

RISP

Marzo 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 anti-morbillo (la metodologia è indicata a fianco a ciascun parametro).

	FEBBRAIO 2024	MARZO 2024	
VOLUME TOTALE Volume totale di contenuti social nel periodo di riferimento intercettati dal filtro di ricerca	69k	53k	-26,21 %
VELOCITY PER HOUR Numero di contenuti pubblicati in un'ora	247	97	-60,73 %
MEDIA REACH Numero di utenti che si sono potenzialmente imbattuti negli articoli web intercettati	2.M	2.1M	+5 %
POTENTIAL SOCIAL IMPRESSION Numero di utenti che si sono potenzialmente imbattuti nei contenuti social intercettati	199M	191M	-10,12 %



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



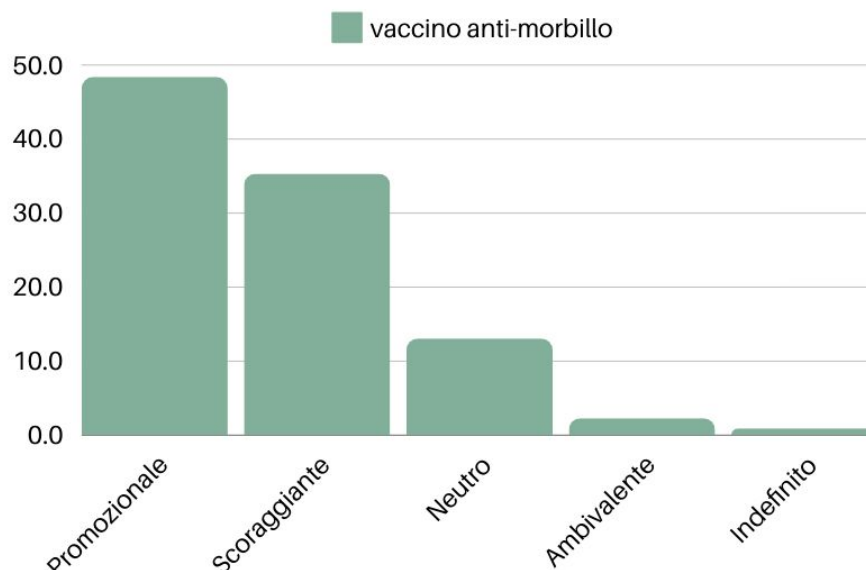
Social Media Emotions:

• 100% TRISTEZZA

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

Vaccine Stance*

Posizione nei confronti del anti-morbillo



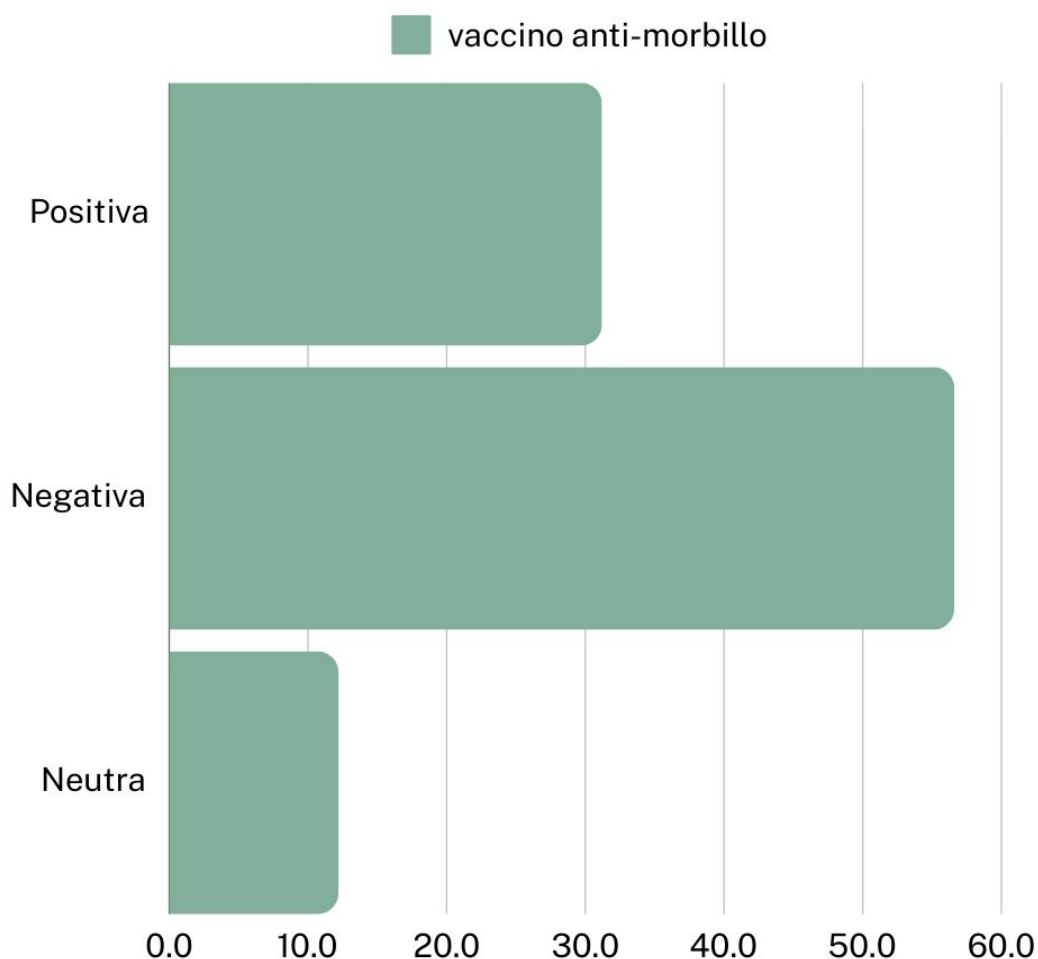
*Analisi di un campione di 681 contenuti social su vaccino anti-morbillo pubblicati dal 01 gennaio al 25 marzo 2024

NARRATIVE

X e Facebook - Analisi Tematica

Analisi di un campione di 681 contenuti social su vaccino anti-morbillo pubblicati dal 01 gennaio al 25 marzo 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

