

RISP

Gennaio 2024

Report Infodemico per la Sanità Pubblica



UNIVERSITÀ DI PISA



Centro nazionale per la prevenzione
e il Controllo delle Malattie



Bambino Gesù
OSPEDALE PEDIATRICO

VOLUMI TOTALI: Vaccini (generale)

Dati calcolati su tutti i contenuti social e su tutte le news intercettate o dal filtro di ricerca generico su vaccini, o dal filtro di ricerca specifico su vaccino antinfluenzale (la metodologia è indicata a fianco a ciascun parametro).

| | DICEMBRE 2023 | GENNAIO 2024 | |
|---|---------------|--------------|---------|
| VOLUME TOTALE Volume totale di contenuti social nel periodo di riferimento intercettati dal filtro di ricerca | 75k | 59k | -20,92% |
| VELOCITY PER HOUR Numero di contenuti pubblicati in un'ora | 169 | 136 | -19,79% |
| MEDIA REACH Numero di utenti che si sono potenzialmente imbattuti negli articoli web intercettati | 3.1M | 2.1M | -27,59% |
| POTENTIAL SOCIAL IMPRESSION Numero di utenti che si sono potenzialmente imbattuti nei contenuti social intercettati | 207M | 182M | -11,95% |



Social Media Sentiment: NEUTRALE

Il *sentiment* è la sensazione o l'atteggiamento espressi da un utente nei confronti di un brand, un servizio o un prodotto - nel nostro caso nei confronti dei vaccini



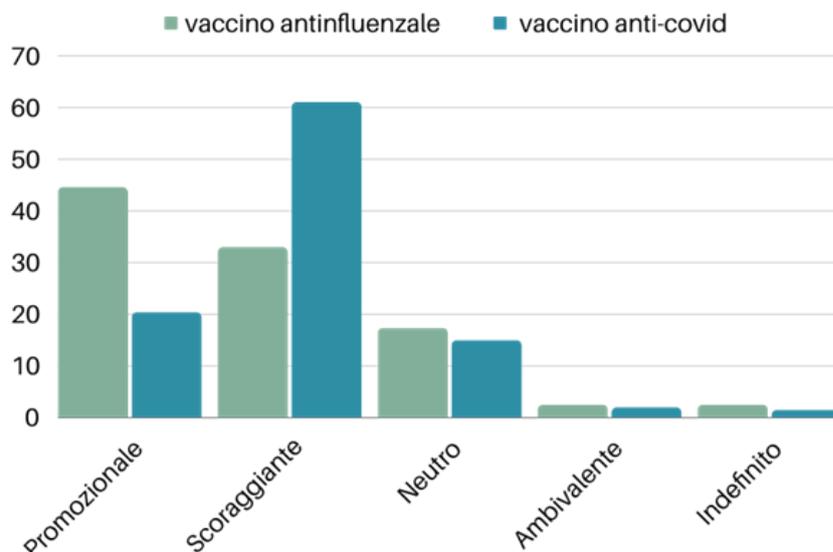
Social Media Emotions:

- 67,6% TRISTEZZA
- 32,4% PAURA

Emozione espressa nei contenuti social, analizzata tramite tecniche di intelligenza artificiale

Vaccine Stance*

Posizione nei confronti del vaccino antinfluenzale e del vaccino anti-covid



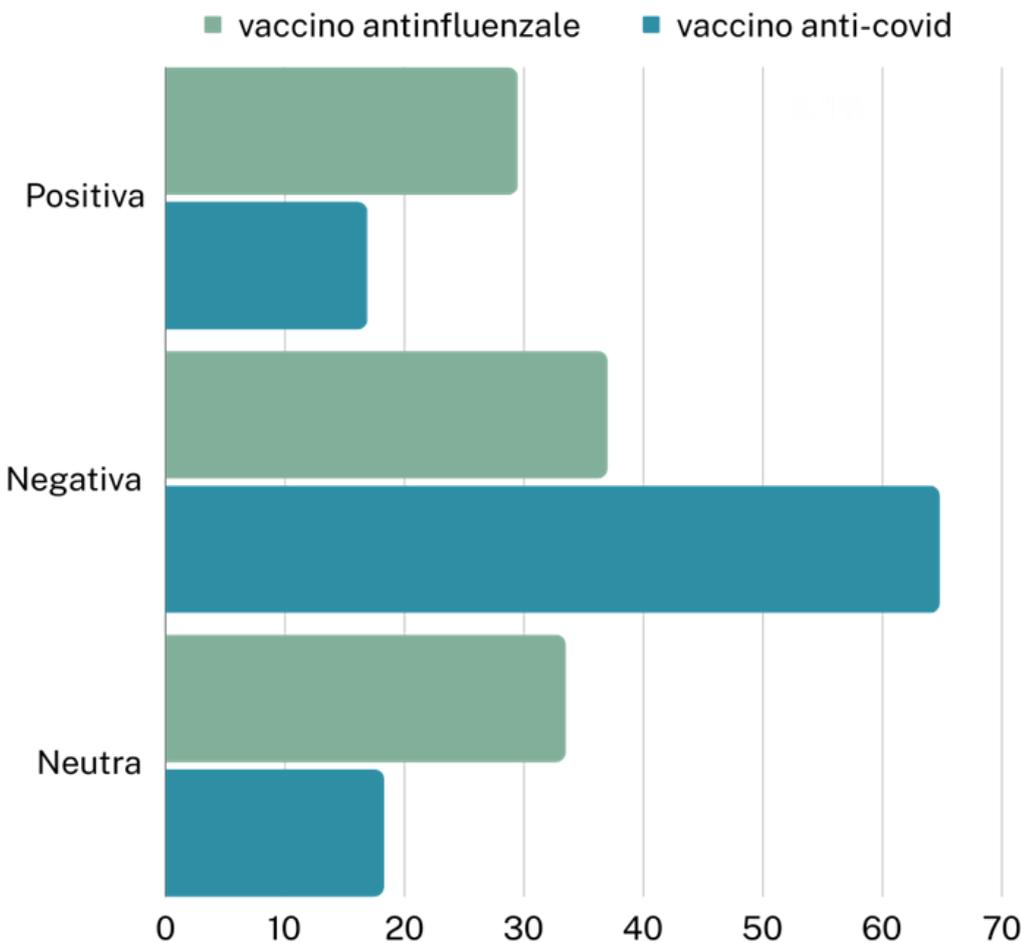
*Analisi di un campione di 509 contenuti social su vaccino anti-covid e di 397 contenuti social su vaccino antinfluenzale pubblicati a Gennaio 2024

NARRATIVE

X e Facebook - Analisi Tematica

Analisi di un campione di 397 contenuti social su vaccino antinfluenzale e 509 su vaccino anti-covid19 pubblicati a Gennaio 2024, con alto livello di engagement, cioè con il maggior livello di interazione da parte degli utenti (ad esempio, tramite like o retweet). I contenuti vengono selezionati ed analizzati settimanalmente.

