

Introduction d'un nouveau vaccin

Considérations clés

Présenté par David Bishai



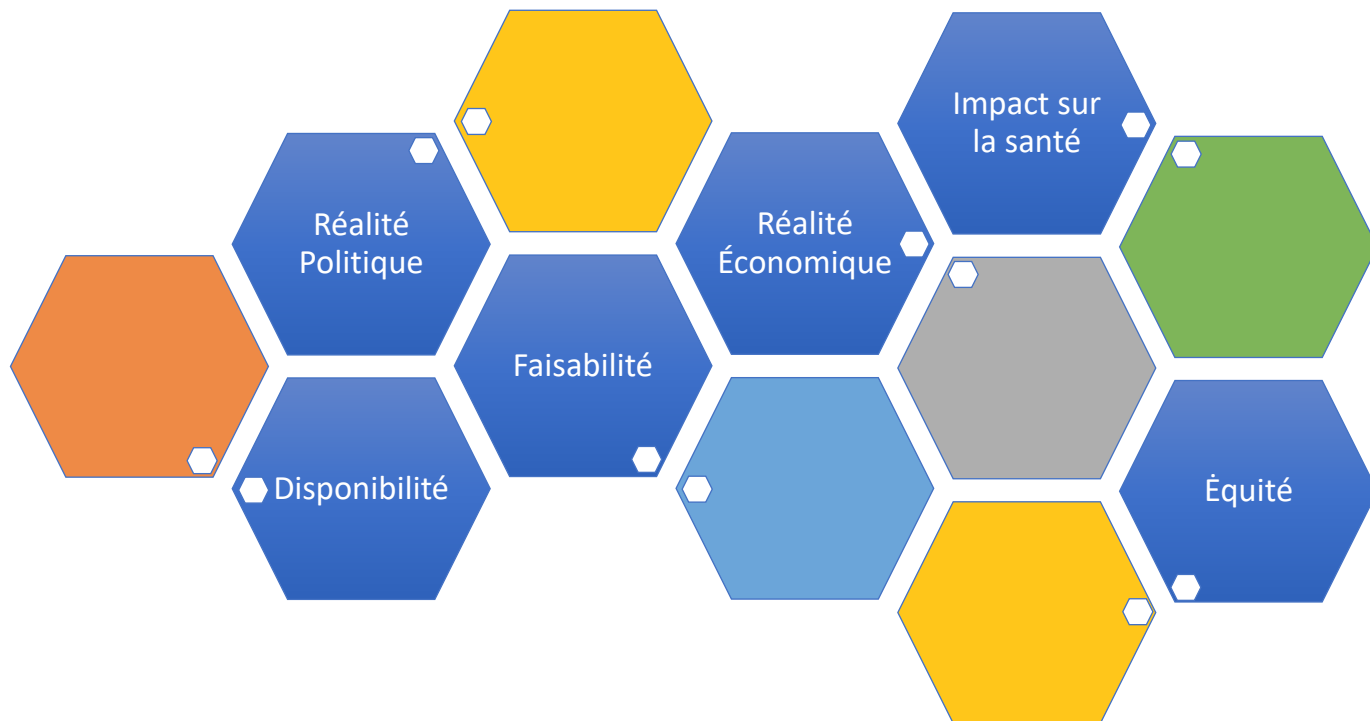
Plan

- Partie A: Vaccin COVID-19 - Pourquoi l'économie de l'introduction de nouveaux vaccins (NUVI) est différente.
- Partie B: Principes de l'économie de NUVI qui s'appliquent toujours au COVID
- Partie C: Principes d'hésitation à la vaccination - anciens et nouveaux
- Partie D: Plaidoyer et économie des vaccins pour 2021

