

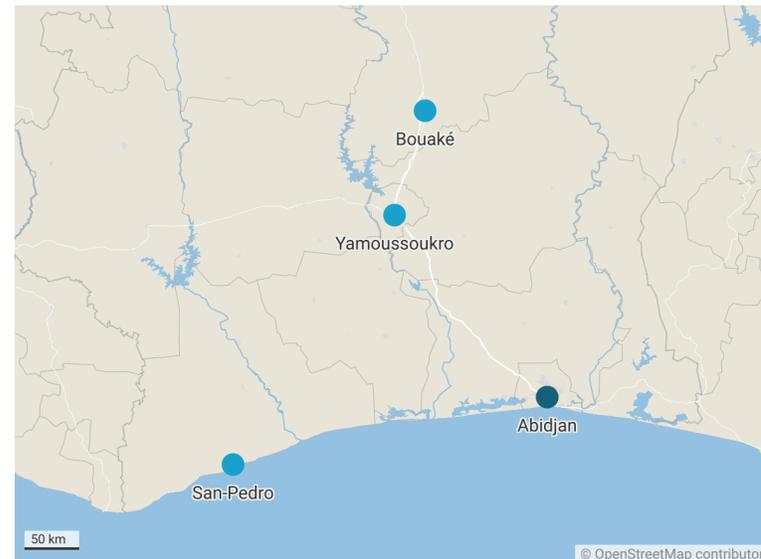
# Enquête sur les Connaissances, Attitudes et Pratiques (CAP) dans le cadre de la prévention contre la COVID-19

## Côte d'Ivoire, Phase 3

Depuis l'émergence du virus SARS-CoV2 et sa première détection en Côte d'Ivoire en mars 2020, le pays a recensé 87 891 cas et 830 décès (novembre 2022). Le Ministère de la Santé a pris diverses mesures pour réduire la propagation et l'impact du COVID-19, notamment l'autorisation de vaccins contre le COVID-19 que sont AstraZeneca, Pfizer, Sinopharm et Johnson & Johnson (J&J). Avec des objectifs ambitieux de vacciner 70% de la population ivoirienne, comprendre les facteurs de confiance et d'adoption des vaccins est essentiel pour la réponse au COVID-19 et atteindre cet objectif.

Breakthrough ACTION Côte d'Ivoire a menée une enquête auprès des ménages à trois phases portant sur les connaissances, les attitudes et les pratiques afin d'informer la communication des risques et l'engagement communautaire.

- Toutes les 3 phases réalisées à Abidjan
- La phase 3, menée à Abidjan et trois sites intérieurs
- Échantillonnage aléatoire en grappes
- Les données ont collecté sur des tablettes et extraites quotidiennement pour être nettoyées et analysées



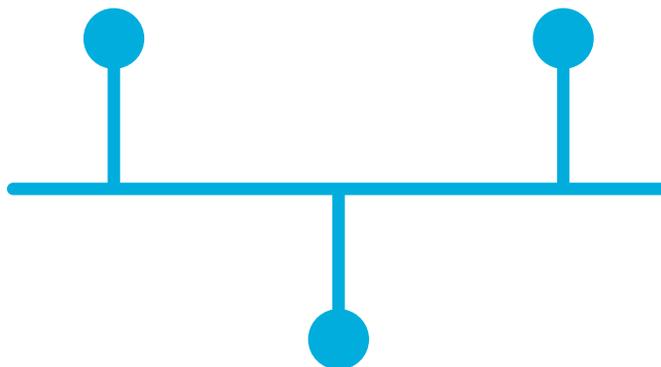
● Phase 3 ● Phase 1, 2, 3

### Phase 1

novembre 2021  
Abidjan (n=1000)

### Phase 3

août et septembre 2022  
Abidjan (n=1000), Bouaké (n=700), San Pedro (n=650), Yamassoukro (n=650)



### Phase 2

février 2022  
Abidjan (n=1000)

L'étude a été approuvée par l'IRB de l'École de Santé Publique Johns Hopkins et le Comité National d'Éthique des Sciences de la Vie et de la Santé Côte d'Ivoire (CNESVS).



