

Gesundheitsförderung Schweiz
Promotion Santé Suisse
Promozione Salute Svizzera

Agosto 2018



Strategia 2019-2024

Impressum**Editrice**

Promozione Salute Svizzera

Foto di copertina

iStock.com/FatCamera

Informazioni

Prof. Dr. Thomas Mattig

Promozione Salute Svizzera, Wankdorfallée 5, CH-3014 Berna, tel. +41 31 350 04 04,
office.bern@promotionsante.ch, www.promozionesalute.ch

Numero di ordinazione

01.0235.IT 08.2018

Scarica PDF

www.promozionesalute.ch/pubblicazioni

© Promozione Salute Svizzera, agosto 2018

Indice

1 Introduzione	4
2 Basi	5
2.1 Concetti di base	5
2.2 Quadro di orientamento politico	5
2.3 Basi legali	6
3 Valutazione della strategia 2007-2018	7
3.1 Approcci comprovati	7
3.2 Raccomandazioni di intervento risultanti dalla valutazione	8
4 Condizioni quadro strategiche	9
4.1 Strategia MNT	9
4.2 Rapporto «Salute mentale in Svizzera»	9
4.3 Ordinanza sull'aumento del contributo	9
5 Conclusioni nell'ottica della strategia 2019-2024	11
6 Obiettivi	12
7 Linee guida strategiche	14
8 Risorse e compiti	15
8.1 Impiego dei mezzi finanziari	15
8.2 Impiego del personale	16
8.3 Principali compiti	16
9 Allegato: lista degli indicatori	17

1 Introduzione

Le origini della Fondazione Promozione Salute Svizzera risalgono agli anni '70 e '80, quando nella medicina sociale e preventiva si era affermato un nuovo concetto di salute. A differenza della medicina curativa che puntava a «riparare» i danni fisici e psichici, ora l'aspetto principale era quello di preservare la salute degli individui, dove gli stati di transizione tra salute e malattia sono continui e il contesto di vita delle persone (lavoro, formazione, famiglia, ambiente, alimentazione) ha un influsso fondamentale. Secondo questo concetto la salute dell'individuo deriva dall'interazione tra fattori di rischio e fattori di protezione. Mentre i fattori di rischio favoriscono l'insorgenza di malattie, i fattori di protezione la inibiscono. Ma non solo: i primi infatti contribuiscono sensibilmente alla sensazione di benessere dell'individuo.

Da allora la prevenzione, che mira a evitare i rischi di malattia, è affiancata dalla promozione della salute, il cui obiettivo è quello di sostenere comportamenti sani e migliorare condizioni di vita salutari.

Nel 1989 viene fondata la Fondazione svizzera per la promozione della salute con la partecipazione di tutti i cantoni, della Confederazione svizzera, del Concordato delle casse malati svizzere (oggi santé-

suisse) e dell'Associazione svizzera degli assicuratori privati malattia e infortuni (oggi Associazione Svizzera delle Assicurazioni). Nel 1996, in seguito alla revisione della Legge federale sull'assicurazione malattie (LAMal), alla Fondazione viene conferito un mandato legale, legato al suo finanziamento. Da allora ha il compito di stimolare, coordinare e valutare sull'intero territorio nazionale «misure atte a promuovere la salute e a prevenire le malattie». Ogni persona assicurata secondo la LAMal contribuisce all'esecuzione di questo mandato versando un contributo mensile di 40 centesimi attraverso il premio di assicurazione malattia.

Con questi mezzi finanziari Promozione Salute Svizzera sostiene gli ampi sforzi degli attori nel campo della prevenzione affinché un numero possibilmente alto di persone e organizzazioni adottino un comportamento e creino un ambiente favorevoli alla salute.

Il presente documento riassume le attività e le prestazioni della Fondazione negli anni 2007-2018, fornisce un quadro delle condizioni quadro strategiche e formula gli obiettivi e le misure per gli anni 2019 fino a 2024.

2 Basi

2.1 Concetti di base

La promozione della salute e la prevenzione si basano su due concetti.

La salutogenesi

La salutogenesi pone l'accento sulla salute piuttosto che sulla malattia. Da questa prospettiva non è solo importante sapere cosa fa ammalare le persone, ma anche cosa le mantiene in salute pur essendo esposte a una serie di rischi e sollecitazioni. Secondo il concetto della salutogenesi esistono risorse individuali e sociali. Da una parte queste consentono agli individui di mitigare le conseguenze di sollecitazioni e carichi, dall'altra hanno un impatto positivo sulla salute.

