

Valutazione della Settimana alcol 2013

Executive Summary

Contesto

La Settimana alcol 2013 rientra nel quadro del Programma nazionale alcol (PNA), che il 9 maggio 2012 il Consiglio federale ha esteso fino al 2016 allo scopo di rafforzare le competenze delle persone in materia e di ridurre l'abuso di alcol. La Settimana di dialogo è stata diretta a livello nazionale da una squadra formata da collaboratori delle Sezioni campagne e alcol dell'Ufficio federale della Sanità pubblica (UFSP) e da rappresentanti delle organizzazioni Dipendenze Svizzera, Ticino Addiction, Fachverband Sucht e GREA. Nella realizzazione concreta della Settimana alcol sono stati coinvolti anche gruppi e persone di coordinamento dei Cantoni e numerosi partner impegnati nella realizzazione, che hanno ideato numerose attività e manifestazioni. La Settimana alcol è stata inoltre sostenuta, sia dal punto di vista ideale sia concreto, da 14 organizzazioni promotrici.

Durante la prima edizione, nel 2011, si è cominciato a sviluppare una nuova tipologia di campagna di prevenzione strutturata secondo un approccio bottom-up (dal basso verso l'alto). Questa campagna aveva lo scopo, tra gli altri, di coinvolgere i diversi attori già attivi nella prevenzione dell'abuso di alcol e di creare un'ampia piattaforma comune. In questo modo è stato possibile rafforzare le sinergie tra i diversi attori e aumentare l'accettabilità politica della prevenzione dell'alcolismo. La Settimana di dialogo 2013 si è svolta dal 18 al 26 maggio 2013, sempre seguendo un approccio bottom-up.

Al fine di ottenere informazioni utili per la gestione e la direzione applicabili anche in futuro ed esaminare gli effetti della campagna, la Settimana alcol 2013 è stata sottoposta a una valutazione esterna.

Metodo di valutazione

La Settimana alcol 2013 è stata valutata mediante un procedimento sfaccettato a tre lati che tenesse in considerazione i diversi punti di vista degli attori coinvolti e alcune caratteristiche fondamentali. I metodi di rilevazione utilizzati comprendevano sondaggi in rete, questionari cartacei, monitoraggio dei media, *google analytics*, statistiche sugli ordini relativi ai materiali della campagna e la raccolta di dati a partire dalla funzione calendario del sito Internet *io-parlo-di-alcol*. I dati sono stati valutati con metodi di analisi quantitativi e qualitativi. La valutazione si è concentrata sugli effetti della Settimana alcol, che sono stati analizzati secondo tre livelli: *output* (risultati e servizi indiretti, come il numero di attività organizzate), *outcome* (risultati a medio termine, come le informazioni riguardanti il consumo di alcol) e *impact* (risultati a lungo termine, come l'aumento di conversazioni e riflessioni riguardanti l'alcol). Per consentire un paragone con i risultati della Settimana alcol 2011, sono state esaminate anche alcune domande sull'organizzazione del progetto (*input*). Qui di seguito sono riportati gli esiti secondo questo ordine: *input*, *output*, *outcome* e *impact*.

Risultati relativi all'organizzazione del progetto - *input*

- La **struttura del progetto, la collaborazione e la comunicazione** durante la Settimana alcol hanno ottenuto un **giudizio complessivamente positivo**. In particolare, vi sono stati miglioramenti rispetto alla Settimana alcol 2011, soprattutto per quanto riguarda la **durata**

dell'evento, che è stata ampliata notevolmente e ha permesso di agire tempestivamente nell'ambito della diffusione di informazioni e della preparazione. Ciononostante, si è riscontrato un ulteriore margine di miglioramento, per esempio nell'ambito del coordinamento a livello locale, cantonale e federale.

- La notizia della realizzazione di una nuova Settimana alcol nel 2015 è stata accolta con favore dalla maggior parte degli attori intervistati, che stanno già organizzando la loro partecipazione futura.

Risultati relativi all'*output* della Settimana alcol

- Anche in quest'occasione sono state svolte numerose **attività** di varia natura. Seguendo il calendario presente sul sito Internet *io-parlo-di-alcol* sono state proposte 275 attività, in leggero aumento rispetto a quelle del 2011.

Tuttavia, è lecito supporre che il numero di attività effettivamente svolte sia superiore a 275, poiché non tutti i partner di attuazione hanno pubblicato le proprie iniziative sul calendario del sito¹.

