



**Évaluation
« Utilisation de certains supports
d'information de la Stratégie
Antibiorésistance (StAR) »**

Management Summary (F)

Dr. med. Birgit Laubereau, Dr. Lea Meyer, Dr. Cornel Kaufmann, Clément Bourdin (Interface) et
Dr. Vivianne Visschers, Vanessa Feck, MSc, Prof. Dr. Dorothea Schaffner (Hochschule für
Angewandte Psychologie FHNW)

Lucerne, le 24 avril 2020

Management Summary

Situation initiale et contexte

La Stratégie Antibiorésistance Suisse (StAR) a été mise en œuvre depuis 2016 dans le domaine de la médecine humaine (StAR-M) et de la médecine animale (StAR-T). Elle vise à sensibiliser les groupes cible – patient-e-s, clientèle de pharmacie et propriétaires d’animaux – et améliorer leur niveau de connaissances sur le sujet. Afin d’atteindre ce but, l’Office fédéral de la santé publique (OFSP) et l’Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires (OSAV) ont développé, en collaboration avec des représentant-e-s des associations professionnelles (intermédiaires I), plusieurs supports d’information dans le domaine de la médecine humaine (« Bien utiliser les antibiotiques ») et animale (« Les antibiotiques sauvent des vies – mais ne sont pas toujours utiles »). Les groupes cible reçoivent habituellement ces supports d’information par le biais des spécialistes (intermédiaires II : médecins de famille, pharmacien-ne-s, dentistes, vétérinaires). Il est également possible de télécharger ou de commander ces supports directement sur le site de la Confédération, via l’Office fédéral des constructions et de la logistique (OFCL).

Une partie des supports d’information dans le domaine de la médecine humaine a déjà été évaluée et partiellement adaptée (Update 2018)¹. En 2019, une nouvelle évaluation a été lancée par l’OFSP afin d’actualiser les conclusions de l’étude de 2018 et d’intégrer le domaine de la médecine animale dans l’évaluation.

Dans le cadre de la Stratégie StAR, une campagne d’information (« Les antibiotiques : quand il faut, comme il faut ») a en outre été menée afin de sensibiliser directement la population par le biais de spots publicitaires diffusés à la télévision, d’affiches, de publicité en ligne et d’un site web dédié². Cette campagne d’information ne rentre pas directement dans le champ de l’évaluation, mais elle a tout de même été prise en compte comme élément contextuel.

Buts de l’évaluation

L’évaluation vise à apprécier la diffusion, l’acceptation et l’utilisation des supports d’information par les intermédiaires dans les cabinets médicaux (médecins de famille, dentistes, vétérinaires) et les pharmacies. La qualité et l’accessibilité

¹ INFRAS (2018) : «Evaluation der Informationsmassnahme zum Umgang mit Antibiotika im Humanbereich». Rapport final sur mandat de l’OFSP.

² La campagne « Les antibiotiques : quand il faut et comme il faut » est le fruit d’une initiative commune de l’Office fédéral de la santé publique (OFSP), l’Office fédéral de l’agriculture (OFAG), l’Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires (OSAV) et l’Office fédéral de l’environnement (OFEV).

(*Nutzerfreundlichkeit*) des supports ont également été examinées. À l’issue de l’évaluation et sur la base des constats, des recommandations réalistes ont été formulées à l’attention de l’OFSP et de l’OSAV afin de déterminer quels produits d’information doivent toujours être utilisés et diffusés et comment les optimiser le cas échéant.

Objet et questions d’évaluation

Les supports d’information dans les domaines humain et animal constituent l’objet d’évaluation. La figure suivante offre un aperçu de tous les différents supports d’information, des groupes cible, des intermédiaires II – qui assurent la diffusion aux groupes cible – ainsi que des intermédiaires I – qui transmettent aux intermédiaires II les supports d’information et qui sont responsables de leur contenu.