Descrizione delle narrative

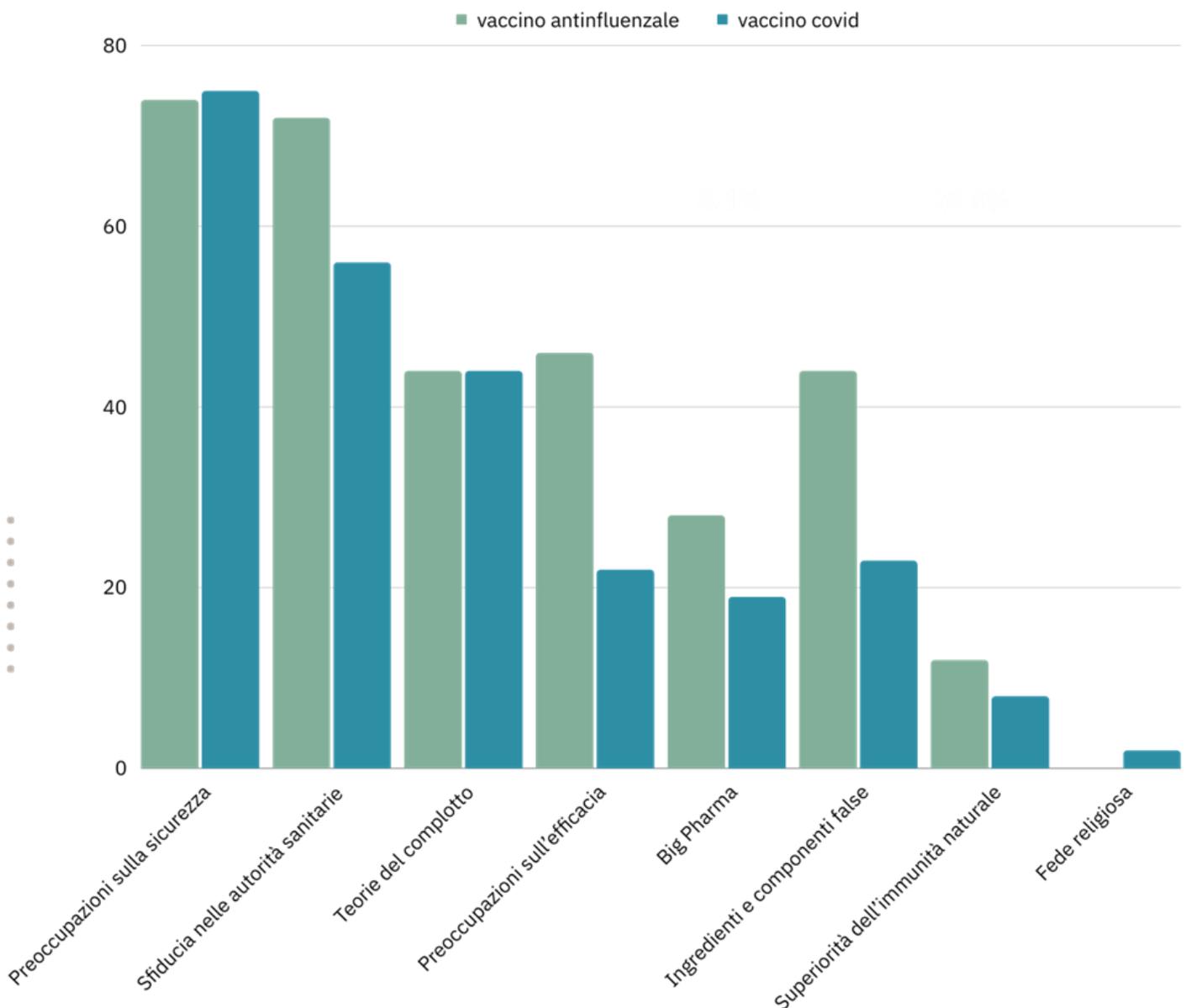


NARRATIVE

X e Facebook - Analisi Tematica

Analisi di un campione di 397 contenuti social su vaccino antinfluenzale e 509 su vaccino anti-covid19 pubblicati a Gennaio 2024, con alto livello di engagement, cioè con il maggior livello di interazione da parte degli utenti (ad esempio, tramite like o retweet). I contenuti vengono selezionati ed analizzati settimanalmente.

Descrizione delle narrative negative



NARRATIVE - IMPLICAZIONI-RACCOMANDAZIONI

NARRATIVE

Il vaccino antinfluenzale e anti-covid non funzionano

Il vaccino anticovid causa morte-tumori-malattie

Il vaccino antinfluenzale ha causato morte improvvisa in un diciannovenne statunitense

LIVELLO DI RISCHIO E IMPLICAZIONI

RISCHIO MEDIO

Sia il vaccino antinfluenzale sia il vaccino anti-covid sono raccomandati per le categorie a rischio, con l'obiettivo principale di prevenire in particolare le forme gravi di malattia. L'accettazione dei due vaccini potrebbe essere compromessa da aspettative "esagerate" nei confronti del vaccino (capacità di prevenire anche le forme lievi per il vaccino anti-covid; capacità di prevenire qualunque infezione delle alte vie respiratorie per il vaccino antinfluenzale).

RISCHIO MEDIO

I dubbi riguardanti la sicurezza del vaccino anti-covid potrebbero ridurre la fiducia nei confronti del vaccino e dunque la copertura vaccinale. Un'esitazione vaccinale più estesa potrebbe coinvolgere anche le categorie a rischio per le quali il vaccino è raccomandato.

RISCHIO BASSO

Qualora la narrativa dovesse diffondersi, l'accettazione del vaccino antinfluenzale potrebbe ridursi, facendo leva sulla dinamica di percezione del rischio.

RACCOMANDAZIONI

La contrazione della conversazione generale relativa ai vaccini fa rilevare una crescita, in proporzione, delle narrazioni negative sui vaccini, soprattutto sul vaccino anti covid-19, e potenziali picchi di disinformazione.

In questa fase in cui la circolazione del virus influenzale e di quello del covid-19, è ancora presente, benché in forma più attenuata, risulterebbe, dunque, efficace rafforzare il flusso comunicativo e colmare i vuoti informativi producendo maggiore materiale che risponda alle domande emerse dai cittadini relative:

- alle fasce di popolazione a cui sono raccomandate le diverse vaccinazioni;
- alle modalità operative per le somministrazioni (chi prescrive, chi somministra, dove, quando e come si prenota, se è gratuito o se ha un costo, ecc...)
- alla sicurezza e alle modalità di vaccinazione in gravidanza;
- alla sicurezza e alle modalità di vaccinazione dei minori (obbligatorie e raccomandate).

Appare anche importante elaborare iniziative di ascolto e di condivisione della comunicazione, anche associate ad iniziative formative, efficaci per rispondere ai dubbi e ai fenomeni di esitazione rilevati dai cittadini da parte di alcuni medici di medicina generale e di alcuni pediatri di libera scelta.

