

Riassunto del rapporto finale: aumento dell'utilizzazione, ottimizzazione della qualità e promozione degli effetti dell'offerta per la prevenzione del tabagismo su www.feelok.ch

Il presente progetto era costituito essenzialmente da tre elementi:

- A. Sviluppo di un'offerta moderna per la prevenzione del tabagismo per i giovani nel contesto scolastico.
- B. Promozione della notorietà e dell'utilizzo di [feel-ok.ch](http://www.feelok.ch) a livello locale e cantonale.
- C. Valutazione interna ed esterna di diversi aspetti dell'offerta per la prevenzione del tabagismo e di [feel-ok.ch](http://www.feelok.ch).

Tali elementi vengono approfonditi qui di seguito.

A. Sviluppo di un'offerta moderna

Lo svolgimento del progetto per lo sviluppo di un'offerta professionale per la prevenzione del tabagismo prevede la partecipazione di diversi esperti e varie istituzioni specialistiche, con ruoli differenziati:

- La Fondazione per la promozione della salute RADIX è responsabile per il buon esito del piano relativo alla garanzia della qualità, nonché per il coordinamento della rete, per l'armonizzazione coerente della presentazione al pubblico e per la correttezza scientifica delle informazioni presenti in [feel-ok.ch](http://www.feelok.ch). In veste di istituzioni patrocinate, l'Associazione svizzera per la prevenzione del tabagismo, la Fondazione «Salute bernese» (*Berner Gesundheit*), «cool and clean», la Lega polmonare di Basilea Città e Basilea Campagna, Dipendenze Svizzera e «Züri Rauchfrei» sono garanti per la qualità, l'aggiornamento periodico e la correttezza dei contenuti sul tema del tabagismo da essi stessi prodotti e proposti tramite [feel-ok.ch](http://www.feelok.ch). Questa collaborazione è stata sancita in un accordo scritto.
- Alcuni partner della cooperazione selezionati (tra cui [tschau.ch](http://www.tschau.ch) e [ciao.ch](http://www.ciao.ch)) hanno controllato i contenuti delle istituzioni patrocinate e hanno formulato proposte di miglioramento; hanno ad esempio consigliato la trattazione di determinati temi supplementari e hanno fatto notare eventuali imprecisioni nei contenuti. Nell'ambito di [feel-ok.ch](http://www.feelok.ch), i partner della cooperazione svolgono la funzione di organo esterno di convalida, che assicura la qualità dei contenuti e collabora alla stesura di testi di grande efficacia.
- I redattori hanno assicurato che i contenuti che vengono inseriti in [feel-ok.ch](http://www.feelok.ch) siano scritti in un linguaggio vicino ai giovani e consono a un mezzo di comunicazione come Internet.
- I programmatori e *web designer* hanno contribuito a far sì che i contenuti venissero integrati in una piattaforma web a misura di utente e attrattiva, aumentando così le probabilità che i testi siano recepiti da un gruppo target giovane.

Questa procedura è stata verificata e affinata nel corso dello sviluppo del nuovo intervento per la prevenzione del tabagismo: essendosi dimostrata valida, oggi viene applicata sistematicamente anche nello sviluppo di altre sezioni tematiche di [feel-ok.ch](http://www.feelok.ch). Tuttavia, la rete istituzionale è purtroppo oberata dal punto di vista del tempo e dispone di mezzi finanziari limitati: per tale motivo, per il lavoro di sviluppo si raccomanda di pianificare sufficiente tempo e sufficienti risorse finanziarie.

B. Promozione della notorietà di [feel-ok.ch](http://www.feelok.ch)

Tra i compiti finalizzati a fare conoscere [feel-ok.ch](http://www.feelok.ch) e il programma per la prevenzione del tabagismo vi sono: l'ottimizzazione e il marketing dei motori di ricerca, la produzione e la diffusione mirata dei materiali didattici, il lavoro a livello dei *mass media*, le offerte di corsi d'aggiornamento professionale per i moltiplicatori, la creazione di collegamenti ipertestuali, le comunicazioni tramite circolare, la partecipazione della rete di [feel-ok.ch](http://www.feelok.ch) nonché una stretta collaborazione con la Rete svizzera delle scuole che promuovono la salute, che conta già più di 1'000 istituti scolastici.

Grazie al finanziamento da parte del FPT, nonché di 14 fondi delle lotterie e di altri donatori, è stato possibile attuare in alcuni Cantoni misure mirate e finalizzate a promuovere l'utilizzo di [feel-ok.ch](http://www.feelok.ch).

Il lavoro nell'ambito della comunicazione e l'attività d'implementazione rientrano tra i compiti costanti di un progetto. Per riuscire a carpire l'attenzione del proprio gruppo target, occorrono idee creative, una documentazione professionale, tempo e un budget adeguato. Per questo motivo, dal 2011 il lavoro nell'ambito della comunicazione figura in quasi tutti i budget di feel-ok.ch, così da poter suddividere gli ingenti costi tra diversi donatori.

