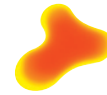


Sondaggio tra i gruppi d'interesse 2019 – punto di vista esterno sulle attività di Promozione Salute Svizzera

→ Presa di posizione della Direzione

→ Resoconto sommario sui risultati, Büro Brägger



Sondaggio tra i gruppi d'interesse 2019

Presenza di posizione della Direzione

Prefazione

Conformemente al suo mandato legale, la Fondazione ha l'obbligo di valutare le misure da essa avviate e promosse. La Fondazione sostiene inoltre una cultura aperta nella valutazione critica delle proprie attività e della collaborazione con i partner. A tal fine, Promozione Salute Svizzera fa eseguire anche valutazioni indipendenti sull'attuazione della strategia e sull'attività interna della Fondazione. Dal 2005 viene così condotto regolarmente un sondaggio tra i gruppi d'interesse di Promozione Salute Svizzera in base al quale è possibile dedurre la percezione esterna delle attività della Fondazione (e come tale percezione evolve) e adottare le opportune misure.

Nel presente documento la Direzione si esprime sui risultati emersi dal sondaggio tra i gruppi d'interesse 2019. Innanzitutto vengono analizzati brevemente i risultati ritenuti particolarmente degni di nota da Promozione Salute Svizzera. Infine, vengono esaminati i punti critici e le aspettative formulati dai gruppi d'interesse in base alle raccomandazioni del Büro Brägger. Promozione Salute Svizzera prende sul serio le critiche – anche se espresse da una minoranza – e si impegna a sfruttare il potenziale di miglioramento nell'ulteriore corso dell'attività della Fondazione.

Occorre sottolineare che gli anni 2017-2019 sono stati caratterizzati da una fase di cambiamento radicale: oltre al lancio di una nuova strategia per gli anni 2019-2024 vi sono stati un ampliamento delle attività della Fondazione e un aumento del contributo per la prevenzione generale delle malattie, che nel corso della tappa intermedia dal 2016 al 2018 ha fatto raddoppiare il budget. Questi sviluppi hanno comportato una significativa variazione dei gruppi d'interesse: il numero dei principali gruppi d'interesse è salito da circa 50 nel 2016 a oltre 100 nel 2019. Per contro, le risorse di personale sono rimaste sui livelli di quattro anni fa. Questa situazione di conflittualità emerge anche nella presentazione dei punti critici. Alla luce dei profondi cambiamenti av-

venuti e delle novità, è molto incoraggiante il fatto che la maggior parte dei gruppi d'interesse interpellati si dimostri particolarmente soddisfatta della Fondazione e delle sue attività.

Principali risultati positivi

Conferma della strategia 2019-2024 (cfr. pag. 3)

Con il lancio della sua nuova strategia, la Fondazione ha ampliato e in parte ridefinito le proprie attività e tematiche. Dal sondaggio è emerso che l'80% dei gruppi d'interesse conosceva la nuova strategia già dopo sei mesi dalla pubblicazione. Gli obiettivi strategici scelti sono stati accolti favorevolmente: tra il 66% e il 90% delle persone interpellate giudica gli obiettivi strategici importanti o molto importanti. Si riscontra un potenziale di miglioramento nella consapevolezza del fatto che la nuova strategia si basa sulla Strategia nazionale sulla prevenzione delle malattie non trasmissibili.

I gruppi d'interesse hanno constatato che le critiche espresse negli anni precedenti sono state prese in considerazione nella nuova strategia, come dimostra l'ampio consenso riscosso dal nuovo orientamento strategico nell'ambito della GSA e dell'estensione dei programmi d'azione cantonali (PAC). Altrettanto positiva è stata giudicata l'assunzione della nuova sfera di competenza nel sostegno di progetti «Prevenzione nell'ambito delle cure» (PADC) da parte di Promozione Salute Svizzera.

Soddisfazione in merito alle offerte, alle attività e allo svolgimento dei compiti (cfr. pag. 6 segg.)

Le principali offerte e attività della Fondazione sono note ben oltre la cerchia degli utenti. Inoltre, il 40%-50% delle persone interpellate è soddisfatto o molto soddisfatto dello svolgimento degli incarichi da parte di Promozione Salute Svizzera. Se si includono anche le persone «piuttosto soddisfatte», la quota delle persone soddisfatte raggiunge il 75%-90%. La medesima tendenza si osserva anche in relazione alla qualità delle offerte: le persone che

si avvalgono delle offerte di Promozione Salute Svizzera o che sono coinvolte nella loro attuazione sono maggiormente soddisfatte della qualità. Le campagne sulla salute psichica sono inoltre esplicitamente citate come esemplari, per mostrare come la Fondazione sostenga la moltiplicazione degli esempi di buona prassi.

Soddisfazione in merito alla collaborazione (cfr. pag. 11)

I gruppi d'interesse interpellati apprezzano anche la cooperazione con Promozione Salute Svizzera: la maggior parte si dichiara infatti soddisfatta o molto soddisfatta.

Apprezzamento delle osservazioni critiche e raccomandazioni

Raccomandazione n. 1: Promozione Salute Svizzera deve prendere con la dovuta serietà le critiche ricevute in merito ai PAC e al sostegno di progetti PADC, e reagire in modo adeguato.

PAC: «Progetti troppo ambiziosi e onere burocratico» (cfr. pag. 9)

I PAC si trovano in una situazione conflittuale tra la «sovranità» dei cantoni nell'ambito della promozione della salute e i requisiti posti da Promozione Salute Svizzera. È probabile che questa problematica sia divenuta più evidente in seguito all'ampliamento dei PAC.

Per quanto riguarda i PAC, viene criticato soprattutto l'aumento dell'onere burocratico per i cantoni, principalmente ascrivibile all'adempimento dei requisiti e alle valutazioni. Alla luce di tutto ciò, occorre semplificare le procedure e adattarle alle diverse condizioni quadro dei cantoni.

→ *Misura: Promozione Salute Svizzera riconosce la necessità per i cantoni di ottimizzare i processi e mira a migliorare la collaborazione attraverso un nuovo strumento: «Promotion digitale» sarà il tool nell'ambito dei PAC che accompagnerà tutti gli attori coinvolti durante l'intero processo del progetto e del programma. In questo modo si intende ridurre l'onere, aumentare la qualità e assicurare una maggiore chiarezza. «Promotion digitale» sarà lanciato nel corso del 2020.*

PADC: «Critiche relative al primo ciclo di sostegno» (cfr. pag. 9)

Con la nuova strategia e in stretta collaborazione con l'UFSP, nel 2017 Promozione Salute Svizzera ha assunto la nuova sfera di competenza nel sostegno di progetti PADC. Il sondaggio ha rivelato che lo scopo e il senso della PADC sono poco chiari per alcuni gruppi d'interesse.

→ *Misura: in futuro occorrerà spiegare più chiaramente ai gruppi d'interesse lo scopo e il senso del sostegno di progetti PADC, lo svolgimento del processo di assegnazione e la suddivisione dei compiti tra l'UFSP e Promozione Salute Svizzera.*

Sebbene la maggior parte delle persone interpellate giudichi positivamente l'ampliamento delle attività PADC, le opinioni sono più divise per quanto riguarda i processi operativi. Il primo ciclo di sostegno nel 2018 è stato definito poco trasparente e costoso. Allo stesso tempo è stato però riconosciuto che alcuni dei punti criticati sono già stati migliorati in occasione del secondo ciclo di sostegno nel 2019.

→ *Misura: tutte le procedure, il regolamento e un video esplicativo del sostegno di progetti PADC sono disponibili sul sito web della Fondazione. Inoltre, per i potenziali richiedenti del prossimo ciclo di sostegno nel 2020, sono previsti diversi workshop informativi in varie città svizzere.*

→ *Misura: verranno intraprese misure di perfezionamento con adeguamenti nel 2020 e 2021 in collaborazione con l'UFSP.*

Occorre smentire l'affermazione secondo la quale Promozione Salute Svizzera rivendicherebbe la proprietà intellettuale dei progetti.

→ *Commento: è vero che, in base al regolamento iniziale, Promozione Salute Svizzera si sarebbe riservata il diritto di prevedere una cessione dei diritti d'autore nei contratti del progetto. Questa regolamentazione non è però mai stata applicata ed è stata rimossa dal regolamento rielaborato.*

Raccomandazione n. 2: Promozione Salute Svizzera dovrebbe confrontarsi maggiormente con le diverse aspettative ed esigenze che le vengono presentate, e reagire proattivamente.

Strategia 2019-2024: «Si è tenuto conto delle precedenti aspettative, ma la popolazione adulta non è ancora considerata nei PAC» (cfr. pag. 4)

La nuova strategia ha permesso di rispondere ad alcune delle esigenze espresse dai gruppi d'interesse negli anni precedenti. Un'esigenza più volte manifestata è quella di considerare tutte le fasce d'età – e quindi anche la popolazione adulta – come gruppo target dei PAC.

- *Commento: in base alla Strategia nazionale sulla prevenzione delle malattie non trasmissibili (misura 1.2), con la sua nuova strategia nell'ambito dei PAC la Fondazione si è impegnata a concentrarsi sui gruppi target dei bambini e degli adolescenti così come delle persone anziane. Gli adulti sono inclusi come persone di riferimento dei gruppi target (genitori, familiari curanti ecc.).*
- *Commento: nel 2017 i PAC sono stati estesi alle persone anziane. Come citato nelle spiegazioni relative all'ordinanza del DFI che stabilisce il contributo per la prevenzione generale delle malattie adottata nel 2016, lo sviluppo demografico giustifica in primo luogo l'estensione delle attività a tale gruppo target.*
- *Commento: agli adulti sono rivolte diverse altre offerte di Promozione Salute Svizzera, come le campagne sulla salute psichica e il sostegno di progetti PADC.*

GSA: «Esigenza di maggiore radicamento nei cantoni e maggiore attrattività per le PMI» (cfr. pag. 4/pag. 13)

In futuro ci si aspetta che la GSA sia maggiormente radicata nei cantoni.

- *Commento: in base alla strategia 2019-2024 e all'accordo di collaborazione con l'UFSP, nell'ambito della GSA si pone l'attenzione sulle aziende.*
- *Commento: in alcune amministrazioni cantonali, la GSA sistematica è comunque già integrata nella quotidianità lavorativa. Con il progetto «La scuola si attiva», Promozione Salute Svizzera offre, in*

collaborazione con Radix, una GSA mirata per insegnanti e direttori scolastici. Inoltre, è in corso di pianificazione un progetto GSA incentrato sul personale nel settore delle cure di lunga durata. Si tratta di due campi d'azione in cui vi è un gran numero o una maggioranza di imprese pubbliche.

La richiesta di ampliare le attività GSA alle PMI è molto importante anche per la Fondazione e corrisponde a uno degli obiettivi definiti per i prossimi anni. Si auspica una prassi più favorevole per le PMI anche per quanto riguarda il label «Friendly Work Space»; l'onere per gli assessment e la ricertificazione è considerato eccessivo e la documentazione troppo complessa.

- *Misura: come prima misura, Promozione Salute Svizzera ha già deciso di diminuire i prezzi degli assessment per le PMI. Inoltre, nei prossimi anni la procedura di assessment sarà sottoposta a una valutazione critica.*
- *Misura: allo stesso tempo, viene messa a punto un'offerta a bassa soglia per le PMI.*

Valutazioni: «Onere eccessivo; esigenza di concentrarsi maggiormente sull'impatto sulla salute della popolazione e di comunicare i risultati in maniera più comprensibile» (cfr. pag. 6)

I gruppi d'interesse reputano molto importante l'attività di valutazione della Fondazione. Se però da una parte ne viene criticato l'elevato onere, dall'altra se ne richiede un ulteriore rafforzamento. Tale potenziamento dovrebbe riflettersi maggiormente nelle analisi sull'impatto sulla salute della popolazione (misurazione output, meta-analisi).

