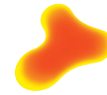




# Enquête auprès des parties prenantes 2019 – point de vue extérieur sur les activités de Promotion Santé Suisse

→ **Prise de position de la Direction**

→ **Rapport succinct sur les résultats, Büro Brägger**



# Enquête auprès des parties prenantes 2019 – prise de position de la Direction

## Avant-propos

Conformément à son mandat légal, la Fondation a l'obligation d'évaluer les mesures qu'elle initie et soutient. Elle pratique en outre une culture incluant une réflexion critique sur ses propres activités et sur la collaboration avec ses partenaires. C'est pourquoi Promotion Santé Suisse mandate aussi des tiers pour réaliser des évaluations indépendantes de la mise en œuvre de sa stratégie et ses activités internes. Une enquête auprès de ses parties prenantes est ainsi régulièrement réalisée depuis 2005. Les conclusions qui en ressortent renseignent sur le regard extérieur des activités de la Fondation, sur l'évolution de ce regard et permettent de prendre des mesures appropriées.

Dans le présent document, la Direction prend position sur les résultats de l'enquête auprès des parties prenantes 2019. Les résultats jugés particulièrement pertinents du point de vue de Promotion Santé Suisse sont d'abord brièvement exposés. Les points critiques et les attentes exprimés par les parties prenantes sont ensuite traités à la lumière des trois recommandations formulées par Büro Brägger. Promotion Santé Suisse prend les critiques au sérieux, même lorsqu'elles sont exprimées par une minorité, et s'efforce d'exploiter le potentiel d'amélioration dans ses activités ultérieures.

Il est bon de souligner à titre préliminaire que les années 2017 à 2019 se caractérisent par une période de mutations. Elle a pour toile de fond le lancement de la nouvelle stratégie 2019-2024. Cette nouvelle orientation s'est traduite par l'extension des activités de la Fondation et l'augmentation de la contribution pour la prévention générale des maladies, qui a progressivement conduit à un doublement de son budget entre 2016 et 2018. Ces évolutions ont fortement modifié le paysage des parties prenantes: le nombre des parties prenantes principales est passé d'environ 50 en 2016 à plus de 100 en 2019. Par contre les ressources en personnel sont restées au niveau d'il y a quatre ans. Ce champ de tension ressort également dans la présentation des points critiques. Compte tenu des nombreux changements et

nouveautés, il est très réjouissant de constater qu'une grande partie des parties prenantes interrogées expriment un degré de satisfaction élevé à l'égard de la Fondation et de ses activités.

## Principaux résultats positifs

### Confirmation de la stratégie 2019-2024 (voir p. 3)

Avec le lancement de sa nouvelle stratégie, la Fondation a étendu et partiellement redéfini ses activités et ses priorités. L'enquête a montré que 80% des parties prenantes ont connaissance de la nouvelle stratégie déjà une demi-année après sa publication. D'une manière générale, les objectifs stratégiques retenus sont bien accueillis: entre 66% et 90% des personnes interrogées considèrent les objectifs stratégiques comme très importants ou importants. Toutes n'ont cependant pas encore pris conscience du fait que la stratégie de la Fondation est basée sur la Stratégie nationale Prévention des maladies non transmissibles, ce qui dénote un besoin de clarification.

Les parties prenantes ont constaté que les critiques exprimées au cours des années précédentes ont été prises en compte dans la nouvelle stratégie, ce qui explique le degré d'acceptation élevé de la nouvelle orientation stratégique dans le domaine de la gestion de la santé en entreprise (GSE) et de l'extension des programmes d'action cantonaux (PAC). La reprise par Promotion Santé Suisse du nouveau domaine d'activités de Soutien de projets «Prévention dans le domaine des soins» (PDS) a également rencontré un écho positif.

### Satisfaction concernant les offres, les activités et l'accomplissement des tâches (voir p. 7 ss)

Les principales offres et activités de la Fondation sont connues bien au-delà du cercle des utilisatrices et utilisateurs. En outre, 40% à 50% des personnes interrogées se sont déclarées satisfaites à très satisfaites de l'accomplissement des tâches par Promotion Santé Suisse. Si on inclut les personnes «plutôt satisfaites», la part des personnes satis-

faites s'élève entre 75% et 90%. Une tendance similaire est observée en ce qui concerne la qualité des offres: les personnes qui utilisent les offres de Promotion Santé Suisse ou qui sont impliquées dans leur mise en œuvre sont majoritairement satisfaites de leur qualité. Les campagnes sur la santé psychique sont en outre explicitement citées comme un exemple idéal de la façon dont la Fondation peut soutenir la multiplication d'exemples de bonnes pratiques.

