

VACCINATION
GRIPPE
✓ TOUS CONCERNÉS

+  **vaccin**
COVID-19



Argumentaire

Plusieurs approches peuvent vous permettre d'aborder et d'enrichir la discussion autour de la vaccination avec les membres de votre équipe afin de les orienter vers la réalisation de leur vaccination. Il s'agit de pistes de réflexion qui peuvent vous permettre d'aborder la question de la vaccination avec votre équipe sous différents angles ; à vous de déterminer lesquels sont les plus pertinents.

RESPONSABILISATION VIS-A-VIS DES PATIENTS

Il est primordial d'aborder l'angle de la responsabilisation vis-à-vis des patients avec vos collègues. Le personnel peut être porteur de virus, et constituer un vecteur de transmission vers ces populations fragilisées que sont les patients.

Il faut impérativement insister sur les notions de porteurs sains et de transmission manu portée.

Il peut être bon de rappeler à votre équipe qu'une personne en incubation peut contaminer les personnes avant même l'apparition des premiers symptômes. Le port du masque lors de l'apparition de symptômes est certes nécessaire, mais déjà trop tardif et ne suffit pas à faire totalement barrière à la transmission du virus.



RESPONSABILISATION VIS-A-VIS DES COLLEGUES

L'absentéisme engendré par une grippe ou un Covid-19 et leurs complications éventuelles (qui, rappelons-le peut aller jusqu'à deux semaines d'absence pour maladie) va engendrer une surcharge de travail pour les collègues non-malades, présents à leur poste. Cet argument peut avoir un poids important.

Attention, cet argument peut conduire certains membres du personnel à venir travailler en étant malades.

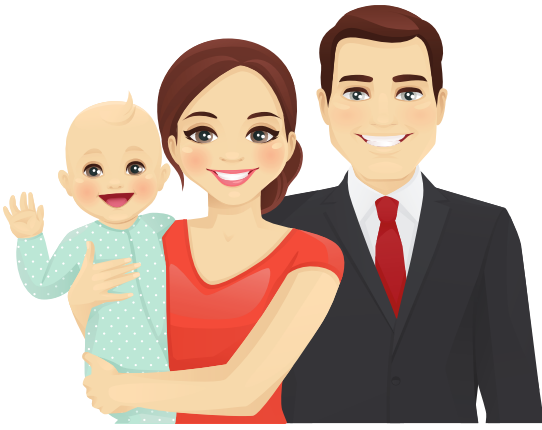
Il vous appartient de ne pas accepter des professionnels malades sur le lieu de travail.

TRANSVERSALITE DES PROFESSIONNELS

Il apparaît que plusieurs corps de métier restent « hors campagne de vaccination », alors qu'ils sont tout aussi impliqués dans la chaîne de propagation des virus. Les personnels de cuisine, les animateurs et tout autre intervenant extérieur de l'établissement peuvent être amenés à côtoyer les patients et doivent donc également être inclus dans votre campagne de vaccination.

Pensez également à inclure cadres et personnel de direction.





En plus des affiches destinées aux visiteurs, vous pouvez orienter votre argumentaire à destination des proches des patients. Vous pouvez insister sur le fait qu'une bonne couverture vaccinale chez eux sera forcément protectrice envers le proche qu'ils viennent visiter. De plus, n'hésitez pas à leur expliquer la conduite à tenir si l'un des membres de la famille présente des symptômes grippaux ; notamment sur le fait qu'il ne faut pas venir en visite lors d'épisodes infectieux. Certes, une visite fait toujours plaisir, mais peut avoir des conséquences néfastes.

EFFET D'EXEMPLE

L'effet d'exemple jouera un rôle important dans votre campagne de vaccination. Ainsi, il est primordial que vous, ainsi que vos pairs, cadres et membres de direction, puissiez être vaccinés contre la grippe le plus en amont possible. Une communication de type : « le 1er jour de la campagne, le directeur/chef/cadre se fait vacciner » peut tout à fait être envisagée, et engager une dynamique positive.

De même, le port de badge « Je suis vacciné » peut être proposé.



LEADERS D'INFLUENCE

Une certaine synergie est possible entre différents membres de votre équipe, tous corps de métier confondus. Ainsi, il peut arriver que le discours de certains membres du personnel ait un poids et une portée importante au sein d'une équipe.

