

## ACCÉDER À LA SANTÉ POUR TOUS

**Oratrice : Esther DUFLO**, Prix Nobel d'économie 2019 au MIT | États-Unis

Interrogée par **Akram BOUCHENAKI**, Président directeur général d'Abdul Latif Jameel Santé | Monaco

### JPAL, le laboratoire d'action contre la pauvreté

Esther Duflo a fondé en 2003 le Jameel Poverty Action Lab (JPAL), un réseau de plus de 1 000 chercheurs en économie qui travaillent en collaboration avec des acteurs de terrains (ONG, gouvernements...) et utilisent la méthode d'expérience de terrain à grande échelle pour évaluer les politiques sociales de lutte contre la pauvreté. La méthodologie employée pour ces expérimentations est semblable à celle utilisée lors d'essais cliniques : le JPAL choisit de manière aléatoire des régions dans lesquelles une intervention sociale aura lieu, et suit les résultats à la fois des régions ayant reçu l'expérimentation que ceux de celles ne l'ayant pas reçu. Cela permet d'évaluer les résultats et de les lier ou non à l'expérimentation.

### Les gouvernements devraient avoir recours à l'utilisation des réseaux sociaux pour la communication de leurs politiques publiques

Lors d'une de leurs expérimentations, le JPAL s'est associé avec Facebook. Ce dernier a accepté de mener une importante campagne sur son réseau social avant les fêtes de Thanksgiving et Noël : des médecins et infirmiers de différentes régions des États-Unis ont enregistré des vidéos visant à sensibiliser aux risques de contagion liés à la Covid 19 encourageant ainsi à rester chez soi. Les vidéos apparurent sous forme de publicité sur les comptes Facebook d'environ 30 millions d'abonnés habitant des régions choisies de manière aléatoire. Pour donner suite à l'expérimentation, les équipes du JPAL ont observé une possible corrélation entre ces vidéos et la limitation des déplacements des personnes y étant exposées combinée à la diminution du nombre de cas recensés dans les deux semaines ayant suivi la diffusion des vidéos. Cette expérimentation illustre l'impact des réseaux sociaux sur les comportements des individus. Ils peuvent être utilisés à bon escient par les gouvernements afin d'adresser des messages percutants aux populations qui y sont de plus en plus sensibles.

### Les messages véhiculés sous forme de vidéo ont un meilleur impact

Au début de la crise de la Covid-19, le JPAL s'est intéressé à la manière de sensibiliser les individus à adopter des comportements contribuant à les protéger du risque de contagion. Pour ce faire, le JPAL a décidé de mener une expérimentation au Bengale-Occidental en Inde : ils ont ainsi divisé l'état en 1 200 code postaux, choisi de manière aléatoire 900 d'entre eux et envoyé à tous les inscrits d'un réseau téléphonique des courtes vidéos enregistrées par Abhijit Banerjee, le responsable de la communauté de santé. Au travers de ces vidéos, Abhijit Banerjee s'est chargé de rappeler l'importance de déclarer les symptômes à l'infirmière du village et d'adopter les gestes barrières. Six vidéos, contenant des messages variés, ont ainsi été envoyées à environ 30 millions de personnes afin de comprendre si, non seulement recevoir une vidéo était efficace, mais également si les différents messages influençaient de manière différente les comportements. Le groupe contrôle recevait quant à lui non pas une vidéo mais simplement un message. À l'issue de l'expérimentation, ils ont remarqué que le fait de recevoir une vidéo était plus impactant sur les comportements des individus qu'un simple message écrit. Une telle expérimentation a permis de renforcer l'idée selon laquelle les décideurs politiques gagneraient à recourir aux réseaux sociaux et a fortiori à des formats vidéo car ils s'avèrent plus percutants que les messages écrits.

## Les messages portés par des personnes célèbres sont mieux reçus par la population

Le JPAL a observé le fait que le processus entre une expérimentation éprouvée et sa généralisation au titre d'une politique menée par un gouvernement est souvent très long. Lorsque la politique est dite plus complexe, elle requiert plus de pilotes intervenant à différentes échelles et travaillant en étroite collaboration avec le gouvernement. Toutefois et depuis une quinzaine d'années, le JPAL a constaté une certaine amélioration dans ce processus : les décideurs politiques se sont montrés de plus en plus sensibles aux résultats des expérimentations au point d'exprimer parfois leur souhait d'y prendre part. C'est le cas par exemple de l'expérimentation réalisée au Bengale-Occidental : l'expérimentation était directement menée avec le gouvernement et a permis de souligner l'impact positif d'une vidéo impliquant une personne influente. Abhijit Banerjee a donc réalisé 4 autres campagnes pendant des moments critiques de la crise de la Covid-19. Aujourd'hui, 540 millions de personnes ont été directement sensibilisées par des politiques publiques expérimentées par des membres du JPAL. Ainsi, il semble crucial que les gouvernements recourent à des personnalités influentes afin qu'une plus grande partie de la population soit influencée par leurs messages, et ce, de façon percutante.