



## COMUNICATO STAMPA

### La prevenzione a portata di smartphone Impennata di clic per la vaccinazione antinfluenzale

***Presentata online la nuova ricerca promossa dall'Health Web Observatory "Hashtag Vaccino", realizzata con il contributo di Sanofi Pasteur e dedicata all'impatto del COVID-19 nella cultura della prevenzione e al nuovo approccio sull'influenza e sulle strategie vaccinali.***

***Oggi ben 6 italiani su 10 sono propensi a vaccinarsi contro l'influenza e il 10% dei post relativi alle ricerche online su malattie sono incentrate sulla vaccinazione antinfluenzale, che è tra i primi 3 argomenti più popolari in rete quando si parla di salute.***

***Il sentiment sulla vaccinazione antinfluenzale migliora, crescendo del 6% in 3 anni e attestandosi al 22%. La migliore valutazione positiva si registra su Instagram col 27%. Ma i post più popolari riguardano la disponibilità di dosi di vaccino sul territorio.***

Roma, 21 ottobre 2020 - Gli italiani credono di più nella vaccinazione antinfluenzale. I termini 'influenza' e 'vaccino antinfluenzale', infatti, sono al terzo posto tra i temi più popolari nella rete quando si parla di salute e patologie subito dopo il diabete e l'Hiv. Twitter, Instagram e Facebook prevalgono rispetto ai siti web nella ricerca e nello scambio di informazioni su questi temi.

E' quanto emerge da una ricerca realizzata dall'Health Web Observatory in collaborazione con Medipragma con il contributo incondizionato di Sanofi Pasteur, la divisione vaccini di Sanofi. La ricerca è stata condotta attraverso un'attività di *social media listening* realizzata con l'individuazione di parole chiave (vaccinazione antinfluenzale e/o Coronavirus) nel periodo che va da Gennaio a Settembre 2020. I risultati sono stati presentati nel corso del **Webinar 'Hashtag Vaccino: il sentiment sulla vaccinazione anti-influenzale e non solo'**.

**L'analisi in rete.** Sono stati analizzati **53.511 post** pubblicati online tra Web e Social Network. Di questi: 17.549 erano relativi al tema dei vaccini antinfluenzali (di cui il 57% da Twitter), 35.962 al coronavirus (di cui il 43% dal Web) e 4.303 riguardavano entrambi i temi. Si tratta di due temi fortemente correlati e la situazione emergenziale legata al Covid-19 ha avuto un impatto sulla percezione del vaccino antinfluenzale.

A conferma di quanto emerge da questa indagine, sono stati presentati anche i dati di una *survey* condotta con 2.920 interviste ad agosto 2020 sulla propensione a vaccinarsi. Alla

domanda “Alla prossima stagione farà il vaccino anti-influenzale?”, il **61%** degli intervistati ha risposto di sì (con un picco del 71% tra chi ha più di 65 anni) e ben il **63%** (che diventa 71% quando si tratta di lavoratori) ha dichiarato che se a dicembre di quest’anno fosse disponibile gratuitamente un vaccino per il COVID-19 lo farebbe.

Analizzando la comunicazione *online* rispetto a temi come la vaccinazione contro l’influenza e il rapporto tra la malattia, la prevenzione vaccinale ed il Coronavirus, la ricerca ha permesso di evidenziare quali siano gli argomenti più discussi, gli attori principali e gli atteggiamenti più diffusi. *“Abbiamo registrato un’impennata di ricerche sui temi del vaccino antinfluenzale alla fine dell’estate quando si decide se vaccinarsi o meno. Dunque, non si tratta di un interesse di natura scientifica, ma piuttosto di tipo pratico volto a raccogliere informazioni utili per poter prendere una decisione”*, spiega **Ketty Vaccaro**, presidente dell’Health Web Observatory.

**Chi sono gli internauti.** Nel 45% dei casi i post analizzati sono relativi a cittadini che navigano in rete mentre nel 33% dei casi si tratta di stampa a cui si aggiungono piccole percentuali di *blogger* e *influencers*. Il ruolo delle istituzioni e degli esperti risulta, invece, marginale.

