et partagée.

4. Avoir conscience des limites de l'*open data*

Aujourd'hui, la plupart des données brutes collectées par les opérateurs sont accessibles sur Internet. Dans le cas de la campagne de vaccination actuelle, toutes les données sont notamment diffusées sur le site [data.gouv](http://data.gouv.fr) (nombre de doses distribuées, lieux et dates de livraison, répartition géographique, nombre de doses administrées, etc.). Si les données en accès libre sont un gage indispensable de transparence, elles ne sont souvent que partielles, car délivrées hors contexte, sans explication sur la façon dont elles ont été recueillies ou mises à jour. Précieuses pour faire avancer la science, dans une logique de partage de l'information par le plus grand nombre de scientifiques, elles sont également utiles aux médias, qui peuvent ainsi vérifier les informations dont ils disposent, croiser leurs sources et soumettre ces données à d'autres formes d'expertise.

Toutefois, le risque est grand de tirer des conclusions sur la base de données brutes, qui n'auraient pas été contextualisées, consolidées, ou rectifiées en prenant en compte d'éventuels biais de collecte ou de recensement. Voilà pourquoi le Conseil d'Orientation de la Stratégie Vaccinale invite les journalistes et les services de communication à transmettre leurs analyses issues des données brutes aux producteurs de ces données pour leur en demander confirmation, et s'assurer que leur interprétation ne comporte pas de biais. Le Conseil d'Orientation de la Stratégie Vaccinale se tient aussi à la disposition des médias pour échanger avec eux sur l'analyse des données fournies en *open data*.

*

Dans cet engagement commun, le Conseil d'Orientation de la Stratégie Vaccinale se tient prêt à fournir, tout au long de la campagne vaccinale, les éléments de formation et d'information nécessaires pour permettre aux médias de délivrer au public une information qui soit la plus précise et la plus transparente possible.

Contact : COsvcontact@gmail.com