

UNE CAMPAGNE D'INFORMATION À L'INITIATIVE DE :
LA COMMUNAUTÉ DE L'AGGLOMÉRATION HAVRAISE (CODAH) ET
ENTREPRISE & PRÉVENTION

Communauté de l'Agglomération Havraise :

Depuis janvier 2001, la Communauté de l'Agglomération Havraise a pour objectif d'associer les 17 communes en vue d'élaborer et de conduire ensemble un projet commun de développement et d'aménagement du territoire, ainsi que d'assurer la gestion des services et des équipements. Les compétences exercées par la CODAH ont été arrêtées lors de sa création par les maires des communes concernées. Elles concernent l'aménagement de l'espace, eau & assainissement, économie, équipements culturels et sportifs, gestion des déchets, habitat, hygiène & santé publique, informations sur les risques majeurs, transports et la voirie communautaire, réseau numérique très haut débit.

Entreprise & Prévention :

Si la grande majorité des consommateurs a une attitude responsable vis-à-vis de l'alcool, une minorité pratique en revanche une consommation excessive, génératrice de risques individuels et collectifs. De ce constat est née en 1990 Entreprise & Prévention, association regroupant les principales entreprises du secteur des vins, champagnes, bières et spiritueux avec l'objectif de lutter contre la consommation excessive ou inappropriée. A ce titre, l'association plaide pour un développement de la prévention ciblée sur les situations et les populations à risques en privilégiant les démarches expérimentales comme les opérations de prévention pilotes réalisées en partenariat avec les acteurs de terrain.



Campagne d'information sur
Le risque Alcool et Grossesse
Juin - Décembre 2006
BILAN ET ENSEIGNEMENTS

Les risques d'une prise d'alcool pendant la grossesse sont peu connus du grand public, alors qu'une consommation de boissons alcoolisées peut avoir de graves conséquences sur le fœtus. C'est pourquoi la Communauté de l'Agglomération Havraise et Entreprise & Prévention se sont associées pour mener ensemble une campagne d'information pilote sur "le risque Alcool pendant la Grossesse" de juin à décembre 2006. Cette campagne visait à favoriser le dialogue entre les professionnels de la santé et leurs patients sur la base d'une recommandation simple : "zéro" alcool pendant la grossesse.

UNE CAMPAGNE PILOTE EN TROIS ÉTAPES :

1 00 / MISE EN PLACE

Les supports de campagne

En partenariat avec les différents acteurs médico-sociaux de l'agglomération havraise, trois supports ont été élaborés à destination du grand public et des professionnels de santé.



Une affiche "Puis-je boire un verre à sa santé ?" apposée dans les salles d'attente et les espaces accueil des établissements sanitaires et sociaux, recommandait l'abstinence aux femmes enceintes.



Un dépliant grand public invitait les femmes à dialoguer avec les professionnels de santé et les informait sur les dangers relatifs à une prise d'alcool pendant la grossesse.



Un dépliant pour les professionnels de santé mettait à jour leurs connaissances sur la problématique alcool et grossesse et apportait des conseils sur les messages à délivrer aux femmes et la manière d'aborder ce sujet.

Ces supports visaient à :

- sensibiliser et informer les femmes enceintes ou souhaitant le devenir du risque alcool pendant la grossesse.
- mettre à jour les connaissances des professionnels de santé sur la problématique alcool et grossesse.
- apporter des conseils sur les messages à délivrer aux femmes et la façon d'en parler.



L'enquête pré-campagne

En avril 2006, l'Institut Ipsos a réalisé une enquête auprès de 200 femmes âgées de 18 à 40 ans résidant dans l'agglomération du Havre et représentatives de la population française.

Cette enquête avait pour objectifs de connaître la perception des risques pendant la grossesse, notamment en matière de consommation d'alcool, d'évaluer l'information reçue sur le risque alcool et de mesurer le niveau de connaissance du SAF et de ses conséquences sur l'enfant.