Partie A

**Vaccin COVID-19 Pourquoi
l'économie de NUVI est
différente**

Le choix d'investir dans les vaccins est toujours une dynamique complexe



Le vaccin COVID-19 serait différent

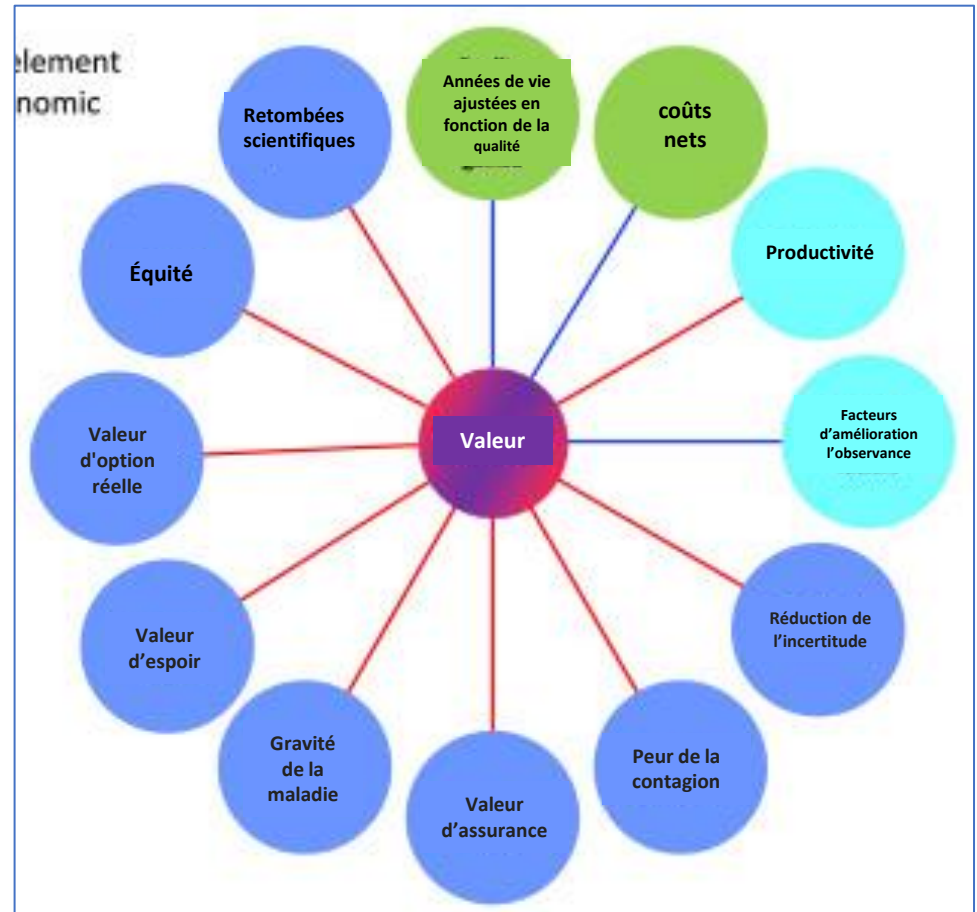
La proposition de valeur est différente

Les bienfaits dépassent la «santé» et les «vies sauvées»

- Équité
- Valeur d'espoir
- Peur de contagion
- Réduction de l'incertitude
- Réduction de l'effroi
- Retombées familiales

Compensation des coûts

- La valeur de «pas de pandémie» est de **milliers de** milliards de dollars
- Éviter une récession de 5 à 10%
- À l'échelle de tout le secteur de la santé



Qu'est-ce que la valeur de l'option réelle?

- La valeur réelle de l'option est le prix du marché du droit de fabriquer un produit. Cela peut valoir plus que ce que valent les ventes directes
- La valeur de l'option réelle d'un vaccin COVID-19 sûr et efficace est ce que la licence vaudrait si elle était vendue au plus offrant lors d'une enchère
 - Vaut peut-être plus que le revenu net attendu
- Pourquoi?
 - Gloire de sauver la planète
 - Puissance de l'accès à tous les présidents et premiers ministres du monde
 - Opportunités stratégiques
 - Jouez les enchérisseurs les uns contre les autres
 - Offres de contrepartie

Valeur du vaccin COVID-19

- PIB mondial
 - 142 milles milliards de dollars (18 685 dollars par personne)
- L'impact économique du COVID sur un an est une récession d'environ 10%
 - 14 milles milliards de dollars (1865 dollars par personne) +/- 50%
- Donc, si un vaccin COVID-19 peut éradiquer un problème de 14 milles milliards de dollars.... Quelle est sa valeur marchande?

Par comparaison: toutes les dépenses de santé sur terre en un an ne représentent que 9 milles milliards de dollars

Économie de l'introduction d'un nouveau vaccin (NUVI)

- Traditionnellement concerné par
 - Devrions-nous introduire le vaccin X?
 - Point discutable pour un vaccin COVID-19 qui s'est avéré sûr et efficace
- Également concerné par
 - Comment minimiser les coûts et les perturbations lorsque nous introduisons le vaccin X
 - Comment maximiser les avantages de l'introduction du vaccin X

Quatre composants de COVID-19 NUVI

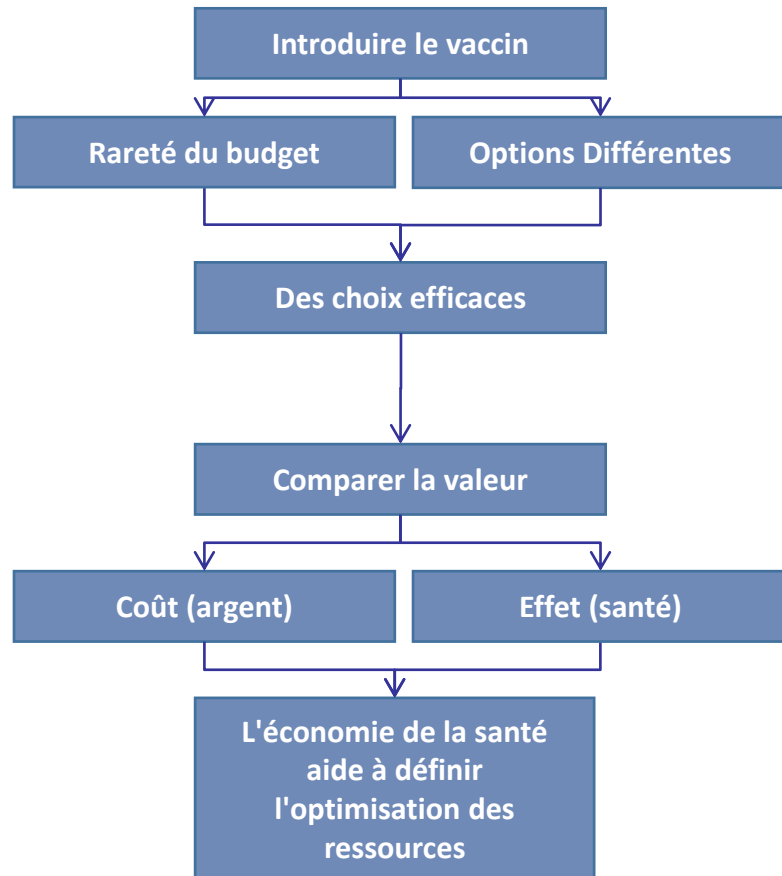
- Capacité de production de vaccin (problèmes du côté de l'offre)
 - La production mondiale du vaccin sera-t-elle suffisante pour soutenir la demande?
- Prix du vaccin et coût de la vaccination (problèmes de financement)
 - Compte tenu de la contraction des économies, comment les fonds seront-ils réaffectés à la vaccination contre le COVID-19 et à l'achat de vaccins - auprès d'autres vaccins / efforts de vaccination? D'autres interventions de santé publique? Des autres programmes sociaux?
- Stockage du vaccin (problèmes logistiques et opérationnels)
 - Si le vaccin nécessite un équipement spécialisé de la chaîne du froid, les programmes du PEV sont-ils en mesure de réaffecter des fonds à l'acquisition de l'équipement?
 - Diminuer l'inventaire d'autres vaccins pour faire de la place pour le vaccin COVID-19?
- Adoption du vaccin (problèmes liés à la demande)
 - Comment obtenir une couverture élevée malgré les rumeurs récentes et les fausses informations dans les médias sur le vaccin COVID-19?
 - À quel prix les campagnes de vaccination de masse affecteront-elles le risque d'être infecté?
 - Si l'offre de vaccin est faible, quel sous-groupe de population cibler?