- *Misura: Promozione Salute Svizzera mira a ottenere misurazioni degli impatti realistiche e credibili. Conformemente al suo mandato legale e alla sua strategia, Promozione Salute Svizzera concentra le proprie valutazioni su misure che rientrano nell'ambito di impatto diretto. In futuro questa esigenza dovrà essere spiegata in maniera più precisa ai gruppi d'interesse coinvolti.*
- *Misura: al contempo, verranno intensificati gli sforzi volti a comunicare i risultati delle valutazioni al pubblico tramite messaggi brevi e semplici.*

«Eccessivi oneri propri» (cfr. pag. 6 / pag. 9)

Benché non venga messo in discussione il fatto che Promozione Salute Svizzera si assuma compiti centrali, si sono levate alcune voci critiche nei confronti degli oneri propri della Fondazione.

→ *Commento: a tal riguardo, si può constatare che Promozione Salute Svizzera ha ampliato il proprio portafoglio di compiti con le stesse risorse personali esistenti prima dell'aumento del contributo per la prevenzione generale delle malattie.*

Raccomandazione n. 3: Promozione Salute Svizzera deve rafforzare le partnership strategiche e coinvolgere in modo mirato un'ampia cerchia di attori.

«Occorre rafforzare le partnership»**(cfr. pag. 13 / pag. 15)**

L'adozione della Strategia nazionale sulla prevenzione delle malattie non trasmissibili e del relativo piano di misure nel 2016 ha confermato e rafforzato il ruolo e i compiti della Fondazione. Con l'attuazione di questa strategia, Promozione Salute Svizzera proseguirà la consueta collaborazione con numerosi diversi attori nell'ambito della promozione della salute e della prevenzione. In molti casi tale collaborazione si traduce in partnership basate su accordi scritti con obiettivi condivisi. Promozione Salute Svizzera conta attualmente oltre 40 partnership di questo tipo.

→ *Misura: la costituzione e la gestione di partnership richiedono notevoli risorse di personale. Ampliando i compiti e mantenendo invariate le risorse, in futuro sarà assolutamente necessario concentrarsi su un numero più ristretto di gruppi d'interesse principali (strategici).*

«Esigenza di un approccio più pratico e rafforzamento del dialogo con le associazioni economiche e gli attori nazionali» (cfr. pag. 4 / pag. 13 / pag. 15)

→ *Commento: con il sostegno di progetti PADC negli ultimi mesi l'approccio è diventato più pratico. Gli imminenti cicli di sostegno e i prossimi contratti di progetto permetteranno di migliorare ulteriormente la prossimità alla prassi negli anni a venire.*

→ *Commento: allo stesso tempo si continuerà ad attribuire una grande importanza alla periodicità degli scambi con le organizzazioni economiche e con gli attori nazionali.*

Sondaggio tra i gruppi d'interesse – punto di vista esterno sulle attività di Promozione Salute Svizzera

Resoconto sommario

all'attenzione della Fondazione Promozione Salute Svizzera

Dübendorf, 30.09.2019

1 Premessa

Promozione Salute Svizzera (PSCH) da quasi trent'anni è tra gli attori nazionali più importanti nel campo della promozione della salute e contribuisce a migliorare la salute della popolazione in Svizzera. Nell'attuazione della sua strategia, la Fondazione punta sulla collaborazione con partner attivi nel mondo economico e politico, amministrazioni, settore delle cure e ONG, la cui percezione e valutazione dell'operato della Fondazione determinano l'orientamento dei servizi. È significativa anche la percezione della Fondazione da parte di persone chiave del mondo sanitario e politico. Per questo motivo, la Direzione di PSCH ha incaricato Büro Brägger (ex Landert und Partner) di effettuare un nuovo sondaggio tra i gruppi d'interesse dopo quelli già condotti negli anni 2005/2006, 2009 e 2013.

Come nelle edizioni precedenti, il sondaggio si è concentrato sui seguenti elementi: strategia di PSCH, percezione e valutazione dell'operato e delle offerte della Fondazione, collaborazione con i partner. Particolare attenzione è stata dedicata alla nuova strategia 2019-2024, alla possibilità di eventuali altri quesiti provenienti da vari (anche nuovi) gruppi d'interesse, e alle differenze con cui questi ultimi percepiscono le attività della Fondazione rispetto al 2013.

2 Indicazioni per lo svolgimento

Come quelli precedenti, il sondaggio ha coinvolto tutte e tre le aree linguistiche con interviste telefoniche qualitative e un sondaggio online. Quest'ultimo era rivolto a persone e organizzazioni che sono state in contatto diretto con PSCH negli ultimi due anni nel ruolo di partner di progetto o di programma, committente, partner di network o utente di strumenti di gestione della salute in azienda (GSA). PSCH ha inoltre chiesto di inserire nel sondaggio online alcune domande destinate solo a persone selezionate, per valutare il sostegno del progetto Prevenzione nell'ambito delle cure (PADC), di cui era incaricata Interface. Hanno partecipato al sondaggio online 213 (48%) delle 445 persone invitate, rappresentando 200 organizzazioni (36 avevano già partecipato nel 2013, 18 di queste sono uffici cantonali della sanità o servizi specializzati per la promozione della salute). Gli interlocutori sono stati selezionati anche sulla base del loro contatto diretto con PSCH o perché conoscevano le attività della Fondazione in ragione della loro funzione politica. Delle 54 persone contattate, 47 hanno espresso la propria disponibilità a un colloquio oppure hanno incaricato della partecipazione un altro interlocutore all'interno dell'Istituzione (13 erano state intervistate anche nel 2013). Il rilevamento si è svolto da marzo a metà maggio 2019.

L'ultima indagine si è limitata a prendere in esame un punto di vista esterno e, contrariamente a quella del 2013, non ha coinvolto i collaboratori e i membri del Consiglio di fondazione. Bisogna inoltre considerare che con l'estensione della strategia di PSCH – soprattutto nell'ambito PADC – la Fondazione si è rivolta a nuovi gruppi d'interesse (cfr. tabella 1 nell'allegato). Sebbene il punto di vista esterno si basi su una percezione soggettiva, esso fornisce un quadro attendibile in particolar modo quando si sovrappongono i punti di vista di più gruppi d'interesse.

3 Risultati

3.1 Strategia di Promozione Salute Svizzera

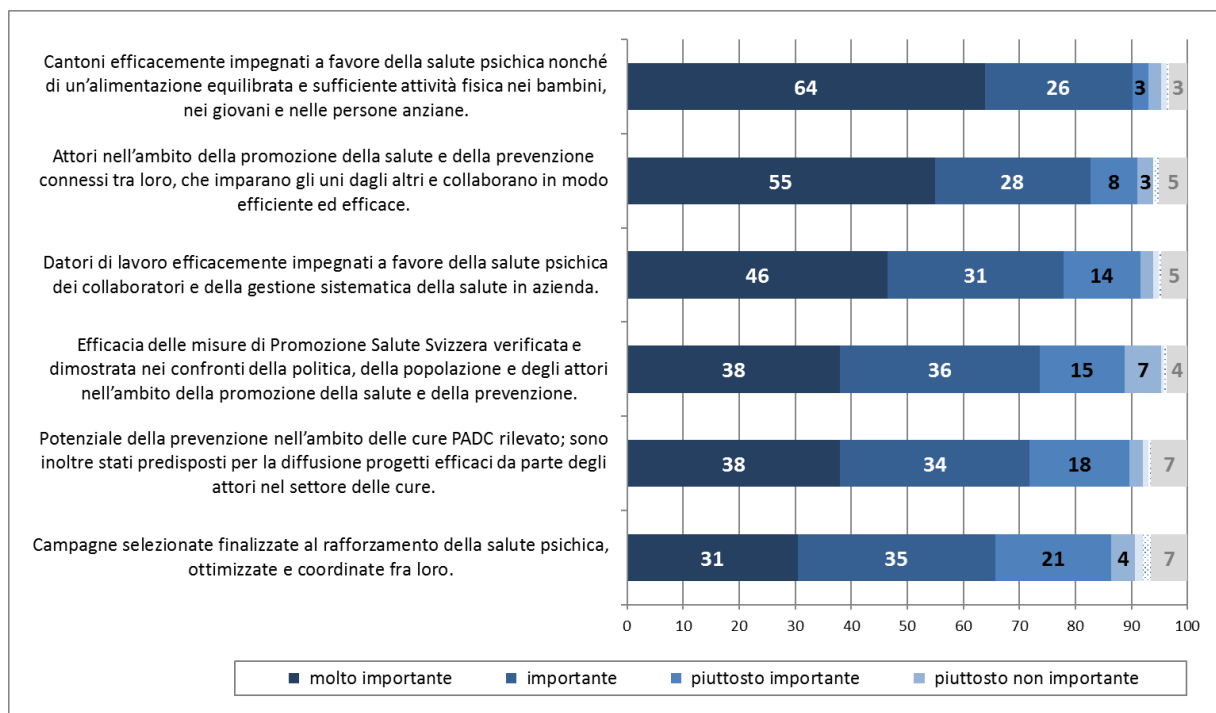
Nell'autunno 2018 PSCH ha pubblicato la sua nuova strategia per il periodo 2019-2024, che prevede un'estensione delle attività svolte in precedenza. La nuova strategia si basa sulla strategia nazionale sulla prevenzione delle malattie non trasmissibili per il periodo 2017-2024 (strategia MNT) e sul rapporto «Salute mentale in Svizzera». Ecco alcune delle principali novità strategiche:

- sviluppo dei programmi d'azione cantonali (PAC) tramite i temi «salute psichica» e il gruppo target «persone anziane», con conseguente nascita di tre nuovi moduli (mantenendo il tema precedente «peso corporeo sano» e il gruppo target «bambini/giovani»);
- attuazione capillare delle campagne esistenti sul tema della salute psichica;
- il settore Prevenzione nell'ambito delle cure (PADC) che è un nuovo settore di PSCH;
- rafforzamento dell'approccio basato sui moltiplicatori nel settore GSA.

Notorietà e
importanza

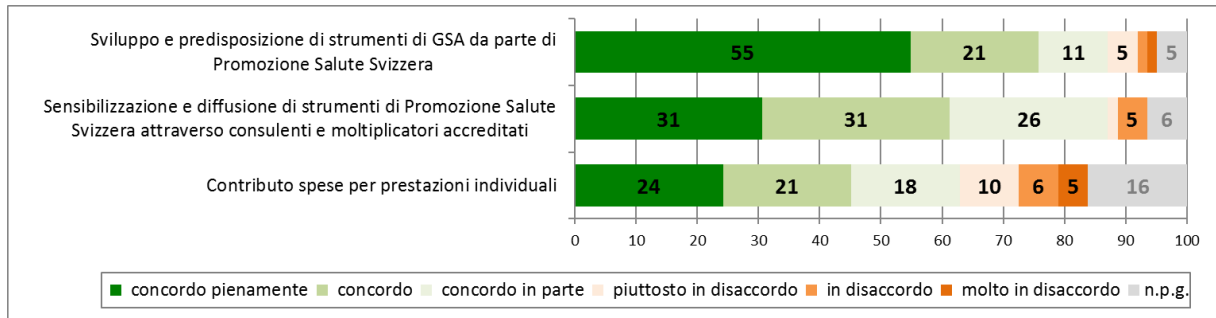
La maggior parte dei gruppi d'interesse sa che PSCH ha formulato una nuova strategia, ma solo pochi si sono confrontati con essa. Molti tuttavia ne conoscono gli sviluppi strategici, soprattutto l'estensione dei PAC e l'introduzione del settore PADC. Per contro, solo alcuni intervistati vedono il nesso tra la strategia MNT e la nuova strategia di PSCH. Nonostante la percezione limitata della nuova strategia, gli obiettivi strategici (figura 1) e quindi anche le estensioni strategiche delle attività della Fondazione e l'approccio basato sui moltiplicatori nel campo GSA (figura 2) sono perlopiù classificati come importanti o molto importanti.