Supports d’information choisis pour la présente évaluation, avec les groupes cible, intermédiaires et porteurs

Domaines	Supports d’information	Groupes cible	Intermédiaires II	Intermédiaires I	Porteurs
Humain (médecine humaine)	Fiche d’information*	Patient·e·s, clientèle des pharmacies	Médecins, Pharmacien·ne·s, Dentistes	FMH (via les sociétés de disciplines médicales) pharmaSuisse, SSO	OFSP + Intermédiaire I
	Post-it				
	Page internet avec vidéo explicative				
	Affiche**				
Animal (médecine animale)	Flyer animaux de compagnie	Propriétaires d’animaux (animaux domestiques, chevaux, etc.)	Vétérinaires	SVS et les sections spécialisées ASMPA et ASME Vetsuisse	OSAV + Intermédiaire I
	Poster animaux de compagnie				
	Flyer chevaux, etc.				
	Poster chevaux, etc.				
	Fiche de l’AGRIDEA ***	Propriétaires d’animaux d’élevage	-	-	AGRIDEA, sur mandat de l’OSAV

Source : Interface et la Haute école spécialisée du nord-ouest de la Suisse (FHNW), 16.01.2020.

Légende : * La fiche d’information est disponible actuellement en deux versions. ** L’affiche possède le même contenu que la fiche d’information. *** Fiche de 4 pages : il existe deux supports d’information de l’AGRIDEA différents (une fiche de 4 pages et une fiche de 24 pages) mais avec un design similaire. La fiche de 24 pages, qui s’adresse aux agriculteur·trice·s, n’entre pas dans le champ de l’évaluation.

Les réponses aux questions d’évaluation ont été structurées en plusieurs blocs : « Promotion et diffusion des supports », « Connaissance et acceptation des supports », « Utilisation des supports » et « Qualité et accessibilité des supports ». De plus, les synergies potentielles avec la campagne de sensibilisation auprès de la population dans le cadre de l’approche « One-Health » ont aussi été prises en compte dans un des blocs. Enfin, le dernier bloc contient les recommandations sur tous les supports ainsi que les améliorations possibles.

Méthodologie

Pour la présente évaluation, des méthodes qualitatives et quantitatives ont été combinées afin de permettre une analyse étendue de l’objet d’évaluation selon différentes perspectives. Des résultats de l’évaluation reposent sur cinq bases empiriques différentes :

- *Analyse documentaire qualitative* : l'accessibilité et l'acceptation des supports d'information ont été systématiquement analysées sur quatre niveaux (leur lisibilité textuelle, lisibilité visuelle (design général), leur clarté et leur pouvoir de persuasion).
- *Analyse de données secondaires* : les données de l'OFSP, de l'OSAV, de l'OFCL et de l'AGRIDEA relatives à la demande de supports d'information ont été analysées (par exemple les commandes sur le site de l'OFCL, l'utilisation du site web) ; les documents disponibles décrivant leur promotion ont également été analysés (par exemple les newsletters des associations professionnelles).
- *Entretiens d'expert-e-s* : 18 entretiens semi-directifs ont été menés avec des représentant-e-s des porteurs et des intermédiaires I. La liste des personnes à interroger a été élaborée en collaboration avec le mandant et le groupe d'accompagnement.
- *Enquête en ligne pour les intermédiaires II* : 425 intermédiaires II ont pris part entre novembre et décembre 2019 à une enquête en ligne portant sur l'opinion personnelle, la connaissance et l'usage des supports d'information (taux de réponse inférieur à 10%). Parmi les répondant-e-s, il y avait 319 dentistes, 23 pharmaciens-ne-s, 28 médecins de famille et 55 vétérinaires (principalement actifs dans des cabinets vétérinaires pour petits animaux). L'envoi du lien vers le questionnaire s'est fait par l'intermédiaire des associations faitières. Le questionnaire a quant à lui été développé en collaboration avec l'OFSP, l'OSAV et les représentant-e-s des associations des intermédiaires II (FMH, SSO, pharماسuisse, SVS).
- *Focus groups* : quatre focus groups avec les groupes cible ont eu lieu en Suisse romande et en Suisse alémanique dans le courant de l'automne 2019. Pour chacune des deux régions, deux groupes ont été mis en place : un groupe composé de patient-e-s et de client-e-s de pharmacies ; un autre composé de propriétaires d'animaux domestiques, de chevaux et d'animaux d'élevage. Il a été demandé aux participant-e-s d'évaluer les supports d'information en termes de conception, de clarté et de pouvoir de persuasion.