Partie B

Économie des introductions de nouveaux vaccins

Économie NUVI?

Un outil pour les décideurs



Rareté (limitations) dans **Ressources** (budget)

Il existe de nombreuses **options différentes** pour l'introduction du vaccin

Les choix doivent être faites entre les options en raison des limites budgétaires

➤ Choisissez **efficacement** ?

➤ **Comparer!**

➤ **Valeur** des (nouvelles) interventions:

Valeur **Coût** (argent) et **effet** (santé)

Regarder les différences **incrémentale**!

Faites la sélection **explicite**

Également utile pour la **répartition équitable** des ressources de soins de santé dans la population

Économie et introduction de nouveaux vaccins

- Les gestionnaires de programme doivent savoir quels investissements seraient nécessaires pour introduire un vaccin afin d'obtenir le plus de santé possible au moindre coût
- Outils communs
 - Analyse coût-efficacité: «optimisation des ressources» d'un programme par rapport à une alternative réalisable
 - Impact budgétaire: modification du flux de fonds lorsqu'une organisation remplace un nouveau programme par le programme alternatif (actuel)

Base de données probantes - Introduction du vaccin

Clinique

- Fardeau de la maladie
- Efficacité du vaccin
- Sécurité des vaccins
- Ressources cliniques
- Stratégie du programme de vaccination

Politique

- Demande
- Acceptabilité
- Bénéfice politique
- Problème juridique
- Problèmes d'équité
- Questions éthiques
- Conformité à des programmes similaires dans d'autres régions

Économique

- Coût du programme
- Budget de la santé
- Financement externe
- Priorités concurrentes
- ***Rentabilité***

Le rapport qualité prix du vaccin: *Décision du consommateur*



Qu'est-ce que je retire des vaccins? Qu'est-ce que j'abandonne?

Avantages

- Pourquoi est-ce que je veux un vaccin?
- Comment préviendra-t-il la propagation des maladies infectieuses?

Alternatives

- D'autres vaccins?
- La prévention?
- Éducation?
- Infrastructure?
- Ne rien faire?

Coûts

- Quelles dépenses?
- À qui?
- Qui paye?
- Conséquences inattendues?

Payer les coûts

- Des économies?
- Retour sur investissement?
- Prévention par rapport au traitement
- Réduire les dépenses sur d'autres articles?

Le rapport qualité prix: *Secteur de la santé*

Avantages

- Enfant
- Famille
- Communauté
- Nation
- Quelles métriques?

Alternatives

- Statu quo (pas de nouveau programme)
- Masques
- Quarantaines
- Traitement

Programme de vaccination



Coûts

- Vaccin
- Personnel
- Chaîne d'approvisionnement
- Coût pour le patient et sa famille

Payer les coûts

- Fonds disponibles
- Budget d'équipe
- Frais de service
- Nouvelles taxes
- ONG

Qui sont les parties prenantes?

- Grand public
 - Sous-groupes de population basés sur les catégories socio-économiques
- Groupes de défense des patients
- Payeurs
- Entités gouvernementales
- Entreprises
- Organisations internationales

Les avantages et les coûts des vaccinations contre le COVID-19 sont importants et très inégalement répartis. Ainsi, différents groupes pourraient préférer différentes politiques et stratégies de vaccination.

Partie C

Hésitation à la vaccination

Le problème du free-rider (passager clandestin)

- Le free riding est une tentative de bénéficier d'un bien public sans partager le coût
 - Exemples