I determinanti della salute

Il concetto dei determinanti della salute descrive i fattori individuali e sociali che influiscono sulla salute. Sia le caratteristiche personali come l'età e il sesso, sia i comportamenti individuali hanno una forte incidenza sulla salute. Ma anche i determinanti sociali come formazione, lavoro e reti di relazioni influiscono sulla salute degli individui e possono spiegare in gran parte le disuguaglianze a livello di salute nella popolazione. Sono infatti soprattutto le condizioni sociali in cui si cresce, vive e lavora a contribuire in misura determinante sul modo in cui evolve il nostro potenziale di salute.

2.2 Quadro di orientamento politico

Numerosi problemi di salute sono riconducibili alle condizioni di vita delle persone e alla loro capacità di definirle autonomamente. La consapevolezza che la salute delle persone non dipende solo da una buona assistenza medica ha spinto l'Organizzazione mondiale della sanità (OMS) a definire nella Carta di Ottawa, in occasione della prima Conferenza inter-

nazionale sulla promozione della salute tenutasi nel 1986, diverse aree d'intervento per la promozione della salute e la prevenzione, in particolare:

- Rafforzamento delle competenze personali in materia di salute
- Nuovo orientamento dei servizi sanitari
- Configurazione favorevole alla salute degli ambiti di vita quali abitazione, lavoro, formazione, ambiente, tempo libero, comunicazione e traffico
- Attuazione di una politica globale favorevole alla salute

Dopo la Conferenza di Ottawa, a oggi si sono svolte altre otto conferenze sulla promozione della salute che hanno consentito di ampliare e migliorare sul piano tecnico la Carta di Ottawa. Si è trattato soprattutto di collegare la prevenzione della salute agli obiettivi per la salute dell'OMS, «La salute per tutti nel 21° secolo», che attribuisce grande importanza alle pari opportunità nella salute. La Carta di Ottawa, insieme a questi ampliamenti, costituisce il quadro di orientamento politico nel quale si colloca anche Promozione Salute Svizzera.

Nell'ambito di questo orientamento si inseriscono anche gli obiettivi di sviluppo sostenibile delle Nazioni Unite. All'obiettivo 3, gli Stati membri dell'ONU si impegnano a garantire una vita sana e promuovere il benessere di tutti a tutte le età. L'obiettivo 3 riguarda anche la lotta alle malattie non trasmissibili. La «Strategia nazionale sulla prevenzione delle malattie non trasmissibili» della Svizzera viene illustrata di seguito al punto 4 (Condizioni quadro strategiche).

2.3 Basi legali

Il mandato legale definisce i principi alla base dell'attività di Promozione Salute Svizzera in termini molto più concreti. L'articolo 19 della LAMal, intitolato «Promozione della prevenzione delle malattie», recita che gli assicuratori gestiscono congiuntamente con i cantoni un'istituzione «avente lo scopo di stimolare, coordinare e valutare misure atte a promuovere la salute e a prevenire le malattie».

La legge prevede inoltre che l'organo direttivo deve essere composto non solo da rappresentanti degli assicuratori e dei cantoni, ma anche da rappresentanti della Confederazione, medici, cerchie scientifiche e organizzazioni specializzate nella prevenzione. L'articolo 20 LAMal disciplina il finanziamento, secondo cui gli assicuratori malattia applicano un contributo di prevenzione che viene fissato dal Dipartimento federale dell'interno (DFI). Al DFI compete anche la vigilanza sull'attività dell'istituzione e l'impiego dei mezzi.

BASI



3 Valutazione della strategia 2007-2018

Per ottenere un giudizio indipendente sulla prestazione di Promozione Salute Svizzera nel periodo strategico 2007-2018 è stata richiesta una valutazione esterna, che dovrebbe fungere da base per la Strategia 2019-2024. Il rapporto di valutazione* giunge alla conclusione che Promozione Salute Svizzera ha conseguito risultati positivi in merito alle sue tematiche centrali (peso corporeo sano, salute psichica/stress, rafforzamento della promozione della salute) e ha ampiamente attuato i più importanti principi che si è prefissata (sviluppo sostenibile, cooperazione e dialogo, pari opportunità).

3.1 Approcci comprovati

Alimentazione e attività fisica nei bambini e negli adolescenti

I programmi d'azione cantonali (PAC) per un peso corporeo sano sono stati attuati dal 2007 su ampia scala e con misure di vario genere. Nel 2015 hanno partecipato al programma 20 cantoni e sono stati raggiunti circa 500000 bambini e adolescenti. Al contempo, tra il 2005 e il 2014 si è registrata una diminuzione della quota di bambini e adolescenti sovrappeso e obesi. Non è tuttavia possibile indicare in che misura Promozione Salute Svizzera abbia contribuito a questa evoluzione.

