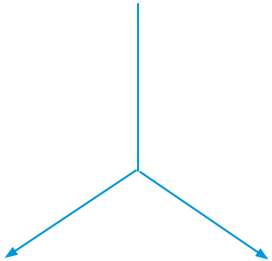
LES APPORTS POTENTIELS DE L'APPROCHE COMPORTEMENTALE DANS LA LUTTE CONTRE LA SURCONSOMMATION D'ANTIBIOTIQUES

Novembre 2022

THE
BEHAVIOURAL
INSIGHTS
TEAM

La surconsommation d’antibiotiques est un problème fondamentalement comportemental

Somme des décisions prises par

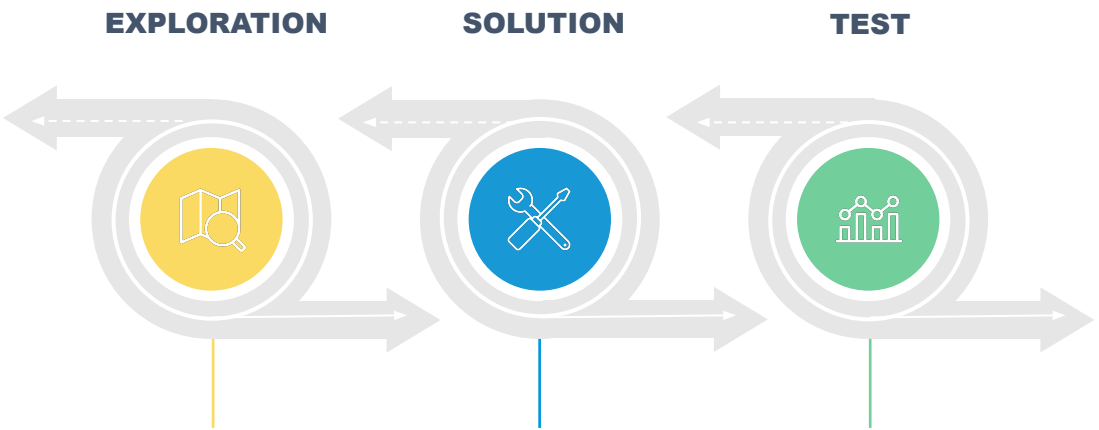


Les professionnels de santé qui dans 20 à 30% des cas en moyenne, prescrivent des antibiotiques, même s’ils ne sont pas nécessaires