Figura 1: Classificazione degli obiettivi strategici in ordine di importanza (in %, n=213)



«n.p.g.» = non posso giudicare

Figura 2: Approvazione al nuovo orientamento del tema principale GSA/obiettivo 2 (in %, n=62)



In particolare l'estensione dei PAC è una richiesta già avanzata dai cantoni nel 2013 (e in parte anche prima). Persiste l'esigenza di considerare tutte le fasce d'età nei PAC e di concentrarsi maggiormente su gruppi e setting specifici, di perseguire un approccio olistico (in particolare sul tema della «salute psichica») e di offrire ai cantoni agganci tematici con la GSA e, ora, anche nel settore PADC. Nel campo GSA è tuttora forte l'esigenza di rivolgersi, in futuro, a un maggior numero di piccole e medie imprese (PMI), prendendo in considerazione le associazioni imprenditoriali e industriali e offrendo servizi a bassa soglia. In generale si chiede che venga promosso ulteriormente il dialogo con le associazioni imprenditoriali e con altri attori nazionali di rilievo. I valutatori e i consulenti desiderano diminuire gli oneri diretti necessari (costi/tempo) per l'accREDITAMENTO.

Anche le campagne «Salute psichica» e il sostegno di progetti per la prevenzione nell'ambito delle cure PADC incontrano parere favorevole. I gruppi d'interesse riconoscono la necessità di eliminare i tabù sulle malattie psichiche e considerano la campagna un esempio ideale dell'incarico di PSCH, che adotta una misura di successo di singoli cantoni e la attua sull'intero territorio nazionale. Tuttavia, tenendo conto dei mezzi a disposizione, non devono sorgere attese eccessive nei confronti della campagna. PSCH rappresenta inoltre l'attore idoneo per il sostegno del progetto per la prevenzione nell'ambito delle cure PADC, anche se non tutti gli intervistati hanno chiaro in mente il significato di PADC oppure ne hanno una diversa comprensione.

3.2 Esercizio delle attività

Importanza

I compiti di PSCH sono perlopiù classificati come importanti (cfr. figura 7 nell'allegato). La percentuale di valutazioni «(molto) importante» è compresa fra il 50% e il 93%. Gli intervistati ritengono che i compiti più importanti siano *il sostegno finanziario, la promozione della qualità, il coordinamento e l'attività di valutazione* (ciascuno con una percentuale di oltre l'80%). *L'avvio di progetti e programmi, lo sviluppo di nuove offerte, la definizione di nuovi parametri GSA e la sensibilizzazione di vari gruppi target* sono percepiti dagli intervistati come meno importanti (ciascuno con una percentuale inferiore al 70%).

Soddisfazione

I dati che valutano la soddisfazione per l'esercizio delle attività sono nettamente inferiori rispetto a quelli sull'importanza (figure 3 e 7). La percentuale di risposte «(molto) importante» è compresa fra il 43% e il 64% (mentre l'importanza è collocata su un piano più elevato). Considerando anche la risposta «piuttosto soddisfatto», la percentuale varia dal 76% all'89%. Dal punto di vista degli intervistati, PSCH

esercita al meglio il suo incarico nel ruolo di *promotrice dello scambio tra gli attori* e di *promotrice di progetti e programmi* (ciascuno con una percentuale di «(molto) soddisfatto» di oltre il 60%). Gli attori esprimono il più basso livello di apprezzamento nei confronti del ruolo di *coordinatrice* e per quanto riguarda *la collaborazione con assicuratori, con il mondo dell'economia e della politica e con le ONG* (ciascuno con una percentuale inferiore al 50%). Permane il giudizio piuttosto critico circa *la coerenza interna ed esterna*, vale a dire l'efficacia con cui PSCH coordina tra loro incarichi e attività chiarendo i ruoli e la suddivisione dei compiti con attori analoghi nel settore: solo il 35% risp. il 30% degli intervistati concordano (pienamente) (figura 4). Inoltre, il 39% ritiene che le responsabilità e le competenze degli attori principali siano tenute in considerazione nelle fasi di elaborazione concettuale e attuazione delle misure.

Figura 3: Valutazione dell'esercizio delle attività in ordine di importanza (in %, senza «n.p.g.»)

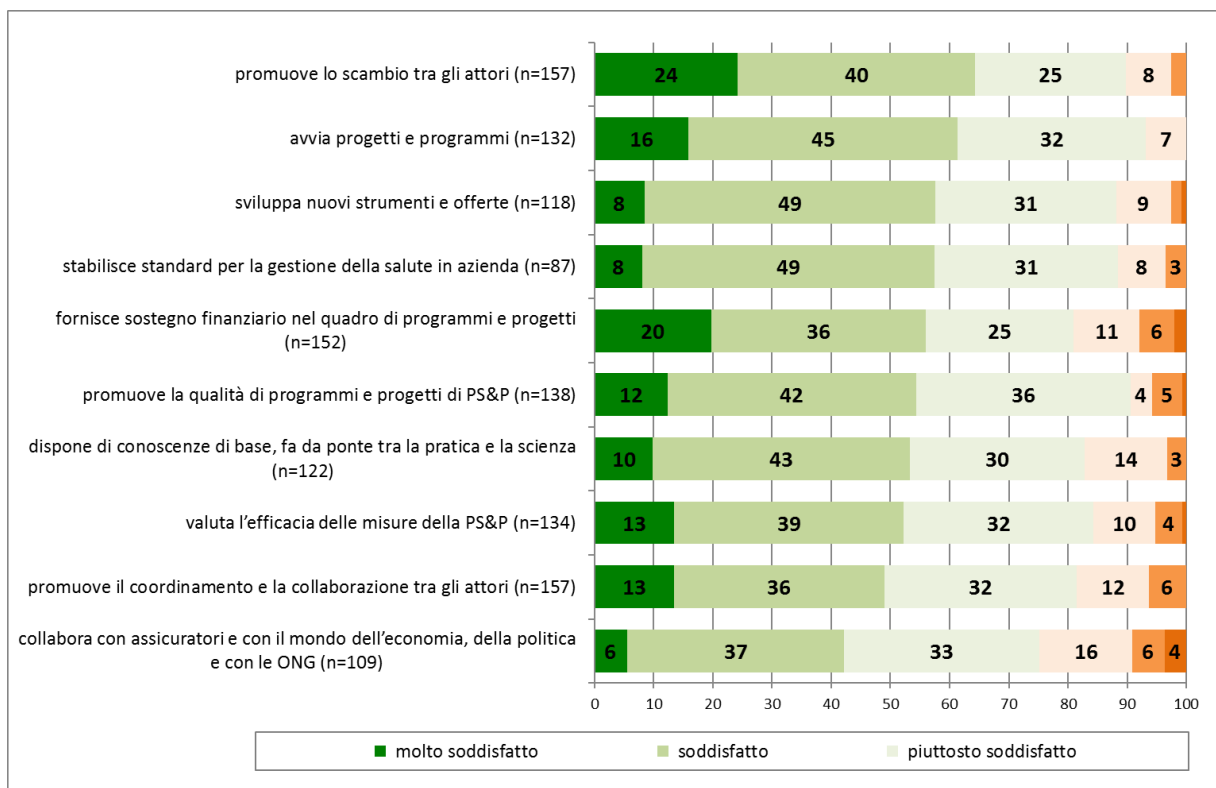
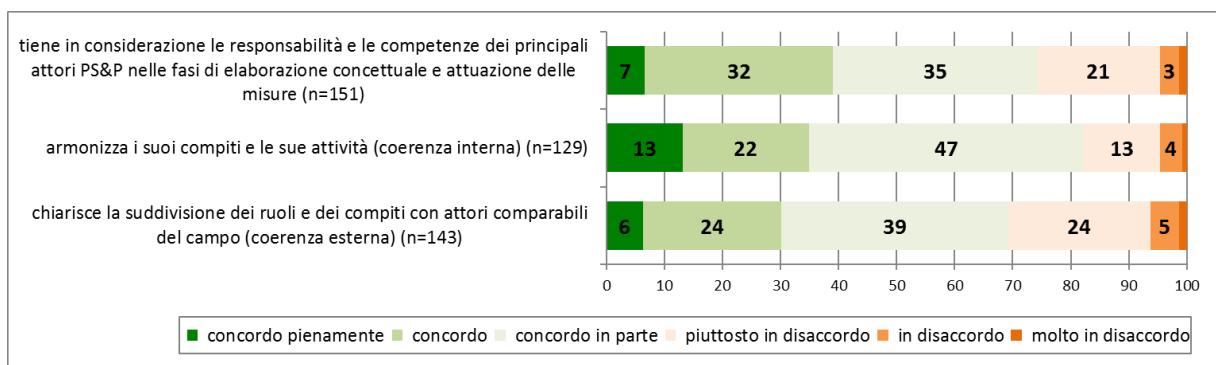


Figura 4: Valutazione di altri aspetti dell'esercizio del ruolo (in %, senza «n.p.g.»)



Confronto
con il 2013

L'importanza dei compiti e l'adempimento dei compiti ricevono una valutazione analoga, rispettivamente comparabile a quella del 2013 (cfr. tabella dei confronti di valori medi nell'allegato). Il sostegno finanziario ai progetti ha assunto maggiore importanza probabilmente a causa dell'aumento dei contributi, mentre la promozione del coordinamento e dello scambio tra gli attori e la definizione degli standard GSA sono stati messi in secondo piano. I gruppi d'interesse intervistati al telefono nel 2019 affermano che il compito di PSCH concernente il sostegno finanziario ai progetti risulta più in rilievo rispetto al 2013 (il 70% a fronte del 47%, compiti di PSCH menzionati spontaneamente). Essi riferiscono inoltre di percepire maggiormente l'attività di valutazione rispetto al 2013 (il 47% a fronte del 35%). Considerando la percentuale delle persone (molto) soddisfatte del sondaggio online, il risultato del 2019 in riferimento all'incarico di coordinamento (49% di persone soddisfatte a fronte del 61%), alla promozione della qualità (54% di persone soddisfatte a fronte del 66%) e alla coerenza interna ed esterna (35% a fronte del 44% / 30% a fronte del 41%) è tendenzialmente più negativo di quello del 2013, senza tuttavia rilevare differenze significative nei valori medi.

Giudizi qua-
litativi

Dai commenti e le interviste aperti si evince che questo è legato principalmente alle estensioni strategiche e all'aumento dei contributi a PSCH. Sono soprattutto i gruppi d'interesse più critici, che si aspettano di poter beneficiare maggiormente delle risorse finanziarie disponibili, con il minor onere burocratico possibile nonché di essere maggiormente coinvolti nella progettazione e nell'attuazione dei progetti e dei programmi di PSCH. Essi richiedono occasionalmente anche la riduzione degli oneri diretti di PSCH. Sebbene le voci critiche rappresentino la minoranza, gli intervistati hanno tuttavia osservato un aumento. Dal punto di vista degli attori, PSCH adempie al proprio compito di coordinamento soprattutto attraverso PAC, convegni, gruppi di lavoro, Consiglio di fondazione e moltiplicazione di progetti e approcci collaudati. Oltre al rafforzamento complessivo del coordinamento e dello scambio tra gli attori, i gruppi d'interesse incoraggiano in particolar modo la diffusione di progetti e strumenti collaudati (non solo le offerte di PSCH). Inoltre, come nei sondaggi precedenti, si rimprovera a PSCH di adottare un atteggiamento difensivo in fatto di consultazione e coordinamento con l'Ufficio federale della sanità pubblica (UFSP) e con altri attori nazionali (cooperazione strategica, coerenza esterna), e si sottolinea ora con maggiore forza questo aspetto (9 su 47 intervistati).

Dai commenti e le interviste aperti si evince inoltre che si auspica che PSCH rafforzi ulteriormente la sua attività di valutazione, considerando in maggior misura anche gli studi e le conoscenze internazionali circa l'efficacia delle misure di PS+P. Secondo i gruppi d'interesse PSCH, nell'ambito della sua attività di valutazione, dovrebbe analizzare con maggior frequenza l'impatto sulla salute della popolazione (anziché una misurazione dell'output), non concentrandosi esclusivamente sui propri progetti e programmi. Diversi attori a tale proposito riconoscono l'estrema difficoltà di comprovare l'efficacia.