# Résultats de la troisième phase

4 sites: Abidjan, Bouaké, San-Pedro, Yamoussoukro

Lors de la vague 3, les éléments clés liés à la vaccination par le COVID-19 étaient l'exposition et l'implication dans l'information, l'auto-efficacité, la confiance aux agents de santé, les normes perçues, le risque perçu du COVID-19, la sécurité perçue des vaccins, les connaissances sur les vaccins.



ont reçu au moins 1 dose



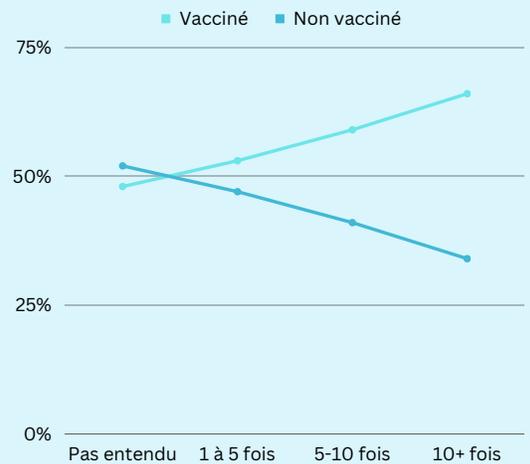
ont reçu 2 doses

- 51% des non-vaccinés ont l'intention de recevoir la première dose
- 71% avec 1 dose ont l'intention de recevoir la deuxième dose

## L'information

- Une bonne connaissance des vaccins COVID-19: sur l'existence du vaccin, sa gratuité et disponibilité en Côte d'Ivoire, et les enquêtés peuvent citer au moins une marque et un endroit pour se faire vacciner
- 34% pouvaient citer l'information concernant le COVID-19 dont ils n'étaient pas sûrs qu'elle soit vraie.
- Les réponses les plus fréquentes étaient la croyance que les vaccins tuent les gens ou sont conçus pour réduire la population, qu'ils sont faux, qu'ils n'offrent pas de protection et qu'ils causent l'infertilité ou des problèmes de reproduction
- Les personnes vivant en milieu urbain et ayant fait des études supérieures avaient tendance à être plus exposées à la désinformation.

Fréquence d'écoute des messages COVID-19



29%

ne pensent pas que les vaccins en Côte d'Ivoire soient sûrs

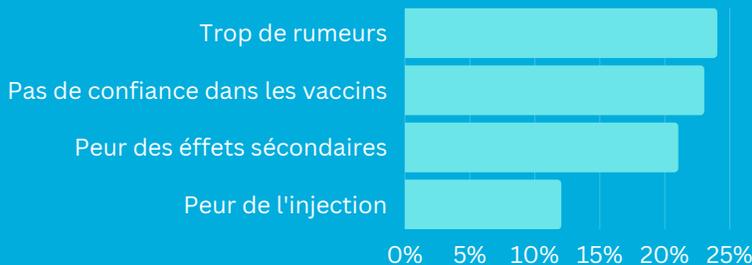
52%

sont prêts à faire face aux effets secondaires pour éviter un COVID-19 grave.

## Risque perçu

- Moins de 60 % des personnes sont d'accord pour dire qu'il est probable qu'ils puissent contracter le COVID-19
- 43 % sont d'accord pour dire que si elles étaient infectées, ce serait grave

### Principales raisons de ne pas se faire vacciner



Autres obstacles : Enceinte ou allaitante | Trop occupée ou longue attente | Absente lorsque les vaccins étaient disponibles | Peur du vaccin | Pas assez d'information | Pas malade | Ne voit pas l'importance | A des maladies chroniques



## Accès & préférences

76%

disent que les vaccins  
sont très faciles à  
obtenir

54%

vaccinés dans un hôpital  
ou un centre de santé

- Les répondants d'Abidjan ont eu tendance à citer les unités mobiles de vaccination comme options pour obtenir le vaccin, tandis que les sites intérieurs ont eu tendance à citer les centres de santé.
- 24% ne font pas totalement confiance aux agents de santé qui délivrent les vaccins
- Seuls 6 % des répondants qui connaissent le nom d'un vaccin préfèrent une certaine marque.
- Parmi ceux-ci, il y a une préférence égale pour Pfizer et Johnson and Johnson (41 % chacun). Les préférences étaient basées sur la sécurité perçue, le nombre de doses (les doses les moins nombreuses étant préférées) et le fait d'avoir entendu dire qu'il y avait des effets secondaires.