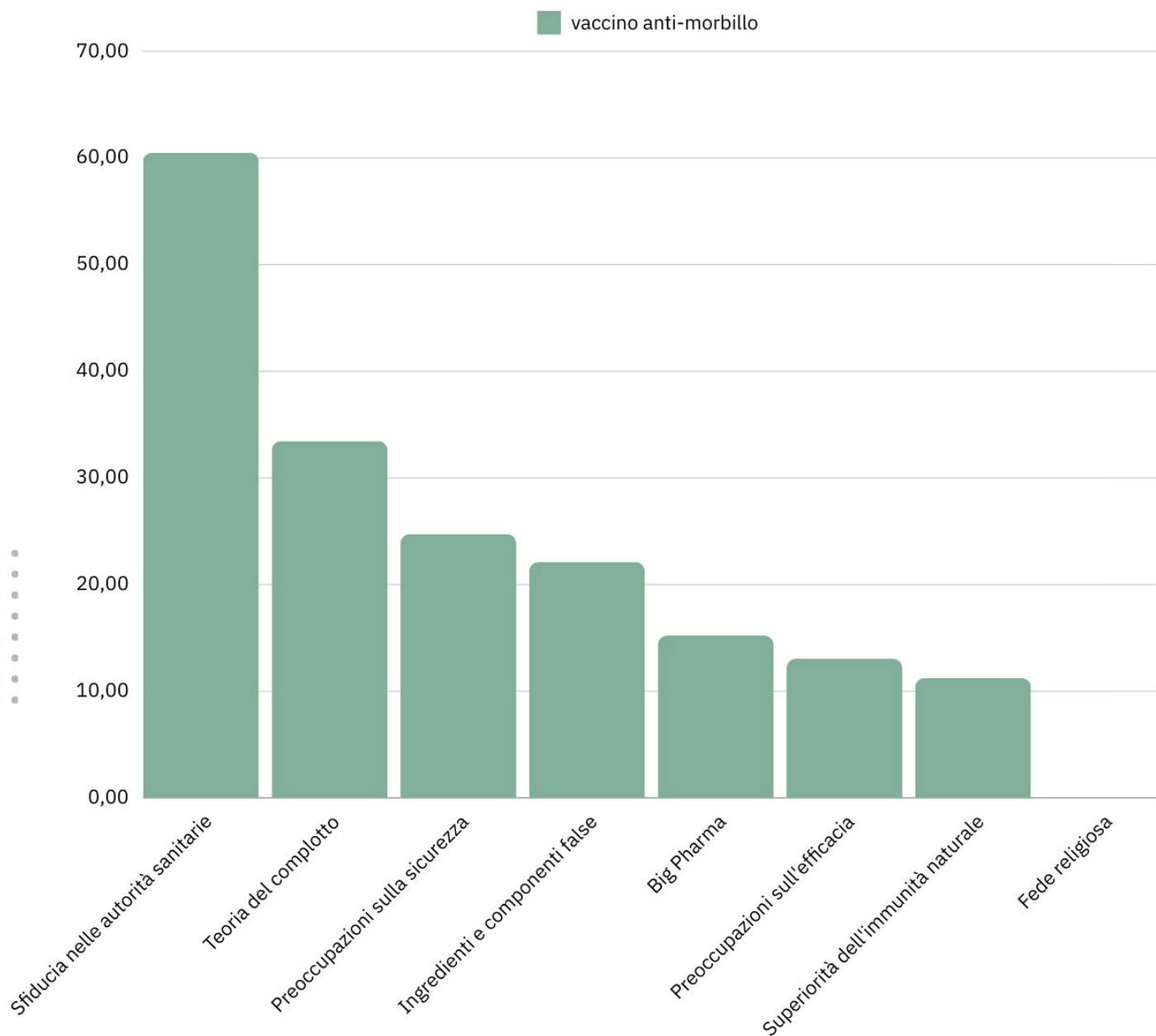


NARRATIVE

X e Facebook - Analisi Tematica

Analisi di un campione di 681 contenuti social su vaccino anti-morbillo pubblicati dal 01 gennaio al 25 marzo 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 anti-morbillo può scatenare forti reazioni avverse, soprattutto nei più piccoli.

Alcune scuole non applicano le regole relative all'obbligatorietà vaccinale.

Il morbillo dà sintomi lievi nell'infanzia, ed è meglio contrarre l'infezione che fare il vaccino.

LIVELLO DI RISCHIO E IMPLICAZIONI

RISCHIO MEDIO

Dall'analisi delle narrative circolanti emerge che la preoccupazione per la sicurezza del vaccino anti-morbillo soprattutto nei bambini più piccoli potrebbe portare a ritardi vaccinali, in particolare nei bambini non scolarizzati.

RISCHIO MEDIO

La percezione di un mancato controllo delle vaccinazioni effettivamente eseguite dai bambini iscritti alle scuole potrebbe ridurre la compliance alle indicazioni imposte dal mandato vaccinale.

RISCHIO MEDIO - BASSO

La percezione di una scarsa gravità della malattia e della superiorità dell'immunità naturale rispetto a quella generata dal vaccino potrebbero portare a una riduzione delle coperture vaccinali.

RACCOMANDAZIONI

Diffondere informazioni dettagliate sulla sicurezza del vaccino anti-morbillo attraverso diversi canali, inclusi i social media.
Coinvolgere i pediatri libera scelta per una campagna informativa sul vaccino, incentrata soprattutto sulla sicurezza.

Rinforzare la comunicazione su tutte le procedure relative al rispetto dell'obbligatorietà vaccinale, in particolare nei nidi e nelle scuole dell'infanzia, coinvolgendo in particolare le strutture scolastiche come provider di informazioni su questo tema, per garantire capillarità.
Migliorare la comunicazione tra le scuole e la ASL in merito alle procedure per il rispetto dell'obbligatorietà.

Migliorare la comunicazione relativa alle caratteristiche morbillo nella popolazione, anche fuori da periodi epidemici.
Incoraggiare una comunicazione positiva sulla vaccinazione.
Potrebbe essere utile far circolare informazioni di confronto tra i rischi della malattia e i rischi del vaccino.

INDICE

1.	Sintesi	Pag. 6
2.	Scopo e metodologia	Pag. 7
3.	Contesto Epidemiologico	Pag. 8
4.	Volumi e Statistiche	Pag. 9
5.	Narrative	Pag. 14
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

Il trend della conversazione sui vaccini in generale nel mese di Marzo è in **netta diminuzione** rispetto al mese precedente (-26%), verosimilmente in ragione della fine della stagione influenzale e del ridursi dell'incidenza del covid (e quindi i contenuti riguardanti le relative vaccinazioni sono praticamente assenti).

Nel presente report abbiamo indagato la produzione di contenuti su vaccino anti-morbillo pubblicati sui social media tra Gennaio e Marzo 2024.

Durante questi tre mesi si è osservato un **leggero incremento** della conversazione sul vaccino anti-morbillo, che nel mese di Gennaio 2024 occupava lo 0,42% della conversazione totale riguardante i vaccini, a Febbraio 2024 è aumentata fino allo 0,72% per riscendere a Marzo 2024 fino allo 0.54%. In ogni caso, il vaccino anti-morbillo non ha costituito un tema di particolare rilievo nella conversazione sui social media nei primi tre mesi dell'anno.

Dall'analisi dei contenuti con maggior engagement pubblicati su X e Facebook, la posizione predominante rispetto al vaccino anti-morbillo sembra essere **promozionale** e le narrative emergenti sono per la maggior parte **positive**, sebbene questo non impedisca a posizioni scoraggianti e narrative negative di essere ampiamente rappresentate (rispettivamente 35% e 41%).

Per quanto riguarda le narrative distorte, sono circolati molti contenuti che si focalizzano sulla presunta **superiorità dell'immunità naturale** rispetto a quella generata dal vaccino. Alcuni utenti sostengono che far contagiare un bambino con il virus del morbillo sia quasi da incoraggiare, dal momento che i sintomi nei bambini sarebbero più lievi che negli adulti. Emerge dunque una chiara percezione del **morbillo come una malattia lieve**.

Inoltre, molti post evidenziano diverse interpretazioni erranee delle procedure relative all'obbligatorietà vaccinale e una generalizzata **ansia per la sicurezza**: la percezione rilevata è che il vaccino anti-morbillo possa scatenare forti reazioni avverse, soprattutto nei più piccoli, il che comporta frequenti ritardi vaccinali.