Constats principaux

Dans la partie suivante, les constats principaux de l'évaluation sont résumés selon les blocs précédemment cités. Ces constats sont issus des résultats des analyses effectuées et des conclusions de l'équipe d'évaluation.

I Promotion et diffusion des supports

La promotion et diffusion des supports d'information ont jusqu'à présent fait leurs preuves, dans la mesure où les associations professionnelles sont impliquées dans la promotion, ce qui est apprécié et considéré comme une approche adaptée. D'après les résultats de l'enquête en ligne, ces associations sont les canaux d'information les plus importants. Le succès des actions entreprises jusqu'à maintenant est néanmoins plus limité :

- Les supports d'information sont relativement peu connus des intermédiaires II et sont rarement demandés. Cela se voit principalement par le faible taux de commande via le site de la Confédération (environ 60 commandes par domaine jusqu'à juillet 2019). Il est possible que dans le domaine de la médecine humaine, le nombre de commandes soit faible jusqu'à fin 2018 à cause de l'envoi direct (*Direktversand*) depuis le site de la Confédération. Selon l'équipe d'évaluation, le stock de supports d'information devrait normalement être déjà épuisé si ceux-ci étaient utilisés de manière active. Selon les entretiens avec les expert-e-s, la diffusion des supports au sein des associations pourrait encore être élargie et d'autres canaux de diffusion pourraient même être utilisés. Dans le domaine de la médecine animale, de nouveaux

intermédiaires ont été par exemple proposés pour la diffusion des supports d'information à l'intention des propriétaires de chevaux.

- L'atteinte des groupes cible est jugé comme étant faible. En témoignent le faible niveau de connaissance des supports par les participant-e-s aux focus groups, les avis des expert-e-s interrogé-e-s, la faible demande des intermédiaires II et les commentaires laissés dans l'enquête en ligne. De plus, le nombre absolu de visites sur le site <https://www.antibiotika-richtig-einsetzen.ch/fr/home>, à savoir environ 4'400 visites en une année, peut être jugé comme faible.
- Selon nous, deux facteurs importants ont limité la diffusion des supports d'information. Premièrement, les activités de promotion et de diffusion de l'information relative à l'antibiorésistance ne semblent pas être une priorité pour les intermédiaires II. Les raisons à cela sont, d'après les entretiens avec les expert-e-s et l'enquête en ligne, la concurrence avec d'autres thèmes de santé ainsi que la faible pertinence du thème dans le travail quotidien des intermédiaires II. Chez les vétérinaires, la nouvelle base de données et la déclaration obligatoire de prescription ont été cités comme thèmes plus importants. Pour les pharmacies et les cabinets médicaux, la vaccination contre la grippe constitue un thème plus important que l'antibiorésistance. Deuxièmement, l'acquisition des supports d'information est compliquée et le site de l'OFCL utilisé pour passer les commandes n'est pas ergonomique. Certes, les liens qui redirigent vers le site de l'OFCL sont utiles, que cela soit sur le site <https://www.antibiotika-richtig-einsetzen.ch/fr/home>, les sites des associations (par exemple SVS), l'OFSP ou encore l'OSAV. Toutefois, pour ce qui concernent ces deux derniers sites, il faut d'abord connaître la sous-page correspondante ou alors les mots-clefs corrects pour faire une recherche. De plus, le site de la campagne (« Les antibiotiques : quand il faut, comme il faut ») ainsi que les différentes versions de certains supports d'information (fiche d'information avec ou sans le logo de la SSO, fiche de l'AGRIDEA de 4 pages ou de 24 pages) peuvent prêter à confusion.