### Satisfaction à l'égard de la collaboration (voir p. 11)

La collaboration avec Promotion Santé Suisse est également appréciée par les parties prenantes interrogées: une grande majorité se dit satisfaite à très satisfaite de la collaboration.

### Appréciation des remarques critiques et recommandations

**Recommandation 1: Promotion Santé Suisse doit prendre au sérieux les critiques qui lui sont adressées au sujet des PAC et du Soutien de projets PDS et y réagir de manière adéquate.**

### PAC: «Projets excessifs et charge administrative» (voir p. 9)

Les PAC évoluent dans une zone de tension entre la «souveraineté» des cantons dans le domaine de la promotion de la santé et les exigences posées par Promotion Santé Suisse. Il est probable que cette problématique soit apparue de manière plus visible suite à l'extension des PAC.

L'augmentation de la charge administrative occasionnée par les PAC est particulièrement critiquée par les cantons. Cette charge serait principalement imputable aux exigences à remplir et aux évaluations. Dans ce contexte, une simplification des procédures et leur adaptation aux différentes conditions-cadres des cantons est demandée.

→ *Mesure: Promotion Santé Suisse reconnaît le besoin exprimé par les cantons concernant une optimisation des processus et cherche à améliorer la collaboration au moyen d'un nouvel instrument. «Promotion digitale» servira d'outil pour les PAC et accompagnera tous les acteurs impliqués tout au long du processus de projet et de pro-*

*gramme. Il devrait ainsi réduire la charge administrative, augmenter la qualité et améliorer la vue d'ensemble. L'outil «Promotion digitale» sera lancé dans le courant de l'année 2020.*

### PDS: «Critique relative au premier cycle de demandes» (voir p. 10)

Avec la nouvelle stratégie et en étroite collaboration avec l'OFSP, Promotion Santé Suisse a repris en 2017 le nouveau domaine d'activités de Soutien de projets PDS. Or, l'enquête a révélé que le sens et le but de la prévention dans le domaine des soins ne sont pas clairs pour un certain nombre de parties prenantes.

→ *Mesure: La raison et le but du Soutien de projets PDS, le déroulement du processus d'adjudication et la répartition des tâches entre l'OFSP et Promotion Santé Suisse doivent être expliqués plus clairement aux parties prenantes.*

Alors que la majorité des personnes interrogées perçoivent l'extension des activités en matière de PDS comme positive, les avis sont plus partagés en ce qui concerne les processus opérationnels. Le premier cycle de demandes en 2018 a été jugé opaque et trop complexe. Parallèlement, il a été reconnu que certains des points critiqués ont déjà été améliorés lors du deuxième cycle de demandes en 2019.

→ *Mesure: Tous les processus, le règlement ainsi qu'une vidéo expliquant le Soutien de projets PDS sont disponibles sur le site Web de la Fondation. En outre, dans le cadre du cycle de demandes 2020, divers ateliers d'information destinés aux demandeurs potentiels sont organisés dans plusieurs villes suisses.*

→ *Mesure: D'autres développements incluant des adaptations seront abordés en collaboration avec l'OFSP dans le courant des années 2020 et 2021.*

Il convient de corriger l'affirmation selon laquelle Promotion Santé Suisse revendiquerait la propriété intellectuelle des projets.

→ *Commentaire: Il est exact que, selon le règlement initial, Promotion Santé Suisse se serait réservé le droit de prévoir une cession des droits d'auteur dans les contrats de projet. Cette réglementation n'a toutefois jamais été appliquée et a été supprimée du règlement révisé.*

**Recommandation 2: Promotion Santé Suisse doit davantage se pencher sur les attentes et les besoins qui lui sont soumis et réagir à cet égard de manière proactive.**

**Stratégie 2019-2024: «Il a été répondu aux attentes antérieures, mais la population adulte n'est toujours pas incluse dans les PAC» (voir p. 4)**

La nouvelle stratégie a permis de répondre à quelques attentes formulées par les parties prenantes au cours des années précédentes. La prise en compte de tous les groupes d'âge – c'est-à-dire aussi la population adulte – en tant que groupes cibles des PAC est un besoin exprimé de manière récurrente.