INDICE

| | |
|----------------------------|---------|
| 1. Sintesi | Pag. 6 |
| 2. Scopo e metodologia | Pag. 7 |
| 3. Contesto Epidemiologico | Pag. 8 |
| 4. Volumi e Statistiche | Pag. 10 |
| 5. Narrative | Pag. 13 |
| 6. Narrative distorte | Pag. 17 |
| 7. Profili Istituzionali | Pag. 18 |
| 8. Necessità informative | Pag. 19 |
| 9. Notizie web | Pag. 20 |
| 10. Lanci d'agenzia | Pag. 21 |
| 11. Raccomandazioni | Pag. 22 |

1. SINTESI

Nel mese di Gennaio 2024 abbiamo assistito ad un'ulteriore, intensa contrazione della conversazione generale sui vaccini sul web e sui social media (-20.9%). La riduzione ha riguardato in egual misura sia la conversazione sul vaccino antinfluenzale (-32.8%) sia la conversazione sul vaccino anti-covid (-32.8%). Questa variazione è stata parallela alla riduzione delle relative curve epidemiche. Rispetto al mese precedente, alcuni contenuti relativi alla vaccinazione anti-covid hanno dimostrato un potenziale di viralità più spiccato (il che non è stato osservato per la vaccinazione antinfluenzale). Parallelamente alla riduzione della conversazione sulle piattaforme social, è stata anche osservata una diminuzione del numero dei lanci d'agenzia.

Nel presente report abbiamo indagato la produzione di contenuti sia su vaccino antinfluenzale che su vaccino anti-covid.

Emerge una netta differenza tra la *stance* nei confronti del vaccino anti-covid e quella nei confronti del vaccino antinfluenzale: **un'ampissima fetta dei contenuti social con maggiore engagement relativi al covid è di natura scoraggiante** (circa i 2/3) - nel caso del vaccino antinfluenzale la proporzione è di circa 1/3 (proporzione simile ai mesi precedenti). In questa differenza svolge un ruolo importante la quota (più ampia per influenza che per covid) di una **conversazione neutra-positiva, sostenuta soprattutto dalle aziende sanitarie locali**.

Per quanto riguarda le narrative distorte, continua ad essere presente l'idea che i **vaccini per covid e influenza siano poco efficaci**, e aumentino inoltre la gravità della malattia quando viene questa contratta dopo il vaccino (rispetto al decorso dei non-vaccinati, che viene descritto come più lieve).

Per quanto riguarda il **covid**, emergono scarse necessità informative sulle caratteristiche del vaccino; inoltre, dalle conversazioni sembra emergere confusione sulla popolazione target del vaccino (il vaccino è raccomandato per categorie a rischio secondo le linee guida ministeriali, mentre la maggior parte degli utenti sembra convinta che il vaccino sia ancora raccomandato a tutta la popolazione). La disinformazione sulla sicurezza del vaccino anti-covid, soprattutto su X, è costituita soprattutto da **notizie complottistiche sul vaccino come causa di morte, tumori, problematiche cardio-vascolari**.

Infine, la notizia di una donna a cui è stato accordato un risarcimento per miocardite da vaccino anti-covid viene strumentalizzata per promuovere istanze no-vax, quando invece la miocardite è in effetti un effetto collaterale descritto e soprattutto reversibile.

Per quanto riguarda il **vaccino antinfluenzale**, è circolata molto la storia di un diciannovenne deceduto negli Stati Uniti a 24h dalla somministrazione del vaccino anti-influenzale, che tuttavia sembra essere rimasta confinata a X, la piattaforma social dove è circolata di più. Infine, dall'analisi delle stringhe usate nei motori di ricerca e dai commenti ai video Instagram e TikTok più virali, emerge un vuoto informativo sulla vaccinazione in gravidanza.

2. SCOPO E METODOLOGIA

Il grande volume di informazioni presenti sul web e sui social media, e la frequente presenza di informazioni inaffidabili, possono avere un impatto sulle percezioni, sugli atteggiamenti e, in definitiva, sulle decisioni delle persone sulla propria salute.

Lo scopo del presente report, compilato seguendo il framework WHO-UNICEF “Infodemic Insights Report” ⁽¹⁾ è quello di fornire una panoramica tempestiva, aggiornata con cadenza mensile, della conversazione su specifici temi di salute sul web e sui social media, e di integrarla con altre fonti di dati, con l’obiettivo supportare iniziative di comunicazione pubblica e di gestione dell’infodemia.

Il report di social listening è sviluppato da un gruppo multidisciplinare costituito da medici esperti in salute pubblica, clinici, giornalisti, data scientist, esperti di comunicazione, di internet studies e di digital marketing.

- (1) **WHO/UNICEF How to build an infodemic insights report in 6 steps**
<https://www.who.int/news/item/06-07-2023-introducing-rapid-social-listening-and-infodemic-insights-for-action-who-and-unicef-launch-manual-on-6-steps-to-build-an-infodemic-insights-report>

Il presente report è stato sviluppato grazie all’analisi integrata di dati provenienti da diverse fonti. Il nucleo del report è il monitoraggio di social media e di news media, effettuato sia tramite una piattaforma di monitoraggio (Pulsar) sia tramite tecniche di *snowball sampling*. Ogni mese tali dati verranno integrati con informazioni provenienti da altre fonti (ad esempio, sondaggi, interviste, risultati di campagne vaccinali, etc.).

KEYWORD PRINCIPALI

vaccino, vaccini, vaccinazione, vaccinazioni,
vaccinato, vaccinate, vaccinati, immunizzazione

KEYWORD SECONDARIE

influenza, influenzale, influenzali,
antinfluenzale, antinfluenzali, flu

FONTI

Social Media

Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, TikTok,
Pinterest, Twitch, Blog e Forum

News Online

Agenzie stampa
Ricerche su motori di ricerca

3. CONTESTO EPIDEMIOLOGICO

Dati estratti dal report «Vaccini Anti COVID-19» realizzato dal Ministero della Salute.

Ultimo aggiornamento dati

01-02-2024



2.157.588

Totale somministrazioni con vaccino adattato XBB 1.5

totale somministrazioni aggiornate al mese precedente: 1.927.035

Somministrazioni su base settimanale del richiamo con XBB 1.5

Vaccinazioni dal 26/01/2024 al 01/02/2024: 17.879



- Pfizer/BioNTech
- Novavax
- Pfizer Pediatrico



4. VOLUMI E STATISTICHE

Dati calcolati su tutti i contenuti social e su tutte le news intercettate dal filtro di ricerca generico su vaccini, e dal filtro di ricerca specifico su vaccino anti-covid (la metodologia è indicata a fianco a ciascun parametro). I filtri intercettano esclusivamente contenuti in italiano, pubblicati da utenti italiani.