I Connaissance et acceptation des supports

Les supports d'information sont rarement connus des intermédiaires II interrogés :

- Dans le domaine de la médecine animale, le flyer animaux de compagnie était le support le plus connu, suivi par le poster animaux de compagnie. Cependant, relativement peu de vétérinaires ont pris part à l'enquête en ligne et il se peut qu'il y ait un biais de sélection en faveur de certains cabinets vétérinaire particulièrement engagés. Les supports d'information à l'attention des propriétaires de chevaux etc. étaient beaucoup moins connus, tandis que la fiche de l'AGRIDEA ne l'était presque pas. Cela peut être dû au fait que les professionnel-le-s interrogé-e-s dans le cadre de l'enquête en ligne exerçaient principalement dans des cabinets vétérinaires pour petits animaux.
- Dans le domaine de la médecine humaine, la fiche d'information était le support le plus connu, suivi pas le post-it. Très peu de personnes parmi celles interrogées connaissaient la vidéo explicative.

Les supports d'information sont globalement bien acceptés par les intermédiaires I, dont beaucoup ont été impliqués dans leur élaboration. L'acceptation chez les intermédiaires II est dans l'ensemble plus modérée, car les supports sont rarement demandés et utilisés. Le degré de connaissance des supports chez les groupes cible est, par conséquent, également faible. Néanmoins, pour les intermédiaires II qui utilisent les supports d'information, ceux-ci sont jugés comme importants.

I Utilisation des supports par les intermédiaires II

Dans l'ensemble, les supports d'information ont jusqu'à présent rarement été utilisés par les intermédiaires II et donc peu transmis aux groupes cible. En attestent les résultats de l'enquête en ligne ainsi que le fait que les supports d'information n'étaient pas souvent connus par les participant-e-s aux focus groups.

Seule une partie des intermédiaires II a jusqu'à présent utilisé les supports d'information, même quand ils les connaissent.

- Dans le domaine de la médecine humaine, ce sont les post-its qui ont été les plus utilisés, suivis par la fiche d'information. La vidéo explicative a été très peu utilisée. Les raisons principales pour lesquelles ces supports n'ont pas été utilisés sont le manque d'information sur l'endroit où les obtenir, le manque d'intérêt des groupes cible et le fait que la vidéo demande un trop gros investissement pour être montrée aux groupes cible. Les supports d'information ont été utilisés surtout auprès des personnes qui recevaient des antibiotiques et étaient très souvent accompagnés par des explications de la part du/de la professionnel-le. L'enquête en ligne ne révèle aucune information sur un usage différencié des supports selon la saison (printemps, été, automne, hiver, Semaine mondiale pour un bon usage des antibiotiques). Puisque ce sont en majorité des dentistes qui ont participé à l'enquête en ligne, il est difficile d'affirmer dans quelle mesure ces conclusions s'appliquent aussi aux autres intermédiaires II.
- Dans le domaine de la médecine animale, c'est le flyer animaux domestiques qui a été le plus souvent utilisé, suivi par le poster animaux domestiques. Les supports pour les propriétaires de chevaux etc. et la fiche de l'AGRIDEA ont été très peu utilisés par les intermédiaires II. Toutefois, non seulement peu de personnes ont participé à l'enquête en ligne, mais en plus celles qui ont participé étaient en majorité actives dans des cabinets pour petits animaux. Il n'existe pas de schéma clair expliquant les raisons de ce manque d'utilisation de supports, et les informations portant sur la manière dont les supports sont utilisés sont trop éparpillées.