Le free riding et vaccins

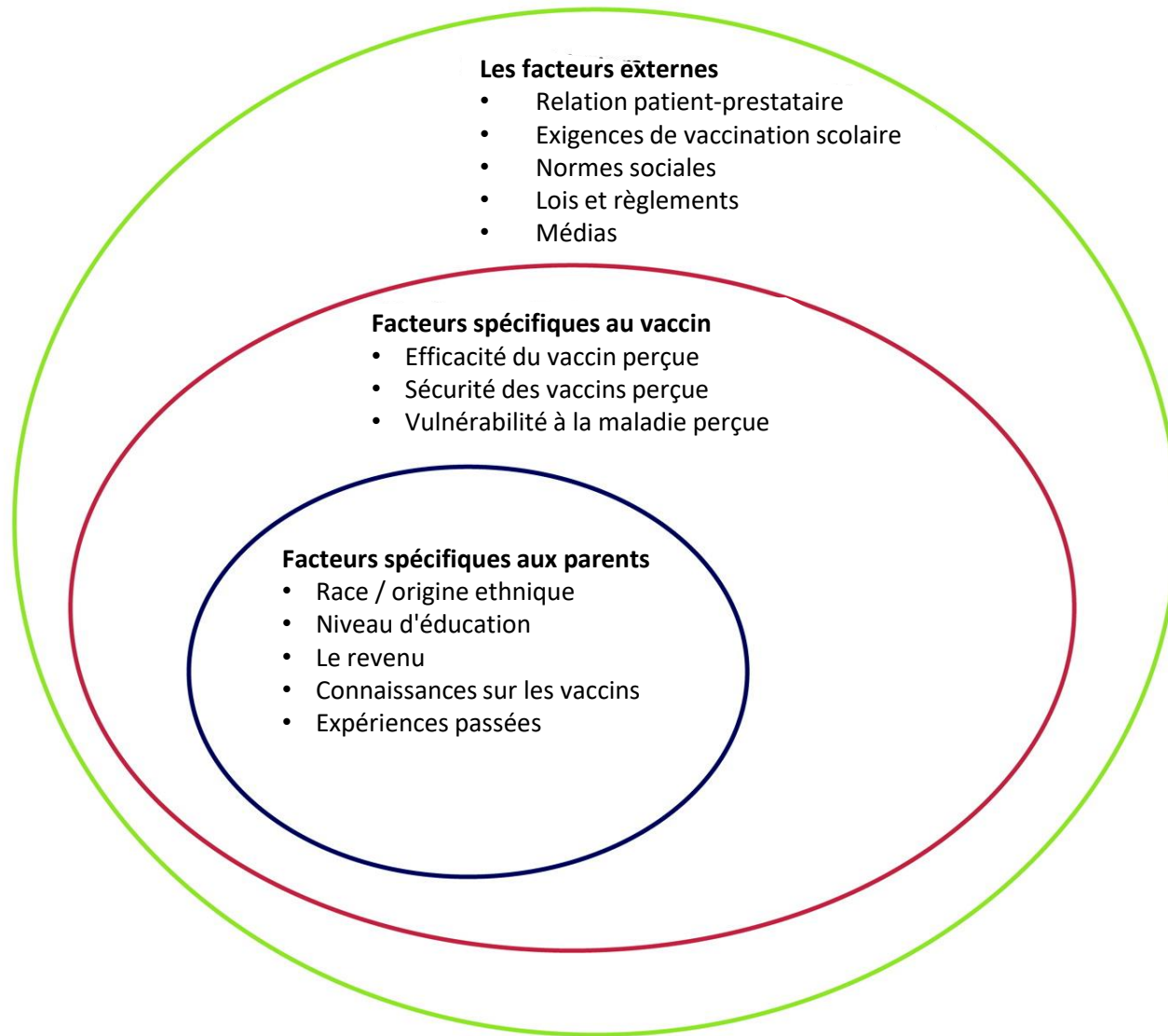
- Que se passe-t-il quand quelqu'un utilise gratuitement (fait du free riding) le système de vaccination?
 - Bénéficient-ils d'une protection privée?
 - Pensez à la rougeole
 - Pensez au tétanos
 - Considérez le VPH
 - Bénéficient-ils de l'immunité collective?

Mais pourquoi les gens se désengagent-ils?

- Niveau de bénéfice d'une injection
 - Diminue (à zéro) à mesure que la couverture augmente (à 99,9%)
- Tous les risques ne sont pas perçus de la même manière
 - Les risques imposés par quelqu'un d'autre nous inquiètent plus
 - Les risques d'origine humaine nous inquiètent plus que les risques naturels
 - Les risques que nous ne pouvons maîtriser nous inquiètent davantage
 - Les risques qui proviennent de sources non fiables nous inquiètent davantage

.

Hésitation à la vaccination (Gowda et Dempsey, 2013)



Comment pouvons-nous lutter contre le free-riding?

- Offrir des incitations à la vaccination
 - Transferts monétaires conditionnels
 - Cela crée un prix inférieur à zéro
- Vaccinations obligatoires (forcées)
 - Amendes ou punitions ou refus d'entrée à l'école si non vacciné
 - Nécessite de la confiance et un un risque perçu faible
- Remodeler les normes sociales pour encourager les comportements prosociaux - coup de pouce social
- Persuasion basée sur la «bonne citoyenneté»
- CONFIANCE

Confiance

- La confiance est la crédibilité que nous accordons aux informations et aux sources d'informations
- Fondations de confiance
 - Expérience passée avec la source
 - Relation personnelle avec la source
 - Famille et amis
 - Fournisseur de santé de longue date
 - Tribalité
 - La source est-elle membre de «mon peuple»?
 - Réputation
 - Ce que les autres disent de la source
 - Cohérence avec d'autres croyances et épistémologie
- Le pouvoir du récit
 - Une histoire peut l'emporter sur 100 essais randomisés