Les résultats de l'enquête ont montré qu'une grande majorité de femmes savent que la consommation d'alcool pendant la grossesse peut représenter un risque (80%). Ce risque est toutefois mal connu et souvent sous-estimé quand on évoque les niveaux de consommation à risque :

- 50% des femmes considèrent que consommer 2 verres par semaine ne présente pas de risque.
- Seulement 68% reconnaissent un risque pour 1 ivresse au cours de la grossesse.
- Près d'1 femme sur 2 n'a jamais entendu parler du SAF.

Conclusion :

Bien que l'ensemble des femmes de l'agglomération havraise pensent être correctement informées, l'évaluation précise du risque n'est pas acquise et le comportement à tenir n'est pas connu : 1 cas de SAF est d'ailleurs enregistré au Havre sur 300 naissances contre 1 pour 1000 naissances au niveau national.

02 / DÉPLOIEMENT

À partir du mois de juin, tous les acteurs de santé et de l'action sociale (1) de l'agglomération havraise ont reçu les supports d'information et une présentation générale de la campagne pilote. Ils étaient invités à parler du risque alcool pendant la grossesse avec leurs patientes ou les femmes rencontrées dans leur activité.

Une conférence de presse locale suivie d'une sensibilisation de la presse nationale ont permis de faire connaître la campagne auprès des médias. France Inter, France 3 Normandie, les quotidiens régionaux, la presse magazine féminine et enfant ainsi que la presse professionnelle ont relayé l'information.

(1) Groupe hospitalier du Havre, clinique du petit Colmoulins, laboratoires d'analyse, pharmaciens, radiologues, médecins généralistes, pédiatres, gynécologues obstétriciens, sages femmes libérales, infirmières libérales, foyers d'accueil, accueil AFFD, infirmières scolaires et universitaires, CPAM, médecins du Monde, les associations IRSa, association MailLage, missions locales, Le Grenier, la médecine du travail, RHASU, La Maison du Patient, cabane SPI.

Bambino, Automne 2006 :

"Grossesse & alcool : Même si toutes les femmes croient le savoir, alcool et grossesse ne font bon ménage. Mais cela bien au delà de ce que l'on imagine. C'est pour mettre en garde les futures mamans sur les dangers réels et importants de l'alcool que la Codah, Communauté de l'Agglomération Havraise a lancé cette campagne, accompagnée d'affiches et de dépliants présents chez tous les médecins. Une opération salubre à saluer. Plus d'infos sur www.alcooletgrossesse.soifdevivre.com et www.agglolehavre.fr".

Féminin Santé, Novembre - Décembre 2006 :

"Alcool & grossesse : Les risques d'une prise d'alcool pendant la grossesse sont peu connus du grand public, alors qu'une consommation de boissons alcoolisées peut avoir de graves conséquences sur le fœtus. 7000 enfants seraient touchés en France ! C'est pourquoi, la Communauté de l'Agglomération Havraise et Entreprise & Prévention se sont associés pour mener une campagne de communication pilote".

Enfant Magazine, Septembre 2006 :

"Constater que le risque alcool et grossesse n'est pas encore assez connu (...) Pourtant, le message est clair : grossesse = zéro alcool. Bravo à la campagne menée dans l'agglomération du Havre où 48% des femmes de 18-40 ans n'avaient jamais entendu parler du Syndrome d'alcoolisation fœtale".

L'affiche de la campagne rappelant l'abstinence et la nécessité du dialogue avec les professionnels de santé a été apposée sur tous les bus du réseau de transport de la CODAH.

Parallèlement, la campagne a été relayée sur les sites :

- www.alcooletgrossesse.soifdevivre.com
- www.agglo-lehavre.fr, ainsi que sur
- le site de la CPAM où les professionnels pouvaient télécharger les outils de la campagne.

03 / ÉVALUATION

Au mois de novembre, un questionnaire d'évaluation a été envoyé aux professionnels de santé de l'agglomération ayant participé à cette campagne, soit plus de 700 professionnels. Ainsi, le bilan de cette évaluation a porté sur un échantillon représentatif d'une centaine de professionnels de la santé : médecins généralistes, infirmiers, pharmaciens, sages-femmes, pédiatres, biologistes, gynécologues et radiologues.