- *Commentaire: Sur la base de la Stratégie nationale Prévention des maladies non transmissibles (mesure 1.2), la Fondation s'est engagée dans sa nouvelle stratégie à focaliser son action dans le cadre des PAC sur les groupes cibles des enfants et adolescent-e-s ainsi que des personnes âgées. Les adultes sont inclus en tant que personnes de référence des groupes cibles (parents, proches aidant-e-s, etc.).*
- *Commentaire: L'extension des PAC aux personnes âgées a eu lieu en 2017. Comme mentionné dans les explications relatives à l'ordonnance du DFI sur la fixation de la contribution pour la prévention générale des maladies<sup>1</sup> adoptée en 2016, l'évolution démographique justifie en premier lieu l'extension des activités à ces groupes cibles.*
- *Commentaire: Les adultes sont inclus dans diverses autres offres de Promotion Santé Suisse, comme les campagnes sur la santé psychique et le Soutien de projets PDS.*

**GSE: «Exigences concernant un renforcement de l'ancrage cantonal et une amélioration de l'attractivité pour les PME » (voir p. 4/13)**

Concernant la GSE, le souhait a été exprimé que celle-ci soit à l'avenir plus fortement ancrée au sein des cantons.

- *Commentaire: Conformément à la stratégie 2019-2024 et à la convention de collaboration avec l'OFSP, l'accent dans le domaine de la GSE est mis sur les entreprises.*
- *Commentaire: Néanmoins, dans certaines administrations cantonales, la GSE systématique est déjà intégrée dans le quotidien professionnel. Avec*

*«L'école en action», Promotion Santé Suisse propose en outre, en collaboration avec Radix, une GSE ciblée pour le corps enseignant et les responsables d'établissements. De plus, un projet GSE axé sur le personnel dans les soins de longue durée est en cours de planification. Ce sont deux secteurs d'activités dans lesquels les entreprises publiques sont nombreuses, voire majoritaires.*

L'extension demandée des activités de GSE aux PME a également une priorité élevée et correspond à un objectif de la Fondation pour les années à venir. Une plus grande convivialité pour les PME est également souhaitée en ce qui concerne le label «Friendly Work Space»; en outre, le coût de l'assessment et de la recertification est jugé trop important et la documentation trop complexe.

- *Mesure: Comme première mesure, Promotion Santé Suisse a déjà décidé de réduire le prix de l'assessment pour les PME. De plus, le processus d'assessment sera soumis à un examen critique dans les prochaines années.*
- *Mesure: Parallèlement, une offre à bas seuil pour les PME est développée.*

**Évaluations: «Charges trop élevées; demande de mettre davantage l'accent sur les effets sur la santé de la population et de communiquer les résultats de manière plus compréhensible» (voir p. 7)**

Les parties prenantes considèrent comme très importantes les activités d'évaluation de la Fondation. Cependant, elles critiquent d'une part les charges élevées et elles exigent d'autre part un nouveau renforcement de l'activité d'évaluation. Ce renforcement devrait être davantage axé sur l'analyse des effets sur la santé de la population (mesure d'output, méta-analyses).

- *Mesure: Promotion Santé Suisse s'efforce d'obtenir des mesures d'impact réalistes et crédibles. Conformément à son mandat légal et à sa stratégie, elle concentre ses évaluations sur des mesures qui relèvent de son champ d'action direct. Cette exigence devra à l'avenir être expliquée plus précisément aux parties prenantes concernées.*
- *Mesure: Parallèlement, les efforts visant à communiquer les résultats de l'évaluation au public au moyen de messages concis et aisément compréhensibles seront intensifiés.*

**«Dépenses propres excessives» (voir p. 7/10)**

Bien qu'il ne soit pas contesté que Promotion Santé Suisse assume des tâches centrales, certaines voix s'élèvent pour commenter de manière critique les dépenses propres de la Fondation.

→ *Commentaire: Dans ce contexte, il convient de préciser que Promotion Santé Suisse a élargi son portefeuille de tâches avec les mêmes ressources en personnel qu'avant l'augmentation de la contribution pour la prévention générale des maladies.*

**Recommandation 3: Promotion Santé Suisse doit renforcer ses partenariats stratégiques et impliquer un large cercle d'acteurs de manière ciblée.**

**«Les partenariats doivent être renforcés» (voir p. 13/15)**

L'adoption de la Stratégie nationale Prévention des maladies non transmissibles et du plan de mesures correspondant en 2016 a confirmé et renforcé le rôle et les tâches de la Fondation. La mise en œuvre de cette stratégie implique pour Promotion Santé Suisse de collaborer avec un grand nombre d'acteurs dans le domaine de la promotion de la santé et de la prévention. Cette collaboration conduit dans de nombreux cas à des partenariats basés sur des accords écrits incluant des objectifs définis conjointement. Promotion Santé Suisse gère actuellement plus de 40 partenariats de ce type.