Outils économiques

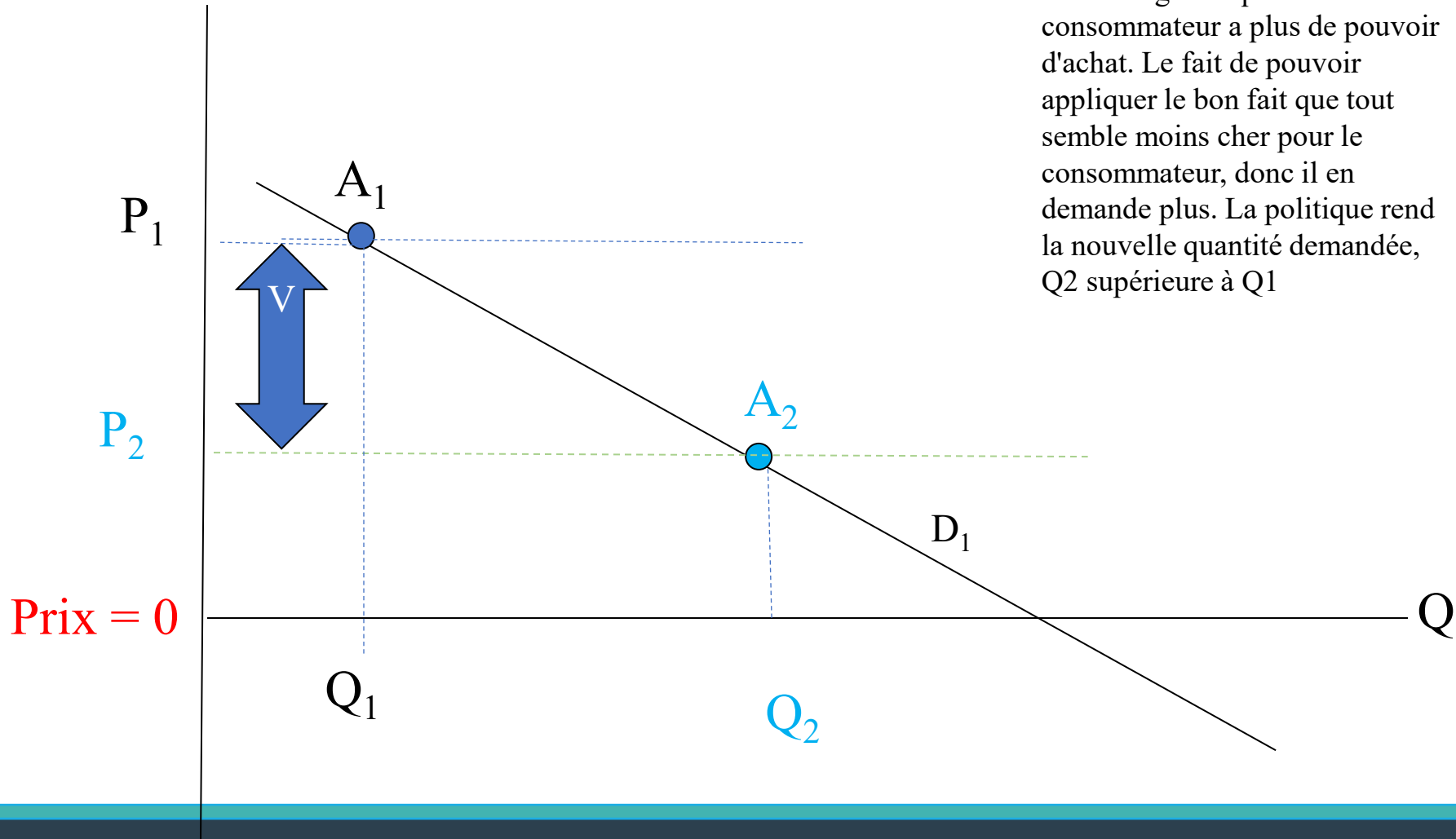
- Les subventions
 - Obtenir des frais à zéro
 - Obtenir des coûts d'accès à zéro
 - Obtenir des coûts inférieurs à zéro
- Mandats

Quel est le «prix» du vaccin

- Le prix comprend tous les coûts d'opportunité payés par le ménage pour se faire vacciner.
- Il comprend
 - Temps passé à voyager et à attendre
 - Perte de productivité économique en raison de l'absence de travail, d'école ou de travaux ménagers
 - Pertes en cas d'effets secondaires du vaccin
 - Frais payés si vacciné dans le secteur privé
- Les diapositives suivantes montrent «P» et font référence à ces ressources ménagères perdues

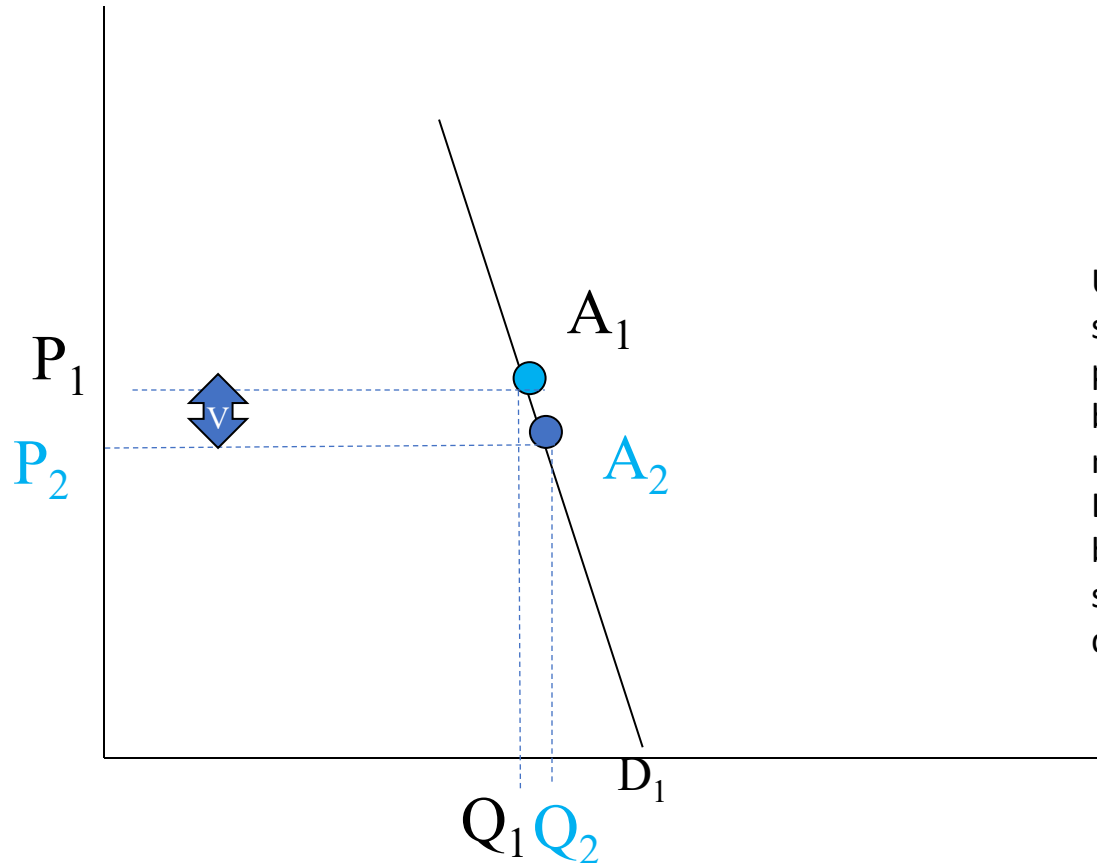
Un bon (subvention) peut augmenter la demande

P



Les courbes de demande abruptes signifient que les biens ne fonctionnent pas aussi bien.