La variazione percentuale riportata sotto il valore della metrica è calcolata confrontando i parametri del mese attuale con quelli relativi al mese precedente.

a. Statistiche generali

Total Volume

Volume totale di contenuti social nel periodo di riferimento intercettati con il filtro di ricerca

Vaccini
(filtro generico)

TOTAL VOLUME

59K

-20.92%

Vaccino COVID
(21.4% dei contenuti sui vaccini)

TOTAL VOLUME

13K

-27.06%

Vaccino influenza
(6.2% dei contenuti sui vaccini)

TOTAL VOLUME

3.7K

-32.78%

Velocity per Hour

Numero di contenuti pubblicati in un'ora

VELOCITY PER HOUR

136

-19.79%

VELOCITY PER HOUR

30

-31.32%

VELOCITY PER HOUR

20

32.12%

Media Reach

Numero di utenti che si sono potenzialmente imbattuti negli articoli web intercettati

MEDIA REACH

2.2M

-27.59%

MEDIA REACH

1.2M

-43.84%

MEDIA REACH

784K

-24.95%

Potential Social Impressions

Numero di persone che si sono potenzialmente imbattute nei contenuti social intercettati

POTENTIAL SOCIAL IMPRESSIONS

182M

-11.95%

POTENTIAL SOCIAL IMPRESSIONS

40M

-32.58%

POTENTIAL SOCIAL IMPRESSIONS

14M

33.6%

Social Shares

Numero di volte in cui sono stati condivisi contenuti social intercettati (indica l'engagement dell'audience rispetto all'argomento e l'eventuale viralità)

SOCIAL SHARES

322K

132.22%

SOCIAL SHARES

275K

176.71%

SOCIAL SHARES

35K

-25.1%

4. VOLUMI E STATISTICHE

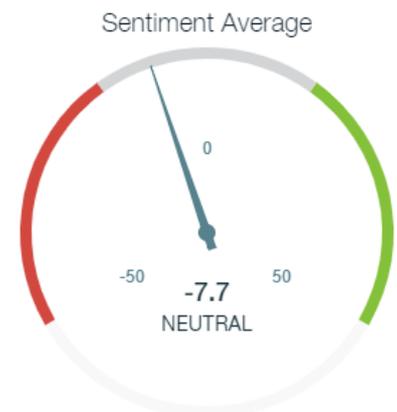
b. Social Media - Emotions (vaccini in generale)

Emozione espressa nei contenuti social media, analizzata tramite tecniche di intelligenza artificiale



c. Social Media - Sentiment (vaccini in generale)

Il *sentiment* è la sensazione o l'atteggiamento espressi da un utente nei confronti di un brand, un servizio o un prodotto – nel nostro caso, nei confronti dei vaccini.



d. Autori (vaccini in generale)

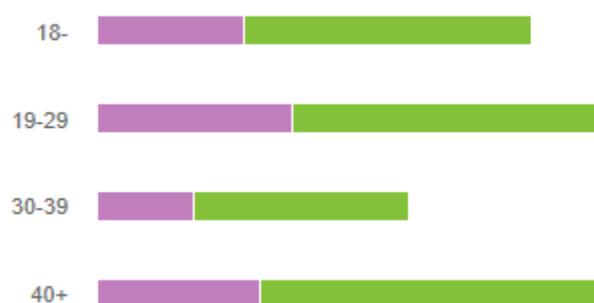
Il genere e l'età degli autori dei contenuti intercettati dal filtro di ricerca viene stimata sulla base di algoritmi di intelligenza artificiale.

Autori unici: 12K

Genere

Femminile: 21.9%
Maschile: 49.1%
Sconosciuto: 29%

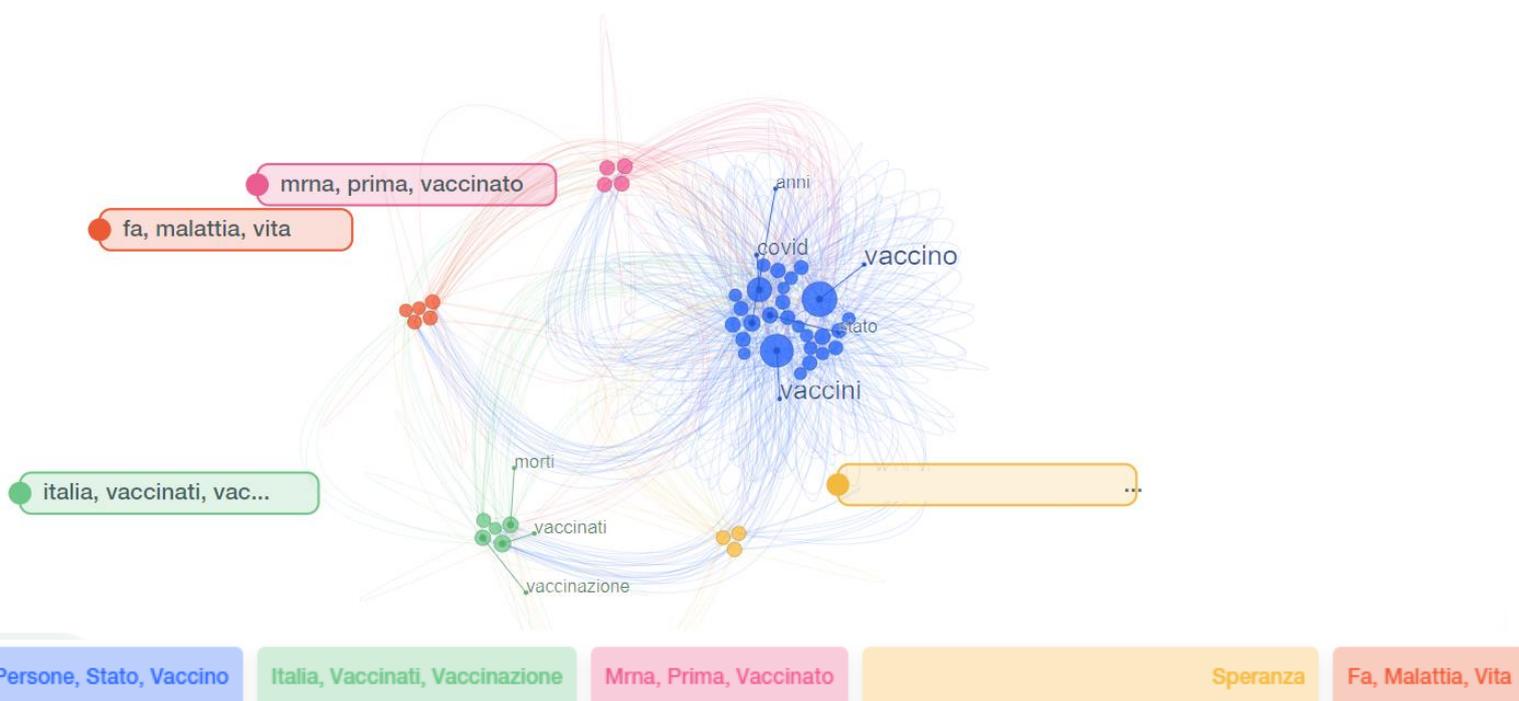
Classi di età



5. NARRATIVE

Tramite un algoritmo di natural language processing, vengono estratte le parole chiave dei diversi tipi di conversazione su X (ex Twitter), riguardanti i vaccini in generale.

persone, stato, vaccin...



Dall'analisi delle keyword sembrano emergere le seguenti narrative nel mese di Gennaio, relative ai vaccini in generale.