C. Valutazione interna ed esterna

Qui di seguito sono illustrati sette studi di valutazione/analisi di particolare rilevanza per l'offerta per la prevenzione del tabagismo di feel-ok.ch. I primi due sono stati eseguiti da Interface, su incarico di feel-ok.ch:

- I *Valutazione delle offerte per la prevenzione del tabagismo di feel-ok.ch*
Nella primavera del 2008, Interface ha eseguito una valutazione delle offerte per la prevenzione del tabagismo di feel-ok.ch. Tale valutazione aveva come oggetto l'individuazione di contenuti, servizi e funzioni delle offerte di feel-ok.ch basate su Internet per la prevenzione del tabagismo che – secondo giovani e docenti – devono venire aggiunti, modificati oppure eliminati. Le potenzialità di ottimizzazione così messe in luce hanno fornito ai responsabili la base per la revisione del sito Internet.
- II *La valutazione ex ante del programma per la prevenzione del tabagismo*
Prima dell'attivazione del nuovo sito Internet rielaborato l'impostazione grafica e i contenuti delle nuove offerte sono stati nuovamente presentati ai giovani e ai docenti, affinché esprimessero un giudizio. Questo secondo passaggio è servito ai responsabili da base di partenza per la revisione definitiva della nuova presentazione e dei contenuti delle nuove offerte del programma per la prevenzione del tabagismo di feel-ok.ch.

L'équipe di feel-ok.ch ha inoltre effettuato i seguenti studi/analisi:

- III *Studio sull'efficacia dell'offerta per la prevenzione del tabagismo di feel-ok.ch*
Lo studio basato su Internet «Cambiamento del comportamento dei fumatori prima e dopo l'utilizzo del programma di feel-ok.ch per la prevenzione del tabagismo» (titolo originale in tedesco: «*Änderung des Raucherstatus nach der Verwendung des Rauchprogramms*») era finalizzato a rispondere a quattro quesiti. Vale la pena, in particolare, di citare la domanda volta a indagare sulle modifiche nelle abitudini in fatto di fumo a dipendenza che il soggetto abbia fatto ricorso – oppure no – al programma per la prevenzione del tabagismo. I giovani che hanno partecipato allo studio (*baseline*) erano 1870; 1125 di essi hanno partecipato anche all'indagine intermedia e hanno risposto alle domande del questionario di *follow up*. I risultati completi sono stati pubblicati nella seguente pubblicazione della Centrale tedesca per la sensibilizzazione in materia di salute (acronimo in tedesco: *BZgA*): «Padlina, Oliver, Hofmann Tina, Jimmy Gerda, Herrmann Ute, Müller Frithjof, Blatter Peter, Bauer Georg (2009). The feelok smoking-prevention programme. In Internet-Based smoking-cessation aids for young people - Practical experience and current evidence. Federal Centre for Health Education».
- IV *Impiego di feel-ok.ch a scuola nell'ottica dei docenti*
Con questo studio qualitativo sono stati approfonditi i seguenti temi: come utilizzano i docenti feel-ok.ch insieme ai giovani, e quali misure potrebbero essere loro d'aiuto in questo contesto?
- V *Verifica dell'efficacia delle misure d'implementazione di feel-ok.ch*
Questo studio era mirato a sapere quale misura di comunicazione sortisce quale influsso sull'utilizzazione di feel-ok.ch.
- VI *Impiego di Web 2.0 nel quadro di progetti per la promozione della salute tra i giovani: relazioni sulle esperienze fatte da diverse istituzioni*
Lo studio serviva ad appurare se l'impiego di Facebook e di altri *social network* è opportuno per veicolare fino ai giovani determinati messaggi, ad esempio anche nell'ambito della prevenzione del tabagismo. Le seguenti istituzioni hanno redatto dei contributi per questa raccolta: Fondazione «Salute bernese» (con «profINFO»), Direzione del Dipartimento dell'educazione del Cantone di Zurigo (con «Bildung und ICT»: *istruzione scolastica e ICT*), ciao.ch, Dipartimento della sanità del Cantone di Basilea Città, Sezione promozione della salute e prevenzione (con «mixyourlife.ch»), Promozione Salute Svizzera (con «Yourmove»), infoklick.ch, Lega polmonare di Basilea Città e Basilea Campagna (con «feelreal»), National Coalition Building Institute Schweiz (NCBI), Pro

Juventute (consulenza chat 147), Fondazione «Schtifti» (con «Gorilla»), Centro per la vita autodeterminata (ZSL) e il servizio «ZEPRÀ» (con «smartconnection»).

VII Valutazione di un nuovo design per feel-ok.ch

A questo studio hanno partecipato 184 persone, cui è stato chiesto di formulare un parere sull'immagine e sulla presentazione di feel-ok.ch (versione 8) nonché eventuali suggerimenti.

L'attività di ricerca è parte integrante del piano relativo alla garanzia della qualità di feel-ok.ch. I risultati consentono di prendere decisioni basate sulle evidenze, che a loro volta non solo migliorano la qualità e incentivano l'utilizzazione dell'intervento, ma servono anche a impiegare le risorse finanziarie in maniera mirata e razionale. Per questo motivo nell'ambito di ogni progetto occorrerebbe tentare di rispondere a una rosa scelta di quesiti, e i risultati dovrebbero essere messi a disposizione del pubblico. I risultati degli studi di feel-ok.ch sono comunicati tramite circolare e possono venire scaricati dal sito Internet.