Salute psichica/stress sul posto di lavoro

Promozione Salute Svizzera sostiene le imprese in Svizzera, mediante misure individuali e organizzative, a ridurre lo stress psichico nella quotidianità professionale e rafforzare le risorse favorevoli alla salute dei collaboratori. A tale scopo la Fondazione ha sviluppato tra l'altro uno strumento atto a misu-

rare i carichi dei collaboratori e messo a punto criteri qualitativi per una gestione globale della salute in azienda (GSA). Sulla base di questi criteri, Promozione Salute Svizzera assegna alle imprese il label «Friendly Work Space». Attualmente sono 75 le ditte e organizzazioni che hanno ottenuto questo label, con oltre 220000 collaboratori che beneficiano di una GSA sistematica e condizioni di lavoro conseguentemente ottimizzate.

Rafforzamento della promozione della salute

Per favorire e consolidare la promozione della salute nel contesto svizzero, Promozione Salute Svizzera punta su attività di rete. Queste si svolgono sia tra i cantoni che all'interno degli stessi, sia con associazioni e organizzazioni attive nell'ambito della promozione della salute e della prevenzione. Le attività di rete hanno consentito agli attori di scambiare le loro esperienze e conoscenze e migliorare la qualità delle attività e misure adottate. Inoltre, grazie al finanziamento di misure e allo sviluppo di mezzi di prevenzione, Promozione Salute Svizzera ha stretto numerose collaborazioni e partnership. Per il successo della promozione della salute e la prevenzione, partnership e reti efficaci sono infatti fondamentali.

* Il rapporto di valutazione è disponibile sul sito web di Promozione Salute Svizzera – <https://promozionesalute.ch>

TEMATICHE STRATEGICHE CENTRALI 2007-2018

	ALIMENTAZIONE E ATTIVITÀ FISICA	SALUTE PSICHICA	RAFFORZAMENTO DELLA PROMOZIONE DELLA SALUTE
BAMBINI E ADOLESCENTI	✓ Programmi d'azione cantonali (PAC)		✓ Attività di rete con attori della promozione della salute e della prevenzione (tra cui cantoni, associazioni, organizzazioni)
PERSONE ATTIVE PROFESSIONALMENTE		✓ Gestione della salute in azienda (GSA)	

3.2 Raccomandazioni di intervento risultanti dalla valutazione

La valutazione esterna della strategia 2007-2018 indica delle raccomandazioni per Promozione Salute Svizzera confluite nella Strategia 2019-2024 e riassunte di seguito.

Intensificare il networking con gli attori del mondo politico, economico e scientifico

Nella nuova strategia è auspicabile un maggiore impegno sul fronte del networking e della cooperazione con gli attori del mondo politico, economico e scientifico.

Rafforzare il focus sulla prevenzione contestuale

Occorre dare maggiore peso alle misure di prevenzione contestuale per quanto riguarda gli obiettivi d'impatto, le attività e la comunicazione verso l'esterno. Nella nuova strategia occorre pertanto definire esplicitamente gli obiettivi che riguardano la prevenzione contestuale e documentare i risultati sistematicamente.

Coinvolgere maggiormente i gruppi target nello sviluppo di progetti

È auspicabile aumentare la partecipazione dei gruppi target allo sviluppo di progetti e programmi. Lo scambio diretto con bambini e adolescenti, gruppi svantaggiati sul piano della salute o responsabili di piccole e medie imprese potrebbe migliorare la qualità e l'efficacia dei progetti.

Verificare l'orientamento strategico nell'ambito della gestione della salute in azienda

Sul piano strategico si tratta soprattutto di riflettere se è appropriato limitare il tema della salute psichica allo stress sul posto di lavoro. Inoltre andrebbe migliorata la cooperazione con importanti attori come assicurazioni, cantoni e rappresentanti di piccole e medie imprese.

Dare maggiore importanza alla gestione degli impatti in tutte le tematiche

Nell'ambito della futura strategia si consiglia di dare maggiore importanza alla gestione degli impatti in tutte le tematiche al fine di migliorare i processi di apprendimento e documentare gli impatti in modo affidabile. Per il futuro si consiglia anche di formulare un maggior numero di obiettivi in termini di outcome anziché di impact.

4 Condizioni quadro strategiche

4.1 Strategia MNT

In virtù del suo mandato legale, Promozione Salute Svizzera svolge un ruolo centrale nell'ambito della prevenzione, in quanto sviluppa, sostiene finanziariamente e coordina la promozione della salute e la prevenzione insieme alla Confederazione, ai cantoni e alle assicurazioni. Per adempiere al meglio al mandato conferitole, nel 2016 la Confederazione, i cantoni e Promozione Salute Svizzera hanno approvato la «Strategia nazionale sulla prevenzione delle malattie non trasmissibili» (Strategia MNT). Insieme al rispettivo piano di misure, la Strategia MNT costituisce il quadro operativo dell'attività di Promozione Salute Svizzera fino al 2024.