- Contenuti neutri su dati relativi all'epidemia di influenza stagionale e di covid (ricoveri, vaccini somministrati)
- Contenuti neutri-positivi relativi alla somministrazione in Italia del primo vaccino a mRNA contro il melanoma
- Alcuni cluster di contenuti che scoraggiano la vaccinazione anti-covid, sottolineando presunti rischi del vaccino e criticando la gestione della pandemia

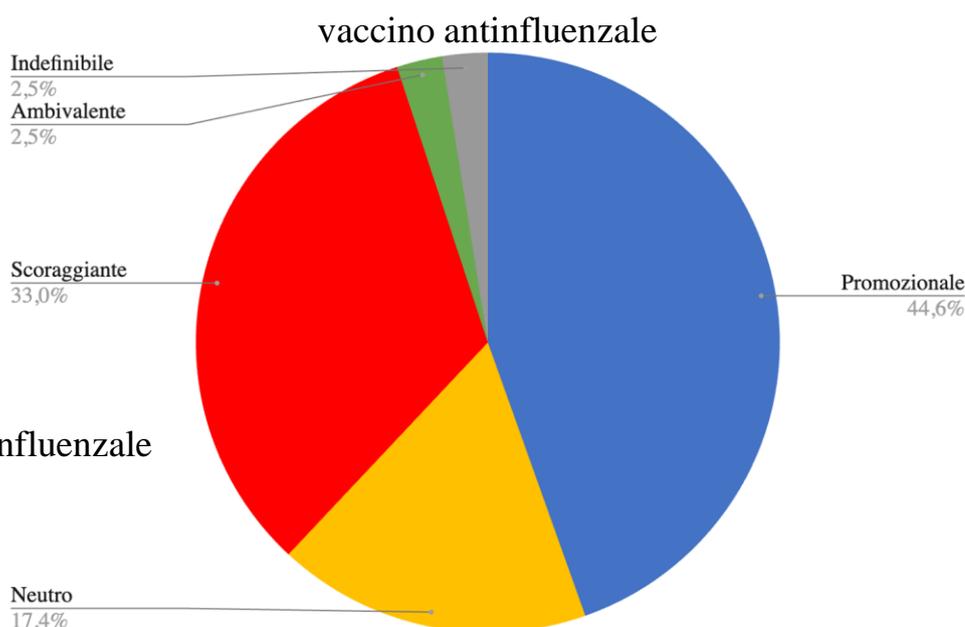
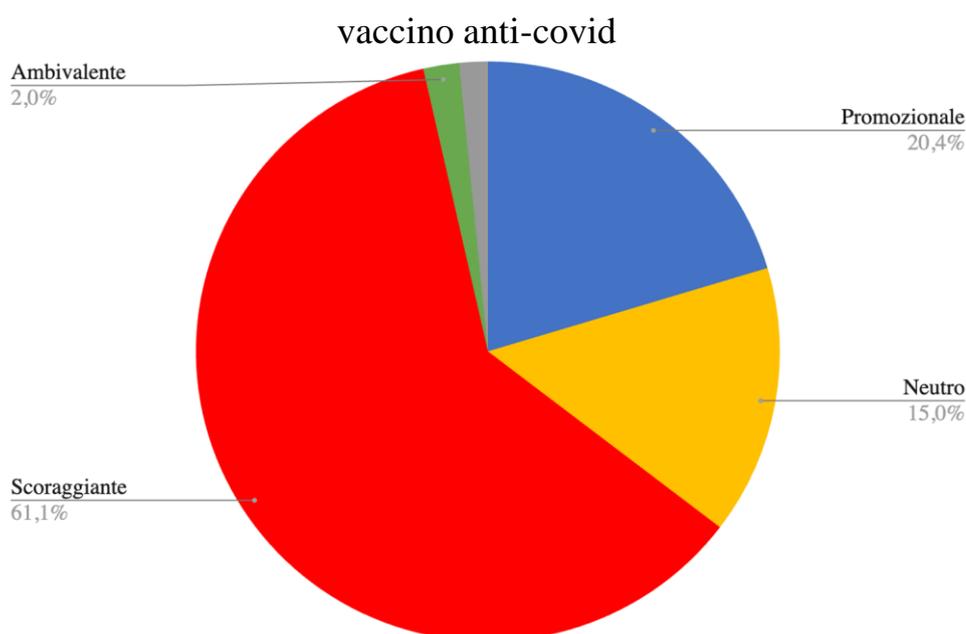
5. NARRATIVE

X (EX TWITTER) E FACEBOOK – ANALISI TEMATICA

Analisi di un campione di 509 contenuti social su vaccino anti-covid e di 397 contenuti social su vaccino antinfluenzale pubblicati a Gennaio 2024, *con alto livello di engagement*, cioè con il maggior livello di interazione da parte degli utenti (ad esempio, tramite like o retweet).

I contenuti vengono selezionati ed analizzati settimanalmente.

Posizione nei confronti dei vaccini (*vaccine stance*)



vaccino antinfluenzale

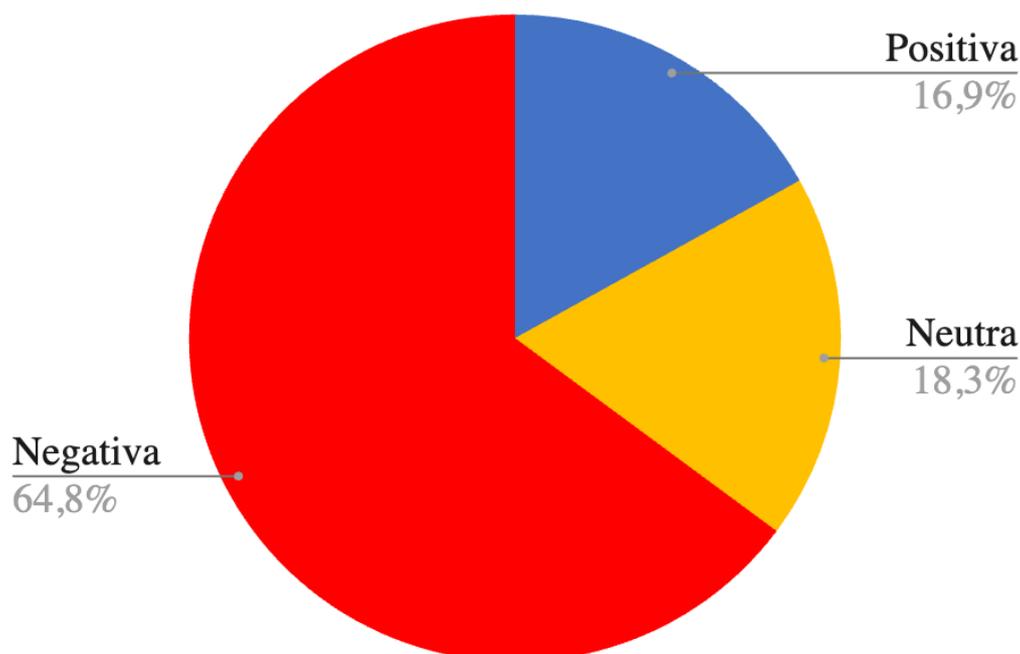
Confronto con mese precedente (analisi contenuti social su vaccino antinfluenzale):
 Promozionale 29.5%, Neutro 27.9%, Scoraggiante 34.6%, Ambivalente 5.1%, Indefinibile 2.9%.