P

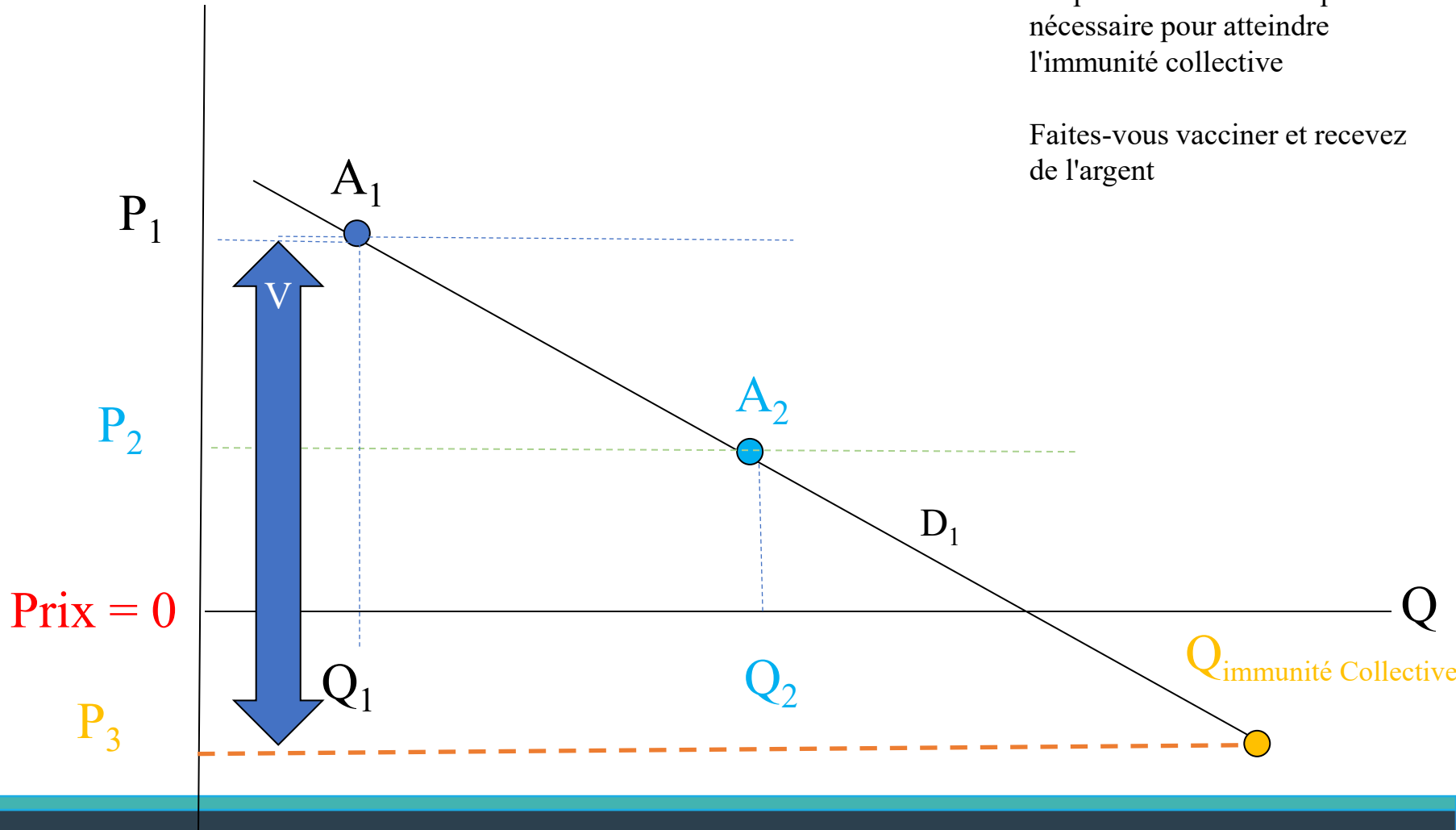


Une courbe de demande abrupte signifie que la quantité ne bouge pas beaucoup lorsque le prix baisse, de sorte que le bien n'affecte pas autant la demande. Les personnes qui utilisent des biens pour la politique doivent savoir dans quelle mesure la demande est sensible aux prix.