La visione della Strategia MNT è la seguente:

«Più persone restano in buona salute oppure hanno un'elevata qualità di vita malgrado siano affette da una malattia cronica. Meno persone si ammalano e muoiono prematuramente a causa di malattie non trasmissibili evitabili. Le persone sono motivate ad adottare degli stili di vita sani, in un ambiente propizio alla salute, a prescindere dalla propria condizione socioeconomica.»

Nel piano di misure della Strategia MNT i tre partner – ovvero la Confederazione (rappresentata dal Dipartimento federale dell'interno DFI e dall'Ufficio federale della sanità pubblica UFSP), i cantoni (rappresentati dalla Conferenza svizzera delle direttrici e dei direttori cantonali della sanità CDS) e Promozione Salute Svizzera – stabiliscono le misure con le quali intendono raggiungere questi obiettivi e la suddivisione delle responsabilità tra i partner. Per migliorare l'efficienza e l'efficacia della prevenzione e della promozione della salute è fondamentale che i tre partner continuino a sviluppare la loro collaborazione. Ora la Fondazione ha anche il compito di sostenere i progetti finalizzati al rafforzamento della prevenzione nell'ambito delle cure. In futuro, l'assistenza sanitaria di base svolgerà un ruolo de-

cisivo in relazione alla prevenzione delle malattie non trasmissibili. Gli attori che operano nel settore delle cure non devono limitarsi solo ad applicare la prevenzione alle malattie non trasmissibili, ma anche a quelle psichiche e alle dipendenze.

4.2 Rapporto «Salute mentale in Svizzera»

Il rapporto «Salute mentale in Svizzera: situazione attuale e aree d'intervento», realizzato nel 2014 congiuntamente con la Confederazione e i cantoni, è anch'esso vincolante per Promozione Salute Svizzera. Mostra il fabbisogno in termini di coordinamento, adeguamenti strutturali, misure di monitoraggio e valutazione e di progetti nell'ambito della salute psichica. Il rapporto prevede in particolare che in futuro Promozione Salute Svizzera affronti il tema della salute psichica su scala più ampia e assuma la responsabilità di una campagna di sensibilizzazione a livello nazionale sul tema della salute psichica. Le misure indicate nel rapporto sono oggi parte integrante del piano di misure della Strategia MNT.

4.3 Ordinanza sull'aumento del contributo

Dal 1996, il contributo al premio LAMal finalizzato alla prevenzione era di 20 centesimi al mese per persona assicurata. Il Consiglio federale ha gradualmente aumentato questo contributo per finanziare i compiti supplementari di Promozione Salute Svizzera come da definizione nel piano di misure della Strategia MNT. Nel 2017 era pari a 30 centesimi, dal 2018 è di 40 centesimi al mese per persona assicurata. Nell'ordinanza del Dipartimento federale dell'interno DFI del 1° luglio 2016 sulla determinazione del contributo per la prevenzione generale delle malattie, i nuovi compiti della Fondazione derivanti dal piano di misure MNT sono specificati in modo esplicito.

CONDIZIONI QUADRO STRATEGICHE



5 Conclusioni nell'ottica della strategia 2019-2024

Sulla base della valutazione del periodo strategico 2007-2018 e delle condizioni quadro strategiche menzionate (piano di misure MNT), Promozione Salute Svizzera ha tratto le seguenti conclusioni che saranno adottate nel nuovo periodo strategico.

Formulare obiettivi a livello di output e outcome

Gli obiettivi strategici di Promozione Salute Svizzera devono essere formulati quali obiettivi di output e outcome. Ciò consente di mostrare qual è il valore aggiunto concreto apportato dalla Fondazione e quali risultati sono direttamente riconducibili al suo operato.

Ampliare i programmi d'azione cantonali (di seguito: obiettivo 1)

Intensificare la collaborazione con i cantoni nel quadro dei programmi d'azione cantonali, condotti con successo, e delle strutture sviluppate per realizzarli. I programmi saranno ampliati al gruppo target persone anziane e integrati da aspetti della salute psichica. Le misure di prevenzione contestuale saranno rafforzate ulteriormente.

Riorientare la gestione della salute in azienda (di seguito: obiettivo 2)

Le attività nell'ambito della gestione della salute in azienda si incentrano maggiormente sulla sensibilizzazione dei datori di lavoro e vanno sempre più a beneficio anche delle piccole e medie imprese. La diffusione della gestione della salute in azienda in Svizzera viene incentivata attraverso la collaborazione con i moltiplicatori (ad es. assicuratori e associazioni di settore).

Sviluppare la prevenzione nell'ambito delle cure (di seguito: obiettivo 3)

Per sviluppare la prevenzione nell'ambito delle cure vengono promossi e valutati progetti innovativi. In questo modo si creano le basi affinché in futuro si possano diffondere approcci efficaci attraverso l'intero sistema di cure.

