



## Vaccins : se protéger soi-même (des mauvaises informations) pour (en) protéger les autres !

Antidox, cabinet de conseil en stratégie de communication et spécialisé dans les problématiques complexes d'influence en ligne ; et nile, agence conseil en affaires publiques dédiée aux acteurs de santé, ont décidé de s'associer pour produire une enquête sur le débat relatif à la vaccination sur les réseaux sociaux.

L'intérêt pour la vaccination a énormément progressé au cours des 5 dernières années. Pour cause, la défiance d'une partie de la population envers l'industrie pharmaceutique, l'extension récente de la vaccination obligatoire (passant de 3 à 11 vaccins), mais aussi les discours « *anti-vax* » qui sévissent sur les réseaux sociaux. Pendant 3 mois, nous avons collecté des données sur l'ensemble des espaces web, pour analyser la polarisation autour de la vaccination sur les réseaux sociaux. Au total, cela représente plus de 841 500 mentions extraites de médias en ligne, de blogs, de forums, de Facebook, Twitter, Instagram ou encore Youtube.

### **Une progression croissante de l'intérêt pour la vaccination en lien avec l'actualité**

Les pics d'intérêt liés à la vaccination sur le web sont essentiellement liés aux contextes politique et sanitaire actuels : les principales hausses dans les recherches ont été identifiées en 2017, suite aux annonces faites sur la vaccination obligatoire pour la petite enfance. Les requêtes engagées ou liées à la controverse autour de la vaccination (pétitions par exemple) restent employées de façon plus marginale. A l'inverse, les grands médias et les blogs spécialisés et fiables restent les résultats les plus consultés et ceux qui ressortent le mieux dans les moteurs de recherche (*ex : Le Figaro Santé, Naître et Grandir, Les Pros de la petite enfance, etc.*).

Nous pouvons toutefois noter que la requête anti-vaccination a progressé de 130% au cours des 5 dernières années, avec un léger pic de recherches en juillet dernier, lors du discours de politique générale d'Edouard Philippe annonçant l'extension de l'obligation vaccinale.

## **Une très forte polarisation sur les réseaux sociaux**

Les débats sur les réseaux sociaux concernant la vaccination sont de grande ampleur : plus de 8 200 articles publiés, 250 000 partages sur Facebook, 46 000 tweets, etc. Facebook est un espace de parole privilégié pour de nombreux militants anti-vaccins, souvent très suivis, comme Henri Joyeux (143 000 abonnés). Les « *anti-vax* » sont de loin les plus actifs sur les réseaux sociaux lorsqu'il s'agit de dénoncer le bien-fondé et la sécurité de la vaccination : ils publient et/ou relaient des messages de manière beaucoup plus régulière que les « *pro-vaccins* ». Ces derniers bénéficient toutefois d'une plus grande audience et d'une plus grande légitimité, de par leur nombre d'abonnés.

## **Un message « pro-vaccins » plus timide que le discours offensif des *anti-vax***

L'analyse des comportements d'un panel de 2000 militants pro-vaccins et *anti-vax* sur Twitter illustre l'activité très régulière et offensive des opposants à la vaccination : ils y sont en moyenne trois fois plus actifs que les pro-vaccins. Certains médias constituent de véritables caisses de résonance pour leurs idées, comme Youtube. Sur les 25 vidéos les plus vues concernant les vaccins, plus de 50% d'entre elles développent un argumentaire contre la vaccination, contre 10% de vidéos pro-vaccins. Malgré cela, le discours *anti-vax* reste tout de même peu influent en termes de relais.

A l'inverse, si les pro-vaccins sont beaucoup plus sensibles à l'actualité du moment, ils sont peu actifs en dehors et leur engagement n'est pas régulier. Ils adoptent majoritairement des postures défensives sur les discours *anti-vax*, ce qui peut s'avérer contre-productif en termes d'image.

## **Et alors, maintenant ?**

Alors que les anti-vax (souvent proches des sphères complotistes, identitaires ou d'extrême-gauche) ont une activité très forte sur les réseaux sociaux, les messages pédagogiques et pro-vaccins ont une activité très faible.

Finissons-en avec les soupçons, les mensonges et autres *fake news* qui polluent les messages de prévention et la santé publique de notre pays. Il faut que l'ensemble de la communauté sanitaire (professionnels, institutions, associations de malades), aidée de la société toute entière, s'attèle à communiquer de manière unifiée, construite et cohérente pour rétablir la confiance de la population dans la vaccination.

Activons une communauté d'influenceurs autour de la vaccination, et donnons-leurs les outils, les éléments de langage et les arguments communs qui leur permettront d'offrir davantage de visibilité aux messages les plus pertinents.