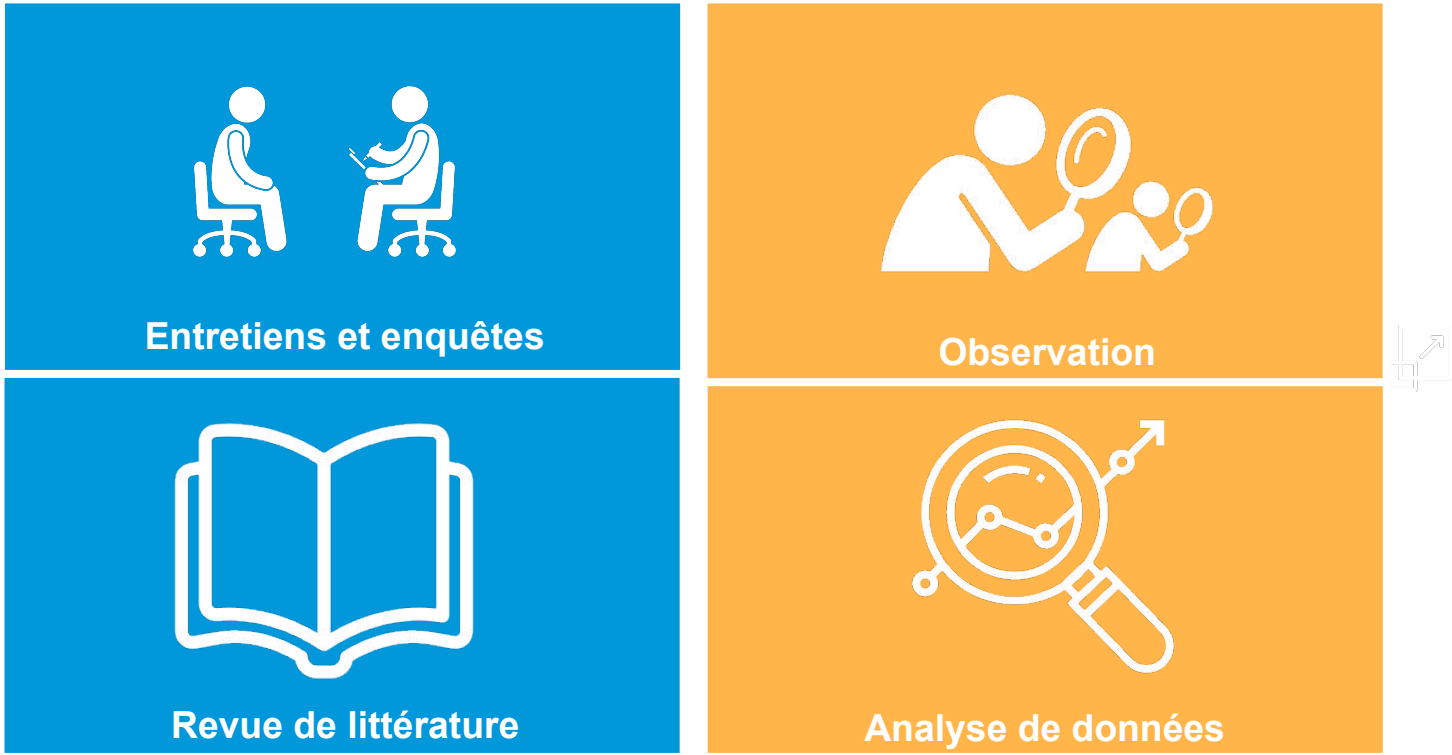
Les patients qui soit insistent auprès de leurs médecins, soit décident seuls de prendre des antibiotiques sans ordonnance ou d’interrompre leur traitement avant la fin

En 2020, 92 % des médecins généralistes ont fait état de pressions exercées par leurs patients pour obtenir une prescription d'antibiotiques

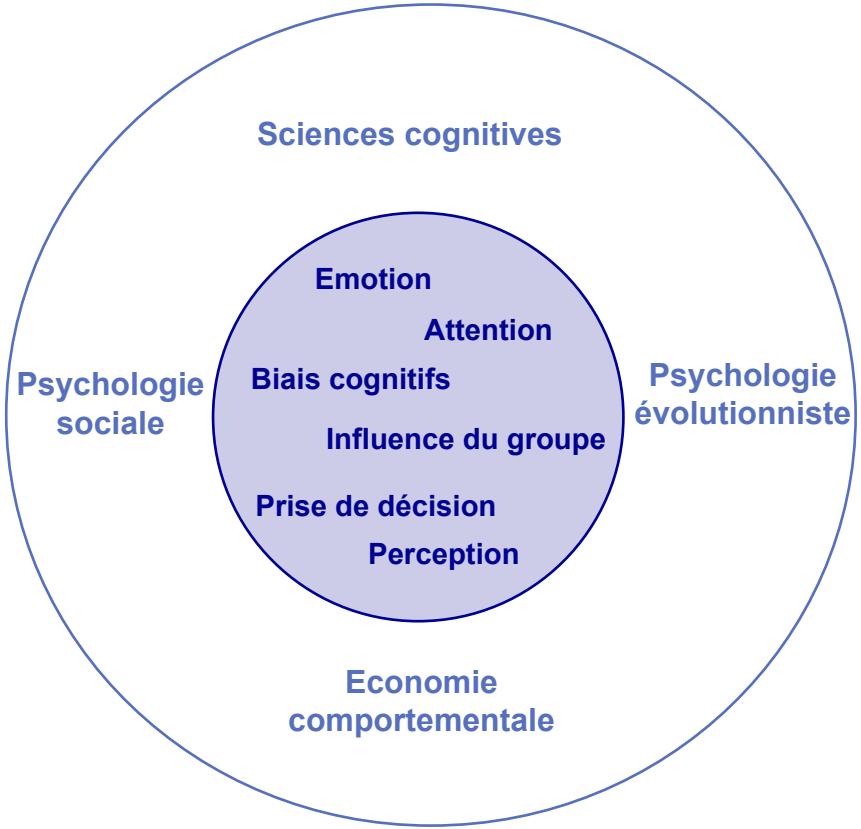
L’approche comportementale offre une nouvelle façon d’aborder ce problème, grâce à une méthodologie simple