→ *Mesure: L'établissement et la gestion de partenariats mobilisent de nombreuses ressources en personnel. Du fait de l'extension des tâches sans pour autant augmenter les ressources, il sera forcément nécessaire de se concentrer à l'avenir sur un plus petit nombre de parties prenantes principales (stratégiques).*

**«Exigence concernant une plus grande proximité avec la pratique et un renforcement du dialogue avec les associations économiques et les acteurs nationaux» (voir p. 4/13/15)**

→ *Commentaire: Un lien plus étroit avec la pratique a été établi au cours des derniers mois à travers le Soutien de projets PDS. Les prochains cycles de demandes et les projets de contrats à venir permettront de renforcer encore la proximité avec la pratique dans les années à venir.*

→ *Commentaire: En parallèle, une grande importance continuera d'être accordée au dialogue régulier avec les associations économiques et les acteurs nationaux.*

# **Enquête auprès des parties prenantes – point de vue extérieur sur les activi- tés de Promotion Santé Suisse**

## **Rapport succinct**

à l'intention de la Fondation Promotion Santé Suisse

Dübendorf, 30.09.2019

## 1 Situation initiale

Promotion Santé Suisse compte parmi les acteurs importants dans le domaine de la promotion de la santé au niveau national. À ce titre, elle contribue depuis bientôt 30 ans à l'amélioration de la santé de la population suisse. Pour mettre en œuvre sa stratégie, la Fondation mise sur la collaboration avec des partenaires du monde de l'économie et de la politique, de l'administration, des soins de santé ainsi que des organisations non gouvernementales (ONG). Leur perception et leur appréciation des activités de la Fondation – auxquels s'ajoutent ceux de personnalités clés du domaine de la santé et de la politique – sont déterminants pour l'orientation de ses prestations. C'est pourquoi la Direction de Promotion Santé Suisse a mandaté Büro Brägger (anciennement Landert und Partner) afin de réaliser une nouvelle enquête auprès des parties prenantes, suite à celles menées en 2005/2006, 2009 et 2013.

Comme lors des enquêtes précédentes, les questions posées ont mis l'accent sur la stratégie de Promotion Santé Suisse, sur la perception et l'évaluation de ses offres ainsi que de l'accomplissement de ses tâches, et sur la collaboration avec ses partenaires. Une attention particulière a été accordée à la nouvelle Stratégie 2019-2024 et à la question de savoir si les différentes parties prenantes (y compris les nouvelles) ont d'autres attentes à l'égard de la Fondation et si les activités de la Fondation sont perçues différemment qu'en 2013.

## 2 Méthodologie de l'enquête

Comme lors des enquêtes précédentes, les informations ont été collectées dans les trois régions linguistiques au moyen d'entretiens qualitatifs par téléphone ainsi que d'un questionnaire en ligne. Ce dernier a été adressé à des personnes et organisations qui ont été en contact direct avec Promotion Santé Suisse au cours des deux dernières années, en qualité de partenaires de projets ou de programmes, de mandataires, de partenaires de réseau ou d'utilisateur-trice-s d'instruments de gestion de la santé en entreprise (GSE). À la demande de Promotion Santé Suisse, des questions concernant l'évaluation du soutien de projets de prévention dans le domaine des soins (PDS), pour laquelle l'Institut Interface a été mandaté, ont été intégrées à l'enquête. Ces questions n'ont toutefois été adressées qu'à des personnes sélectionnées. Sur les 445 personnes contactées, 213 (48%) ont répondu au questionnaire en ligne. Elles représentent 200 organisations (36 ont déjà participé en 2013, dont 18 sont des offices cantonaux de la santé ou des offices spécialisés de promotion de la santé). Les interlocuteurs et interlocutrices ont été sélectionnés pour un entretien soit parce qu'ils ou elles étaient en contact direct avec Promotion Santé Suisse, soit pour leur connaissance des activités de la Fondation en raison de leur fonction politique. Sur 54 personnes contactées, 47 ont indiqué être disposées à un entretien, ou ont indiqué une autre personne dans leur institution qui était disposée à réaliser un entretien (13 d'entre elles avaient déjà été questionnées en 2013). L'enquête a duré de mars à la mi-mai 2019.

L'enquête de 2019 se limite à l'obtention d'un point de vue externe. Les collaboratrices et collaborateurs ainsi que des membres du Conseil de fondation de Promotion Santé n'ont donc pas été interrogés, contrairement à ce qui avait été le cas lors de l'enquête de 2013. Il convient également de noter

que de nouvelles parties prenantes ont été prises en compte suite à l'extension stratégique de Promotion Santé Suisse, en particulier dans le domaine de la PDS (voir tableau 1 en annexe). Même si le point de vue extérieur est une perception subjective, il donne une image fiable, en particulier lorsque la perception de plusieurs parties prenantes se recoupe.

