

La replica di De Luca al premier. "Draghi parla a vanvera su Sputnik V". AGI: il vaccino russo è quello che comunica meglio

"Mi auguro che il Governo, anziché raccontare numeri a vanvera, si impegni affinché l'Aifa verifichi il vaccino Sputnik V in tempi rapidi, non nell'arco di mesi". Questa la risposta del presidente campano Vincenzo De Luca alle parole pronunciate in una conferenza stampa dal premier Mario Draghi, che aveva invitato a stare attenti a fare accordi come l'intesa siglata dalla Campania per le forniture di Sputnik V e parlato di alcuni mesi per l'autorizzazione del vaccino russo in Europa.

Parlando durante l'inaugurazione di Centri di vaccinazione pubblico-privati per pazienti in dialisi a Camposano, nel napoletano, De Luca ha sottolineato che la pandemia ha di fatto creato uno stato di guerra, dove il tempo gioca un ruolo importante e le decisioni non rientrano nel campo dell'ordinaria amministrazione.

"Non siamo nell'ordinaria amministrazione, ma in guerra e poiché sono vaccini già somministrati a milioni di cittadini, si può tranquillamente testarne l'efficacia in un mese, non in 6. È quello che chiediamo a Governo e Aifa", ha spiegato il governatore della Campania. La decisione di De Luca di chiudere un contratto per l'acquisto dello Sputnik V ha trovato peraltro il sostegno del governatore del Veneto Luca Zaia. "Quando il vaccino Sputnik V sarà autorizzato lo acquisteremo. Oggi ho appreso che le Regioni possono farlo direttamente", ha detto Zaia con un tono velatamente polemico, confermando l'intenzione di procedere – non appena arriverà l'ok da parte delle agenzie regolatorie – con l'acquisto del farmaco biologico di produzione russa contro il Coronavirus. Il Veneto, dunque, potrebbe aprire un canale diretto d'acquisto con i russi, a prescindere da cosa farà lo Stato italiano: "Trovo corretto – ha aggiunto Zaia – che una Regione possa comperare i vaccini. Non capisco perché quando abbiamo informato chi di dovere sui nostri contatti con i produttori di Sputnik V ci hanno risposto che stavamo trattando con gente poco seria", ha commentato.

"Nessuna regione italiana può acquistare vaccini senza l'autorizzazione di Ema o Aifa", ha ricordato da parte sua Stefano Bonaccini, presidente della Regione Emilia-Romagna e della conferenza delle Regioni a Mezz'ora in più, su Rai3, rispondendo a una domanda a proposito dell'acquisto in autonomia del vaccino russo Sputnik. Nessuno può acquistarle, anche volendo" perché questo prevedono le regole. "Se poi cambieranno – ha aggiunto – ognuno di noi può darsi da fare".

"Il primo vaccino Covid 19 registrato al mondo con un'efficacia comprovata del 91,6%, sviluppato dal Gamaleya Research Institute. Registrato in 56 Paesi", ricorda l'AgI che in un post sul suo sito internet analizza l'ottimo sistema di comunicazione del vaccino Sputnik V a cominciare dal suo account su Facebook, seguito da una platea di oltre 220mila seguaci che ogni giorno possono leggere, quasi sempre in inglese, una cascata di notizie dai Paesi che lo hanno già approvato o il rilancio di una serie di dichiarazioni in quelli, soprattutto europei, che aprono al suo possibile utilizzo. Accanto a ciò non mancano neanche diverse "sponsorizzate", ovvero quelle campagne a pagamento che aumentano la visibilità di un determinato account desideroso di ampliare la propria audience.



Su Facebook e Instagram, Sputnik dà grande spazio alle immagini, ai sondaggi e al coinvolgimento dei suoi, complessivi, 140mila follower. Quella, insomma, che in gergo si chiama "call to action", una chiamata all'azione, spesso con ricompense e premi.

Ne è un esempio il concorso "V for Victory", rilanciato sui social di Sputnik, con tanto di sito dedicato. Gli utenti sono invitati a postare una foto sulla loro bacheca, rendendolo pubblico, mostrando una "V" come gesto di vittoria, citando (taggando) un amico e usando l'hashtag #SputnikV4Victory.

In palio, per i fortunati, c'è un viaggio in Russia "quando si potrà". Un vaccino che ti premia, oltre a salvarti, è una trovata social forse difficile da immaginare ma che può dare molti frutti in termini di visibilità e aumento della propria community.

Su Youtube la comunicazione di Sputnik V privilegia invece la qualità rispetto alla quantità. Sul canale compaiono una ventina di video, quasi tutti inferiori ai due minuti, focalizzati su determinati aspetti del vaccino, delle sue caratteristiche, della sua futura importanza. Ogni contenuto è curato, con un messaggio chiaro e riconoscibile, corredato di dati, ovviamente scelti soggettivamente, sondaggi esterni, volti sorridenti. Gli iscritti sono poco più di 5mila.

Il "blitz" sui social, come lo chiama Fortune, è stato voluto e progettato dal Russian Direct Investment Fund (Rdif) e dal Gamaleya National Center for Microbiology and Epidemiology, che ha sviluppato il vaccino, con l'intenzione "di promuovere l'accettazione e l'uso del vaccino russo in tutto il mondo".

Da una parte, quindi, Sputnik V vuole fornire un'informazione selezionata e approvata; dall'altra, invece, desidera "dare alle persone la speranza che presto si libereranno dalla pandemia e potranno tornare a una vita normale" senza "distanziamenti sociali e mascherine". Le parole sono di Kirill Dmitriev, Ceo di Rdif, durante il lancio della campagna nel 2020.

Insomma, costruirsi una solida reputazione sul web, in tempi in cui i social network sono capaci di influenzare l'opinione pubblica, i media e milioni di semplici utenti, potrebbe essere fondamentale anche per un vaccino. E forse Sputnik lo ha capito prima di tutti.