Qui mobilise des méthodes de recherche diverses



Et s’appuie sur des cadres théoriques également variés



Des exemples concrets pour illustrer l'intérêt de l'approche dans le contexte des antibiotiques

1. Compter pour se rendre compte : encourager l'auto-réflexion des médecins pour les aider à mieux prescrire







2. Responsabiliser les patients, d'abord en comblant les lacunes d'information





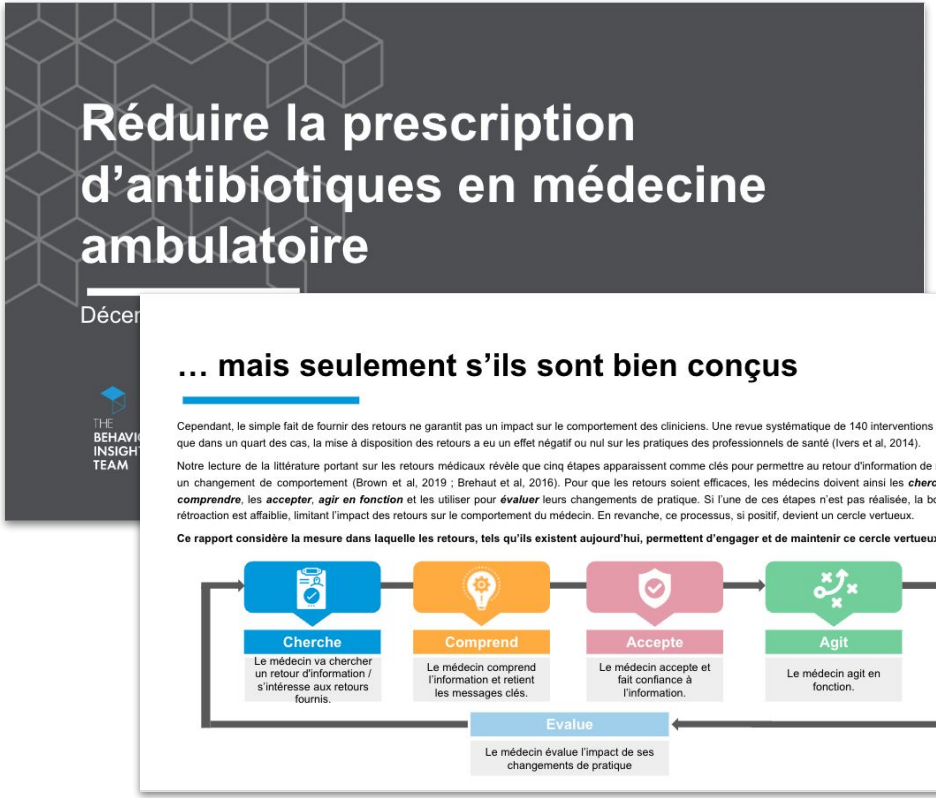
1. Réduire la prescription d’antibiotiques

Diagnostic

Nous avons collaboré avec le ministère des Solidarités et de la Santé, l’Assurance Maladie, AntibioEst et la Direction Interministérielle de la Transformation Publique (DITP) sur un projet de sensibilisation des médecins qui vise à réduire leur prescription d’antibiotiques en médecine ambulatoire.

Un premier rapport de diagnostic, a notamment permis de mettre en lumière, des freins existants à l’efficacité des retours sur les médecins, par exemple :

- La plupart des médecins n’accède que rarement à leurs retours
- les retours sont trop rares
- les médecins ne voient pas la valeur de ces retours
- Ils sont présentés de manière trop complexe, ou pas assez expliqué scientifiquement
- Ils ne fournissent pas de plan d’action clair etc.