### 3 Résultats

#### 3.1 Stratégie de Promotion Santé Suisse

En automne 2018, Promotion Santé Suisse a publié sa nouvelle Stratégie 2019-2024, qui représente un élargissement des activités antérieures de la Fondation. La nouvelle stratégie a pour fondements la stratégie nationale Prévention des maladies non transmissibles (stratégie MNT) 2017-2024 ainsi que le rapport «Santé psychique en Suisse». Les principales nouveautés sur le plan de la stratégie sont:

- l'extension des programmes d'action cantonaux (PAC) au thème de la «santé psychique» et au groupe cible des «personnes âgées», qui donne lieu à trois nouveaux modules (tout en conservant le thème précédent «poids corporel sain» et le groupe cible «enfants/adolescent-e-s»);
- la mise en œuvre à large échelle de campagnes existantes sur le thème de la santé psychique;
- la « Prévention dans le domaine des soins » (PDS) comme nouveau domaine de Promotion Santé Suisse;
- le renforcement de l'approche des multiplicateur-trice-s dans le domaine de la GSE.

Notoriété et  
importance

La plupart des parties prenantes ont eu connaissance du fait que Promotion Santé Suisse s'est dotée d'une nouvelle stratégie. Cependant, seule une minorité de personnes s'est réellement penchée sur la question. Les extensions stratégiques sont néanmoins connues de nombreuses personnes, en particulier l'extension des PAC et l'introduction de la PDS. En revanche, seul un petit nombre de personnes interrogées connaît la relation entre la stratégie MNT et la nouvelle stratégie de Promotion Santé Suisse. Malgré la perception limitée de la nouvelle stratégie, les objectifs stratégiques (figure 1), et, avec eux, les prolongements stratégiques des activités de la Fondation ainsi que l'approche des multiplicateur-trice-s dans le domaine de la GSE (figure 2) sont majoritairement jugés comme importants voire très importants.



Figure 1: classification des objectifs stratégiques selon leur importance (en %, n=213)

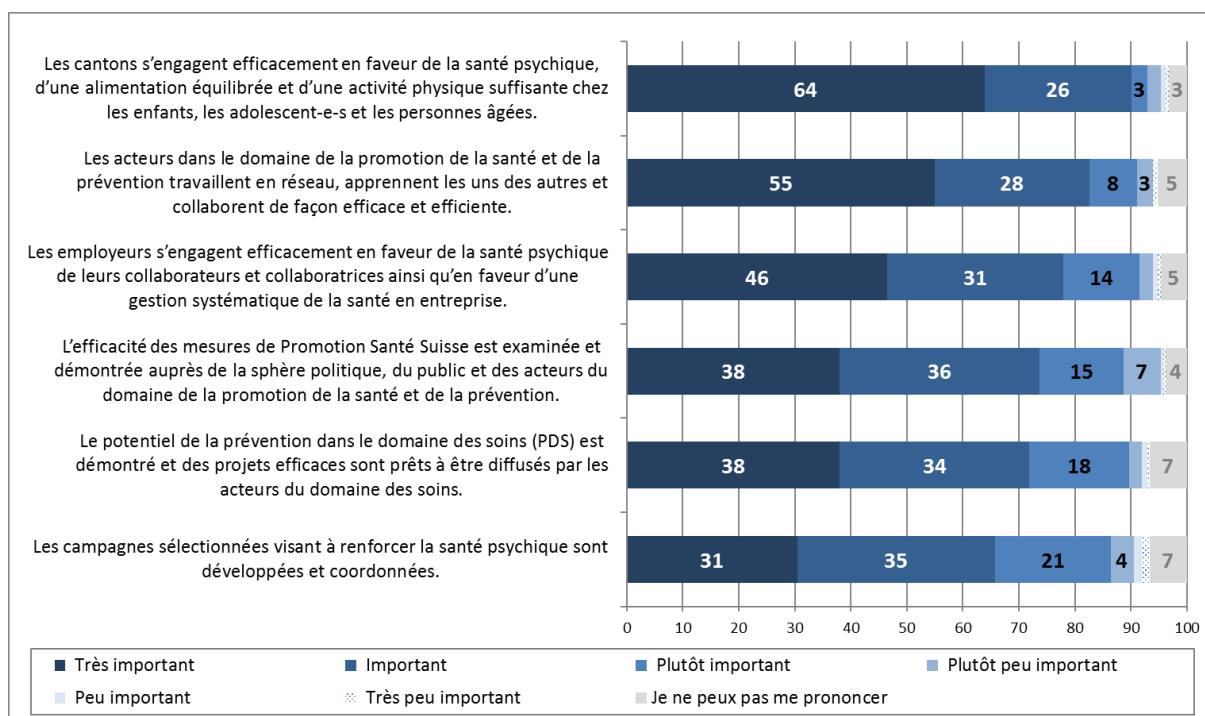
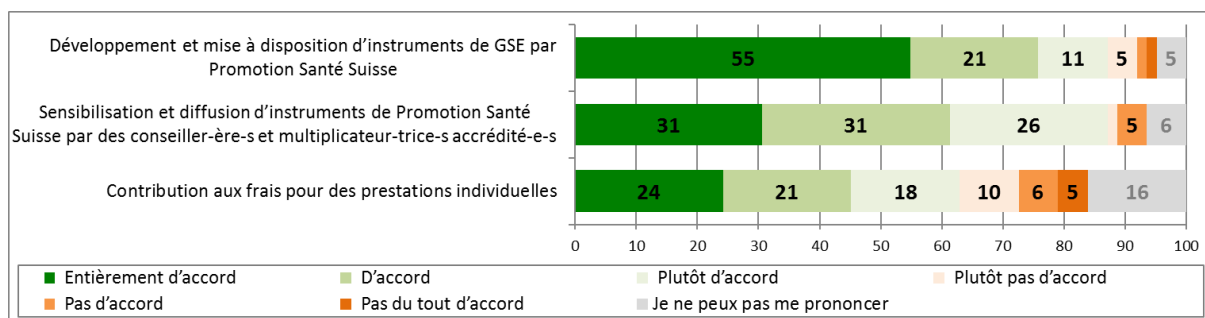