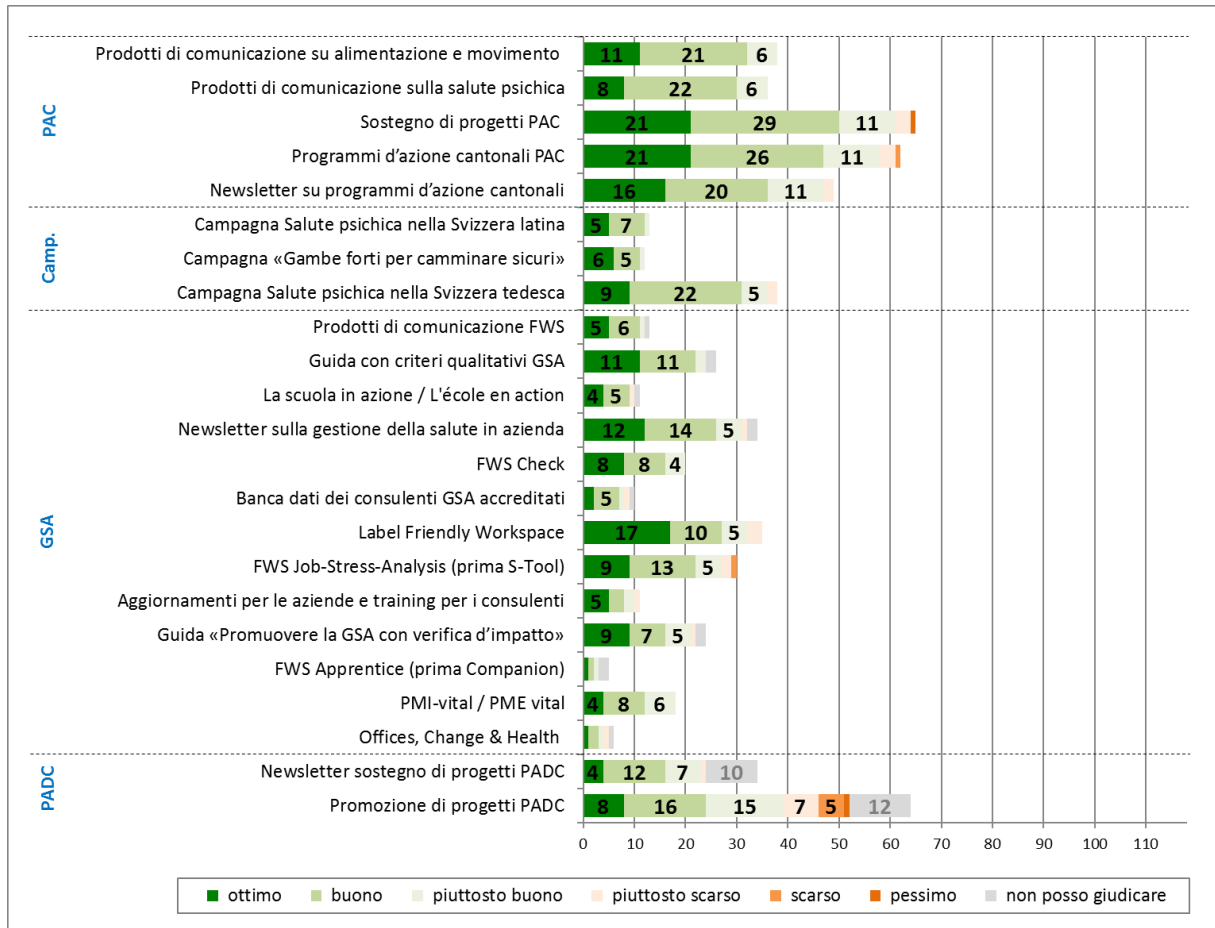
3.3 Attività e offerte

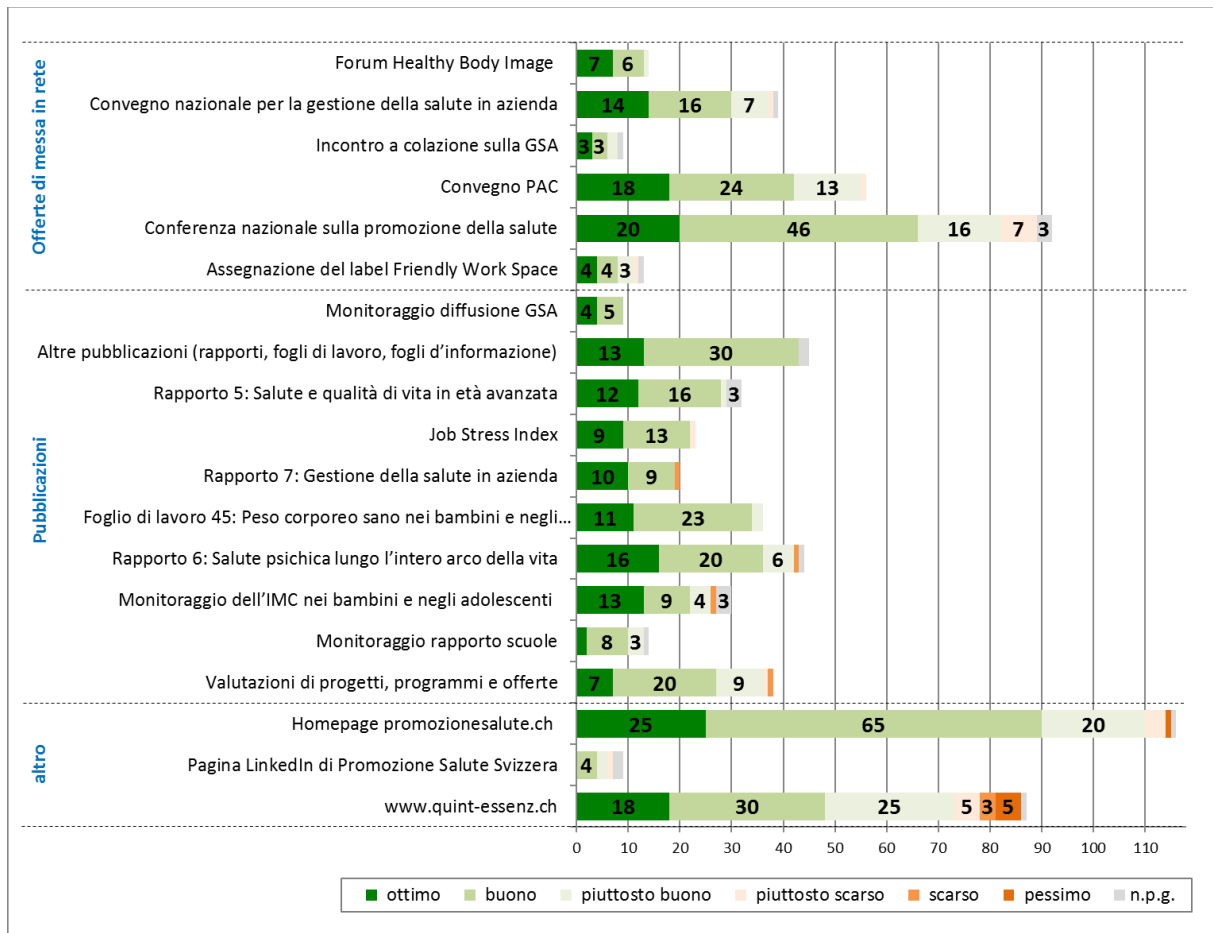
Notorietà

I dati relativi alla notorietà di singole attività e offerte variano tra il 10% e il 93%. Gli elementi più conosciuti sono *il sito web di PSCH, la Conferenza nazionale sulla promozione della salute, i prodotti di comunicazione sul tema «salute psichica», i PAC e il sostegno di progetti PAC*, con una percentuale di oltre il 70% ciascuno. Il sostegno di progetti PAC sfiora il grado di notorietà del 70% e pertanto gode

anch'esso di ottima popolarità. Hanno invece il più basso grado di notorietà (meno del 30%) singole offerte GSA (*prodotti di comunicazione, incontri a colazione, monitoraggio GSA, Friendly Work Space Apprentice, banca dati dei consulenti accreditati, Office Change & Health*), il *Forum Healthy Body Image* e la *pagina LinkedIn di PSCH*. Nel complesso, il grado di notorietà delle attività e delle offerte oltrepassa di molto l'effettiva cerchia di utenti.

Figura 5: Valutazione delle attività e delle offerte





Chi utilizza attività o offerte di PSCH o è coinvolto nell'attuazione è perlopiù soddisfatto (figura 5 e figure 8-11 nell'allegato): il 46%-92% si dichiara soddisfatto o molto soddisfatto delle attività in una scala da 1 a 6.¹ Considerando anche la risposta «piuttosto soddisfatto», la percentuale varia dal 75% al 100%. Praticamente non vi sono state valutazioni negative, fatta eccezione per *il sostegno di progetti PADC* e *quint-essenz* per cui si dichiara (molto) insoddisfatto rispettivamente il 12% e il 9% degli utenti o delle persone coinvolte. Con una percentuale di almeno il 90% ciascuna di valutazioni (molto) soddisfatto, hanno ottenuto i voti migliori la *Campagna «Salute psichica»* (Svizzera tedesca e latina), la *Campagna «Gambe forti per camminare sicuri»*, *«La scuola si attiva»*, il *sito web di PSCH* e *svariati prodotti di comunicazione*. Risulta tra l'altro nel complesso un'alta utilità dei prodotti di comunicazione (lo afferma il 54%-95% degli utenti). Per quanto riguarda l'utilità, ottengono buoni voti anche le attività di messa in rete. Nello specifico, gli utenti beneficiano in genere di più dell'attività di «messa in rete» (64%-93%) rispetto a quella di «scambio professionale e approfondimento delle conoscenze» (27%-100%). Riguardo a questi due aspetti, il forum Healthy Body Image ottiene il giudizio migliore, mentre l'assegnazione del label Friendly Work Space quello peggiore.

Soddisfazione relativa a uso/partecipazione

Confronto con il 2013

Rispetto al 2013, il catalogo di attività e offerte incluse nel sondaggio è stato notevolmente ampliato (da 21 a 42 attività). Al sondaggio sono inoltre stati invitati nuovi gruppi d'interesse che fino a quel momento non avevano presumibilmente molti punti di contatto con PSCH. Per questo motivo è poco

¹ Scala: ottimo, buono, piuttosto buono, piuttosto scarso, scarso, pessimo

rilevante il confronto diretto tra notorietà e utilizzo. Gli utenti delle offerte già intervistati nel 2013 oggi si dichiarano tendenzialmente più soddisfatti. A livello statistico, la valutazione è migliorata significativamente in merito ai temi *Newsletter sulla gestione della salute in azienda*, *Convegno nazionale GSA e Homepage*. Nel 2019 gli intervistati danno un giudizio nettamente migliore anche sui vari monitoraggi, anche se bisogna specificare che l'intervista del 2013 combinava le valutazioni e i monitoraggi. Per contro, risulta leggermente peggiorata la valutazione relativa ai PAC e a *quint-essenz*.

Il sondaggio online e le interviste hanno ulteriormente approfondito l'attuazione di singole offerte e attività.