Tra le narrative distorte sul morbillo e sul vaccino anti-morbillo circolanti sui social, **non abbiamo intercettato nessun contenuto relativo al rischio di insorgenza di autismo** dopo il vaccino, narrativa che sembra dunque avere di gran lunga meno impatto rispetto al passato.

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, ecc...).

KEYWORD PRINCIPALI

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

KEYWORD SECONDARIE

morbillo, mpr

FONTI

Social Media

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

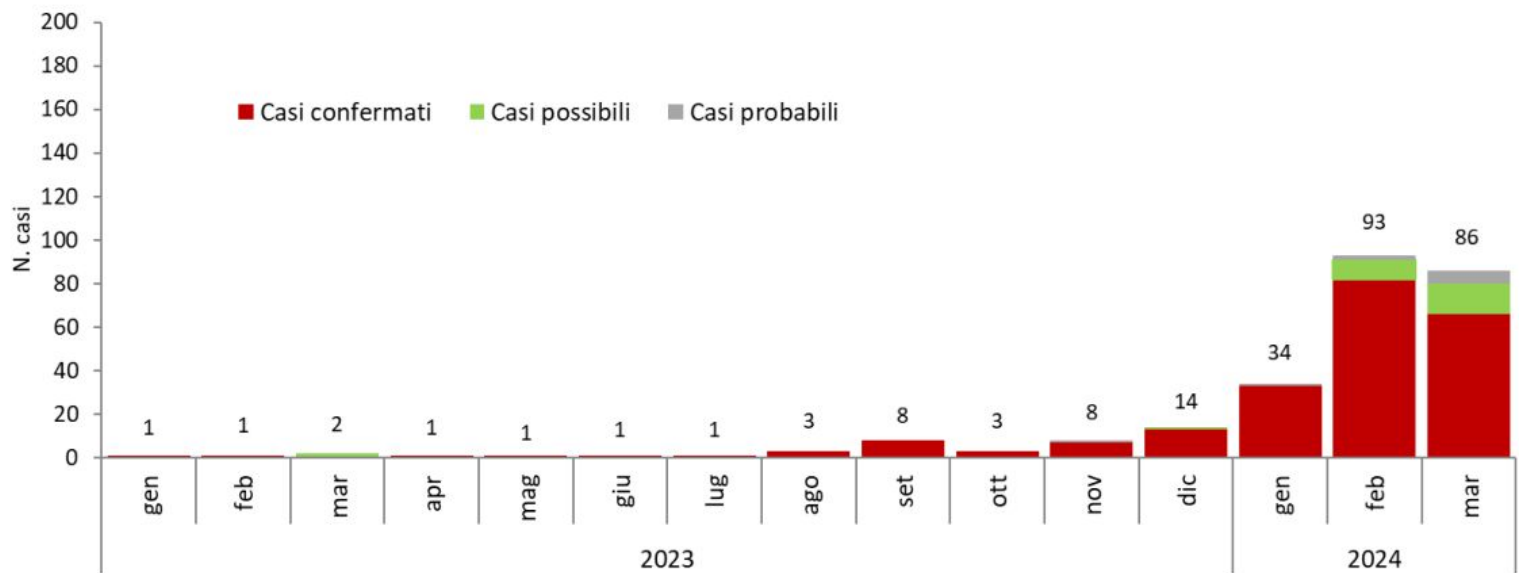
News Online

Agenzie stampa

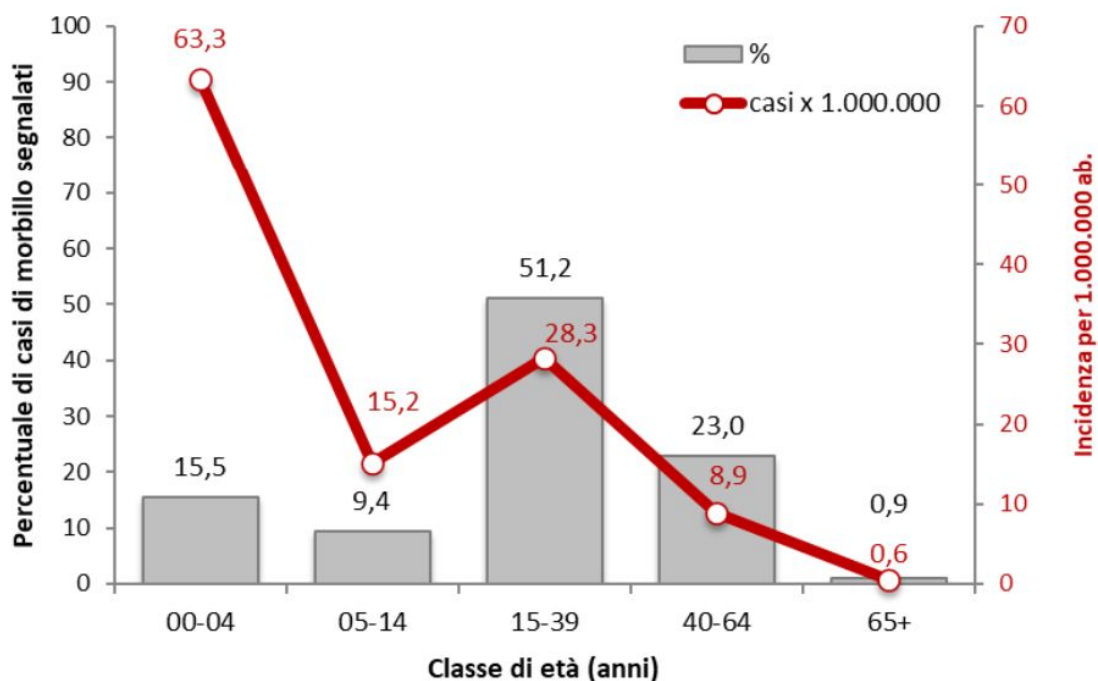
Ricerche su motori di ricerca

3. CONTESTO EPIDEMIOLOGICO

Numero casi di morbillo (possibili, probabili e confermati) notificati, per mese di inizio sintomi: Italia 01/01/2023–31/03/2024 (tratto da Morbillo e Rosolia News, N.71 – Aprile 2024, Istituto Superiore di Sanità)



Distribuzione percentuale e incidenza (per milione di abitanti) dei casi di morbillo notificati in Italia per classe di età, 01/01/2024-31/03/2024 (n=213) (tratto da Morbillo e Rosolia News, N.71 – Aprile 2024, Istituto Superiore di Sanità)



4. VOLUMI E STATISTICHE

Dati calcolati su tutti i contenuti social e su tutte le news intercettate dal filtro di ricerca generico su vaccini (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

Vaccini (filtro generico)

Total Volume

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

TOTAL VOLUME

53K 
-26.37%

Velocity per Hour

Numero di contenuti pubblicati in un'ora

VELOCITY PER HOUR

97 
-60.77%

Media Reach

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

MEDIA REACH

2.1M 
-2.99%

Potential Social Impressions

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

POTENTIAL SOCIAL IMPRESSIONS

191M 
-10.47%

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

112K 
-64%

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-morbillo (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