Figure 2: approbation de la nouvelle orientation de l'axe prioritaire GSE / objectif 2 (en %, n=62)



L'extension des PAC répond particulièrement à un besoin, d'ailleurs déjà exprimé par les cantons en 2013 (et en partie aussi plus tôt). A ceci s'ajoute d'autres besoins comme la prise en compte de tous les groupes d'âge dans le cadre des PAC, une plus grande concentration sur certains groupes cibles et sur certains settings spécifiques, l'adoption d'une approche globale (en premier lieu sur le thème de la «santé psychique») et la possibilité pour les cantons d'avoir des points d'ancrage dans le domaine de la GSE – et maintenant aussi dans le domaine de la PDS. Dans le domaine de la GSE, le besoin de s'adresser à l'avenir davantage aux petites et moyennes entreprises (PME) en impliquant des associations professionnelles et industrielles et en proposant des offres à bas seuil a de nouveau été exprimé. D'une manière générale, un renforcement du dialogue avec les associations économiques et les autres acteurs nationaux concernés est toujours souhaité. Les assesseur-euse-s et conseiller-ère-s souhaitent une baisse des dépenses propres (coûts/temps) pour l'accréditation.

Les campagnes sur la santé psychique ainsi que le soutien de projets PDS ont également rencontré un écho favorable. Les parties prenantes reconnaissent la nécessité d'éliminer les tabous liés aux maladies psychiques. Elles considèrent la campagne sur ce thème comme un exemple idéal de la mission de Promotion Santé Suisse, à savoir de reprendre des mesures réussies dans des cantons pour les appliquer à large échelle. Compte tenu des moyens à disposition, les attentes à l'égard de la campagne ne devraient toutefois pas être trop élevées. Promotion Santé Suisse est également considérée comme un acteur approprié pour le soutien de projets PDS. Il n'est cependant pas clair pour toutes les personnes interrogées ce qu'il faut entendre par PDS, la compréhension de ce terme n'étant pas uniforme.