I Qualité et accessibilité des supports

L'accessibilité des supports d'information est acceptable si l'on se réfère aux objectifs qu'ils poursuivent. Le peu d'intermédiaires II interrogés lors de l'enquête en ligne et les participant-e-s des focus groups sont de l'avis que le message contenu dans les supports d'information est bien reçu par les groupes cible. Le degré d'acceptation des supports chez les participant-e-s au focus groups est cependant plutôt moyen. Pour tous les supports, le pouvoir de persuasion des supports a été jugé comme élevé tandis que leur attractivité a été jugée comme étant plutôt faible. Les focus groups ont révélé ce qui avait également été soulevé par les expert-e-s lors des entretiens : les préférences des groupes cible varient. Certaines personnes préfèrent les informations factuelles, complètes et complémentaires tandis que d'autres préfèrent les messages simples accompagnés d'images. Selon l'équipe d'évaluation, il manque à tous les supports confondus des éléments émotionnels, qui augmenteraient le pouvoir de persuasion des supports. De plus, en dehors de la vidéo explicative, le site web ne présente pas d'informations complémentaires et sert plutôt de plateforme pour l'acquisition des supports.

De l'avis réuni de l'équipe d'évaluation, des intermédiaires II ainsi que des groupes cible, le plus grand potentiel d'optimisation de la qualité et de l'accessibilité des supports réside dans le langage utilisé pour les supports d'information. En effet, la langue utilisée comporte de nombreuses phrases complexes ainsi que des mots provenant du jargon médical. Cela s'applique pour les supports d'information des deux domaines –

médecine humaine et médecine animale – bien que les supports de l’OSAV en médecine animale soient généralement un peu plus faciles à comprendre. En plus de cette optimisation globale, l’évaluation met en avant plusieurs autres possibilités d’amélioration spécifiques pour chaque support d’information. Concernant les posters, leur format actuel est jugé comme peu accessible (*nutzerfreundlich*) dans les deux domaines (médecine humaine et animale). En effet, les posters ne font que reprendre le contenu des flyers et de la fiche d’information, en utilisant quasiment la même police, qui se trouve être trop petite par rapport à la taille du poster. Concernant le post-it et sa structure : il mentionne les nombreuses langues dans lesquelles le site est traduit tout en indiquant un lien internet qui mène vers la version germanophone du site. Enfin, pour ce qui est du flyer et du poster chevaux, etc. certains avis affirment que les deux supports ne répondent pas de manière adéquate aux besoins des propriétaires de chevaux, etc.

I Potentiel de synergie

Pour tous les supports d’information et les mesures visant à mieux utiliser les antibiotiques (actuellement peu utilisés), il existe un potentiel de synergie certain, tant au sein de l’OFSP qu’entre les différents offices fédéraux. Nombreux sont les acteurs interrogés qui salueraient une harmonisation des différentes activités de communication.

- Les supports d’information et la campagne nationale de sensibilisation de la population menée par l’OFSP (« Les antibiotiques : quand il faut, comme il faut ») sont complémentaires, dans la mesure où la campagne de sensibilisation de la population possède un aspect émotionnel que les supports d’information, plus spécialisés, n’ont pas. Cela permet d’atteindre les groupes cible de deux manières différentes. Cependant, pour certain-e-s des expert-e-s interrogé-e-s, pour les participant-e-s aux focus groups ainsi que pour l’équipe d’évaluation, le fait d’avoir, dans le cadre de la Stratégie StAR, deux sites web visant pratiquement les mêmes groupes cible mais avec un design et un slogan différents prêle à confusion.
- L’approche One Health est bien accueillie parmi les porteurs et intermédiaires I des deux domaines (médecine humaine et animale). Les groupes cible dans les deux domaines sont essentiellement les mêmes, puisque les propriétaires d’animaux domestiques sont aussi des (potentiels) patient-e-s et client-e-s de pharmacie, et parfois inversement. L’approche One Health est également importante pour les intermédiaires II. L’analyse de données secondaires démontre que les fiches descriptives ont aussi été commandées par des cabinets vétérinaires, et ce thème a également été mentionné dans la question ouverte de l’enquête en ligne. L’approche One Health semble cependant avoir un impact plus important dans le domaine de la médecine animale que celui de la médecine humaine.