Vaccino anti-morbillo
gennaio 2024



Vaccino anti-morbillo
febbraio 2024



Vaccino anti-morbillo
marzo 2024



Velocity per Hour

Numero di contenuti pubblicati in un'ora



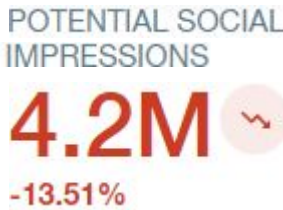
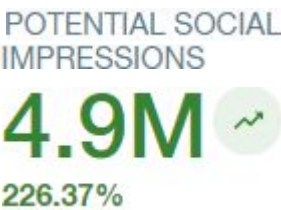
Media Reach

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



Potential Social Impressions

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



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)



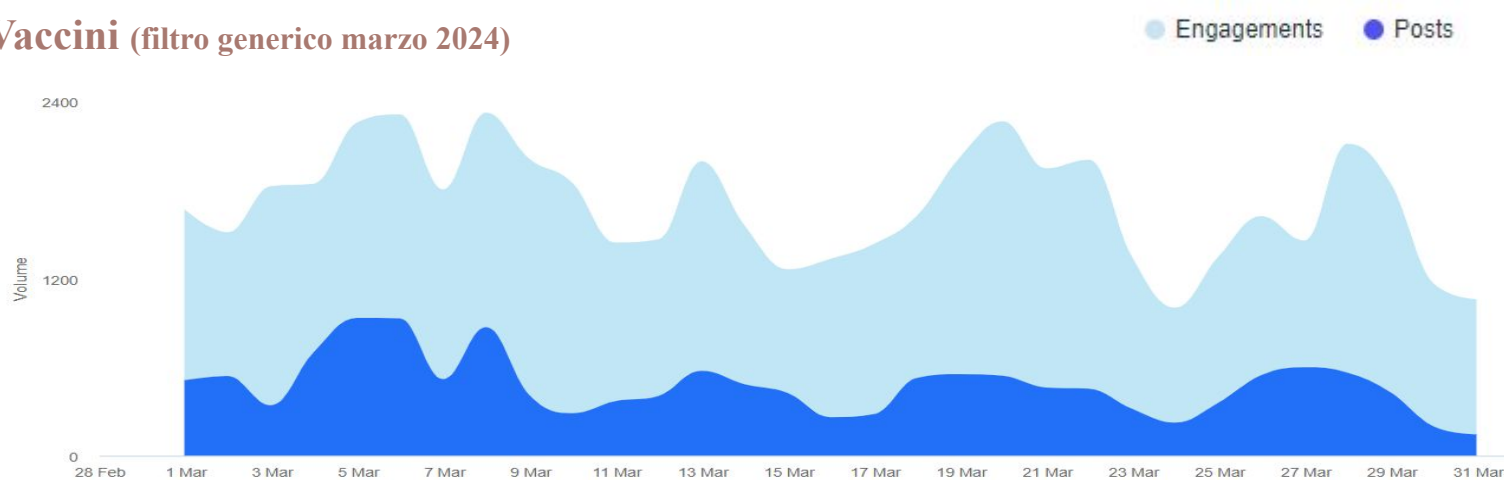
4. VOLUMI E STATISTICHE

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-morbillo (la metodologia è indicata a fianco a ciascun parametro). I filtri intercettano esclusivamente contenuti in italiano, pubblicati da utenti italiani.

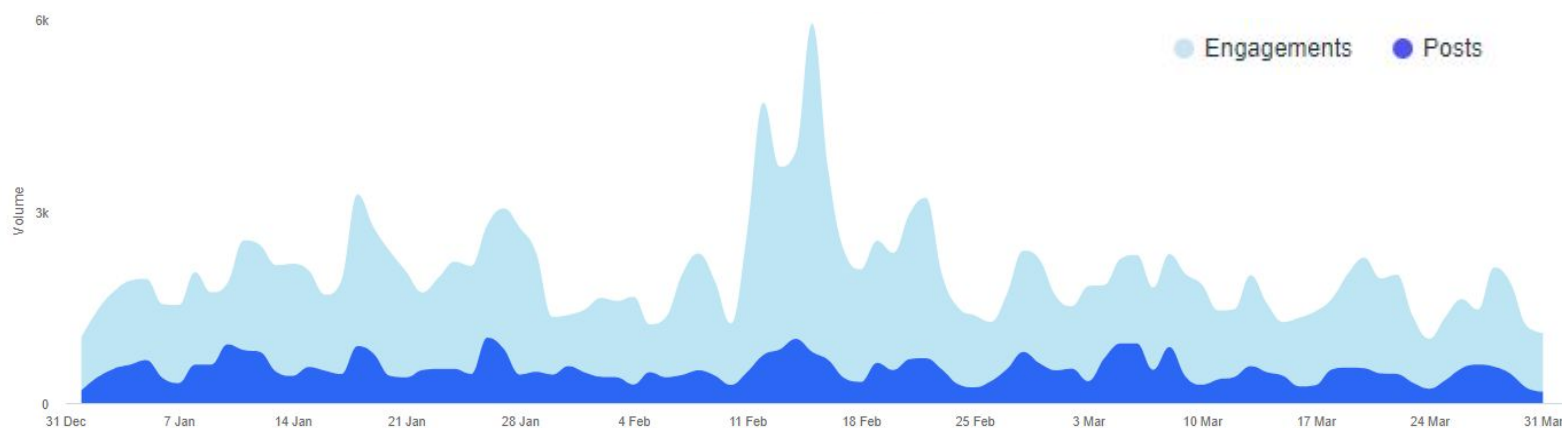
La variazione percentuale riportata sotto il valore della metrica è calcolata confrontando i parametri del mese attuale con quelli relativi al mese precedente.

a. Statistiche generali

Vaccini (filtro generico marzo 2024)

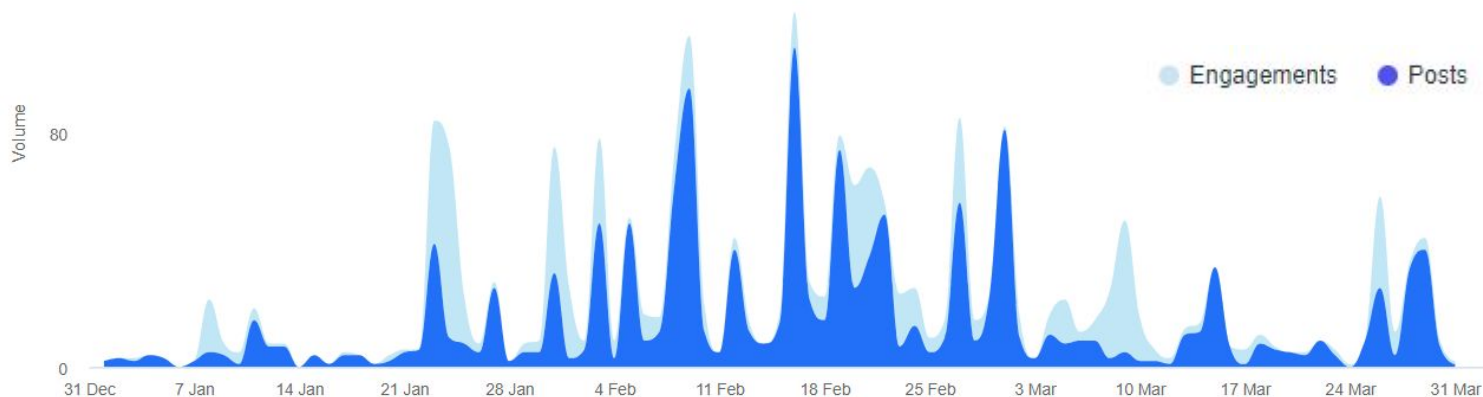


Vaccini (filtro generico nel periodo compreso tra il 01 Gennaio e il 31 marzo 2024)