5. NARRATIVE

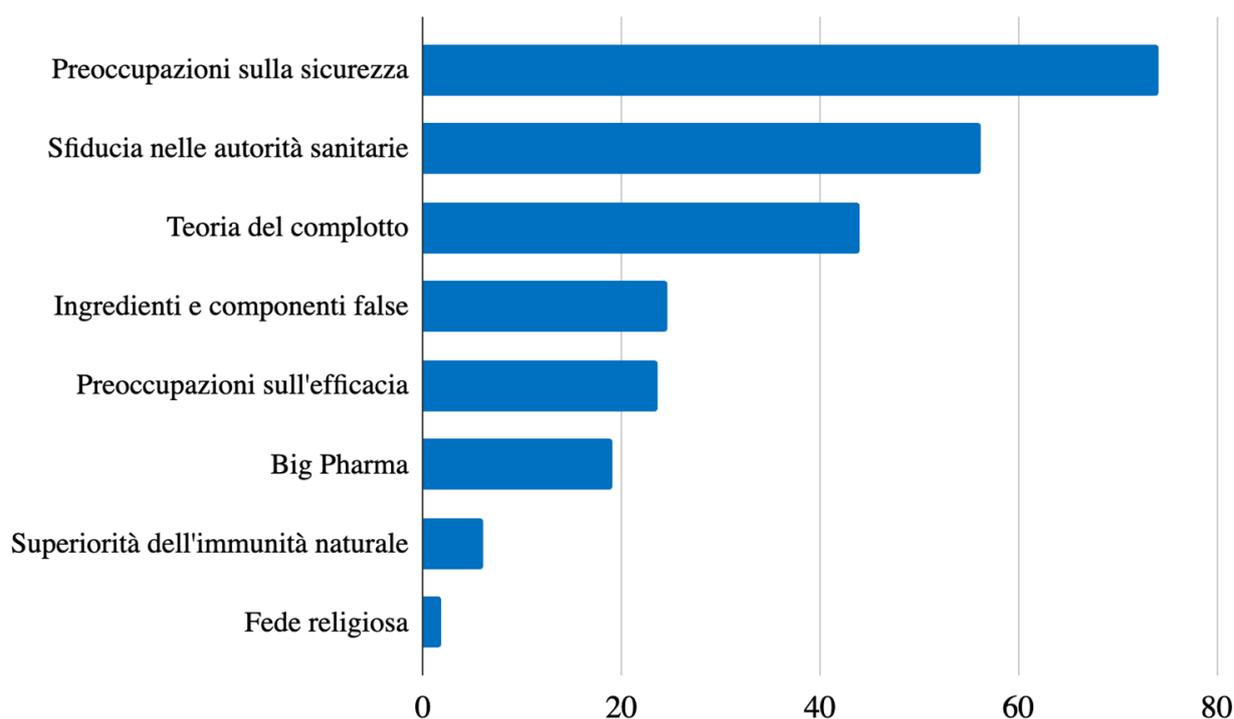
X (EX TWITTER) E FACEBOOK – ANALISI TEMATICA

Analisi di un campione di 509 contenuti social su vaccino anti-covid pubblicati a Gennaio 2024, *con alto livello di engagement*, cioè con il maggior livello di interazione da parte degli utenti (ad esempio, tramite like o retweet). I contenuti vengono selezionati ed analizzati settimanalmente.

