

Valutazione comparativa di strategie comunicative sull'HPV: RCT a tre bracci in una popolazione di adolescenti Toscana

V.Casigliani¹, D. Menicagli, E. Betti, F. Panizza, S. Gandolfi, L. Tavoschi C. Rizzo, G. Cevolani

1. Dipartimento di Ricerca Traslationale e Nuove Tecnologie in Medicina e Chirurgia, Università di Pisa

Introduzione

In Italia la copertura vaccinale contro l'HPV rimane insufficiente in tutte le regioni e per entrambi i sessi, nonostante gli obiettivi fissati dal Piano Nazionale di Prevenzione Vaccinale. L'educazione e la comunicazione efficace sono fondamentali per migliorare l'accettazione del vaccino HPV tra gli adolescenti.

Obiettivi

Lo studio mira a valutare l'efficacia di diverse strategie di comunicazione, basate su informazioni scientifiche o su tecniche che contrastano bias cognitivi, nel modificare tre esiti tra adolescenti delle scuole superiori: conoscenza su HPV; esitazione vaccinale (EV); propensione a rivolgersi a un consultorio.

Metodi

È stato condotto uno studio controllato randomizzato a 3 bracci in cui le classi sono state assegnate casualmente ad uno dei seguenti gruppi: controllo (nessuna comunicazione attiva), informativo (pagina Instagram con informazioni scientifiche) e bias (stesse informazioni, ma presentate usando strategie per contrastare specifici bias cognitivi: *present bias*, *information avoidance (IA)* e *gain-loss framing*). Tutti gli studenti hanno compilato un questionario iniziale (T1) e uno di follow up (T2) dopo 3 settimane. Le variazioni fra esiti sono state analizzate usando un approccio di tipo *difference-in-difference*. L'analisi è stata aggiustata per età, sesso e valori di partenza, considerando la struttura a cluster (per classe). Sono state esplorate differenze di efficacia legate al livello di IA.

Risultati

Dei 527 studenti coinvolti al T1, 334 sono stati inclusi nell'analisi finale (età media 15,2 anni; 74% femmine). Al T1, la conoscenza sull'HPV era bassa (media: 0,27), l'EV moderata (media: 0,4) e il 48% degli studenti si dichiarava propenso a rivolgersi al consultorio. Dopo l'intervento non si sono osservati cambiamenti significativi nella conoscenza né nell'EV. Tuttavia, nei partecipanti con bassa IA, il gruppo informativo ha mostrato una significativa riduzione di EV rispetto al controllo (stima: -0,0798, $p=0,0052$). Nei partecipanti con alta IA, l'effetto si è invertito (+0,2572, $p=0,0003$). La propensione a rivolgersi al consultorio è aumentata nel gruppo informativo (+0,682 rispetto al controllo, $p=0,21$) nei partecipanti con bassa IA.

Conclusioni

I risultati evidenziano l'importanza di adattare le strategie comunicative al target. L'intervento basato su informazioni scientifiche ha avuto un effetto positivo sull'EV solo tra gli adolescenti meno inclini ad evitare le informazioni. Il confronto nei diversi gruppi ha messo in evidenza il ruolo cruciale dell'IA nel modulare l'impatto degli interventi e suggerisce la necessità di progettare strategie comunicative diverse per aumentare l'adesione vaccinale.