Vaccino anti-morbillo

(1.15% dei contenuti sui vaccini nel periodo compreso tra il 01 gennaio e il 31 marzo 2024)



4. VOLUMI E STATISTICHE

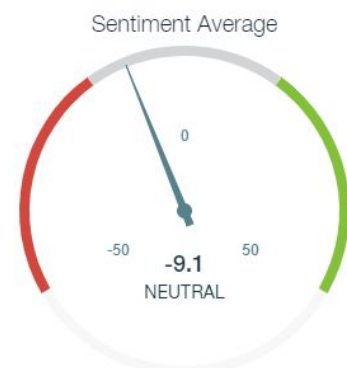
b. Social Media - Emotions (vaccini in generale)

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: 11K

Genere

Femminile: 22.4%
Maschile: 48,5%
Sconosciuto: 29.1%

Classi di età



4. VOLUMI E STATISTICHE

e. Wordcloud

Analisi delle parole maggiormente utilizzate.
Sentiment associato a ciascuna parola.

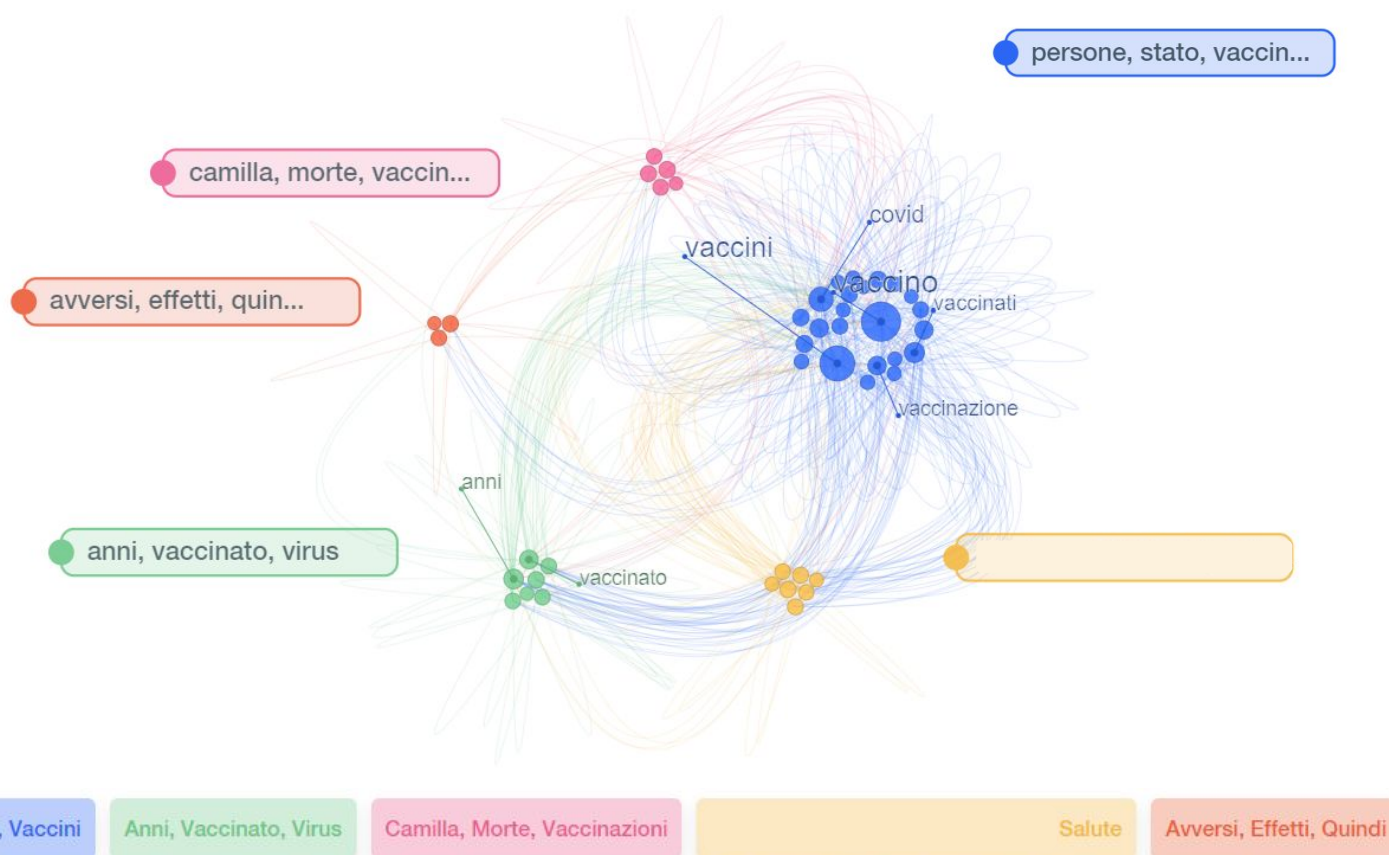
Frequenza delle parole usate più frequentemente nelle news e nei contenuti intercettati, e relativo *sentiment* (**vaccini in generale**)



● Positiva
● Negativa
● Neutra

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.



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

- Contenuti relativi alla notizia di un uomo tedesco che, aggirando i controlli, è riuscito a vaccinarsi 217 volte contro il covid, senza presentare a posteriori alcun effetto collaterale
- Contenuti su indagini giudiziarie su casi di AEFI, discussione sugli stanziamenti di coperture finanziarie per i danni da vaccino anti-covid e proposta da parte del Ministro della Salute di istituzione di una commissione per la valutazione delle reazioni avverse a vaccino anti-covid.
- Ricircolazione della notizia di una ragazza morta per una trombosi insorta successivamente al vaccino anti-covid prodotto da AstraZeneca, come spunto di critica verso le istituzioni e le case farmaceutiche.