Narrative – vaccino anticovid



Descrizione delle narrative negative

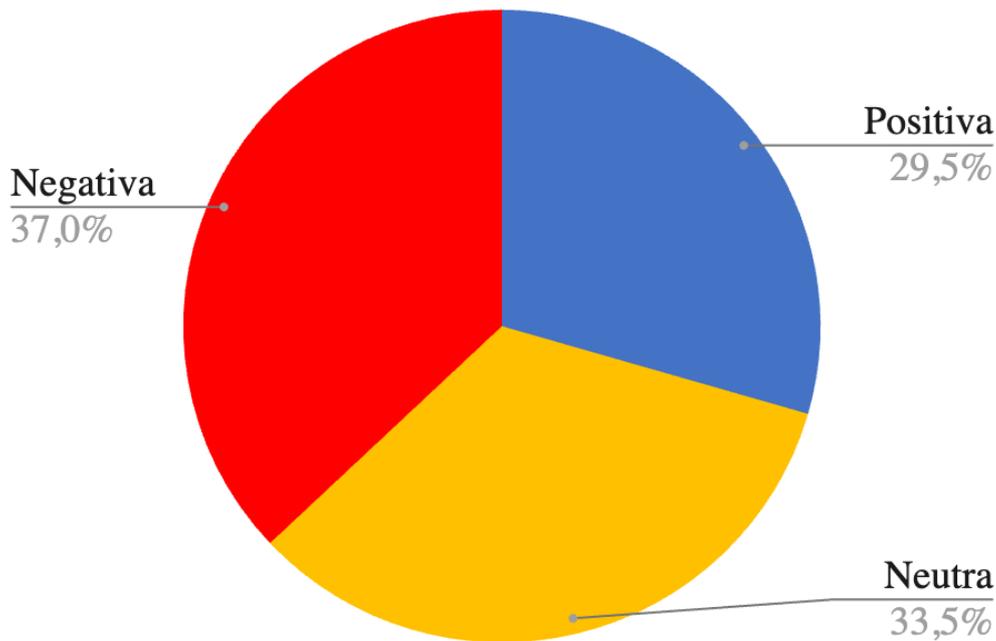


5. NARRATIVE

X (EX TWITTER) E FACEBOOK – ANALISI TEMATICA

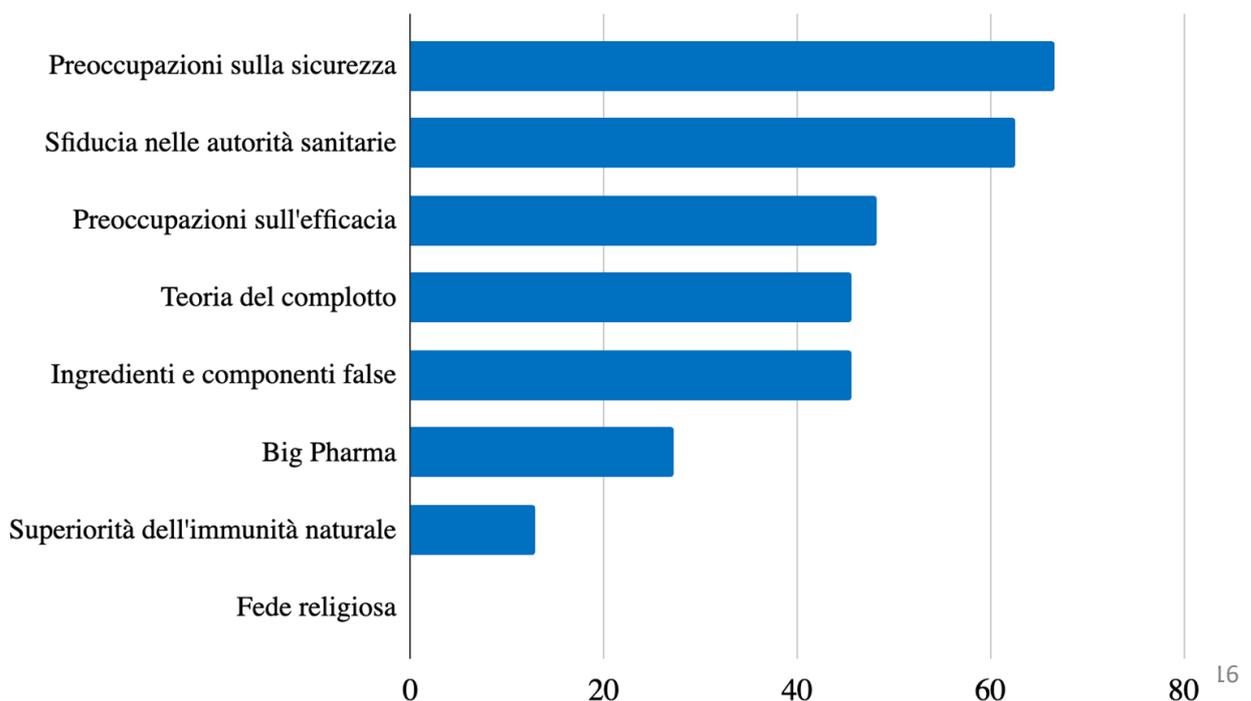
Analisi di un campione di 397 contenuti social su vaccino antinfluenzale pubblicati a Gennaio 2024, *con alto livello di engagement*, cioè con il maggior livello di interazione da parte degli utenti (ad esempio, tramite like o retweet). I contenuti vengono selezionati ed analizzati settimanalmente.

Narrative – vaccino antinfluenzale



Confronto con mese precedente (analisi contenuti social su vaccino antinfluenzale):
Narrative Positive 23.1%, Neutre 34.6%, Negative 42.3%

Descrizione delle narrative negative



6. NARRATIVE DISTORTE



Vaccino antinfluenzale

- Diciannovenne muore negli Stati Uniti a 24 ore dalla somministrazione del vaccino antinfluenzale. Edema cerebrale. Sospetta encefalite.
- Dopo la somministrazione del vaccino mi sono ammalato più gravemente degli anni in cui non ho fatto il vaccino

Vaccino anticovid

- Il vaccino anti-covid causa morte
- Il vaccino anti-covid non funziona
- Il vaccino anti-covid causa malattie cardiache
- Il vaccino anti-covid causa tumori

7. PROFILI ISTITUZIONALI


Ministero della Salute

In breve

Il Ministero della Salute promuove e tutela la salute come fondamentale diritto dell'individuo e interesse delle collettività.

 Pagina · Ente pubblico

 06 59941

 salute.gov.it

Foto

Vedi tutte le foto



Informazioni sui dati di Insights della Pagina · Privacy · Condizioni · Pubblicità · Scegli tu!     © 2024


Ministero della Salute
2 g · 

 Hai già parlato con il tuo medico del vaccino contro l'HPV? È il mezzo più efficace per prevenire i tipi di HPV responsabili della maggior parte dei tumori genitali.

Per più informazioni

 <https://bit.ly/VaccinazioniAdolescenti...> Altro...



MESE DELLA PREVENZIONE DEL TUMORE DEL COLLO DELL'UTERO



IL VACCINO CONTRO L'HPV È RACCOMANDATO E GRATUITO PER LE RAGAZZE E I RAGAZZI DAGLI 11 ANNI DI ETÀ. PARLANE CON IL TUO MEDICO.


Ministero della Salute
www.salute.gov.it

L'8 gennaio 2024 il Ministero della Salute pubblica un contenuto per la promozione del vaccino contro il virus HPV, per il mese della prevenzione del tumore del collo dell'utero. Il contenuto genera 203 commenti che per la quasi totalità manifestano una stance nettamente scoraggiante.

Tra le narrative negative che emergono c'è quella che riguarda la sicurezza dei vaccini in generale, ritenuti pericolosi fino ad essere responsabili di morte.

Un'altra narrativa negativa riguarda la sfiducia nei confronti delle autorità sanitarie.

8. NECESSITÀ INFORMATIVE

Informazioni rilevate tramite AnswerThePublic, servizio che studia le domande più frequentemente effettuate su motori di ricerca, e tramite la valutazione dei commenti a video su vaccini e influenza pubblicati su Instagram e TikTok.

Vaccino antinfluenzale



- logistica vaccino antinfluenzale (come e dove farlo)
- «pro e contro» del vaccino antinfluenzale
- vaccino antinfluenzale effetti collaterali
- vaccino antinfluenzale in gravidanza



- Domande relative alla fascia d'età pediatrica in cui è raccomandato il vaccino antinfluenzale.
- Che danni può provocare l'influenza nei bambini?
- Il sistema immunitario non si rinforza meglio se il bambino contrae l'infezione naturale, rispetto a quanto succede con la vaccinazione?
- Come è possibile distinguere l'influenza da malattie respiratorie causate da altri virus?
- Qual è l'efficacia della vaccinazione antinfluenzale?
- Cosa fare se il pediatra non propone o sconsiglia il vaccino antinfluenzale ma io voglio vaccinare mio/a figlio/a?

Vaccino anti-covid

- La maggior parte delle necessità informative intercettate tramite AnswerThePublic sono di natura logistica (dove e come fare il vaccino anti-covid).
- Le domande relative alle caratteristiche del vaccino, sia su AnswerThePublic sia da Instagram e TikTok (efficacia, sicurezza, etc.) sono pressoché assenti.

9. NOTIZIE WEB

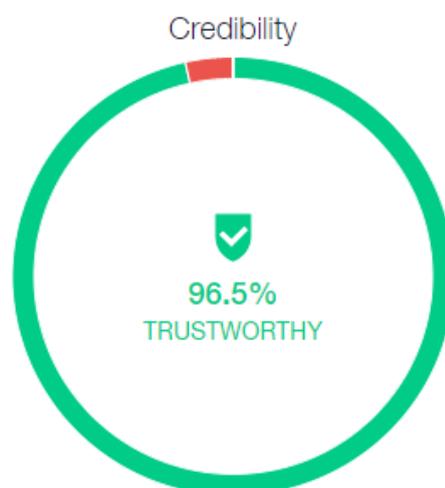
Valutazione notizie web su vaccino anti-covid intercettate dalla piattaforma di social media monitoring sulla base del filtro di ricerca utilizzato.

Sono 1868 le notizie sui vaccini da fonti giornalistiche analizzate a gennaio dalle piattaforme Pulsar/NewsGuard. Le notizie riguardano il vaccino anti-covid (la maggioranza, circa 1000 notizie), la vaccinazione antinfluenzale, i nuovi vaccini anti-tumorali e aggiornamenti sul nuovo piano pandemico. Non mancano articoli contenenti disinformazione, per lo più sugli effetti avversi del vaccino anti-covid.