### 3.2 Accomplissement des tâches

- Importance** Les tâches de Promotion Santé Suisse sont majoritairement jugées importantes (voir figure 7 en annexe). La part des réponses «(très) important» varie entre 50% et 93%. Les tâches jugées les plus importantes par les personnes interrogées sont le *soutien financier*, la *promotion de la qualité*, la *coordination* et l'*activité d'évaluation* (plus de 80% pour chacune de ces tâches). L'*initiation de projets et de programmes*, le *développement de nouvelles offres*, la *définition de nouvelles normes de GSE* et la *sensibilisation des différents groupes cibles* sont jugés un peu moins importants (moins de 70% pour chacune de ces tâches).
- Satisfaction** Les valeurs de satisfaction concernant l'accomplissement des tâches sont nettement inférieures à celles relatives à l'importance des tâches (voir figures 3 et 7). La part des «(très) satisfait-e-s» varie entre 43% et 64% (avec un degré d'importance élevé attribué). Si l'on inclut également les «plutôt satisfait-e-s», la part de réponses correspondante se situe entre 76% et 89%. Selon les personnes interrogées, Promotion Santé Suisse est en mesure d'accomplir au mieux ses tâches en tant que *promotrice des échanges entre acteurs* ainsi qu'en tant qu'*initiatrice de projets et de programmes* (plus de 60% de «(très) satisfait-e-s» pour chacune de ces catégories). Les tâches dont les acteurs sont les moins satisfaits sont celles accomplies en tant que *coordinatrice* ainsi que dans le domaine de la *collaboration avec des assureurs, des représentants du monde économique et politique et des ONG* (degré de satisfaction inférieur à 50% pour chacune de ces catégories). La *cohérence interne* et la *cohérence externe* – c'est-à-dire dans quelle mesure Promotion Santé Suisse coordonne ses tâches et ses activités entre elles et clarifie la répartition des rôles et des tâches avec des acteurs comparables sur le terrain – sont également toujours considérées de manière assez critique: respectivement 35% et 30% seulement des personnes interrogées se disent (entièrement) d'accord avec les affirmations correspondantes (voir figure 4). En outre, 39% considèrent que les responsabilités et les compétences des principaux acteurs sont prises en compte lors de la conception et de la mise en œuvre des mesures.

Figure 3: évaluation de l'accomplissement des tâches de grande importance (en %, sans «je ne peux pas me prononcer»)

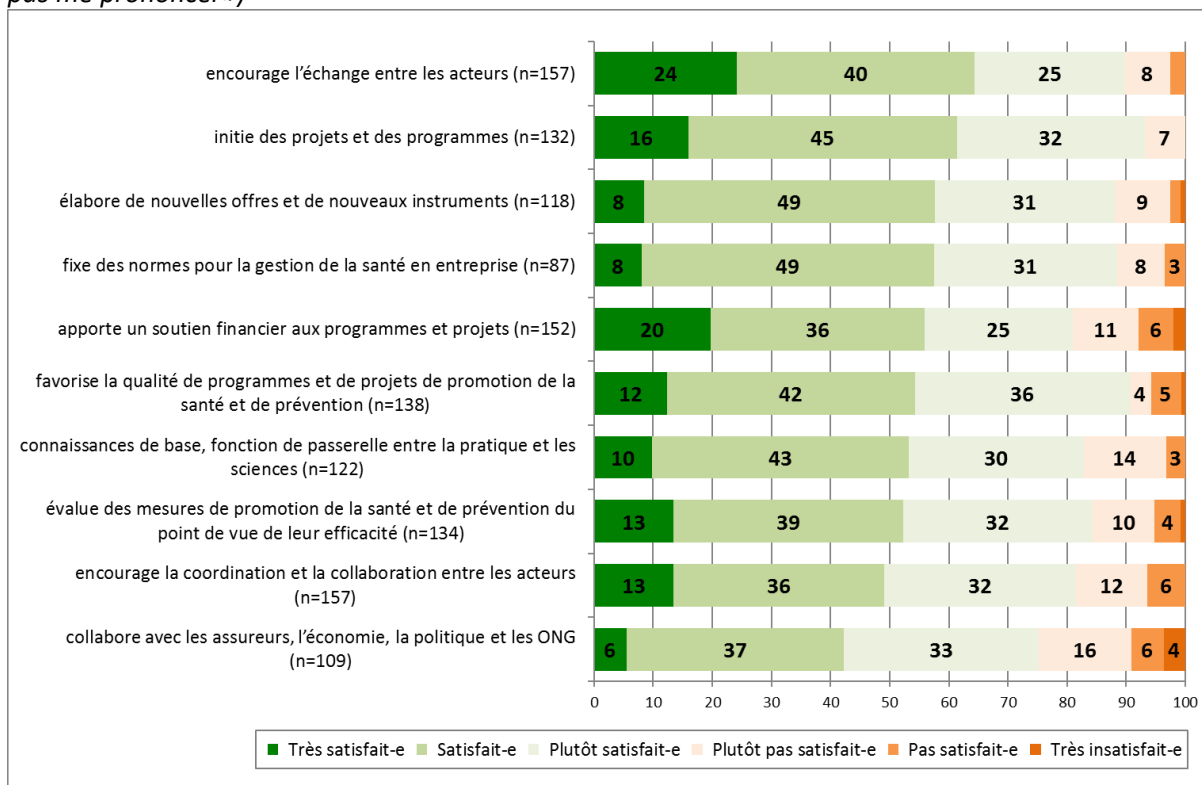
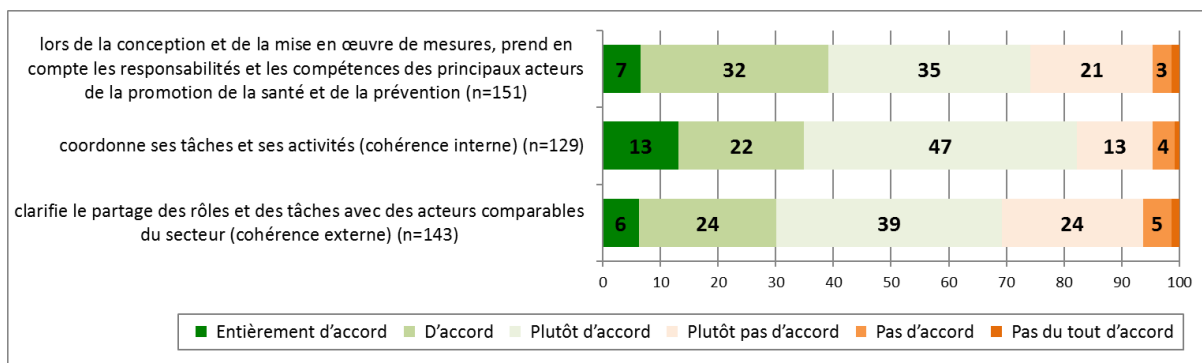