Approfondimento di alcune attività

- Programmi d'azione cantonali: gli attori coinvolti hanno accolto molto favorevolmente l'estensione dei PAC a quattro moduli. Nel 2013, i cantoni hanno riconosciuto una collaborazione collaudata nell'ambito dei PAC. I nuovi moduli hanno riacceso la consapevolezza del fatto che la salute rientra nel territorio di competenza dei cantoni, ma che questi devono soddisfare i requisiti di PSCH per beneficiare dei fondi della Fondazione. Tali requisiti e il complessivo onere amministrativo, la quantità di informazioni da un lato e i severi requisiti da rispettare per le richieste di progetto dall'altro, sono percepiti come eccessivi (5 dei 6 rappresentanti cantonali intervistati, per un totale di 16 commenti aperti nel sondaggio online di 40 rappresentanti cantonali partecipanti). Gli intervistati hanno anche menzionato varie volte il gran numero di valutazioni, che costituiscono un carico (3 dei 6 rappresentanti cantonali intervistati). Vi sono inoltre cantoni che già prima dell'estensione dei PAC erano attivi nell'ambito delle nuove tematiche, e che vorrebbero vedere riconosciuti i concetti di base senza la necessità di rielaborarli per soddisfare i requisiti di PSCH. Si sono levate delle chiare voci critiche nei confronti degli oneri propri di PSCH, senza tuttavia mettere in discussione che PSCH si assuma determinati compiti centrali.
- Sostegno di progetti PADC: il primo giro di assegnazioni del sostegno di progetti PADC nel 2018 ha suscitato parecchio malcontento (8 su 18 intervistati esperti del processo). In parte lo si può attribuire al fatto che la richiesta ha superato di molto i fondi disponibili, causando delle delusioni (nel 2018 sono state presentate 115 bozze, 14 delle quali sono state accettate; 22 organizzazioni delle 52 interviste che sono state fatte online e in modo approfondito sulla PADC, hanno già inviato delle bozze). Tuttavia, diversi partecipanti al sondaggio ritengono che PSCH abbia fatto degli errori e che, al di là della problematica principale, questo ha provocato disaccordo (14 dei 18 di cui sopra, 20 commenti aperti nel sondaggio online di 64 persone coinvolte nel sostegno di progetti PADC). La procedura di assegnazione sarebbe stata troppo complessa e non trasparente (9 o 5 su 18; la maggior parte dei commenti online). Un'ulteriore critica riguarda inoltre il fatto che PSCH si sia riservata la proprietà intellettuale dei progetti. Inoltre si rimprovera a PSCH di aver agito arbitrariamente anziché collaborare con l'UFSP e di non aver tenuto conto del gruppo di esperti. Un altro punto contestato a PSCH è la mancanza di competenze e conoscenze sul sistema sanitario, sugli attori, sulle interfacce e sulle misure di prevenzione già esistenti (6 di 18; 2 commenti online). Non vi è tuttavia alcuna pretesa nei confronti di PSCH di sviluppare queste conoscenze, bensì di integrarle meglio nel sostegno di progetti PADC in futuro, coinvolgendo meglio gli attori interessati. Si conferma che PSCH ha tenuto conto dei punti critici del primo giro di assegnazioni e di aver adattato il processo per il secondo giro del 2019 (2 su 18), non ancora completo al momento del sondaggio.

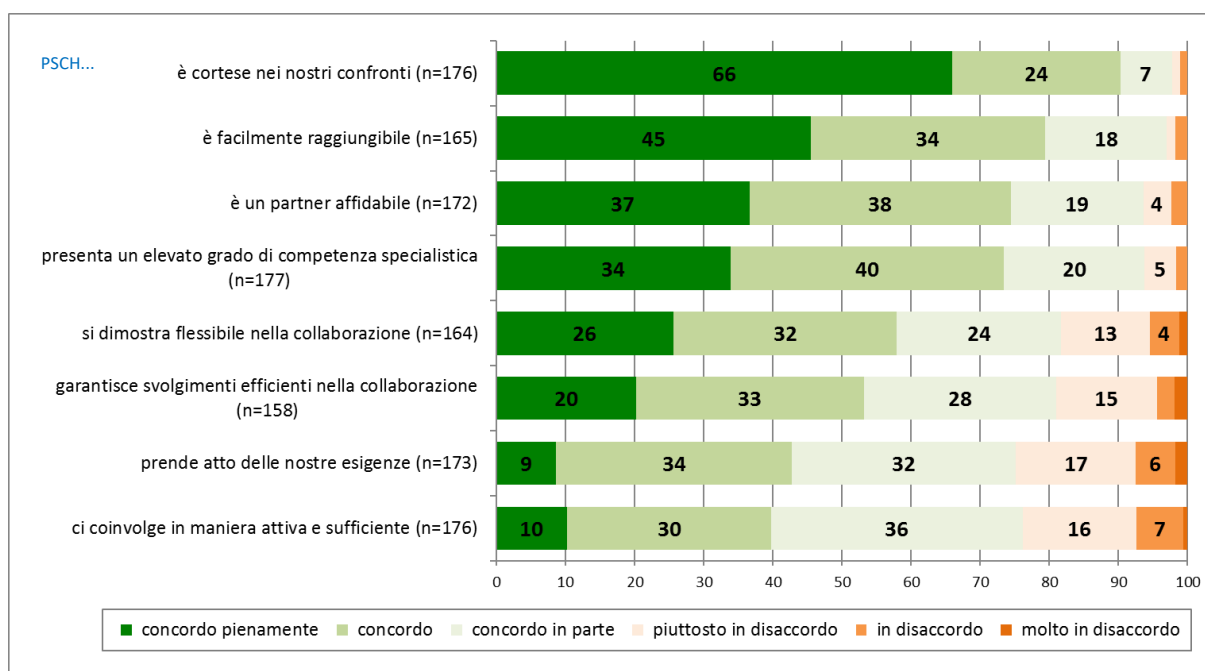
- Campagna «Salute psichica»: in generale si ritiene opportuno attuare la campagna separatamente per ogni zona del territorio nazionale. L'attuazione della campagna riceve una valutazione molto positiva nella Svizzera romanda, mentre nella Svizzera tedesca si levano alcune voci negative (cfr. figure 8 e 9 nell'allegato).
- Label Friendly Work Space: come nel 2013, il label Friendly Work Space continua a essere oggetto di controversie anche nel 2019, sebbene ora non venga più criticato l'approccio commerciale dato dal consolidamento dei moltiplicatori. Tuttavia, già nel 2013 era stato criticato il fatto che il label è d'interesse soprattutto per le grandi imprese e che scoraggia quelle piccole per via del grande impegno richiesto. Nel 2019 gli intervistati asseriscono con maggior forza che l'attendibilità del label è limitata in ambo le direzioni: infatti, l'assessment non verifica se sono rispettate tutte le disposizioni di legge, al contempo esistono tante imprese che pur non avendo il label si prendono cura dei loro collaboratori. In aggiunta, le esigenze nei confronti del label sono aumentate poiché le aziende già certificate avanzano nuove richieste ad ogni ricertificazione.

3.4 Collaborazione con i partner

Soddisfazione

Il 65% degli intervistati è (molto) soddisfatto della collaborazione con PSCH. La percentuale sale al 90% considerando anche le risposte «piuttosto soddisfatto». Tuttavia, differenziando il risultato secondo i gruppi di attori (figure 12 e 13 nell'allegato) si evidenziano anche differenze, con valori medi che variano tra 4,4 e 5,5.² Con una percentuale del 36% contrapposto al 9%, molti più attori constatano negli ultimi due anni un miglioramento anziché un peggioramento della collaborazione (circa la metà non nota alcun cambiamento). L'elemento decisivo è il rafforzamento o l'indebolimento della collaborazione, e la percezione degli attori circa il loro maggiore o minore coinvolgimento.

Figura 6: Valutazione di aspetti della collaborazione (n=158-177, senza «n.p.g.»)



Confronto con il 2013

In media non si rilevano variazioni nei livelli di soddisfazione rispetto al 2013 (differenze minime, non significative, dei valori medi, cfr. tabella 5 nell'allegato). Se si osservano i singoli gruppi d'interesse, tuttavia, i rappresentanti della Confederazione, dei cantoni, delle leghe per la salute e delle ONG nazionali sono attualmente un po' meno soddisfatti della collaborazione rispetto al 2013. Si dichiarano invece attualmente più soddisfatti gli utenti e i moltiplicatori degli strumenti GSA e i rappresentanti della ricerca, del settore economico privato e delle ONG regionali (cfr. tabella 5 nell'allegato). Va tenuto conto dei dati, in parte esigui, della casistica nei sottogruppi. Il confronto dei valori medi tra il 2019 e il 2013 evidenzia solo in tre punti elementi interessanti dal punto di vista statistico: la raggiungibilità di coloro che gestiscono progetti e programmi comuni con PSCH ha ricevuto una migliore valutazione rispetto al 2013 ($t(186) = 2.618$; $p = .01$; $d = .384$). Gli intervistati che nel 2019 fanno parte del network di PSCH comunicano una diminuzione della cortesia dimostrata nei loro confronti, rispetto al

² Su una scala da 1 «molto insoddisfatto» a 6 «molto soddisfatto».

sondaggio precedente ($t(40.624)=-2.533$; $p=.02$; $d=-.795$) mentre i rappresentanti dei cantoni si sentono meno o non sufficientemente coinvolti in maniera attiva rispetto al 2013 ($t(67)=-2.107$; $p=.04$; $d=-.515$).

Giudizi qualitativi

Le interviste fanno la distinzione tra una collaborazione operativa (20 intervistati) e una collaborazione strategica (21 intervistati). La collaborazione operativa riceve un giudizio perlopiù positivo. Più intervistati hanno riconosciuto ai collaboratori di PSCH un'eccellente gestione dei progetti. L'atteggiamento è percepito come gradevole, competente e orientato al sostegno. Poche le critiche (3 su 20), riguardanti soprattutto l'eccessivo onere amministrativo legato ai PAC. Circa la metà dei partner strategici (10) intervistati è altrettanto soddisfatto della collaborazione: questi attori affermano che la Fondazione provvede ad aggiornarli in maniera adeguata e che vi è comprensione reciproca, obiettivi comuni e attività ben conciliabili con quelle di PSCH. L'altra metà dei partner strategici (11) è invece più critica nei confronti della collaborazione, in singoli casi (3) persino molto critica. Talvolta, gli attori sentono la mancanza di una partnership «autentica» e vorrebbero essere coinvolti già nelle prime fasi di sviluppo di nuovi programmi. Indipendentemente dal fatto che la cooperazione sia di natura operativa o strategica, gli attori apprezzano molto un accordo vincolante e lo scambio istituzionalizzato, o quantomeno li auspicano qualora dovessero mancare.

4 Analisi e conclusioni

4.1 Le espansioni strategiche influenzano fortemente il punto di vista esterno

I gruppi d'interesse percepiscono perlopiù come importanti gli obiettivi strategici e i compiti di PSCH, di conseguenza attribuiscono a questa un ruolo di rilievo nella promozione della salute e nella prevenzione. Tra l'altro, ritengono che PSCH abbia acquistato maggior significato attraverso l'estensione della strategia e l'incremento dei contributi. Ampliando la strategia, PSCH è stata in grado di venire incontro a forti esigenze dei gruppi d'interesse e ha reagito a punti critici del passato (PAC, ambito GSA). D'altro canto, le espansioni strategiche hanno anche portato alla necessità di riorganizzare la collaborazione con gli attori o di allacciare nuove partnership, anche se l'approccio di PSCH non trova ovunque piena accettazione e talvolta è anzi fortemente criticato. Le risposte con testo libero, in particolare le interviste nel loro complesso, risentono fortemente delle espansioni strategiche e quindi anche delle relative sfide e critiche a esse associate, cosicché rischiano talvolta di essere compromessi anche i campi di attività consolidati. In un'analisi differenziata, tuttavia, rispetto all'ultimo sondaggio del 2013 la valutazione della Fondazione dal punto di vista dei gruppi d'interesse è nettamente migliorata sotto alcuni aspetti, per altri aspetti la percezione esterna è rimasta più o meno invariata e in certi punti è peggiorata:

- in aggiunta all'approvazione complessiva circa l'estensione della strategia, i partner di PSCH e i rappresentanti della ricerca, del settore economico privato e delle ONG regionali sono più soddisfatti della collaborazione rispetto al 2013. Questo vale in parte anche per altri ambiti delle attività della Fondazione quando i gruppi d'interesse percepiscono PSCH fortemente interessata a collaborare.