## Les normes perçus

Les normes descriptives sont ce que vous pensez que les autres personnes font, tandis que les normes injonctives sont la croyance que les autres personnes approuvent le comportement. Dans la phase 3, les normes perçues, tant descriptives qu'injonctives, sont modérément favorables.

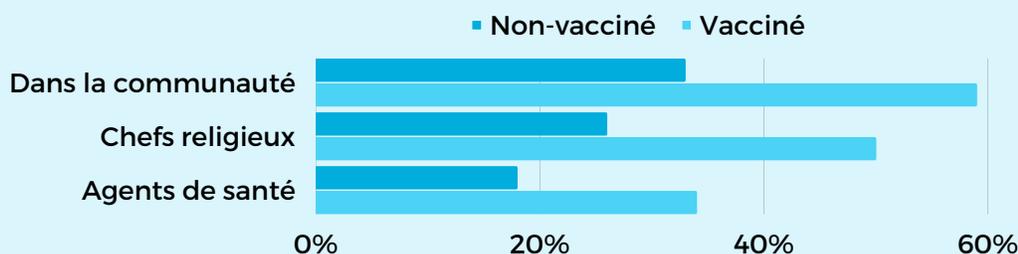
92%

sont d'accord que des  
personnes comme elles  
reçoivent le vaccin COVID-19

82%

sont d'accord que les  
personnes importantes pour  
eux pensent qu'ils devraient  
se faire vacciner

Proportion des répondants qui pensent que plus de la moitié de chaque groupe a reçu le vaccin COVID-19



La majorité des répondants pensent que moins de la moitié des personnes de leur communauté ont été vaccinées, et une proportion encore plus élevée de personnes pensent que la plupart des chefs religieux et des agents de santé ne sont pas vaccinés. Les personnes non vaccinées ont tendance à croire que moins de personnes de leur entourage sont vaccinées.

## Résumé : Phase 3

Les personnes vaccinées ont plus de chances : de penser que le vaccin est facile à obtenir, de faire confiance aux agents de santé, de croire que davantage de personnes sont vaccinées et que les personnes importantes pensent qu'elles devraient se faire vacciner, de croire que les vaccins en Côte d'Ivoire sont sûrs, de ne pas être d'accord sur le fait que les remèdes locaux sont meilleurs, de discuter des vaccins plus fréquemment et de préférer faire face aux risques du vaccin plutôt qu'au COVID-19.

Les personnes non vaccinées qui ont l'intention de se faire vacciner ont plus susceptibles: de faire confiance aux agents de santé, de croire que les personnes importantes pour elles pensent qu'elles devraient se faire vacciner, d'avoir une perception élevée des risques du COVID-19, de penser que les vaccins en Côte d'Ivoire sont sûrs et de préférer affronter les risques du vaccin plutôt que le COVID-19. Les personnes qui avaient récemment entendu des rumeurs avaient moins l'intention de se faire vacciner.

# Changements au fil du temps

1 site: Abidjan (novembre 2021, février 2022, août 2022)