Il peut être intéressant de s'appuyer sur ces personnes pour faire en sorte que votre message soit entendu. Vous pouvez tout à fait les associer à votre démarche, en amont et durant la campagne, afin de les associer à votre argumentaire auprès d'autres collègues. Ils peuvent également être inclus dans l'effet d'exemple cité plus haut.

A contrario, le discours de certains membres du personnel peut également avoir un effet allant à l'encontre de votre campagne de vaccination, c'est pourquoi il est important d'établir un dialogue avec eux en amont de votre campagne.

AFFICHAGE PERTINENT

Les supports visuels proposés dans le cadre de ce kit existent en plusieurs déclinaisons, insistant sur la transversalité de la campagne, et orientés vers les différents types de professionnels présents dans votre établissement. Choisissez les affiches les plus adaptées au contexte dans lequel elles seront implantées.

De plus, les affiches seront mieux perçues si elles sont placées à hauteur de visage, dans les lieux d'attente, (salles d'attente, de pause, de transmissions...).

Pensez à changer les affiches de place au-delà d'un certain délai d'affichage (un mois et demi environ) ; cela contribuera à leur visibilité. Enfin, pensez à les enlever à la fin de la campagne.

REPETITION DU MESSAGE

Le message de prévention que vous porterez ne sera pas forcément entendu lors de la première approche, c'est pour cette raison qu'il est nécessaire, tout au long de votre campagne de vaccination, de répéter les sessions de sensibilisation, et de discussion avec le personnel. La diffusion de visuels papiers avec les fiches de paie peut être une possibilité. Votre action doit s'inscrire dans la durée.



ORGANISATION EN INTERNE

La simple motivation du personnel n'est pas suffisante pour améliorer la couverture vaccinale : il est nécessaire de bénéficier de l'appui de la direction afin de pouvoir organiser des sessions de vaccination gratuite sur le temps de travail en semaine de façon régulière pendant la période hivernale. N'hésitez pas à établir une collaboration avec votre pharmacie, dans le cadre des commandes de lots de vaccins à anticiper en amont de votre campagne.

L'organisation d'une telle journée a certes un coût pour votre structure mais il est à mettre en regard avec d'autres : les coûts relatifs à l'absentéisme ou encore aux matériel consommable et aux moyens humains liés à un isolement par exemple.

VALORISATION DE L'IMPLICATION DU PERSONNEL

Certaines structures prévoient le financement de la réfection d'une salle de pause/détente, ou d'autres valorisations en cas d'atteinte d'un objectif en matière de taux de vaccination de tout personnel confondu.

TEMOIGNAGES

Vous pouvez vous appuyer sur des témoignages positifs, avec l'exemple de collègues ayant été vaccinés l'année passée et n'ayant pas contracté la grippe.



REMERCIEMENTS - RESULTATS DE LA CAMPAGNE DE VACCINATION HIVERNALE

Les remerciements sont primordiaux à chaque étape de votre campagne : auprès du personnel qui se fait vacciner durant la campagne, ainsi qu'à l'ensemble de l'équipe à la fin de la campagne.

De plus, en aval de la saison hivernale, penser à effectuer une restitution des résultats à l'ensemble de l'équipe (chiffres de vaccination années n-1 à comparer aux chiffres de vaccination de la campagne terminée ; mise en regard des nombres de cas groupés d'IRA par rapport à l'année n-1) afin de valoriser leur implication.

Un suivi statistique (indiquant par exemple le nombre de membres du personnel vaccinés sur le nombre total de membres du personnel) pendant la campagne, sous forme de tableau affiché dans les salles de transmission/pauses peut être facilement mis en place, et avoir une portée encourageante.

ELEMENTS DE CONTRAINTE

On retrouve des exemples de mises en place d'éléments de contrainte, comme par exemple le port du masque obligatoire pour tout personnel ne souhaitant pas se faire vacciner.

Outre la contrainte pour celui qui porte le masque, cela peut impliquer une charge de travail supplémentaire pour le cadre : anticipation des stocks, contrôle régulier des ports/changements de masque, répétitions du message...

Cet argumentaire a été réalisé par un groupe de travail pluridisciplinaire de professionnels de santé, associant les centres de vaccination, les URPS, les Ordres professionnels, Santé publique France, l'Assurance Maladie et l'ARS.