In proporzione, vi è un aumento nella soddisfazione dei gruppi d'interesse riguardo alla *collaborazione con assicuratori e con il mondo dell'economia, della politica e con le ONG*. Anche singole attività ricevono oggi valutazioni più positive. Soprattutto attori della Svizzera romanda presentano come esempio positivo della moltiplicazione di un progetto di successo la Campagna sulla salute psichica;

- con una percentuale compresa tra il 43% e il 64% di (molto) soddisfatto (senza considerare «piuttosto soddisfatto»), gli intervistati vedono come nel 2013 un importante potenziale di ottimizzazione nell'esercizio delle attività. Soprattutto nell'ambito della GSA vi è l'esigenza di puntare maggiormente alle PMI e di rafforzare il dialogo con le associazioni economiche e con gli attori nazionali. A PSCH si chiede anche di ampliare ulteriormente la sua funzione di ponte tra scienza e pratica;
- da un punto di vista attuale, i gruppi d'interesse sono più critici rispetto al 2013 per quanto riguarda la coerenza esterna e la considerazione delle esigenze degli attori, il che è dovuto principalmente ai nuovi settori, cioè all'estensione dei PAC e al sostegno di progetti PADC (cfr. 3.3). PSCH viene ripetutamente rimproverata di non coinvolgere a sufficienza gli attori rilevanti, di tenere troppo poco conto delle condizioni quadro degli attori e delle strutture esistenti, di elaborare i processi in maniera troppo burocratica e di insistere sull'autonomia invece di impegnarsi in partnership strategiche.

I problemi esistenti dal punto di vista degli attori sono noti anche a una cerchia più ampia di gruppi d'interesse, ecco perché complessivamente l'immagine di PSCH ha perso nonostante gli sviluppi, anche positivi, dal 2013 a ora.

4.2 Analisi dei problemi esistenti dal punto di vista esterno

Le variazioni riepilogate nell'ultimo paragrafo sono molto simili alle critiche espresse nel passato e che nel 2013, con la decisione delle attività della fondazione, si riteneva fossero in parte superate. Non è facile stabilire se PSCH durante l'ampliamento ad altre aree tematiche, abbia tenuto conto dell'esperienza passata e adattato i processi alle esigenze dei gruppi di interesse. Le ripetute critiche indicano soltanto che secondo alcuni gruppi di interesse non siano state tenute in conto a sufficienza e che la visione esterna sia influenzata dalle aspettative che gli attori hanno nei confronti di PSCH.

Già nei sondaggi condotti in passato i gruppi d'interesse hanno indirizzato a PSCH varie aspettative che tuttavia non possono essere tutte soddisfatte. Dal 2013 PSCH ha aperto la sua strategia ad altre aree tematiche e a nuovi sviluppi aumentandone il campo d'interazione: da una parte, l'aumento dei contributi suscita grandi aspettative ma dall'altra parte, essendo le risorse finanziarie stesse di PSCH limitate, quest'ultima è nell'impossibilità di soddisfare la domanda. I gruppi d'interesse inoltre non hanno ancora assimilato la nuova strategia e non condividono ancora la stessa idea del significato di PADC. Inoltre PSCH ha a che fare con dei nuovi gruppi d'interesse che non conoscono a fondo le attività, i compiti e le possibilità della Fondazione, con conseguenti aspettative nei suoi confronti che vanno al di là degli ambiti di sostegno (ad es. sostegno finanziario per progetti infrastrutturali) o che PSCH sta

già assolvendo (ad es. modelli d'impatto e indicatori). Inoltre, si osserva un divario sempre più pronunciato tra i cantoni o le aziende e la loro posizione in materia di rafforzamento della promozione della salute e della prevenzione o GSA, causando varie esigenze e aspettative nei confronti di PSCH. Le imprese ricertificate vorrebbero ad esempio un costante sviluppo del label Friendly Workspace, mentre altri gruppi d'interesse chiedono strumenti a bassa soglia per le piccole e medie imprese al fine di facilitare loro l'accesso a una GSA sistematica.

4.3 Potenziale di miglioramento

L'analisi rivela tre campi d'azione attraverso i quali PSCH può migliorare la propria immagine presso un'ampia cerchia di attori e rafforzare complessivamente la propria posizione.

1. PSCH deve prendere con la dovuta serietà le critiche ricevute in merito ai PAC e al sostegno di progetti PADC, e reagire in modo adeguato.

I gruppi d'interesse osservano criticamente i PAC e il sostegno di progetti PADC, che hanno contribuito significativamente al tendenziale peggioramento dell'immagine. Per correggere al meglio tale tendenza, quindi, PSCH deve impegnarsi a migliorare in maniera percepibile i processi e la collaborazione. Nell'ambito dei PAC occorre trovare un buon equilibrio per quanto riguarda informazioni, obiettivi e valutazioni, al fine di ridurre al minimo l'onere amministrativo. È altresì importante dimostrare ai gruppi d'interesse che le rettifiche promesse saranno attuate nel processo di selezione per il sostegno di progetti PADC.

2. PSCH dovrebbe confrontarsi con maggiore intensità con le diverse aspettative ed esigenze che le vengono presentate, e reagire proattivamente.

È aumentato il campo di tensione delle diverse aspettative ed esigenze rivolte a PSCH (cfr. 4.2). Non è possibile soddisfarle tutte. Ecco perché è ancora più importante essere consapevoli della loro diversità e posizionarsi all'interno di linee di tensione, fissare priorità e comunicarle in modo trasparente verso l'esterno, specificando anche quali aspettative non possono essere soddisfatte. Il dialogo con i gruppi d'interesse va intensificato per favorire la comprensione e per fare sì che gli attori percepiscano che PSCH capisce le loro richieste. A causa del crescente divario e delle condizioni quadro nel complesso diverse, PSCH ha sempre maggiori difficoltà nel rivolgersi ai cantoni, alle imprese e agli altri gruppi d'interesse con le stesse modalità e offerte e con gli stessi processi. Per soddisfare le diverse esigenze, PSCH dovrebbe pertanto perseguire una collaborazione il più possibile flessibile, pragmatica e meno formale, ed esprimere apprezzamento per gli elementi esistenti. In ultimo occorre trovare il giusto equilibrio per generare il maggior valore aggiunto possibile per i partner di attuazione, nel rispetto dei requisiti minimi.

3. PSCH deve rafforzare le partnership strategiche e coinvolgere miratamente un'ampia cerchia di attori.

Sin dal primo sondaggio tra i gruppi d'interesse, alla Fondazione è stato chiesto di coinvolgere sempre più attori dalla pratica e di stringere partnership strategiche con altri attori nazionali. Di recente, la richiesta si è fatta ancora più urgente in ragione della strategia MNT e dell'estensione strategica e dell'incremento dei contributi ad essa correlati. Non solo PSCH guadagnerebbe più credibilità con un più forte orientamento alla partnership, ma sarebbe anche meno vulnerabile se più attori potessero beneficiare della collaborazione da un lato, e se si riconoscesse un più ampio sostegno alle attività della Fondazione dall'altro lato.

Allegato

Tabella 1: Partecipanti

	2019		2013		Differenza	
	Quantità	Percentuale in %	Quantità	Percentuale in %	Quantità	Percentuale in %
Altre NGO nazionali	36	16.4	29	16.6	7	-0.2
Amministrazione cantonale	35	16.0	39	22.3	-4	-6.3
Settore economico privato / azienda	22	10.0	34	19.4	-12	-9.4
Associazione professionale per la salute	17	7.8	5	2.9	12	4.9
Associazione (ad es. sportiva)	17	7.8	-	-	17	7.8
Istituto di ricerca o di formazione	14	6.4	20	11.4	-6	-5.0
Amministrazione federale	13	5.9	9	5.1	4	0.8
Lega per la salute, organizzazione di auto-sostegno	11	5.0	5	2.9	6	2.1
Ambito delle cure	10	4.6	-	-	10	4.6
Altre NGO regionali/locali	9	4.1	15	8.6	-6	-4.5
Organizzazione dei pazienti	7	3.2	-	-	7	3.2
Associazione economica	5	2.3	1	0.6	4	1.7
Associazione assicuratori malattia/Assicuratore malattia	2	0.9	1	0.6	1	0.3
Sindacato	1	0.5	-	-	1	0.5
Altro ambito	10	5.0	0	-	10	5.0
Nessuna indicazione	4	4.1	1	0.6	3	3.5
Totale	213	100.0	175	100.0		

Tabella 2: Partecipanti secondo l'ambito di attività (sono possibili più risposte)

	Quantità	Percentuale in %
Salute psichica	118	55.4
Bambini e adolescenti	92	43.2
Movimento	77	36.2
(Prevenzione nell') ambito delle cure	69	32.4
Persone anziane	68	31.9
Gestione della salute in azienda GSA	62	29.1
Alimentazione	61	28.6
Dipendenze/droghe	48	22.5
Prevenzione del tabagismo	48	22.5
Prevenzione dell'alcolismo	40	18.8
Altri	56	26.3

Figura 7: Classificazione dei compiti di PSCH in ordine di importanza (in %, senza «n.p.g.»)

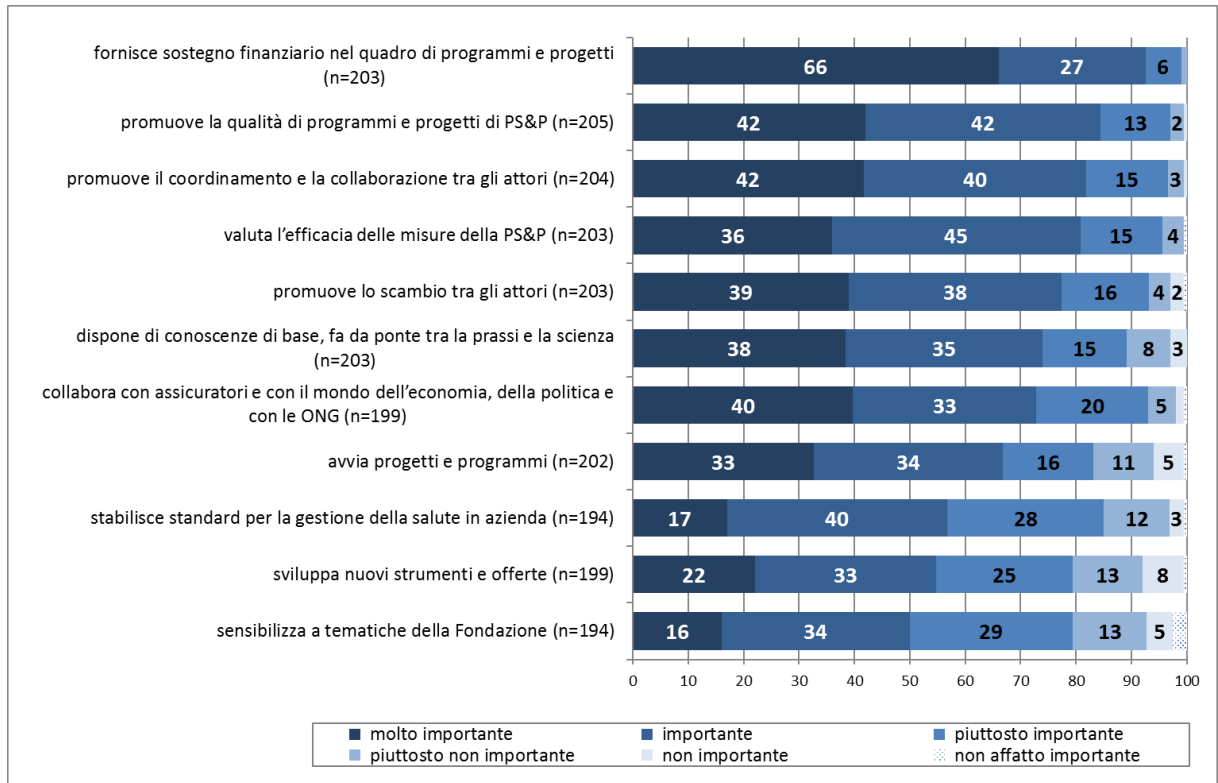


Tabella 3: Importanza dei compiti e soddisfazione in merito all'esercizio delle attività nel 2019 e nel 2013*