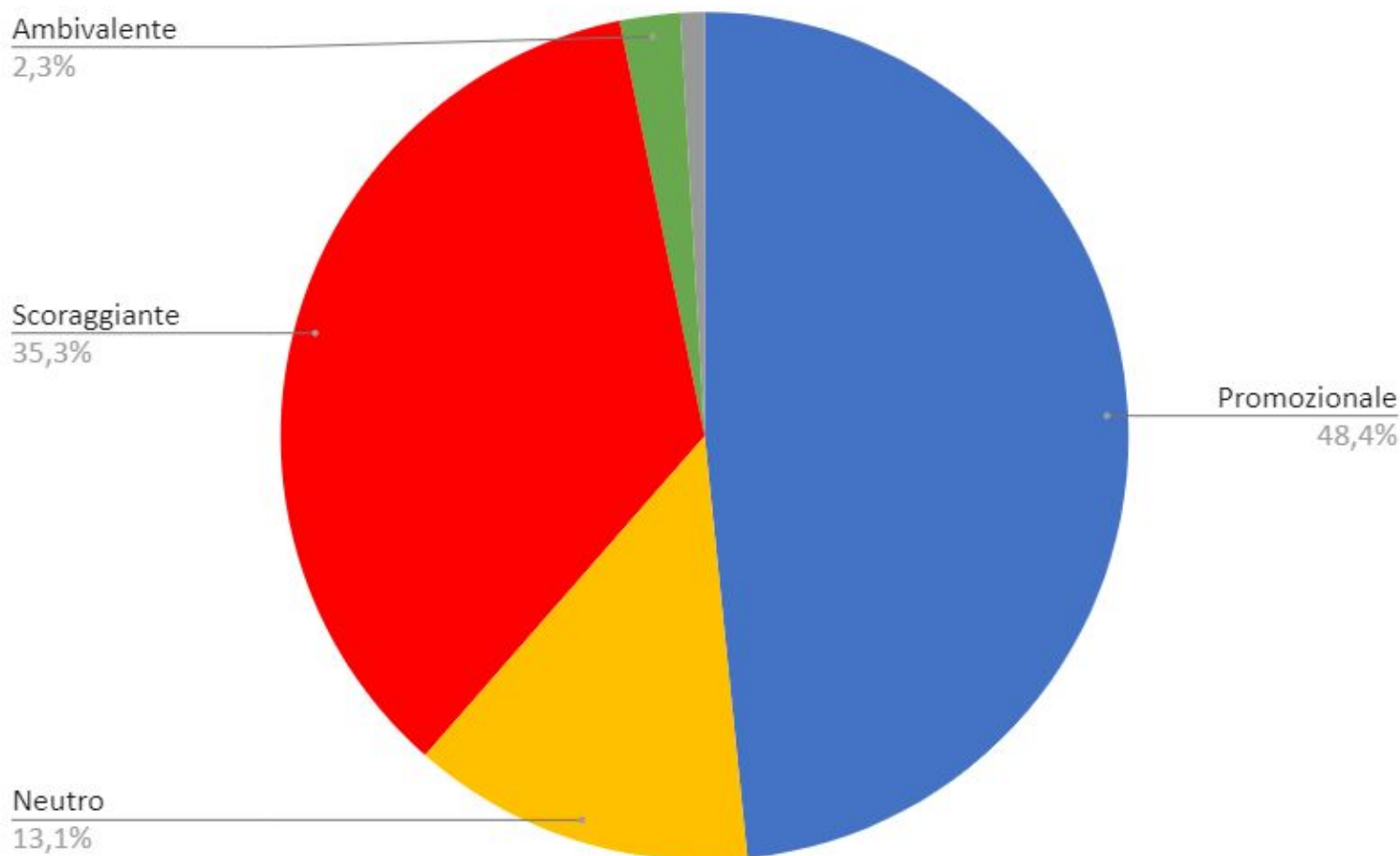
5. NARRATIVE

X (EX TWITTER) E FACEBOOK – ANALISI TEMATICA

Analisi di un campione di 681 contenuti social su vaccino anti-morbillo pubblicati dall'1 gennaio al 25 marzo 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 anti-morbillo