Informare e sensibilizzare sulla salute psichica (di seguito: obiettivo 4)

La popolazione è sempre più informata sul tema della salute psichica. L'obiettivo è di rafforzare le risorse degli abitanti della Svizzera di modo che possano affrontare meglio le situazioni di vita difficili.

6 Obiettivi

In linea con i suoi principi guida, Promozione Salute Svizzera vuole stimolare il maggior numero possibile di persone e di organizzazioni ad adottare un comportamento sano e a creare un ambiente salutare. La Fondazione affronta le sfide connesse alla salute e sviluppa soluzioni pratiche insieme ai suoi partner. Fa da anello di congiunzione al mondo politico, economico, scientifico e pratico e favorisce il networking nell'ambito della politica sanitaria nazionale. Promozione Salute Svizzera verifica i progressi, l'efficacia e la qualità delle misure adottate. Nel quadro della sua strategia 2019-2024, la Fondazione punta ai seguenti obiettivi sovraordinati.

I cantoni, le imprese e gli attori della sanità pubblica rafforzano il loro impegno a favore della promozione della salute e della prevenzione, sfruttano le possibili sinergie e verificano l'efficacia delle loro attività.

Più in dettaglio, la Fondazione persegue sei obiettivi strategici che da una parte si riferiscono ai tre ambiti di intervento (programmi d'azione cantonali, gestione della salute in azienda e prevenzione nell'ambito delle cure), dall'altra ai tre elementi del mandato legale (avviare, coordinare e valutare) (cfr. figura «Obiettivi strategici», pag. 13).

01: i cantoni si impegnano efficacemente a favore della salute psichica nonché di un'alimentazione equilibrata e sufficiente attività fisica nei bambini, nei giovani e nelle persone anziane.

I comprovati «Programmi d'azione cantonali per l'alimentazione e il movimento nei bambini e negli adolescenti» saranno estesi al tema della salute psichica e al gruppo target persone anziane. Promozione Salute Svizzera si pone l'obiettivo di implementare i programmi ampliati in tutti i cantoni in modo efficiente ed efficace.

02: i datori di lavoro si impegnano efficacemente a favore della salute psichica dei propri collaboratori e della gestione sistematica della salute in azienda.

Da anni i carichi psichici sul posto di lavoro sono in forte aumento. Di conseguenza è sempre più pressante l'esigenza dei datori di lavoro di contrastare questa tendenza. Affinché le imprese possano impegnarsi efficacemente a favore della salute psichica dei collaboratori, Promozione Salute Svizzera mette a disposizione validi e comprovati strumenti. Ai fini della costituzione di una gestione sistematica della salute in azienda, le imprese possono basarsi su criteri standard di Promozione Salute Svizzera.

03: il potenziale della prevenzione nell'ambito delle cure di lotta contro le MNT, le malattie psichiche e le dipendenze è stato rilevato; sono inoltre stati predisposti per la diffusione progetti efficaci da parte degli attori nel settore delle cure.

Gli attori del settore delle cure devono contribuire a far sì che i pazienti usufruiscano maggiormente delle offerte di prevenzione. Tramite il finanziamento di corrispondenti progetti, Promozione Salute Svizzera, in collaborazione con l'Ufficio federale della sanità pubblica (UFSP), si pone l'obiettivo di identificare approcci efficaci e validi nella prassi prima di metterli a disposizione per l'attuazione su ampia scala.

04: le campagne selezionate finalizzate al rafforzamento della salute psichica sono ottimizzate e coordinate fra loro.

In Svizzera esistono numerose campagne sulla salute psichica. Promozione Salute Svizzera ha come obiettivo di ottimizzare e coordinare fra loro un numero di campagne selezionate. A livello di contenuto, l'accento è posto sul rafforzamento delle risorse psichiche.

05: gli attori nell'ambito della promozione della salute e della prevenzione sono connessi tra loro, imparano gli uni dagli altri e collaborano in modo efficiente ed efficace.

Si mira a riprendere gli esempi di buona pratica e promuovere la collaborazione in modo da aumentare la qualità delle attività e utilizzare le risorse disponibili in modo più efficiente. L'obiettivo di Promozione Salute Svizzera è assicurare che avvenga lo scambio tra gli attori e che questo fornisca risultati dimostrabili.

06: l'efficacia delle misure di Promozione Salute Svizzera è verificata e dimostrata nei confronti della politica, della popolazione e degli attori nell'ambito della promozione della salute e della prevenzione.

Il raggiungimento degli obiettivi di importanti progetti viene esaminato tramite valutazioni esterne. Anche l'attuazione della presente strategia viene sottoposta a valutazione esterna. In questo modo Promozione Salute Svizzera rende conto del suo operato ai suoi gruppi d'interesse.