Recommandations

Le degré de connaissance ainsi que l’utilisation des supports d’information restent à l’heure actuelle encore faible. Les raisons à cela sont en partie à chercher du côté du contexte englobant les supports d’information. En effet, chez les intermédiaires II, il existe une concurrence avec certains autres thèmes, par exemple la nouvelle base de données et la déclaration obligatoire de prescription pour les vétérinaires, ou alors la vaccination contre la grippe pour les pharmacies et les cabinets médicaux. De plus, certains défis en matière de communication rendent la promotion des supports d’information plus difficile. Dans les faits, les effets négatifs liés à une mauvaise utilisation des antibiotiques ne se manifestent qu’après une certaine période et sont pour la plupart des personnes sans conséquences au quotidien. Il est donc ici important d’illustrer les conséquences possibles à l’aide d’exemples concrets.

Sur la base des constats principaux tirés de l'évaluation et du potentiel d'optimisation identifié par les acteurs, nous formulons ci-dessous trois recommandations principales et deux recommandations secondaires.

I Recommandations principales

Les recommandations principales portent sur les trois thèmes les plus importants liés aux supports. Elles doivent être traitées en priorité. Elles concernent à la fois le niveau stratégique et le niveau opérationnel.

Recommandation n°1 :

Harmoniser l'image des activités de communication de la Stratégie StAR et appliquer l'approche One Health également dans la promotion et la diffusion des supports

Niveau : stratégique / Destinataires : OFSP et OSAV

Nous recommandons, dans le cadre de l'approche One Health, d'exploiter de manière ciblée les synergies au sein de l'OFSP, avec la campagne de sensibilisation de la population, ainsi qu'entre les différents offices fédéraux :

- L'OFSP devrait élaborer en collaboration avec l'OSAV un plan de communication coordonné et commun pour la Stratégie StAR, afin de renforcer la diffusion d'un message unique et uniforme.
- L'accent devrait également être mis sur l'harmonisation des supports d'information et de l'image de la campagne de sensibilisation de la population, toujours dans l'optique de transmettre de façon plus claire le message. Nous recommandons l'utilisation d'un logo commun, un slogan unique et un choix de couleur identique. Le but ici est de s'assurer que les messages véhiculés par les supports d'information ne se contredisent pas avec ceux de la campagne de sensibilisation de la population, mais plutôt qu'ils se renforcent mutuellement.
- Conformément à l'approche One Health, les activités dans les domaines de la médecine humaine et animale devraient être plus étroitement liées, et d'autres canaux de communication devraient être exploités pour la promotion et la diffusion. Les intermédiaires I, l'OFSP et l'OSAV devraient renforcer leurs activités de promotion et chacun devrait faire référence aux produits des autres. Les patient-e-s dans les cabinets médicaux et les pharmacies devraient être informés sur l'utilisation adéquate des antibiotiques chez les animaux domestiques et d'élevage tandis que les client-e-s des cabinets vétérinaires devraient être informés sur l'utilisation adéquate des antibiotiques chez les humains.

Recommandation n°2 :

Centraliser et faciliter les commandes

Niveau : opérationnel / Destinataires : OFSP, OSAV et autres porteurs

Nous recommandons de faciliter la procédure de commande de supports d'information :

- Un accès unique et simplifié pour effectuer les commandes, par exemple grâce à un site dédié, est préférable. Il est ensuite nécessaire de communiquer sur cet accès unique aux intermédiaires II et aux groupes cible. La commande directe sur le site de l'OFCL n'est pas vraiment ergonomique et le fait qu'il y ait plusieurs manières d'accéder au site prête à confusion.
- Chaque support devrait être édité en une seule version et la version papier devrait être identique à celle téléchargeable en ligne.
- Les problèmes de livraison et de téléchargement devraient être évités et contrôlés, tout particulièrement après les périodes de forte promotion des supports.