	2019	2013	Differenza	
Importanza	avvia progetti e programmi	4.76	4.82	-0.06
	sviluppa nuovi strumenti e offerte	4.48	4.70	-0.22
	fornisce sostegno finanziario nel quadro di programmi e progetti	5.58	5.45	0.13
	promuove la qualità di programmi e progetti	5.23	5.15	0.08
	stabilisce standard per la gestione della salute in azienda ●	4.55	4.77	-0.22
	promuove il coordinamento e la collaborazione tra gli attori ●	5.20	5.44	-0.24
	promuove lo scambio tra gli attori	5.06	-	-
	valuta l'efficacia delle misure della PS&P	5.11	5.10	0.01
	assume la funzione di mediatore tra scienza e prassi	4.99	4.92	0.07
	collabora con assicuratori e con il mondo dell'economia, della politica e con le OI	5.03	4.98	0.05
sensibilizza diversi gruppi target sulle tematiche della Fondazione	4.36	-	-	
Esercizio dell'attività	avvia progetti e programmi	4.70	4.61	0.09
	sviluppa nuovi strumenti e offerte	4.51	4.58	-0.07
	fornisce sostegno finanziario nel quadro di programmi e progetti	4.47	4.49	-0.02
	promuove la qualità di programmi e progetti	4.51	4.66	-0.15
	stabilisce standard per la gestione della salute in azienda	4.51	4.66	-0.15
	promuove il coordinamento e la collaborazione tra gli attori	4.38	4.53	-0.15
	promuove lo scambio tra gli attori	4.76	-	-
	valuta l'efficacia delle misure della PS&P	4.44	4.48	-0.04
	assume la funzione di mediatore tra scienza e prassi	4.43	4.24	0.19
	collabora con assicuratori e con il mondo dell'economia, della politica e con le OI	4.10	4.00	0.10
sensibilizza diversi gruppi target sulle tematiche della Fondazione	4.43	-	-	
altri aspetti	armonizza i suoi compiti e le sue attività	4.25	4.24	0.01
	chiarisce la suddivisione dei ruoli e dei compiti con attori comparabili del campo	3.98	4.16	-0.18
	tiene in considerazione le responsabilità e le competenze degli attori principali	4.14	-	-

* Valutazione dell'esercizio delle attività con l'importanza collocata su un piano più elevato (piuttosto importante / molto importante)

● Differenza statisticamente significativa (test t) tra i gruppi del 2013 e del 2019

Figura 8: Valutazione della campagna «Salute psichica» nella Svizzera tedesca (n=40)

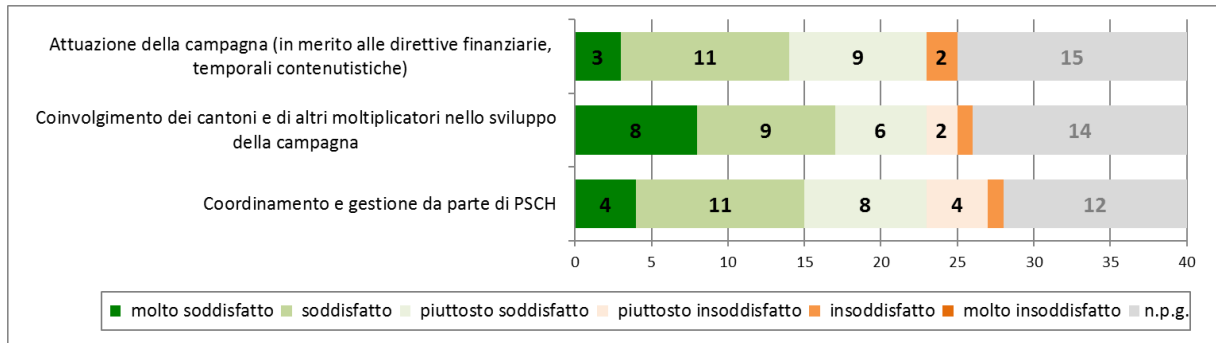


Figura 9: Valutazione della campagna «Salute psichica» nella Svizzera latina (n=18)

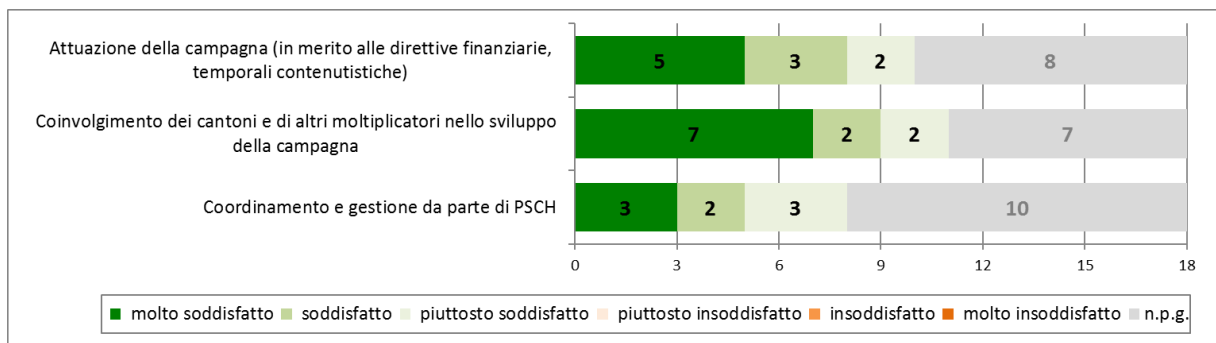


Figura 10: Valutazione dell'utilità delle attività di messa in rete (n=9-92)

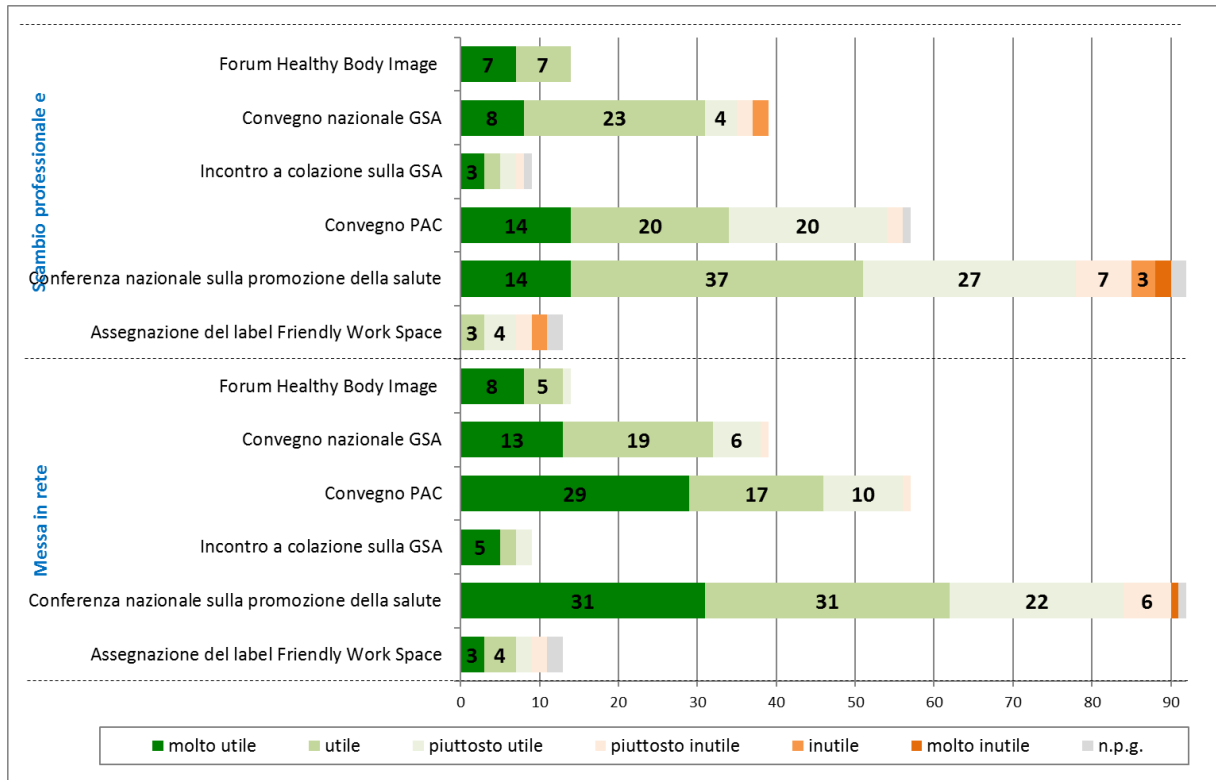


Figura 11: Valutazione dell'utilità delle pubblicazioni (n=9-46)