OBIETTIVI STRATEGICI

		AMBITI DI INTERVENTO		
		PROGRAMMI D'AZIONE CANTONALI (PAC)	GESTIONE DELLA SALUTE IN AZIENDA (GSA)	PREVENZIONE NELL'AMBITO DELLE CURE (PADC)
MANDATO LEGALE	AVVIARE	01: i cantoni si impegnano efficacemente a favore della salute psichica nonché di un'alimentazione equilibrata e sufficiente attività fisica nei bambini, nei giovani e nelle persone anziane.	02: i datori di lavoro si impegnano efficacemente a favore della salute psichica dei propri collaboratori e della gestione sistematica della salute in azienda.	03: il potenziale della prevenzione nell'ambito delle cure di lotta contro le MNT, le malattie psichiche e le dipendenze è stato rilevato; sono inoltre stati predisposti per la diffusione progetti efficaci da parte degli attori nel settore delle cure.
	COORDINARE	04: le campagne selezionate finalizzate al rafforzamento della salute psichica sono ottimizzate e coordinate fra loro.		
		05: gli attori nell'ambito della promozione della salute e della prevenzione sono connessi tra loro, imparano gli uni dagli altri e collaborano in modo efficiente ed efficace.		
	VALUTARE	06: l'efficacia delle misure di Promozione Salute Svizzera è verificata e dimostrata nei confronti della politica, della popolazione e degli attori nell'ambito della promozione della salute e della prevenzione.		

7 Linee guida strategiche

Per il suo operato, Promozione Salute Svizzera si basa su linee guida centrali. Queste garantiscono la coesione interna e vengono condivise e assimilate dai responsabili e collaboratori della Fondazione.

a) Pari opportunità e competenze in materia di salute

Gli obiettivi e le attività di Promozione Salute Svizzera sono destinati a tutte le persone che vivono in Svizzera. La Fondazione promuove le competenze in materia di salute delle persone affinché possano decidere nella massima autonomia possibile sulle questioni riguardanti la salute. Tutti gli individui devono poter accedere in modo equo e giusto alle risorse della salute e avere le stesse possibilità di sviluppare e preservare la propria salute. Nell'ottica delle pari opportunità nella salute, la Fondazione presta particolare attenzione ai gruppi svantaggiati sul piano della salute.

b) Collaborazione e dialogo

Per gestire le grandi sfide nell'ambito della promozione della salute e della prevenzione è indispensabile la collaborazione di partner impegnati e diversi attori. Promozione Salute Svizzera assume un ruolo di leadership nel quadro delle sue tematiche principali e coordina i singoli progetti e programmi con i partner presso la Confederazione e i cantoni.

La promozione della salute e la prevenzione sono efficaci a condizione che avvenga lo scambio diretto con gli abitanti del Paese: nelle città e nei comuni, nelle scuole, sul posto di lavoro, a casa o nelle associazioni. Perciò Promozione Salute Svizzera rafforza il dialogo e la collaborazione tra gli specialisti del campo della promozione della salute e della prevenzione e il mondo scientifico, politico, del lavoro e della società civile. Le relazioni all'interno e verso l'esterno della Fondazione sono caratterizzate da una comunicazione e informazione aperta e trasparente.

c) Impatto a lungo termine

Con le sue misure, Promozione Salute Svizzera mira al miglioramento della salute della popolazione nel lungo termine. A tale scopo la Fondazione persegue un approccio multisettoriale, tenendo conto delle responsabilità, caratteristiche e competenze dei suoi partner e di altri attori della promozione della salute e della prevenzione.

d) Sviluppo sostenibile

Salute e sviluppo sostenibile (ambiente, economia e società) sono strettamente correlati fra loro: le condizioni quadro possono avere ripercussioni sia positive che negative sulla salute delle persone. Promozione Salute Svizzera agisce sulle condizioni quadro strutturali come ad esempio la progettazione degli spazi e del traffico o anche sui piani scolastici e sfrutta le sinergie con organizzazioni attive in ambiti affini.

e) Digitalizzazione

Grazie alla digitalizzazione i servizi esistenti vengono connessi più strettamente fra loro e sono forniti in maniera più trasparente ed efficiente. Al tempo stesso evolvono nuove forme di promozione della salute e di prevenzione. Promozione Salute Svizzera sostiene lo sviluppo di soluzioni digitali accertandosi che queste possano essere connesse fra loro (interoperabilità dei sistemi).

