

**Réactions par rapport à la campagne de Santé Publique « Antibios quand il faut », une étude qualitative par focus group**

**Practitioners' reactions to a public health campaign « Antibiotics only when necessary » in South eastern France, a qualitative study using focus groups.**

Auteurs : Pia Touboul<sup>1</sup>, Aline Le Clainche<sup>1</sup>, Chantal Patuano<sup>2</sup>, Pascale Bruno<sup>1</sup>, Brigitte Dunais<sup>1</sup>, Philippe Hofliger<sup>3</sup>, Christian Pradier<sup>1</sup>

Pour le groupe Gepie (Groupe d'Etude et de Prévention des Infections de l'Enfant)

1 Département de Santé Publique, CHU de Nice

2 Comité Departmental d'Education pour la Santé, Nice

3 Department de Médecine Générale

Med Mal Infec 2006;36:S89-91

Mots clés : Focus Groups, Visites confraternelles, Résistance bactérienne

Keywords : Focus Groups, Academic detailing, Bacterial Resistance

**Contexte :** Le problème de la prescription inappropriée d'antibiotiques est particulièrement important en France <sup>1</sup>, surtout en ce qui concerne les pathologies respiratoires de l'enfant en médecine libérale <sup>2</sup>. Le Groupe d'Etude et de Prévention des Infections de l'Enfant (Gepie), groupe de travail multidisciplinaire a mis en place une campagne de santé publique pilote « Antibios quand il faut » dans les Alpes Maritimes depuis 2000 pour promouvoir la prescription prudente des antibiotiques chez l'enfant <sup>3</sup>.

Après un état des lieux <sup>4</sup>, l'ensemble des médecins généralistes et pédiatres libéraux du département ont reçu des visites confraternelles (visites de pairs) par des pairs spécialement formés en 2000-2001 et en 2003, selon des principes de communication spécifiques <sup>5</sup>. Cette méthode a été choisie pour son efficacité, concernant des changements de pratique, et mise en évidence dans plusieurs études internationales <sup>6</sup>. Des dépliants destinés à servir de base de discussion avec les parents étaient remis aux praticiens et diffusés également par ailleurs. Une enquête d'évaluation comportant une enquête de satisfaction ainsi qu'une enquête de pratique a été réalisée un an après les premières visites confraternelles <sup>7</sup>.

Très peu d'études qualitatives ont été réalisées après de telles campagnes.

**Objectives :** Les objectifs de cette étude étaient d'une part de préciser les réactions des médecins visités par rapport à cette campagne « Antibios quand il faut » et les influences de celle-ci sur la prise en charge par les médecins des infections des voies respiratoires supérieures bénignes de l'enfant et d'autre part d'identifier comment la campagne a été utile, les obstacles qui persistent, les outils nécessaires pour y remédier et pour maintenir les effets positifs déjà obtenus.

**Méthode :** La méthode retenue a été la réalisation de focus groups, méthode de recherche qualitative par discussion semi structurée de groupe, organisés successivement afin de recueillir les informations recherchées jusqu'à saturation d'idées. La dynamique de groupe de cette technique par rapport aux autres méthodes qualitatives semblait importante, pour réaliser une évaluation formative de cette campagne de santé publique et pour approfondir la compréhension de son processus d'implémentation.

Les médecins généralistes et les pédiatres ayant reçu deux visites confraternelles ont constitué la base de l'échantillon, qui a inclus des médecins de différents secteurs géographiques, visités par tous les différents visiteurs. Les médecins ayant travaillé pour le Gepie (comité de pilotage, élaboration de recommandations) ont été exclus, car considérés trop proches du projet et donc moins objectifs. Les quelques médecins (n=4) déclarant lors du contact téléphonique n'avoir gardé aucun souvenir de la campagne ont été exclus, à cause de la difficulté qu'ils pourraient ressentir à participer aux discussions. Par contre les médecins n'ayant gardé qu'un souvenir très vague ont été inclus. Pour ne pas entraver le libre échange d'idées, des groupes séparés de médecins généralistes et de pédiatres ont été organisés. Pour des raisons de faisabilité, les groupes étaient mixtes de point de vue du sexe et de l'âge.

Méthode de recrutement : Les médecins ont été contactés par téléphone pendant leurs horaires de consultation, selon un scénario téléphonique préétabli. Dix à douze médecins ont été contactés pour chaque groupe afin de s'assurer d'une participation minimale de 4-6 médecins. Chaque médecin acceptant la participation a reçu une lettre de confirmation une semaine après le contact téléphonique, ainsi qu'un rappel téléphonique 48 heures avant la date prévue.

Les discussions étaient enregistrées puis transcrites fidèlement avant d'être analysées indépendamment par deux personnes (un généraliste et un sociologue) suivant les méthodes d'analyse qualitative du contenu, à l'aide d'un logiciel Word.

**Résultats quantitatifs** : En tout, 44 praticiens ont participé à 5 Focus Groups avec 9-10 participants, dont 3 avec des médecins généralistes et 2 avec des pédiatres. Le taux de participation était de 32 % pour les médecins généralistes et 35 % pour les pédiatres. La raison principale pour refuser la participation était le manque de temps. L'âge des participants était compris entre 38 et 61 ans et l'expérience en médecine libérale entre 5 et 30 ans.