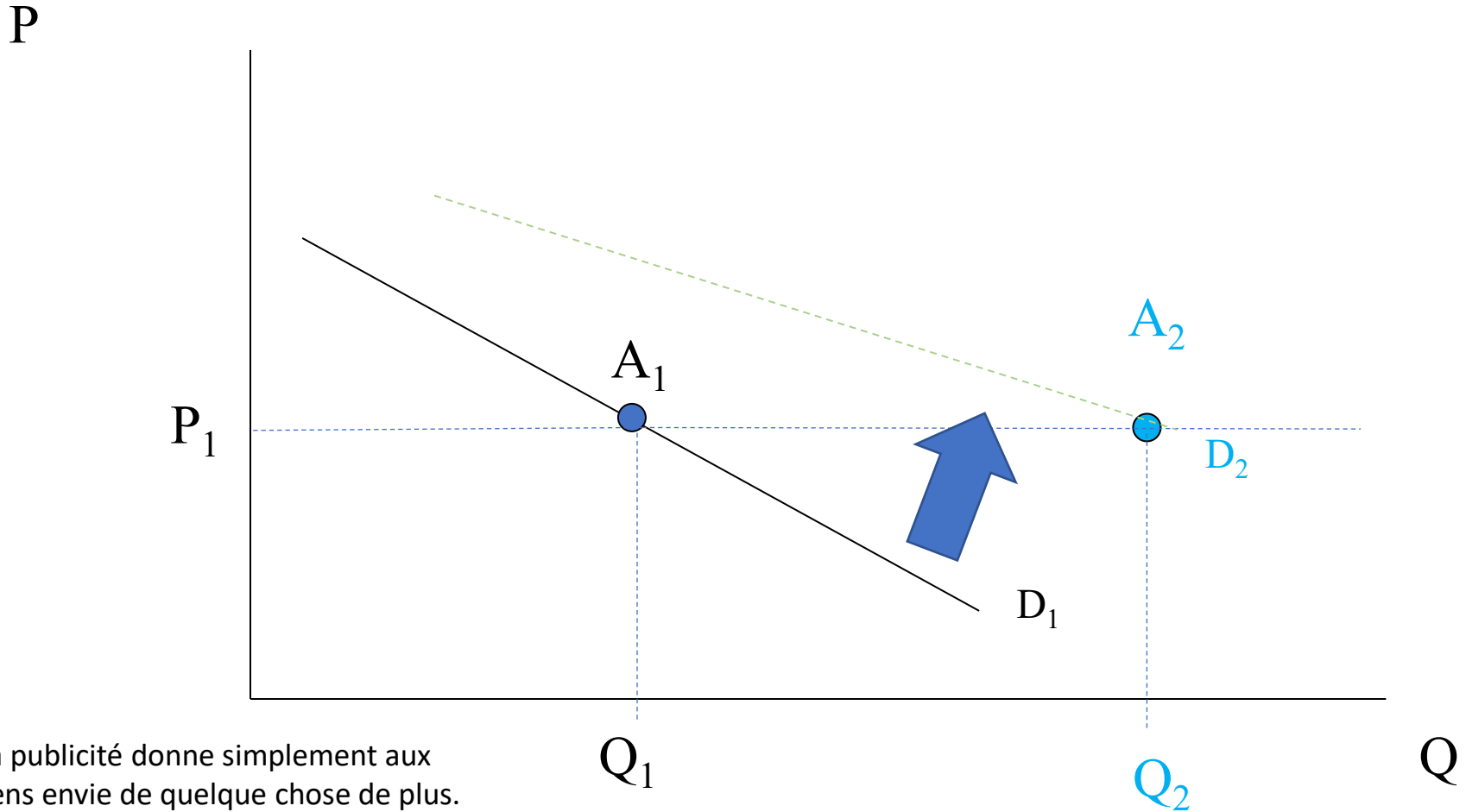
Q

Pourrait avoir besoin d'un prix inférieur à zéro

P



La publicité peut faire évoluer la demande et la rendre moins sensible au prix



La publicité donne simplement aux gens envie de quelque chose de plus. Cela peut remonter la courbe et rendre les gens moins sensibles aux prix.