8 Risorse e compiti

8.1 Impiego dei mezzi finanziari

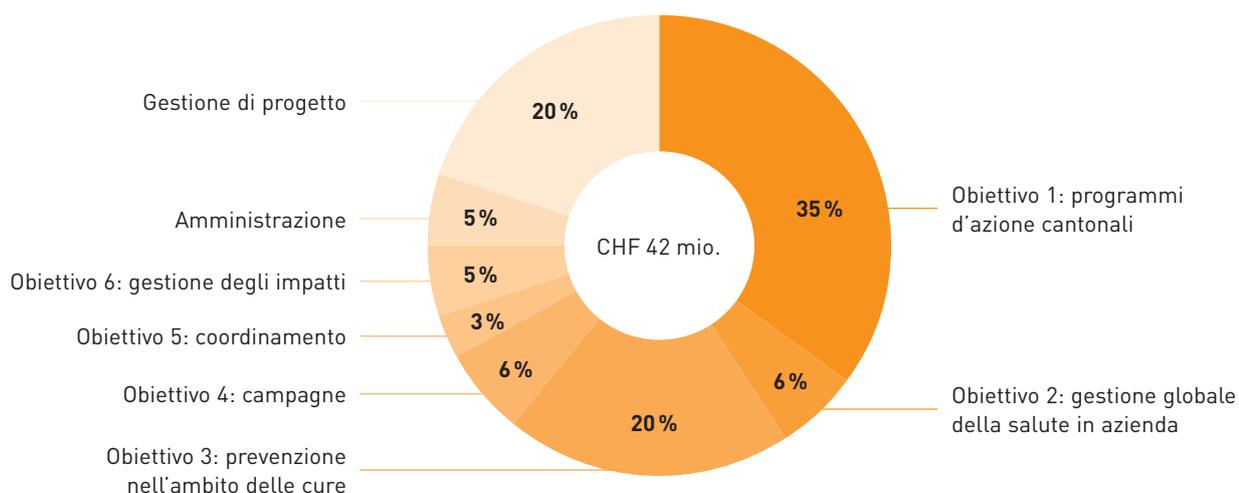
Affinché Promozione Salute Svizzera possa adempiere ai suoi compiti, la Fondazione ha a disposizione i mezzi finanziari provenienti dal contributo di prevenzione della Legge federale sull'assicurazione malattie.

La pianificazione finanziaria nel lungo periodo prevede che sui circa 42 milioni di franchi che la Fondazione investe annualmente, in media circa il 20% è

destinato all'accompagnamento professionale dei progetti da parte di Promozione Salute Svizzera e il 5% all'amministrazione. Il 75% dei mezzi confluisce direttamente nei progetti, ovvero è assegnato agli attori dell'ambito della prevenzione (tra cui i cantoni).

L'impiego dei mezzi destinati ai progetti è direttamente riconducibile alle direttive del Dipartimento federale dell'interno (DFI) sull'impiego dei mezzi derivanti dall'aumento del contributo.

IMPIEGO DEI MEZZI FINANZIARI



Questi dati sono indicativi. Nel corso dell'attuazione possono inoltre essere apportate modifiche all'allocazione dei mezzi.

8.2 Impiego del personale

I collaboratori di Promozione Salute Svizzera svolgono prevalentemente compiti legati a progetti. Nel 2018, la Fondazione ha un organico di circa 60 collaboratori (50 equivalenti a tempo pieno, FTE). La percentuale di collaboratori che si occupano di compiti amministrativi (contabilità, segreteria ecc.) è bassa, con circa 6,2 FTE.

8.3 Principali compiti

Nell'ambito dei programmi d'azione cantonali, i collaboratori di Promozione Salute Svizzera elaborano condizioni quadro uniformi, allestiscono le conoscenze attuali sulle tematiche trattate e forniscono consulenza ai cantoni. Provvedono a un'adeguata gestione della qualità e controllano regolarmente i progressi dei programmi d'azione cantonali e delle attività di affiancamento. Inoltre Promozione Salute Svizzera mette a disposizione dei cantoni mezzi di comunicazione, promuove innovazioni per l'ulteriore sviluppo dei programmi e provvede alla diffusione sull'intero territorio svizzero di progetti che hanno ottenuto buoni risultati.

Per promuovere la gestione della salute in azienda, Promozione Salute Svizzera sensibilizza le imprese sull'importanza di investire nella salute dei collaboratori. Promozione Salute Svizzera conduce progetti pilota, sviluppa innovativi strumenti di GSA in collaborazione con il mondo scientifico e la prassi e provvede alla loro diffusione attraverso i moltiplicatori. Inoltre la Fondazione organizza gli assessment per il label «Friendly Work Space» da parte di esaminatori esterni.

Quali compiti nuovi, Promozione Salute Svizzera sensibilizza gli attori del settore delle cure ad attuare progetti di prevenzione, mette a punto bandi e concorsi, valuta richieste di finanziamento e segue l'attuazione dei progetti. Le nuove conoscenze e i risultati acquisiti sono trasmessi agli attori dell'ambito delle cure e della prevenzione di modo che questi li possano utilizzare nella prassi.