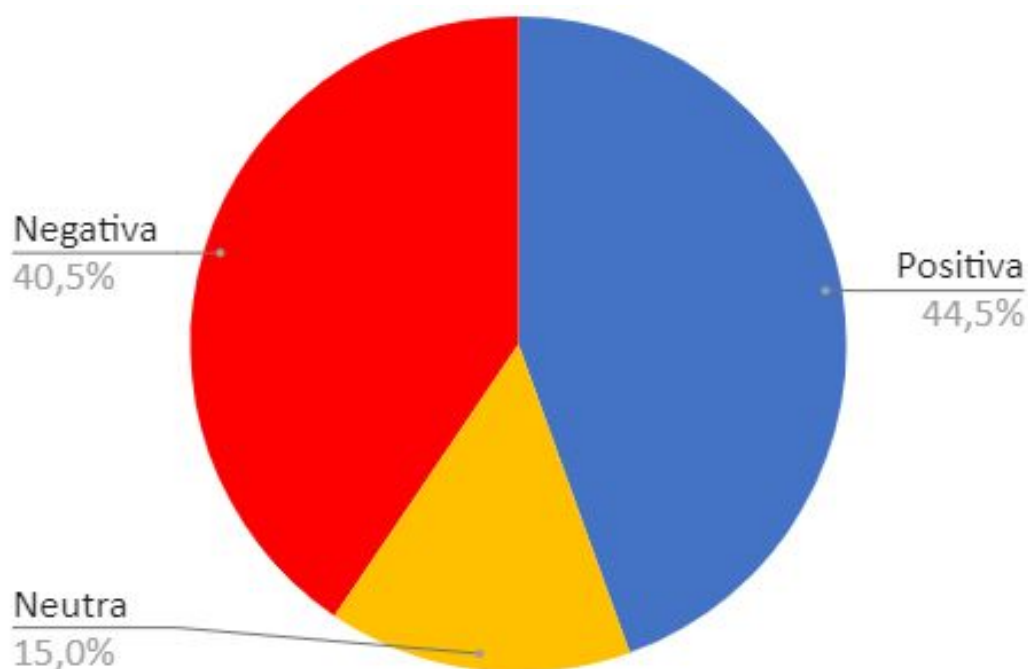


5. NARRATIVE

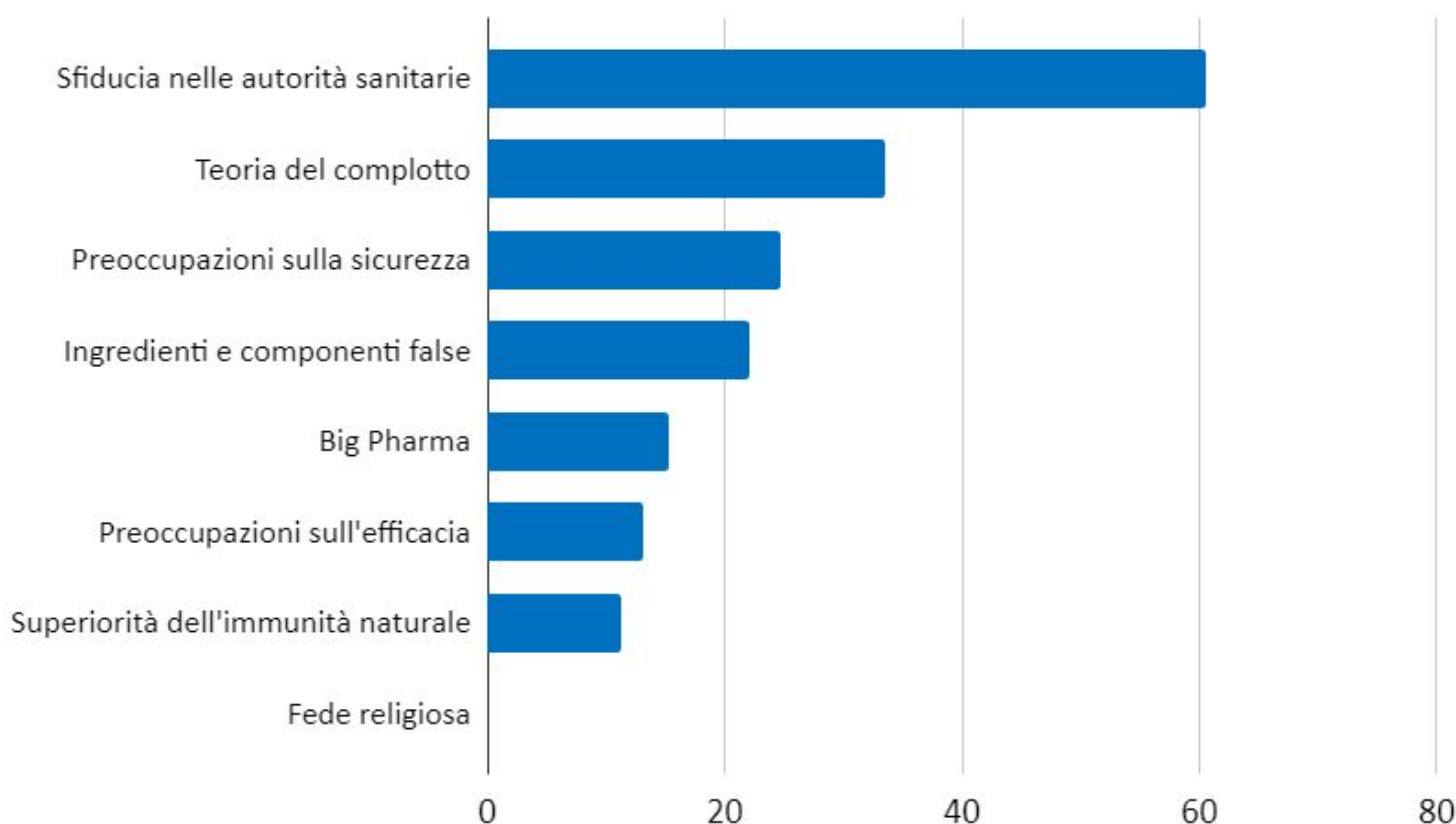
X (EX TWITTER) E FACEBOOK – ANALISI TEMATICA

Analisi di un campione di 681 contenuti social su vaccino anti-morbillo pubblicati dall'1 gennaio al 25 marzo 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 anti-morbillo



Descrizione delle narrative negative



6. NARRATIVE DISTORTE



Vaccino anti-morbillo

- 1) ***Ansia per la sicurezza:*** molti genitori si dichiarano in ansia per l'imminente somministrazione del vaccino anti-morbillo ai loro figli, poiché è considerato un vaccino «molto forte», ovvero un vaccino in grado di scatenare forti reazioni avverse.
- 2) ***Ritardi vaccinali:*** a causa della percezione secondo la quale il vaccino anti-morbillo scatena forti reazioni avverse, molti genitori decidono di rimandare il vaccino il più possibile, in particolare per bambini non scolarizzati.
- 3) ***Vaccini e operatori sanitari:*** Sostegno a operatori sanitari che si ribellano all'obbligo di vaccinazione per lavorare in strutture sanitarie
- 4) ***Superiorità dell'immunità naturale:*** «Fino a quando il vaccino anti-morbillo non era obbligatorio si prendeva la malattia da piccoli ed era meglio che prenderla da grandi». La narrativa sostiene che far contagiare un bambino con il virus del morbillo dovrebbe essere una pratica quasi incoraggiata, dal momento che i sintomi nei bambini sarebbero più lievi di quelli negli adulti.
- 5) ***Obbligatorietà:*** Interpretazioni erranee delle procedure relative all'obbligatorietà vaccinale

7. PROFILI ISTITUZIONALI

I profili istituzionali monitorati sono gli account Instagram e Facebook del Ministero della Salute e dell'ISS.

Il **Ministero della Salute** non pubblica contenuti social riguardanti il morbillo nè la promozione del vaccino anti-morbillo durante il mese di Marzo 2024 su nessuno dei social monitorati.

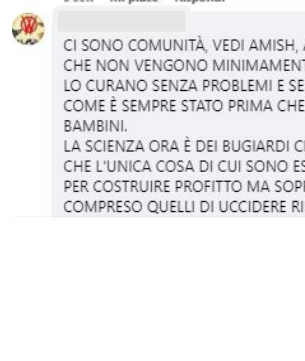
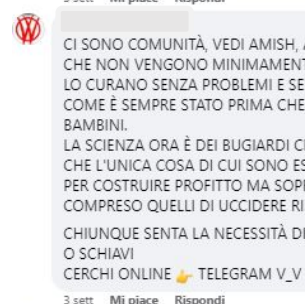
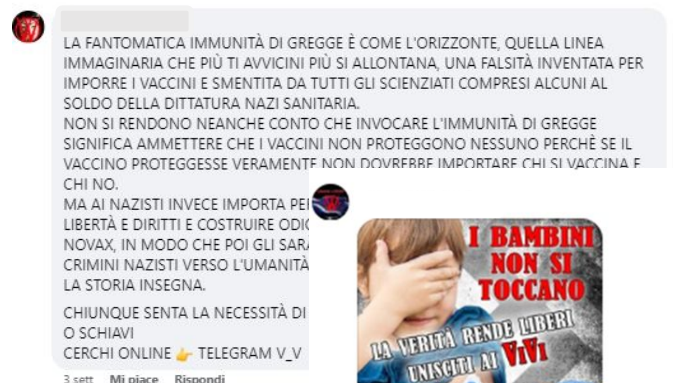
L'ISS pubblica un unico post riguardo il morbillo.

Il post Facebook riporta 421 commenti, dei quali circa 400 arrivano dal gruppo ViVi, una community novax organizzata.

Le narrative novax che emergono sono:

- l'immunità di gregge non esiste, è solo un concetto inventato per convincere le persone a vaccinarsi
- non c'è bisogno di fare il vaccino contro il morbillo perché è una malattia lieve, che guarisce da sé
- i vaccini servono solo ad arricchire le case farmaceutiche

Lo stesso post è pubblicato su Instagram, i commenti sono 7 e principalmente riguardano domande generiche sul morbillo, come ad esempio se il calo delle vaccinazioni è responsabile del ritorno della malattia.



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 morbillo e vaccino anti-morbillo su Instagram e TikTok.

Vaccino anti-morbillo



- effetti collaterali del vaccino antimorbillo (principalmente febbre)
- informazioni su obbligo vaccinale e logistica



Dubbi su obbligatorietà per classi di età:

- Il vaccino anti-morbillo è obbligatorio?
- Se non si è contratto il morbillo durante l'infanzia ci si può vaccinare da adulti?
- Sono previsti richiami per il vaccino anti-morbillo in età adulta?
- Se un bambino non è stato vaccinato al compimento dell'anno di età, può essere vaccinato successivamente?
- Per il richiamo del vaccino a 6 anni la Asl prevede una comunicazione per ricordare l'appuntamento? (il pubblico mostra interesse nei confronti di un eventuale reminder da parte dell'Asl)

Dubbi su gravidanza e allattamento:

- Le donne in gravidanza devono fare il richiamo per il vaccino anti-morbillo anche se hanno contratto la malattia durante l'infanzia?
- Le mamme vaccinate contro il morbillo passano gli anticorpi al neonato durante l'allattamento?