**I temi caldi.** Il 48% dei post riguarda informazioni e discussioni sull’efficacia e le indicazioni dei vaccini, il 15% fa riferimento alla ricerca scientifica, il 10% a punti di vista e vissuto personali e un altro 10% affronta il tema dell’organizzazione dell’attività di vaccinazione sul territorio e di una possibile carenza dei vaccini. Infatti, i primi tre post più popolari su YouTube, Instagram e Facebook si concentrano sul tema della disponibilità dei vaccini anche in chiave polemica. *“Questo è un tema molto dibattuto sui canali social. I post con un maggior potenziale di pubblico raggiunto sono tutti legati al tema della disponibilità delle dosi di vaccino e ai problemi organizzativi di alcune regioni nel garantirle”*, sottolinea Vaccaro.

**La geografia del web.** Le ricerche *online* hanno un proprio andamento geografico. Dall’analisi dei trend di Google, emerge che da maggio a settembre le regioni nelle quali il topic ‘vaccino antinfluenzale’ è stato più ricercato sono Val d’Aosta, Liguria, Umbria e Lombardia. Mentre sono gli internauti delle regioni del Sud ad aver mostrato un interesse maggiore per il termine Coronavirus, cercato soprattutto in Calabria, Basilicata e ancora Umbria e Sardegna.

**Meno peso per i No Vax.** Parallelamente alla crescita di interesse verso le tematiche della prevenzione si è andato riducendo il peso dei No Vax: sui 1.223 post analizzati che contenevano la Keyword «no vax», solo il 2% erano favorevoli, mentre il 90% erano dichiaratamente contro il popolo No Vax.

**Disinformazione e confusione.** Nonostante l’incremento di notizie mediche in rete e il fatto che la frangia dei No vax si sia ridotta al minimo, la disinformazione sulla vaccinazione antinfluenzale non è stata eliminata. Il *sentiment* negativo rispetto ai vaccini antinfluenzali oscilla intorno al 37% nei diversi canali. *“La grande ed ampliata disponibilità di informazioni scientifiche sulla rete in questo momento non è di per sé una garanzia di conoscenze più corrette, anzi può rappresentare un’arma a doppio taglio”*, dichiara Ketty Vaccaro. *“Sono, infatti, presenti cortocircuiti informativi proprio sul rapporto influenza/vaccinazione antinfluenzale e COVID-19. C’è un effetto disorientante dovuto sia alla difformità dei pareri tra esperti ed istituzioni rispetto alla obbligatorietà dei vaccini sia alla distanza tra il ‘dire e il*

*fare' come evidenziano i tanti post che segnalano qualche criticità rispetto alla disponibilità dei vaccini sul territorio”.*

**Più fiducia per medici e aziende farmaceutiche.** L'indagine dell'Health Web Observatory ha ribadito la rilevanza del ruolo che gli internauti attribuiscono ai medici come garanti dell'importanza e del valore del ricorso alla vaccinazione: *“Probabilmente per effetto dell'enorme mole di informazioni scientifiche - commenta la presidente dell'HWO - abbiamo registrato il bisogno di un affidamento fiduciario al medico ma è ancor più evidente una sorta di 'effetto Covid-19' positivo sulla reputazione delle aziende del farmaco: la corsa alla sperimentazione di un vaccino contro il Covid-19 e alla ricerca di cure efficaci, ha fatto emergere un atteggiamento di gratitudine nei confronti delle aziende farmaceutiche considerate anche solidali e non interessate solo ai profitti”.*

*“Dalla nuova fotografia elaborata dall'Health Web Observatory emerge una maggiore consapevolezza dei cittadini rispetto all'importanza della vaccinazione antinfluenzale, soprattutto in questo particolare contesto legato alla pandemia da COVID-19. Sui temi di salute tutti noi che operiamo nella filiera della salute dobbiamo impegnarci per fornire messaggi di prevenzione accessibili, preservando sempre la scientificità della materia, ma rendendo questi temi maggiormente fruibili per un'utenza che oggi è sì più connessa grazie a smartphone e strumenti digitali, ma è anche più distratta e disorientata. Ecco perché siamo impegnati in prima linea in progetti che favoriscano una corretta conoscenza della vaccinazione e una narrazione efficace sulle differenti piattaforme online e social con competenza, trasparenza, responsabilità”,* afferma **Mario Merlo**, General Manager Sanofi Pasteur Italia.



Ufficio stampa HWO  
Dott.ssa Valentina Santirocco  
Mail: [officinalogidea@gmail.com](mailto:officinalogidea@gmail.com)  
Mobile +39 347 7243924  
[www.log-idea.webnode.it/](http://www.log-idea.webnode.it/)