Le prime 50 notizie (sui vaccini in generale) per visibilità* sono nell'area neutra/informativa. Questo anche perché gli articoli sono diffusi nella loro totalità dal sito web di un quotidiano nazionale. Le notizie che hanno riscosso più visibilità sono quelle legate agli aggiornamenti sull'influenza suina e su quella stagionale, ma anche sulle nuove scoperte nel campo dei vaccini a mRNA per la lotta ai tumori.

Riguardo la classificazione degli articoli sul vaccino anti-covid, la prima notizia per visibilità* è di un sito web, non riconducibile ai principali canali di informazione, riportante la diffusione sui social di contenuti distorti riguardanti l'eziologia di una patologia autoimmune annunciata pubblicamente da un personaggio pubblico. Le prime 50 notizie per visibilità sono nell'area neutra/informativa. Tra queste si rileva anche la notizia di atti di vandalismo da parte di gruppi no-vax.

*La visibilità – o *visibility* - è una metrica proprietaria della piattaforma Pulsar, rappresenta l'impatto di un contenuto e combina vari parametri – ad esempio like, retweet e, per quanto riguarda le news, le condivisioni della notizia sulle piattaforme social.

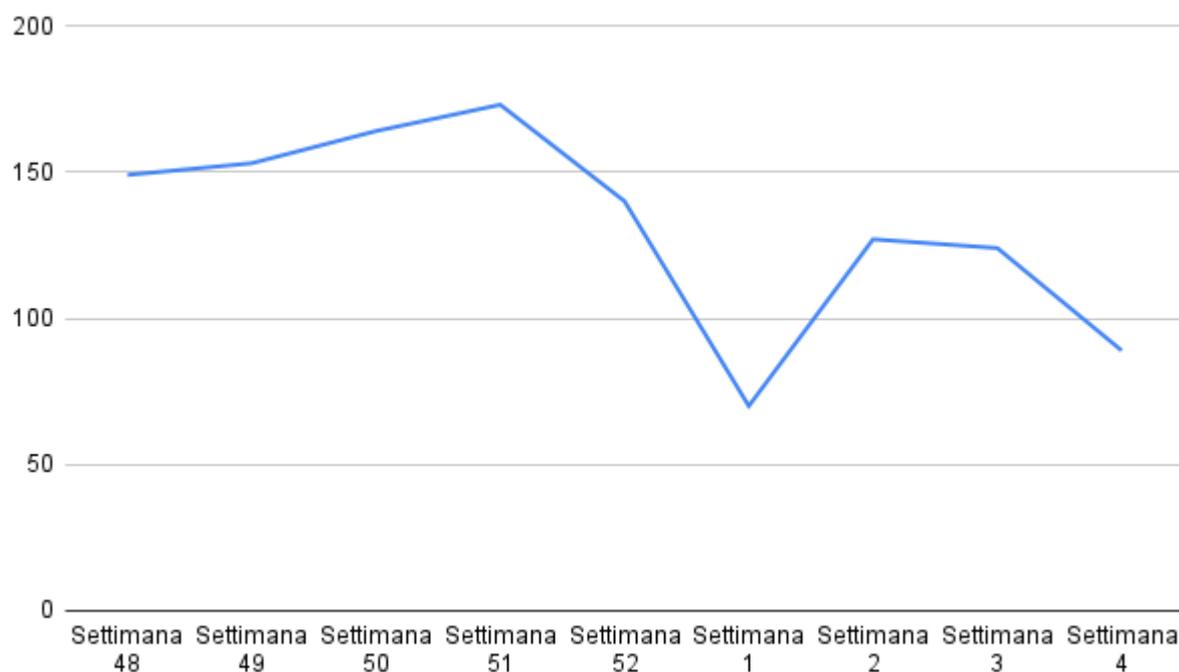


Secondo l'algoritmo di NewsGuard, il 96.5% delle notizie sui vaccini intercettate dal nostro filtro di ricerca proviene da fonti affidabili.

10. LANCI D'AGENZIA

Valutazione lanci di agenzia ANSA, ADNKRONOS, AGI che includono la parola vaccin* (esclusi i lanci di agenzia non pertinenti).

Numero lanci su vaccini nel mese di Gennaio 2024: 447.



Nel mese di gennaio si riscontra una sostanziale diminuzione del numero di lanci d'agenzia contenenti la parola vaccino o parola derivata. Il calo dell'attenzione segue la discesa della curva epidemica in seguito al superamento della fase acuta della stagione influenzale, associata quest'anno anche a un concomitante aumento dei casi di covid-19. Le notizie si concentrano sugli *open day* promossi dalle Regioni per le vaccinazioni e sull'andamento della campagna vaccinale per covid-19 e influenza stagionale. Spazio anche alla notizia della stesura del nuovo Piano pandemico 2024-2028. Si evidenzia la presenza di lanci di agenzia su due decessi per influenza suina e sui nuovi casi di Monkeypox. Riguardo Monkeypox, nonostante gli sforzi dell'Organizzazione mondiale della sanità per ridurre il rischio stigma, la patologia è ancora indicata con il nome di "vaiolo delle scimmie". Non mancano notizie di scritte e atti vandalici di matrice no-vax.

11. RACCOMANDAZIONI

La contrazione della conversazione generale relativa ai vaccini fa rilevare una crescita, in proporzione, delle narrazioni negative sui vaccini, soprattutto sul vaccino anti covid, e potenziali picchi di disinformazione.

In questa fase in cui i due virus (influenzale e covid) ancora circolano, benché in forma più attenuata, risulterebbe, dunque, efficace rafforzare il flusso comunicativo e colmare i vuoti informativi producendo maggiore materiale che risponda alle domande emerse dai cittadini relative:

- alle fasce di popolazione a cui sono raccomandate le diverse vaccinazioni;
- alle modalità operative per le somministrazioni (chi prescrive, chi somministra, dove, quando e come si prenota, se è gratuito o se ha un costo, ecc...)
- alla sicurezza e alle modalità di vaccinazione in gravidanza;
- alla sicurezza e alle modalità di vaccinazione dei minori

Appare anche importante elaborare iniziative di ascolto e di condivisione della comunicazione, anche associate ad iniziative formative, efficaci per rispondere ai dubbi e ai fenomeni di esitazione rilevati dai cittadini da parte di alcuni medici di medicina generale e di alcuni pediatri di libera scelta.

Il RISP è finanziato con fondi CCM 2022 - Azioni Centrali, progetto esecutivo Comunicare il rischio nelle emergenze per la Sanità Pubblica (CreSP), coordinato dalla Prof.ssa Caterina Rizzo dell'Università di Pisa (Dipartimento di Ricerca Traslationale e Nuove Tecnologie in Medicina e Chirurgia).

Il report, realizzato in collaborazione con l'Ospedale Pediatrico Bambino Gesù (OPBG), è a cura di: Francesco Gesualdo (OPBG), Veronica Bartolucci (OPBG), Cesare Buquicchio (UNIFI), Diana Romersi (UNIFI) e Caterina Rizzo (UNIFI), con la collaborazione di Guglielmo Arzilli (UNIFI), Gianluca Cruschelli (UNIFI), Erica De Vita (UNIFI), Riccardo Pisetta (UNIFI), Arianna Bussoletti (Sapienza), Francesco Vigneri (Sapienza).