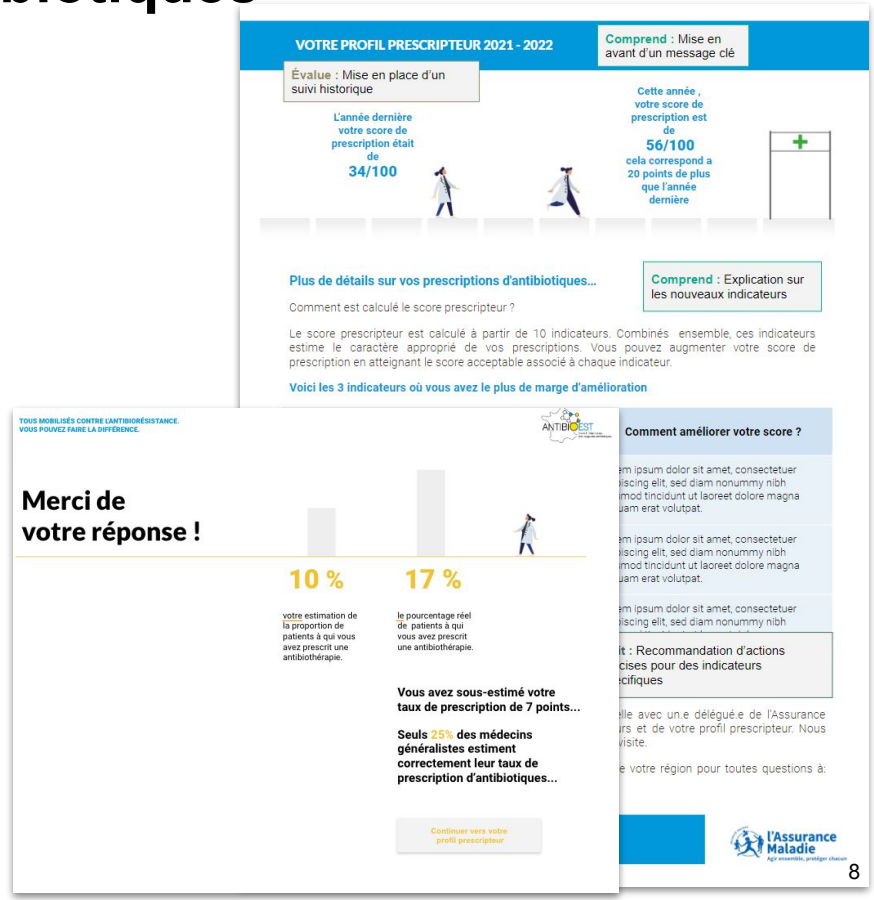


1. Réduire la prescription d’antibiotiques

Intervention

En co-création avec des médecins, nous avons revu les retours faits aux médecins sur leurs prescriptions, en mobilisant :

- L'utilisation d'indicateurs qui évaluent **la qualité, plutôt que la quantité,** des prescriptions d'antibiotiques ;
- La mise en avant **d’un « score global »** pour aider le clinicien à comprendre d’un coup d’œil sa pratique.
- De donner aux médecins généralistes la possibilité de **se fixer des objectifs personnels** pour la réduction des prescriptions inutiles ;
- D’utiliser des exercices « demander et révéler » pour amener les médecins à réfléchir sur leurs propres prescriptions avant de partager les taux réels avec eux, pour **encourager l’auto-réflexion** et créer une prise de conscience. Cette approche a été utilisée avec succès pour réduire les taux de prescriptions d’opioïdes aux États-Unis.