Recommandation n°3 :***Différencier le contenu des différents formats des supports d'information***

Niveau : stratégique et opérationnel / Destinataires : OFSP, OSAV et autres porteurs

Faire passer le message d'une utilisation adéquate des antibiotiques en utilisant différents formats et en impliquant les associations professionnelles est une approche appropriée. La participation active des associations professionnelles est une précondition importante pour assurer une diffusion des supports efficace. Aujourd'hui, les flyers, posters et le site web véhiculent des informations très similaires, ce qui suscite l'agacement des groupes cible. De plus, cela constitue une occasion manquée de mieux adapter les messages au format du support d'information et donc d'informer les groupes cible de manière plus ciblée sur les différents canaux d'information existants.

Nous recommandons une meilleure différenciation de contenu dans les différents formats (flyer/fiche d'information, poster, post-it, site web, vidéo explicative) :

- La fiche d'information ou le flyer devraient contenir les informations importantes.
- L'affiche et le poster devraient avant tout susciter l'attention sur le thème des antibiotiques et ne contenir que les informations essentielles.
- Le post-it devrait en revanche se concentrer sur des recommandations pratiques.
- Le site web pourrait fournir des informations complémentaires et bien structurées au/à la lecteur-trice intéressé-e, afin de soulager les autres formats.

I Recommandations secondaires

Les deux recommandations secondaires sont moins prioritaires que les principales en termes de contenu, mais sont en revanche plus faciles et rapides à mettre en œuvre, car elles ne concernent que le niveau opérationnel. Elles proposent des possibilités concrètes d'optimisation des supports d'information :

Recommandation n°4 :***Simplifier la langue des supports d'information et mettre en évidence les conséquences de l'antibiorésistance***

Niveau : opérationnel / Destinataires : OFSP, OSAV et autres porteurs

Nous recommandons d'améliorer l'accessibilité des supports d'information en simplifiant le langage et d'explicitier les conséquences de l'antibiorésistance. Cette simplification passe par l'utilisation de mots plus simples et de phrases plus courtes. Les termes techniques devraient être utilisés de manière cohérente et illustrés par des exemples concrets. Selon le support, des éléments émotionnels pourraient être ajoutés afin d'atteindre les groupes cible ayant des besoins d'information tant élevés que faibles.

Recommandation n°5 :***Étudier puis mettre en œuvre des optimisations spécifiques selon le support d'information.***

Niveau : opérationnel / Destinataires : OFSP, OSAV et autres porteurs

Des optimisations spécifiques à chaque support sont recommandées dans la figure ci-dessous.

Possibilités d'optimisation spécifiques à chaque support d'information

	Possibilités d'optimisation*			
H** – Site web	Simplifier la langue	Mettre en avant les conséquences	Insister davantage sur l'objectif, améliorer la structure générale, rajouter des informations supplémentaires	
H – Affiche			Design plus attractif : raccourcir les textes, agrandir la police Pour plus d'informations : renvoi direct vers le site web	
A** – Poster animaux domestiques				
A – Poster chevaux, etc.				Contenu plus spécifique
H – Fiche d'information		Examiner les hyperliens	Mieux différencier les informations du côté recto de celle du côté verso ; mettre plus d'illustrations	
A – Flyer animaux domestiques			Recommandations pratiques plus concrètes ; unifier les titres et paragraphes ; revoir le choix des images	
A – Flyer chevaux, etc.				Contenu plus spécifique
A – Fiche de l'AGRIDEA			Design plus attractif : réduire la quantité d'information, moins d'éléments disparates, images et textes engageants ; interpeller directement le lecteur ou la lectrice ; mieux différencier du fascicule de 20 pages	
H – Vidéo explicative			Expliquer plus lentement l'antibiorésistance	
H – Post-it			Les recommandations pratiques doivent s'adresser directement aux destinataires	

Source : Haute école spécialisée du nord-ouest de la Suisse (FHNW).

Légende : * Mise en œuvre : vert = court terme / orange = moyen terme / jaune = long terme. ** H = Domaine médecine humaine / A = domaine médecine animale.