**Résultats qualitatifs** : Ce travail a permis de confirmer que le concept et les principes, selon lesquels cette campagne a été organisée, véhiculés par les visites confraternelles, ont été très bien perçus par les médecins visités, validant ainsi cette méthode. Ceci avait également été ressenti par les médecins visiteurs.

Ce travail a aussi permis d'approfondir la compréhension du mécanisme d'implémentation de telles campagnes : ainsi, les médecins se sont sentis aidés par la campagne surtout par le **soutien officiel** dans leur prescription appropriée des antibiotiques, soutien d'autant plus utile qu'il résulte d'une action coordonnée de tous les partenaires de la communauté médicale débouchant sur un consensus des messages. D'autre part la campagne Gepie, notamment le principe même des visites confraternelles qui favorise des échanges privilégiés en face à face, a permis non seulement une prise de conscience individuelle chez les médecins visités de la nécessité d'un changement de comportement face à cette problématique, mais aussi de rompre l'isolement dû à la pratique libérale. Ces facteurs sont davantage cités dans les focus groups que l'apport de connaissances, et ont facilité la négociation thérapeutique avec le patient.

De nombreux facteurs influençant la prescription d'antibiotiques ont été cités par les médecins participants ainsi que leurs stratégies utilisées dans leur pratique quotidienne pour faire face à la pression résultant de ces facteurs. Les stratégies le plus souvent citées étaient aussi celles conseillées par la campagne Gepie.

Afin de maintenir les effets positifs de la campagne, les médecins citent plusieurs outils pour compléter ceux déjà utilisés dans la campagne, dont certains ont déjà été mis en place récemment par le groupe Gepie. A titre d'exemple le renforcement dans le département du réseau des Groupes Régionaux de surveillance de la Grippe (GROG), dont un des objectifs est de fournir aux praticiens une informations hebdomadaires concernant les infections respiratoires aiguës saisonnières et une alerte précoce en cas d'épidémie, par l'intermédiaire du site web Gepie ([www.gepie.org](http://www.gepie.org)).

**Conclusion et perspectives** : Une étude qualitative finale peut contribuer à approfondir la compréhension du processus d'implémentation d'une campagne de santé publique, permettant de s'appuyer sur ces données pour organiser de futures campagnes de santé publique. Dans le cas précis de la campagne Gepie, cette étude permet de adapter la suite de la campagne aux problèmes du terrain suivant les besoins exprimés par les médecins lors des focus groups, afin de maintenir ses effets positifs.

La complexité et la multiplicité des facteurs influençant les prescriptions d'antibiotiques mis en évidence dans cette étude sont en faveur de campagnes multi stratégiques avec une prise en charge globale du problème auprès de l'ensemble des acteurs concernés.

On peut penser que c'est la conjugaison des différents facteurs qui fait l'efficacité de la campagne.

Elle est perçue comme une initiative qui doit se pérenniser pour être efficace à long terme et s'étendre et évoluer vers d'autres actions.

## Références

1. Cars O, Mölstad S, Melander A. Variations in antibiotics use in the European Union. *The LANCET*, 2001; 357: 1851-53.
2. Guillemot D, Maison P, Carbon C, Balkan B, Vauzelle-Kervroedan F, Sermet C *et al.* Inappropriateness and variability of antibiotic prescription among French office-based physicians. *J Clin Epidemiol* 1998; 51(1): 61-68.
3. Pradier C, Dunais B, Ricort-Patuano C, Maurin S, Andreini A, Hofliger P, Durant M.L, Joulié E, De Ricaud D, Mabriez J.C, Muller J.M, Touboul P, Bruno P, Carsenti H, Dellamonica P, pour le Groupe d'Etude et de Prévention des Infections de l'Enfant(Gepie). Campagne « Antibios quand il faut » mise en place dans le département des Alpes-Maritimes. *Médecine et Maladies Infectieuses* 2003; 33 : 9-14.
4. Pradier C, Dunais B, Carsenti-Etesse H, Cavailler P, Haas H, Boutin-Andreu L, Dellamonica P. Portage nasopharyngé de pneumocoques résistants dans les crèches des Alpes-Maritimes. *Path Biol* 1999; 47(5): 478-82.
5. Bruno P, Touboul P, Hofliger P, Mariné-Barjoan E, Pradier C, Patuano C, Dunais B, Dellamonica P pour le Groupe d'Etude et de Prévention des Infections de l'Enfant(Gepie). Méthodologie, faisabilité et intérêt des visites confraternelles à l'ensemble des médecins libéraux généralistes et pédiatres des Alpes Maritimes lors de la campagne « Antibios quand il faut » à paraître dans *La Presse Médicale*.
6. Soumerai SB and Avorn J. Principles of educational outreach ('academic detailing') to improve clinical decision making. *JAMA* 1990; 263: 549-56.
7. Collège Azuréen des Généralistes Enseignants, Association des Pédiatres de Nice Côte d'Azur, Rapport de l'enquête d'évaluation de la campagne du Groupe d'Etude et de

Prévention des Infections de l'Enfant (Gepie) sur le bon usage des antibiotiques dans les Alpes Maritimes, Septembre 2002