Résultats

Attendus en 2024

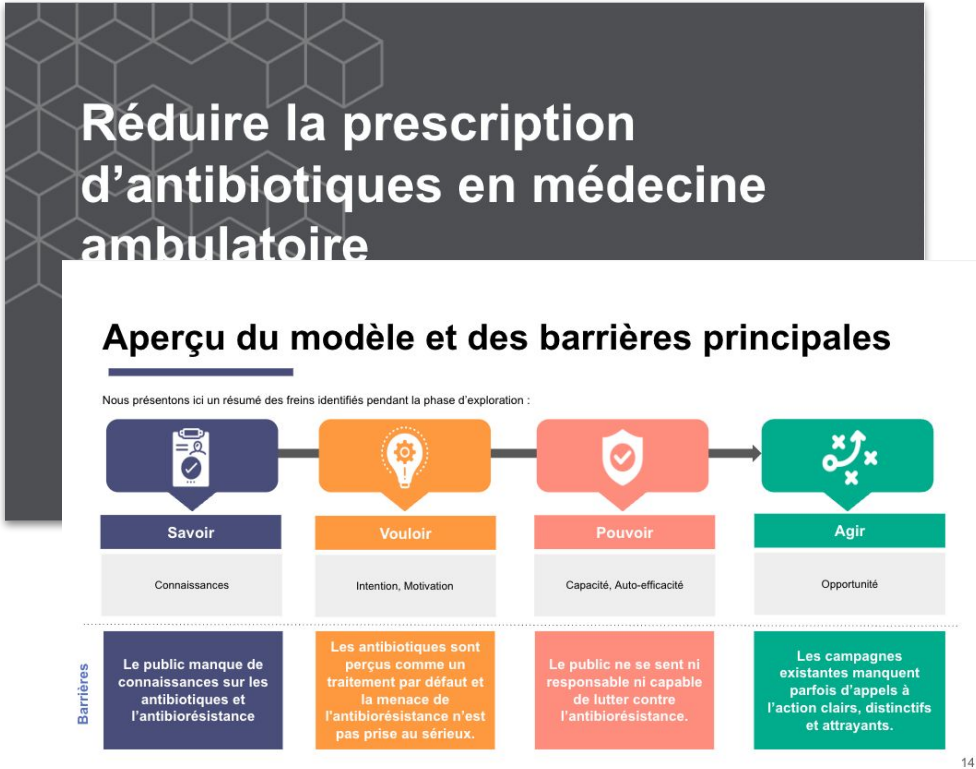
2. Sensibiliser le grand public

Diagnostic

Nous avons collaboré avec Santé Publique France et la Direction Interministérielle de la Transformation Publique (DITP) sur un projet de sensibilisation des médecins qui vise à réduire leur prescription d'antibiotiques en médecine ambulatoire.

Un premier rapport de diagnostic, a notamment permis de mettre en lumière, des freins existants :

- Le public manque **de connaissance sur l'action des antibiotiques** et l'antibiorésistance
- Les antibiotiques sont perçus **comme un traitement par défaut** et la menace de l'antibiorésistance n'est pas prise au sérieux
- Le public ne se sent **ni responsable ni capable** de lutter contre l'antibiorésistance
- Les campagnes existantes manquent parfois **d'appels à l'action clair,** distincts et attrayants



2. Sensibiliser le grand public

Intervention

Les résultats obtenus à travers une étude en ligne avec un échantillon représentatif de 4000 adultes résidant en France ont mis en lumière des résultats importants :

- Tout le monde connait le slogan “les antibiotiques, c'est pas automatique”, clé d’une campagne menée en France en 2002, mais tout le monde ne sait pas forcément dans quels cas on doit (ou pas) les prendre. Un participant sur 5 (21%) pensait par exemple à tort que « les antibiotiques agissent sur les infections virales et pas sur les infections bactériennes ».
- Communiquer sur la menace de l’antibiorésistance ne semble pas être prometteur, du moins sur le court terme. Cette piste semble en effet avoir aggravé des méconnaissances existantes sur ce phénomène encore assez mal compris.
- La brièveté du message s'est avérée être plus importante que la pédagogie extensive pour communiquer sur des messages de bon usage. Une communication directe sur les situations spécifiques où les antibiotiques ne sont pas utiles a augmenté les connaissances des participants et leur intention d’agir sur leur propre consommation d’antibiotiques.

Santé publique France a pris nos recommandations en compte dans leur nouvelle campagne de communication.



THE
BEHAVIOURAL
INSIGHTS
TEAM

Get in touch:

Alice Escande : alice.escande@bi.team

© Behavioural Insights Ltd.