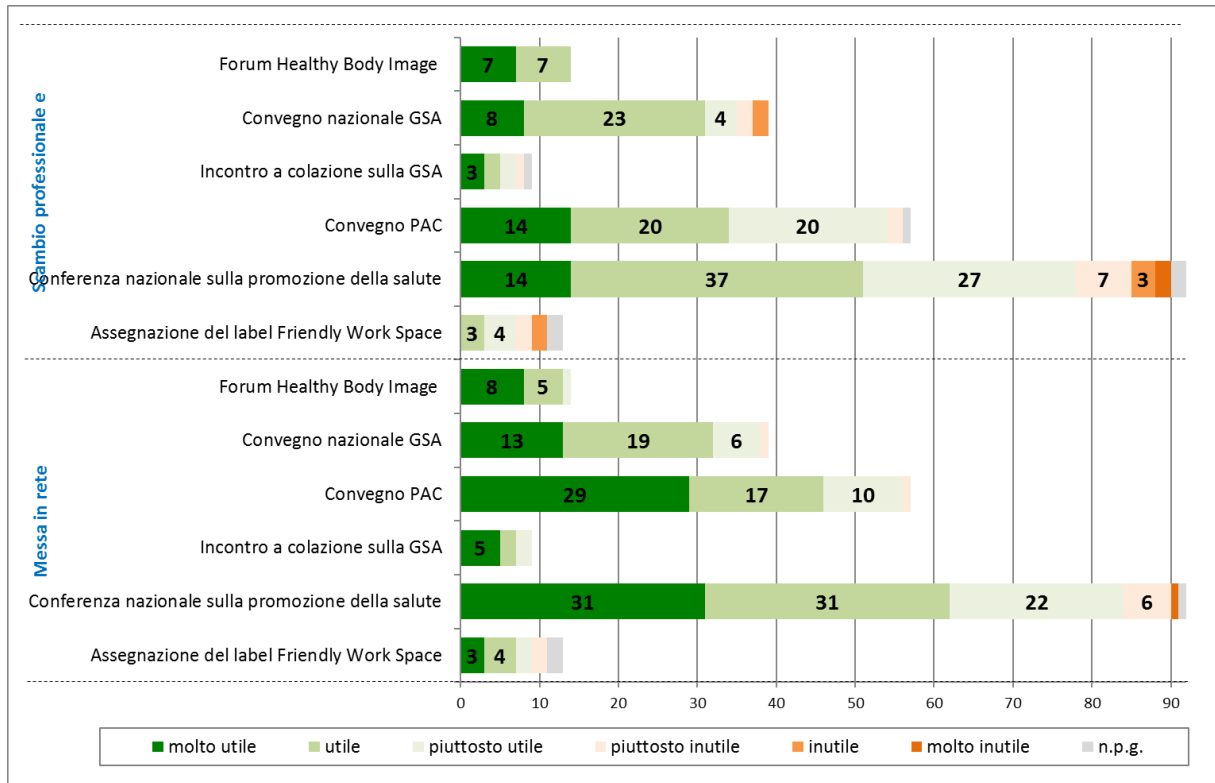
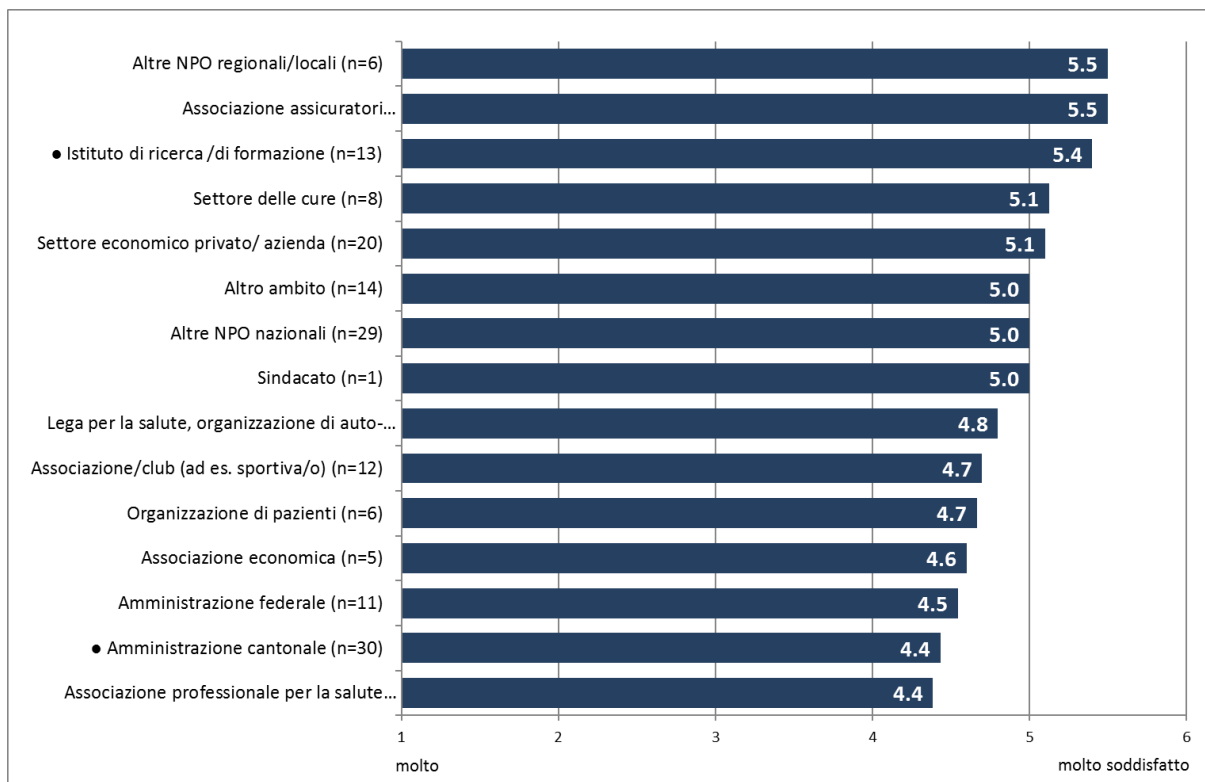
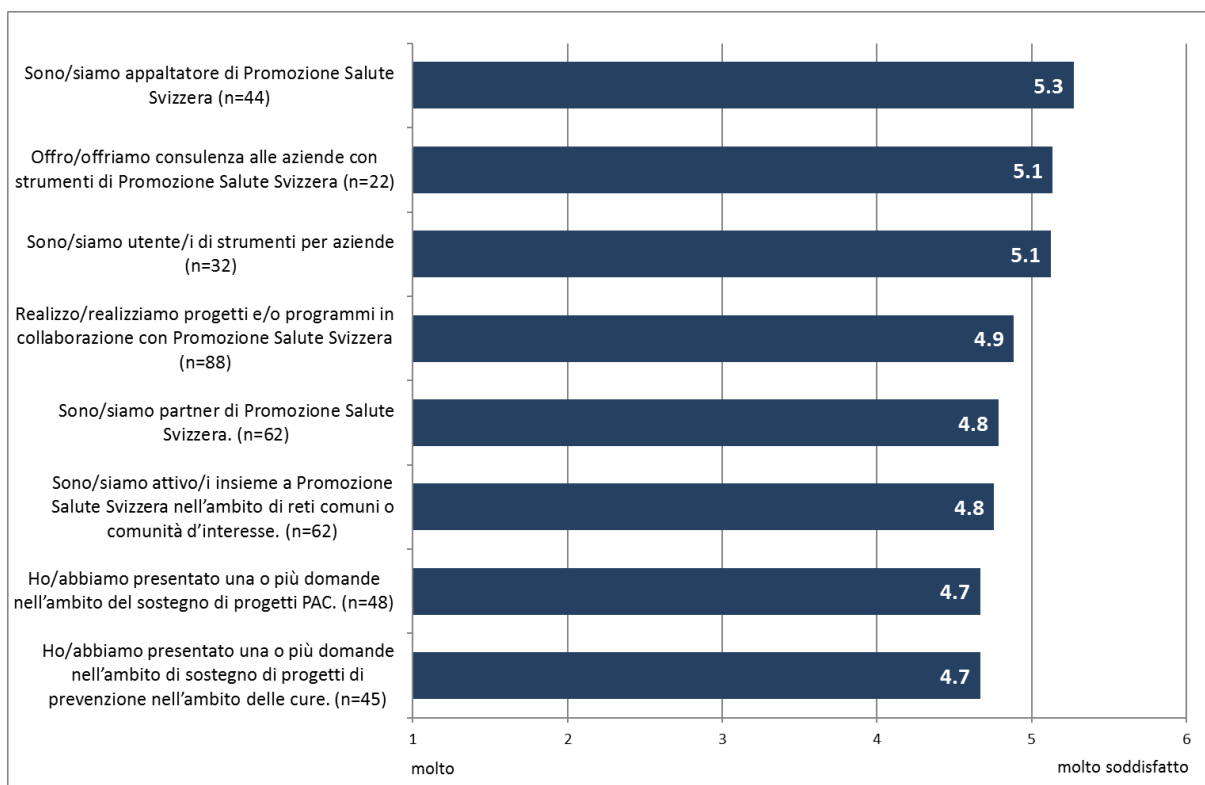


Figura 12: Valutazione complessiva della collaborazione secondo gruppo di attori (valori medi)



● Differenza statisticamente significativa del valore medio del gruppo corrispondente rispetto al campione restante

Figura 13: Valutazione complessiva della collaborazione secondo la relazione con PSCH (valori medi)



- Differenza statisticamente significativa del valore medio del gruppo corrispondente rispetto al campione restante

Tabella 5: Valutazione di aspetti della collaborazione: confronto dei valori medi 2013-2019

		Coinvolgimento	Rilevare le esigenze	partner affidabile	procedure efficienti	mostra flessibilità	Competenze specialistiche	è facilmente raggiungibile	è cordiale
tutti gli intervistati	2013 (n=175)	4.28 (1.11)	4.29 (1.08)	5.04 (0.96)	4.56 (1.10)	4.53 (1.14)	4.80 (1.04)	5.03 (0.95)	5.59 (0.69)
	2019 (n=192)	4.18 (1.08)	4.17 (1.11)	5.02 (0.97)	4.48 (1.16)	4.58 (1.19)	4.99 (0.94)	5.20 (0.90)	5.53 (0.78)
Differenza valore medio		-0.10	-0.12	-0.02	-0.08	0.05	0.19	0.17	-0.06
Progetti/programmi	2013 (n=105)	4.48 (0.97)	4.46 (0.95)	5.12 (0.91)	4.58 (1.06)	4.65 (1.06)	4.74 (0.99)	4.95 (0.98)	5.56 (0.74)
	2019 (n=89)	4.41 (0.98)	4.35 (1.07)	5.03 (0.89)	4.44 (1.22)	4.68 (1.13)	5.00 (0.99)	5.29 (0.77) ●	5.60 (0.69)
Committente	2013 (n=43)	4.45 (1.09)	4.40 (1.01)	5.14 (1.00)	4.71 (1.04)	4.69 (1.20)	5.00 (1.01)	5.21 (0.75)	5.49 (0.90)
	2019 (n=44)	4.61 (0.87)	4.60 (0.89)	5.27 (0.82)	4.70 (0.94)	4.98 (0.96)	5.21 (0.89)	5.49 (0.67)	5.70 (0.67)
Network (senza progetti)	2013 (n=24)	3.61 (1.27)	3.57 (1.20)	4.59 (1.10)	4.11 (1.24)	4.10 (1.22)	4.57 (1.34)	5.14 (0.73)	5.73 (0.46)
	2019 (n=31)	4.00 (1.04)	3.89 (1.10)	4.83 (1.07)	4.43 (1.08)	4.36 (1.14)	4.90 (0.90)	5.11 (0.81)	5.28 (0.74) ●
Utenti di strumenti GSA	2013 (n=47)	4.05 (1.31)	4.12 (1.27)	4.93 (1.16)	4.28 (1.37)	4.28 (1.34)	4.84 (1.11)	4.93 (1.01)	5.57 (0.91)
	2019 (n=38)	4.46 (0.87)	4.47 (0.94)	5.18 (0.83)	4.61 (0.99)	4.58 (1.32)	5.26 (0.83)	5.28 (0.94)	5.54 (0.87)
Confederazione	2013 (n=9)	4.11 (1.17)	4.22 (1.30)	4.44 (0.88)	4.78 (0.83)	4.56 (1.01)	4.78 (1.39)	5.00 (1.00)	5.44 (0.73)
	2019 (n=11)	3.64 (1.36)	3.64 (1.03)	4.36 (1.21)	4.10 (1.29)	4.00 (1.18)	5.30 (0.82)	4.80 (1.40)	5.36 (0.81)
Cantoni	2013 (n=39)	4.46 (0.97)	4.31 (1.00)	4.97 (0.93)	4.23 (1.09)	4.46 (1.00)	4.51 (0.94)	4.64 (1.22)	5.51 (0.68)
	2019 (n=30)	3.97 (0.96) ●	3.86 (1.13)	4.87 (0.78)	3.83 (1.34)	4.13 (1.22)	4.59 (0.98)	5.15 (0.95)	5.43 (0.77)
Settore economico azienda	2013 (n=33)	4.03 (1.45)	4.03 (1.30)	4.94 (1.22)	4.47 (1.20)	4.39 (1.32)	4.84 (1.28)	5.06 (0.89)	5.50 (0.95)
	2019 (n=19)	4.42 (1.07)	4.37 (0.90)	5.21 (0.79)	4.84 (1.02)	4.88 (1.11)	5.40 (0.68)	5.37 (0.76)	5.84 (0.38)
Ricerca	2013 (n=17)	4.20 (1.32)	4.00 (1.31)	5.20 (0.86)	4.73 (0.96)	4.31 (1.25)	4.53 (1.46)	5.35 (0.70)	5.47 (0.72)
	2019 (n=13)	4.62 (0.96)	4.58 (1.17)	5.54 (0.78)	5.08 (1.17)	5.08 (1.24)	5.08 (1.24)	5.46 (0.66)	5.77 (0.60)
Leghe/associazioni per la salute	2013 (n=10)	4.89 (0.60)	4.80 (0.79)	5.40 (0.52)	5.00 (0.71)	4.40 (1.27)	5.10 (0.74)	5.20 (0.63)	5.70 (0.48)
	2019 (n=9)	4.67 (0.71)	4.33 (0.71)	5.10 (1.29)	4.78 (0.67)	4.78 (1.09)	4.56 (1.13)	5.22 (0.67)	5.67 (0.71)
ONG naz.	2013 (n=26)	4.23 (0.95)	4.44 (1.04)	5.19 (1.06)	4.76 (1.33)	4.96 (1.20)	4.93 (0.98)	5.11 (0.93)	5.73 (0.60)
	2019 (n=31)	4.19 (0.98)	4.34 (0.94)	4.90 (1.03)	4.48 (1.12)	4.54 (1.07)	5.00 (0.98)	5.23 (0.97)	5.44 (0.95)
ONG reg.	2013 (n=15)	4.31 (0.95)	4.31 (0.86)	5.21 (0.58)	4.45 (1.13)	4.54 (1.05)	5.07 (0.62)	5.13 (0.74)	5.73 (0.46)
	2019 (n=7)	4.14 (1.35)	4.29 (1.11)	5.43 (0.54)	5.14 (0.69)	5.14 (0.90)	5.43 (0.54)	5.43 (0.54)	5.71 (0.49)

Su una scala da 1 «molto insoddisfatto» a 6 «molto soddisfatto».

Tra parentesi () è riportata la relativa deviazione standard

- Differenza statisticamente significativa dei valori medi (test t) tra i gruppi d'interesse nel 2013 rispetto al 2019