9. NOTIZIE WEB

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

Sono 960 le notizie da fonti giornalistiche analizzate nei mesi gennaio-febbraio-marzo dalle piattaforme NewsGuard/Pulsar contenenti la parola morbillo. Le notizie riguardano principalmente il ritorno dei casi di morbillo, l'efficacia del vaccino e l'andamento della nuova epidemia in Italia e all'estero.

Riguardo la classificazione degli articoli, i primi 50 per visibilità* sono pubblicati dalle principali testate giornalistiche o agenzie di stampa come, solo per citarne alcune, Repubblica, Corriere della Sera, Messaggero, Il Gazzettino, Fanpage e Libero. Il contenuto di questi testi è principalmente nell'area neutra/informativa. Fa eccezione il 49esimo articolo della classifica analizzata pubblicato dal sito web registrato come testata giornalistica "L'antidiplomatico" che presenta un contenuto a carattere negativo/complottista in cui la narrazione propagandistica russa anti-americana si intreccia con le ormai note teorie del complotto sulle armi biologiche. In generale gli articoli contenenti narrazioni distorte/complottiste si inseriscono nella seconda metà della classifica e il loro numero non supera i 10 articoli.

Infine, tra i primi 10 articoli con più visibility, 3 riguardano la "malattia X" termine coniato dall'Organizzazione mondiale della sanità per indicare la prossima malattia emergente ancora sconosciuta ma la cui viralità potrebbe provocare una nuova pandemia.

*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.

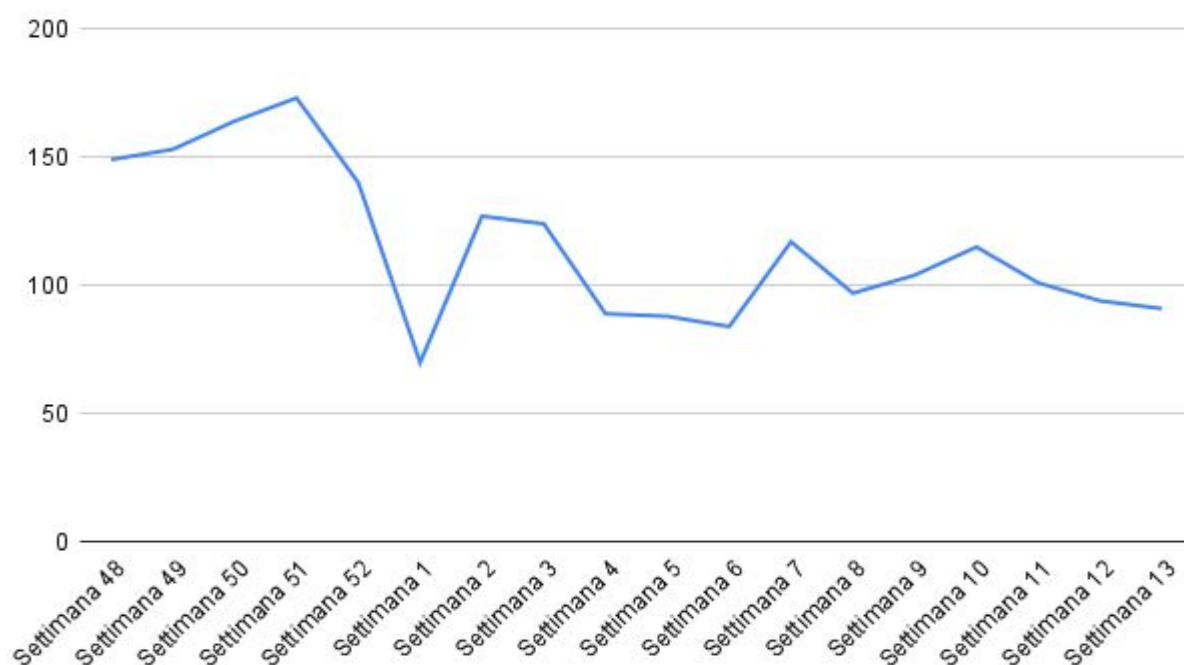


Secondo l'algoritmo di NewsGuard, il 94.1% delle notizie sui vaccini intercettate dal nostro filtro di ricerca proviene da fonti affidabili.

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 Marzo 2024: 442



Nel mese di marzo si riscontra un leggero aumento del numero di lanci d'agenzia contenenti la parola vaccino o parola derivata rispetto al mese precedente (+7%). Cala invece l'attenzione sul morbillo dopo l'allarme dell'ECDC sull'aumento delle infezioni registrate in Europa arrivato a inizio anno. I lanci di agenzia sul morbillo a marzo sono stati 31 con un calo del 55% (a febbraio 69 lanci). Cresce invece l'interesse per il *Papillomavirus* anche in conseguenza della Giornata internazionale contro HPV che ricorre ogni 4 marzo. I lanci di agenzia contenenti la parola HPV sono stati 39. Si registrano lanci di agenzia anche per la Dengue e il virus sinciziale. Continuano gli atti vandalici di matrice no-vax, nuovi casi vengono segnalati a Bergamo, Legnano (Mi), Cremona, Bologna, Castiglione (To). Infine, si evidenziano la nota dell'EMA che smentisce il legame tra vaccinazione anti-covid e sanguinamenti post menopausa, e il documento della Direzione centrale di sanità del Dipartimento della pubblica sicurezza del ministero dell'Interno che nega un aumento di morti in Polizia post-vaccinazione dopo «le notizie circolate sui mass media inerenti le morti improvvise nel personale della Polizia di Stato».

11. RACCOMANDAZIONI

Aumentare la comunicazione del rischio sulla patologia, evidenziando i dati relativi ai rischi per chi viene colpito e confrontandoli con i dati storici relativi alla sicurezza di un vaccino conosciuto e utilizzato da molti anni.

Illustrare tutte le attività di monitoraggio e prevenzione messe in campo dalle istituzioni sanitarie. Dare informazioni di servizio sulle diverse piattaforme relativamente all'accessibilità della vaccinazione, sulle vaccinazioni in gravidanza, sulle norme previste rispetto agli obblighi vaccinali e sulle procedure per le iscrizioni scolastiche. Favorire iniziative di chiamata attiva da parte delle strutture sanitarie.

Segnalare l'aumento di casi, focalizzando il messaggio sul fatto che non si tratta al momento di una emergenza, ma che è necessario l'impegno e il coinvolgimento della popolazione per arginare la diffusione e puntare all'eradicazione del morbillo.

Implementare iniziative di “call to action”, formazione “peer to peer” e co-creazione di messaggi di comunicazione con rete scolastica, associazioni di genitori, associazioni studentesche, pediatri, e altri soggetti sociali influenti su genitori e minori. Declinare i messaggi sui differenti target e fasce di età focalizzandosi sul gruppo 15-39 anni che risulta al momento quello percentualmente più colpito.

Avviare specifiche iniziative (survey, formazione, ecc...) in collaborazione con le organizzazioni professionali e i media di settore per misurare ed aumentare la copertura vaccinale del personale sanitario.

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 Traslazionale 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).