- Molte delle attività proposte hanno riguardato lo sviluppo e l'utilizzo di mezzi di comunicazione, come una campagna di manifesti o contributi radiofonici. Spesso si sono svolte manifestazioni ed eventi pubblici di natura culturale. Tutte queste proposte si sono rivolte prevalentemente alla popolazione in generale.
- I **prodotti della campagna** sono stati valutati dagli attori coinvolti nella Settimana alcol come prodotti generalmente di buona qualità, utili e versatili. In particolare, il gioco di carte «Mito o realtà?» ha ricevuto numerose ordinazioni. L'applicazione «After Party» a metà maggio contava già ventimila download. Il 28 maggio 2013 ha raggiunto l'ottavo posto nella classifica delle applicazioni scaricate dall'App Store di iOS. Alcuni intervistati hanno giudicato positivamente il fatto di poter riutilizzare i materiali già usati nella Settimana alcol precedente, mentre altri avrebbero preferito materiali nuovi rispetto a quelli che già conoscevano.
- Il **monitoraggio dei media** dimostra che la Settimana alcol 2013 ha avuto una risonanza mediatica molto ampia e trasversale. I riferimenti all'evento sono avvenuti principalmente in forma scritta e a livello regionale. La più forte eco mediatica è stata registrata soprattutto durante lo svolgimento della Settimana alcol.
- La **comunicazione a livello nazionale** e la **copertura mediatica regionale e locale** sono considerate **fondamentali** per la Settimana di dialogo. In questi due ambiti, rispetto alla prima edizione, si sono compiuti numerosi passi avanti. Ciononostante, è stato rilevato un ulteriore potenziale di miglioramento, soprattutto nel coordinamento delle attività a livello locale, regionale e nazionale. Secondo gli attori coinvolti, inoltre, la copertura mediatica potrebbe essere ulteriormente intensificata.

Risultati relativi all'*outcome* della Settimana alcol

- La **partecipazione alla Settimana alcol** ha avuto **ripercussioni positive** per molti partner impegnati nella realizzazione, organizzazioni promotrici e coordinatori cantonali. In quest'occasione si è potuta ampliare la rete di contatti, intensificare la collaborazione con altri attori, aumentare la notorietà dell'organizzazione ed esprimere chiaramente l'impegno sul tema.
- La **notorietà del logo** e della **Settimana di dialogo è aumentata di molto nella popolazione**. Prima dell'evento, la Settimana di dialogo e il suo logo erano conosciuti solo dal 5 per cento degli intervistati; al termine dell'evento, questa percentuale ha raggiunto il 21 per cento.
- I partecipanti alle attività hanno ricevuto **nuove informazioni sul tema dell'alcolismo ed esperienze interessanti**. Hanno partecipato a queste attività principalmente attraverso le scuole o casualmente.

Risultati relativi all'*impact* della Settimana alcol

¹ La direzione del progetto ha comunicato che, solo nella Svizzera tedesca, sono state registrate 208 attività. Tutti i dati sulle attività svolte in Ticino, invece, sono stati registrati nell'apposito calendario. Non si dispone invece di dati certi per quanto riguarda le attività svolte nella Svizzera romanda.

- La maggior parte degli intervistati crede tendenzialmente che la Settimana alcol e le relative attività consentano di stimolare il **dialogo sull'alcolismo**.
- La **sensibilizzazione** sul tema dell'alcolismo **come misura di prevenzione** è accolta favorevolmente dalla popolazione.
- Sulla base della presente valutazione, non è stato possibile **registrare alcun risultato** per quanto riguarda **i cambiamenti comportamentali** nell'ambito del consumo di alcolici.

Conclusioni

La realizzazione della Settimana alcol 2013 è da considerarsi un successo. Come già avvenuto nel 2011, sono state organizzate numerose attività e l'eco mediatica è stata forte. In questo modo, durante la Settimana si è riusciti a stimolare il dialogo sull'alcol. In particolare, la notorietà dell'evento tra la popolazione ha raggiunto un buon 20 per cento. Per quanto riguarda l'organizzazione e la realizzazione della Settimana alcol 2013, è stato possibile avvalersi delle esperienze già maturate nel 2011. Sono stati fatti miglioramenti in molti ambiti, per esempio per quanto riguarda il lavoro di pubbliche relazioni e la durata dell'evento. Nonostante ciò, questa valutazione mostra che vi è ancora margine di miglioramento. La Settimana alcol può dunque essere considerata un secondo progetto pilota, che deve far tesoro delle esperienze passate per riuscire ad assumere una nuova veste in futuro.