Per implementare le attività della Fondazione, Promozione Salute Svizzera deve fare affidamento su valide partnership. A tal fine, essa costituisce cooperazioni con attori chiave, tra cui, ad esempio, l'Associazione svizzera dei responsabili cantonali per la promozione della salute, *éducation21*, l'Associazione dei comuni svizzeri, l'Unione delle città svizzere, nonché le associazioni di settore, le reti aziendali, i forum GSA regionali e le associazioni degli attori del campo delle cure. Inoltre Promozione Salute Svizzera organizza numerosi eventi nazionali per promuovere lo scambio delle conoscenze e consentire agli attori di fare networking.

Uno dei compiti principali di Promozione Salute Svizzera è la verifica dei progressi, dell'efficacia e della qualità delle misure adottate. A tal fine i collaboratori di Promozione Salute Svizzera allestiscono mandati di ricerca, assegnano e accompagnano progetti di valutazione e monitoraggio e provvedono alla diffusione e discussione dei risultati nonché all'ottimizzazione delle misure.

9 Allegato: lista dei indicatori

Promozione Salute Svizzera verifica il raggiungimento dei propri obiettivi. Una base importante della verifica è costituita dai seguenti indicatori, il cui sviluppo viene monitorato continuamente.

Obiettivo 1 (PAC): i cantoni si impegnano efficacemente a favore della salute psichica nonché di un'alimentazione equilibrata e sufficiente attività fisica nei bambini, nei giovani e nelle persone anziane.

INDICATORI

-
- 1.1 Numero di moduli attuati nei cantoni

 - 1.2 Percentuale dei cantoni che sono a buon punto per quanto riguarda il raggiungimento degli obiettivi (in particolare gli obiettivi di carattere comportamentale)

 - 1.3 Numero di buoni progetti pratici/misure messi a disposizione dei cantoni (fino al 2021) o integrati dai cantoni (dal 2022)

Obiettivo 2 (GSA): i datori di lavoro si impegnano efficacemente a favore della salute psichica dei propri collaboratori e della gestione sistematica della salute in azienda.

INDICATORI

-
- 2.1 Numero di aziende sensibilizzate al tema della salute psichica da Promozione Salute Svizzera e dai suoi moltiplicatori

 - 2.2 Numero di utenti di offerte GSA raccomandate

 - 2.3 Numero di aziende con attuazione sistematica della GSA

Obiettivo 3 (PADC): il potenziale della prevenzione nell'ambito delle cure di lotta contro le MNT, le malattie psichiche e le dipendenze è stato rilevato; sono inoltre stati predisposti per la diffusione progetti efficaci da parte degli attori nel settore delle cure.

INDICATORI

-
- 3.1 Numero di progetti di prevenzione innovativi nell'ambito delle cure che sono stati eseguiti e valutati

 - 3.2 Percentuale di progetti promossi che, alla luce dei risultati di valutazione, possono essere raccomandati per l'ulteriore diffusione

 - 3.3 Soddisfazione degli attori nell'ambito delle cure per quanto riguarda il sostegno di progetti PADC e le relative prestazioni di Promozione Salute Svizzera

Obiettivo 4 (campagne): le campagne selezionate finalizzate al rafforzamento della salute psichica sono ottimizzate e coordinate fra loro.

INDICATORI

4.1 Portata delle campagne promosse (numero di persone raggiunte)

4.2 Grado di raggiungimento degli obiettivi della campagna

4.3 Soddisfazione dei principali gruppi d'interesse per quanto riguarda il coordinamento e l'attuazione

Obiettivo 5 (coordinamento): gli attori nell'ambito della promozione della salute e della prevenzione sono connessi tra loro, imparano gli uni dagli altri e collaborano in modo efficiente ed efficace.

INDICATORI

5.1 Numero annuo di partecipanti a manifestazioni di networking di Promozione Salute Svizzera

5.2 Soddisfazione dei partecipanti a contenitori di networking per quanto riguarda l'utilità dei contenitori (trasferimento di know-how)

5.3 Soddisfazione degli attori nell'ambito della promozione della salute e della prevenzione per quanto riguarda il lavoro di coordinamento di Promozione Salute Svizzera

Obiettivo 6 (valutazione): l'efficacia delle misure di Promozione Salute Svizzera è verificata e dimostrata nei confronti della politica, della popolazione e degli attori nell'ambito della promozione della salute e della prevenzione.

INDICATORI

6.1 Percentuale delle misure di promozione della salute finanziate o attuate da Promozione Salute Svizzera che dispongono di una valutazione esterna

6.2 Soddisfazione dei gruppi d'interesse per quanto riguarda il reporting sugli impatti di Promozione Salute Svizzera

6.3 Numero di rapporti di monitoraggio pubblicati sui temi prioritari di Promozione Salute Svizzera

In caso di bisogno gli indicatori possono essere adattati nel corso dell'attuazione.

Versione del 22 agosto 2018. La versione in vigore è disponibile sul sito www.promozionesalute.ch/strategia.