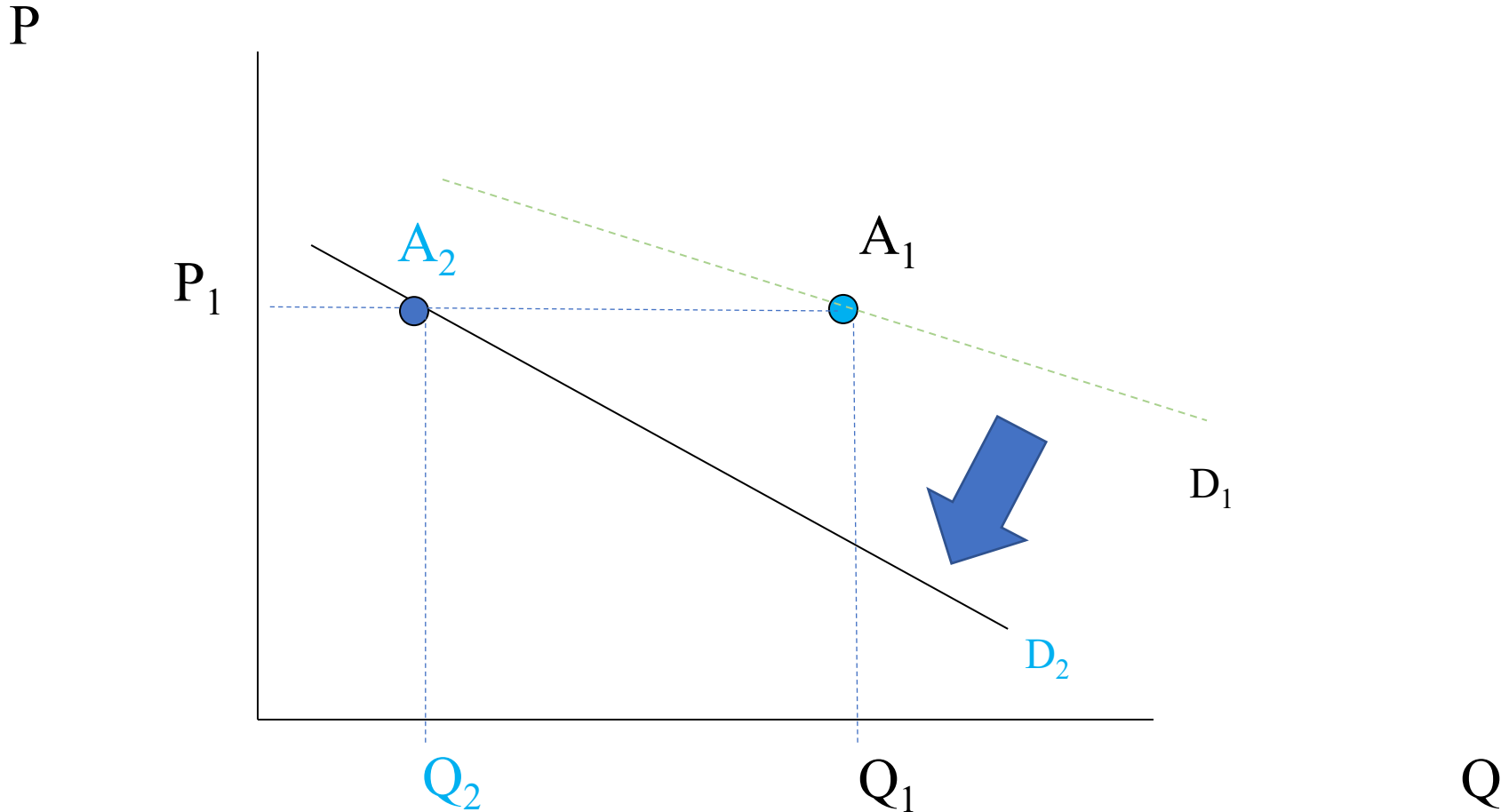
Psychologie de la publicité

- Quelle est la proposition de valeur d'un produit de santé?
- Considérez le vaccin contre le VPH.
 - Quels sont les objectifs de quelqu'un qui fait ce choix?
 - Qu'est-ce qui détermine leur réactivité à la publicité?
- Considérez maintenant le vaccin COVID-19
 - Quels sont les objectifs de quelqu'un qui fait ce choix?
 - Qu'est-ce qui détermine leur réactivité à la publicité?

Les rumeurs de danger peuvent faire baisser la demande

- Dessinez ce qui se passe s'il y a une peur du vaccin?

La peur de la demande fait baisser la demande et la rend moins sensible aux prix



La peur déplace la demande de D_1 à D_2 .

Des programmes de vaccination efficaces peuvent réduire la demande

- Effets Philipson
 - Les consommateurs rationnels ont une demande proportionnelle au risque d'infection
 - Si une maladie devient plus rare, la demande devrait diminuer
 - S'il y a beaucoup d'immunité collective, il est rationnel de ne pas payer autant ou de voyager aussi loin pour se faire vacciner.
 - Plus les programmes de vaccination réussissent, plus ils doivent faire appel à la pression sociale plutôt qu'aux avantages directs pour la santé.

Pourquoi subventionner ou faire de la publicité?

- Externalités
 - Les gens peuvent être rationnels, mais sans encouragement ni subventions, ils propagent trop de maladies
- Information asymétrique
 - Les gens ne connaissent tout simplement pas la valeur des vaccins
- Incertitude
 - Les gens craignent des choses inconnues sur les effets secondaires et la sécurité

Est-il possible de dépenser trop pour promouvoir les vaccins

- La règle fondamentale de l'efficacité économique peut aider
- $CM = BM$
- Coût marginal = bénéfice marginal

Coût marginal d'un dollar de plus dépensé pour promouvoir les vaccins

=

Bénéfice marginal de la réduction des maladies par rapport à la prévention des maladies évitables par la vaccination

- Ne dépensez pas plus que ça. Ne dépensez pas moins.

Résumé

- Il y a des raisons de vouloir déplacer les courbes de demande
- Les prix planchers et le plafonnement de prix peuvent changer ce que font les marchés
- La publicité, la taxation et le subventionnement peuvent modifier les courbes de demande
- Les avantages de déplacer la demande doivent être justifiés par le coût.

Partie D: Plaidoyer et économie des vaccins pour 2021

Plaidoyer pour les vaccins - Résumé des étapes

- Écoutez les gens - citoyens, politiciens, infirmières, ASC
- Impliquez les gens pour élaborer un plan basé sur des données
- Créez des messages et du matériel et vérifiez-les avec les parties prenantes
 - Construire et maintenir des coalitions solides
 - Impliquer les responsables politiques et les décideurs
- Informer et impliquer le public dans la conception des messages
- Surveillez et évaluez votre travail

Atouts en place pour le plaidoyer

- Les approches de co-conception sont culturellement cohérentes dans de nombreux contextes
 - Urgent d'activer ceci maintenant
- Rassemblez-vous pour écouter
- Assemblez-vous pour répondre aux questions
- Partenariats à trois
 - Citoyens
 - Les politiciens
 - Experts de la santé



Agents de Santé Communautaire (ASC)

- Redéploiement des ASC pour le vaccin COVID-19
- Typique des AVS
- Avantages de la confiance
- Archivage
- Trouver des lacunes
- Évaluer les hésitations et les rumeurs



Les vaccins comme bien public - Rôle public

- Les vaccins offrent des externalités positives
- La plupart des vaccins sont peu coûteux et rentables
 - Une analyse récente montre qu'un investissement de 1 \$ dans un portefeuille de vaccins, rapporterait jusqu'à 16 \$ (2011-2020).
- Certains vaccins infantiles comme la rougeole et le tétanos protègent les pauvres plus que les riches
 - Il est important que les systèmes de livraison atteignent les pauvres
- Le free riding nécessite une solution publique

Les vaccins comme bien public - Pourquoi la fourniture publique

- La vaccination est dans l'intérêt public car les avantages vont au-delà de ceux qui reçoivent les vaccins
- Même de petits coûts pour les ménages peuvent constituer un obstacle à l'accès et s'ils sont dissuadés, la société ne peut pas bénéficier des avantages de l'immunité collective.
- À mesure que la couverture augmente, les groupes non vaccinés peuvent avoir plus de résistance aux vaccins en raison du free riding

Approche publique / privée / mixte?

- Le secteur privé à but non lucratif (PNFP) et le secteur privé peuvent potentiellement aider le secteur public à vacciner
 - Utile si le gouvernement a une main-d'œuvre limitée
 - Utile s'ils apportent un financement
 - Inutile si le secteur privé débauche des travailleurs
 - Inutile si leur qualité est mauvaise
- Le secteur privé a besoin d'une réglementation pour s'assurer que les clients ne sont pas mis à profit
- Le secteur privé ne s'attaquera pas automatiquement au free riding

Résumé

- Il y a des raisons de vouloir déplacer les courbes de demande
- Les prix planchers et le plafonnement de prix peuvent changer ce que font les marchés
- La publicité, la taxation et le subventionnement peuvent modifier les courbes de demande
- Les avantages de déplacer la demande doivent être justifiés par le coût.