Les objectifs de cette évaluation étaient :

- d'apprécier l'efficacité de la campagne en matière de dialogue patient / praticien de santé sur le risque alcool pendant la grossesse.
- de mesurer la pertinence des outils diffusés en termes de message et support.
- de connaître les attentes des professionnels sur la question du SAF.



RÉSULTATS

Une campagne jugée utile et efficace par les professionnels de santé :

- 88% d'entre eux ont jugé la campagne utile.
- 76% souhaitent qu'elle soit permanente.
- 63% pensent que les outils de la campagne ont facilité le dialogue avec leurs patientes.
- 33% pensent que ce dialogue a permis de prévenir les grossesses exposées au SAF. Mais 51% ignorent s'il a eu un impact.

Un seul message adapté : zéro alcool pendant la grossesse :

- 91% des professionnels estiment que le message zéro alcool pendant la grossesse est adapté, ne laissant place à aucune interprétation. Certains ont déclaré : "Message clair, sans ambiguïté, efficace" / "Message clair, ne laisse aucune interprétation personnelle sur la quantité d'alcool tolérée".
- Toutefois, 34% des professionnels pensent que la recommandation d'abstinence totale peut être culpabilisante.

Un dialogue parfois difficile entre les patientes et le praticien de santé :

- 2/3 des professionnels pensent que cette campagne facilite le dialogue avec leurs patientes, 20% ont réellement abordé le sujet avec elles et 11% précisent qu'ils engageaient déjà un dialogue sur ce thème avant la campagne.
- 64% des professionnels parlent de l'alcool comme un sujet "tabou" restant difficile à aborder avec leurs patientes : "On n'ose pas toujours parler de ce sujet qui est assez tabou" / "Il y a souvent un déni du problème".

Une information à relayer par les médias et les professionnels de santé :

- 87% des professionnels de santé estiment que les médias ont un rôle à jouer par la diffusion d'informations sur le risque alcool pendant la grossesse.
- 73% mettent en avant les compétences des professionnels de santé pour aborder cette question.
- 58% sont favorables à l'apposition d'un message "0 alcool pendant la grossesse" sur les conditionnements des boissons alcoolisées.

Un dépliant grand public informatif, adapté aux différents modes de consommation :

- 89% considèrent qu'il répond aux questions que les femmes peuvent se poser.
- 88% estiment qu'il est adapté aux femmes ayant une consommation occasionnelle.
- 70% aux femmes ayant des difficultés avec leur consommation d'alcool.

Grâce au dépliant "Alcool et grossesse, si on en parlait?", de nombreux professionnels ont amélioré leurs connaissances :

- 46% des professionnels de santé déclarent avoir amélioré leurs connaissances sur le risque alcool et grossesse (69% des pharmaciens et 68% des infirmières).
- 45% indiquent que les informations fournies n'apportent rien de plus (61% des médecins généralistes et 35% des infirmières).
- 49% pensent ne pas avoir besoin d'informations complémentaires et ne souhaitent pas bénéficier de formations spécifiques sur ce sujet (61% des médecins généralistes, 50% des infirmières et 25% des pharmaciens).

CONCLUSIONS

- La campagne d'information est jugée utile puisque environ 1/3 des professionnels de santé interrogés estiment qu'elle a permis de prévenir des grossesses à risque et environ 2/3 pensent que cette campagne facilite le dialogue avec leurs patientes.
- Les outils sont jugés pertinents, informatifs, utiles et adaptés aux femmes ayant une connaissance insuffisante des conséquences d'une prise d'alcool pendant la grossesse, quel que soit leur mode de consommation.
- Les professionnels de santé se sont impliqués dans la campagne mais soulignent les difficultés à aborder le sujet alcool avec leurs patientes. Selon eux, la prise en charge des femmes en difficulté avec l'alcool (accompagnement et structures de soin) constitue également un frein.

Pour aller plus loin :

En fin de questionnaire, les professionnels de santé étaient invités à faire part de leurs attentes sur le sujet alcool et grossesse. Cinq propositions ont été souvent avancées : améliorer l'accompagnement des femmes en difficulté avec leur consommation d'alcool, développer les formations professionnelles sur cette question, renforcer l'information à destination des jeunes, renforcer les campagnes médiatiques et des campagnes sur les autres produits à risque (tabac, cannabis).