## Parmi les non-vaccinés, l'intention de se faire vacciner est en baisse.

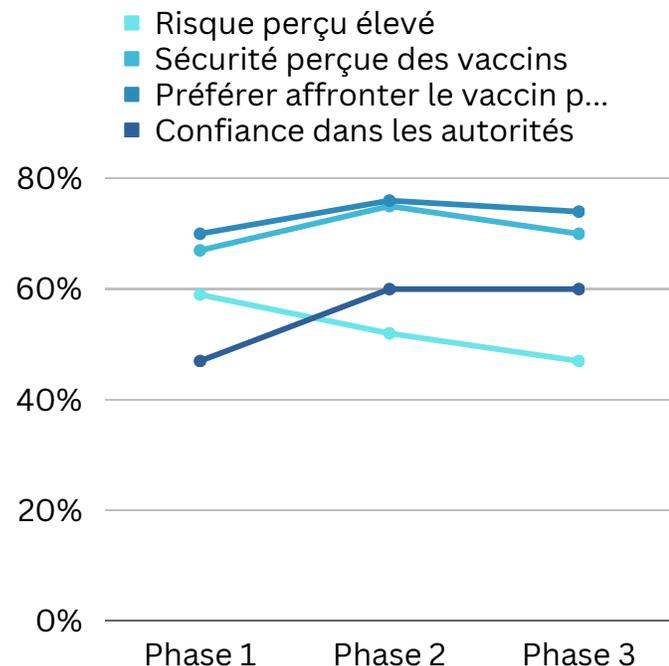
La proportion de répondants à Abidjan ayant reçu au moins une dose du vaccin COVID-19 (autodéclarée) a augmenté de 36% lors de la première vague à 51% lors de la troisième vague. L'intention d'obtenir la première dose a augmenté entre la première et la deuxième vague, mais a ensuite chuté en dessous de 50% lors de la troisième vague. Et l'intention d'obtenir la deuxième dose a diminué de 89% (phase 1) à 64% (phase 3) parmi ceux qui n'ont reçu qu'une seule dose.

### L'information

- Au cours des 3 phases, moins de répondants déclarent avoir entendu des messages sur COVID-19 récemment (51% en phase 1 à 39% en phase 3)
- L'accord sur le fait que deux doses sont nécessaires pour certains vaccins COVID-19 a chuté de 71% à 55%. La perception de l'accessibilité des vaccins s'est améliorée, les répondants d'Abidjan estimant de plus en plus que les vaccins sont très faciles à obtenir.
- La proportion de répondants qui peuvent nommer les rumeurs qu'ils ont entendue récemment a diminué au fil des phases.
- Une diminution de la proportion de ceux qui ont mentionné des préoccupations concernant l'effet sur la fertilité ou la croyance que les vaccins tuent, mais il y a eu une augmentation au cours des vagues de ceux qui ont entendu dire que les vaccins causent des effets secondaires graves ou raccourcissent votre vie (de 22% lors de la première vague à 45% lors de la deuxième vague).

### Les attitudes

- Les attitudes liées à la perception du risque de maladie sont en baisse, ce qui suggère que les personnes de l'échantillon minimisent de plus en plus la menace du COVID-19 à la fois en termes de leur propre susceptibilité à l'infection et de la gravité de la maladie.
- La confiance dans les vaccins, en termes de perception que les vaccins COVID-19 sont sûrs et efficaces contre les maladies graves, a atteint un pic lors de la deuxième vague, puis a de nouveau baissé lors de la troisième vague.
- L'accord selon lequel les personnes importantes pour vous pensent que vous devriez vous faire vacciner (normes injonctives) a augmenté de la première à la deuxième vague, puis a légèrement diminué pour la troisième vague.



# Recommandations

À la lumière de ces résultats, nous recommandons d'intensifier l'engagement des médias et des communautés pour susciter la discussion, en se concentrant sur les attitudes clés qui semblent associées à l'intention de se faire vacciner: les normes sociales perçues, la sécurité des vaccins, la gestion des effets secondaires, la perception des risques et la connaissance du fonctionnement du vaccin et du nombre de doses nécessaires pour être totalement protégé.



## PROMOTION

Intensifier les campagnes de promotion qui rassurent les gens sur la sécurité des vaccins à travers les témoignages, leur efficacité contre les maladies graves et la façon de gérer les effets secondaires. Exploiter l'accessibilité perçue par le biais de campagnes locales.

---

## GESTION DES RUMEURS

Répondre systématiquement aux rumeurs en utilisant la communication des risques et l'engagement communautaire. Répondre en particulier aux inquiétudes concernant le vaccin AstraZeneca.

---

## DOSES

Informez les gens sur la nécessité de rester "à jour" en matière de vaccination et sur le nombre de doses recommandées. Montrez des personnes influentes recevant des secondes doses.

---

## APPELS ÉMOTIONNELS ET SEGMENTATION

Promouvoir à la fois la vaccination et les autres mesures de barrière en utilisant des appels émotionnels (comme les témoignages) pour augmenter la perception du risque de maladie et les normes sociales. Diversifiez les messages pour vous adresser à différents profils sociodémographiques.

---