Figure 4: évaluation d'autres aspects concernant l'accomplissement des tâches (en %, sans «je ne peux pas me prononcer»)



Comparai-  
son avec  
2013

Les degrés d'importance attribués aux différentes tâches sont similaires aux réponses de 2013. De même, l'accomplissement des tâches est jugé selon une répartition similaire à 2013 (voir les comparaisons de valeurs moyennes dans le tableau 3 en annexe). Une importance quelque peu plus grande est attribuée au soutien financier des projets, probablement en raison de l'augmentation de la contribution en faveur de Promotion Santé Suisse, tandis que la promotion de la coordination et des échanges entre les acteurs ainsi que l'établissement de normes de GSE sont jugés légèrement moins importants. Les parties prenantes interrogées par téléphone en 2019 étaient davantage conscientes du soutien financier de projets en tant que tâche de Promotion Santé Suisse qu'en 2013 (70% contre

47%, désignation spontanée des tâches de Promotion Santé Suisse). De même, l'activité d'évaluation était davantage présente à leur esprit qu'en 2013 (47% contre 35%). Si l'on tient compte de la part des (très) satisfait-e-s dans l'enquête en ligne, les résultats de 2019 tendent à être plus négatifs que pour 2013 en ce qui concerne la *coordination* (49% contre 61% de satisfait-e-s), la *promotion de la qualité* (54% contre 66%) ainsi que la *cohérence interne* et la *cohérence externe* (respectivement 35% contre 44% et 30% contre 41%), mais sans présenter de différences significatives en valeurs moyennes.

Avis qualitatifs

Il ressort des commentaires ouverts et des entretiens que ces différences sont en grande partie liées aux extensions stratégiques et à l'augmentation des contributions en faveur de Promotion Santé Suisse. Il en résulte en fin de compte que des parties prenantes plutôt critiques s'attendent à tirer davantage profit des ressources financières disponibles, à accéder aux aides financières avec le moins de bureaucratie possible et à être davantage impliquées dans la conception et la mise en œuvre des projets et programmes de Promotion Santé Suisse. A ceci s'ajoute parfois l'attente que la Fondation réduise ses dépenses propres. Même si ces voix critiques sont minoritaires, les personnes interrogées ont observé une augmentation de ces dépenses. Du point de vue des acteurs, Promotion Santé Suisse remplit son mandat de coordination principalement à travers les PAC, les conférences et congrès, les groupes de travail, le Conseil de fondation et par la multiplication de projets et d'approches ayant fait leur preuve. Outre le renforcement général de la coordination et des échanges entre les acteurs, les parties prenantes souhaitent en particulier une plus forte communication de projets et d'instruments exemplaires (et pas seulement concernant les offres de Promotion Santé Suisse). En outre, comme lors des enquêtes précédentes, Promotion Santé Suisse se voit reprocher une attitude partiellement défensive sur le plan de la concertation et de la coordination avec l'OFSP et les autres acteurs nationaux (coopération stratégique, cohérence externe), mais ce reproche est aujourd'hui exprimé un peu plus fortement (9 des 47 personnes interrogées).

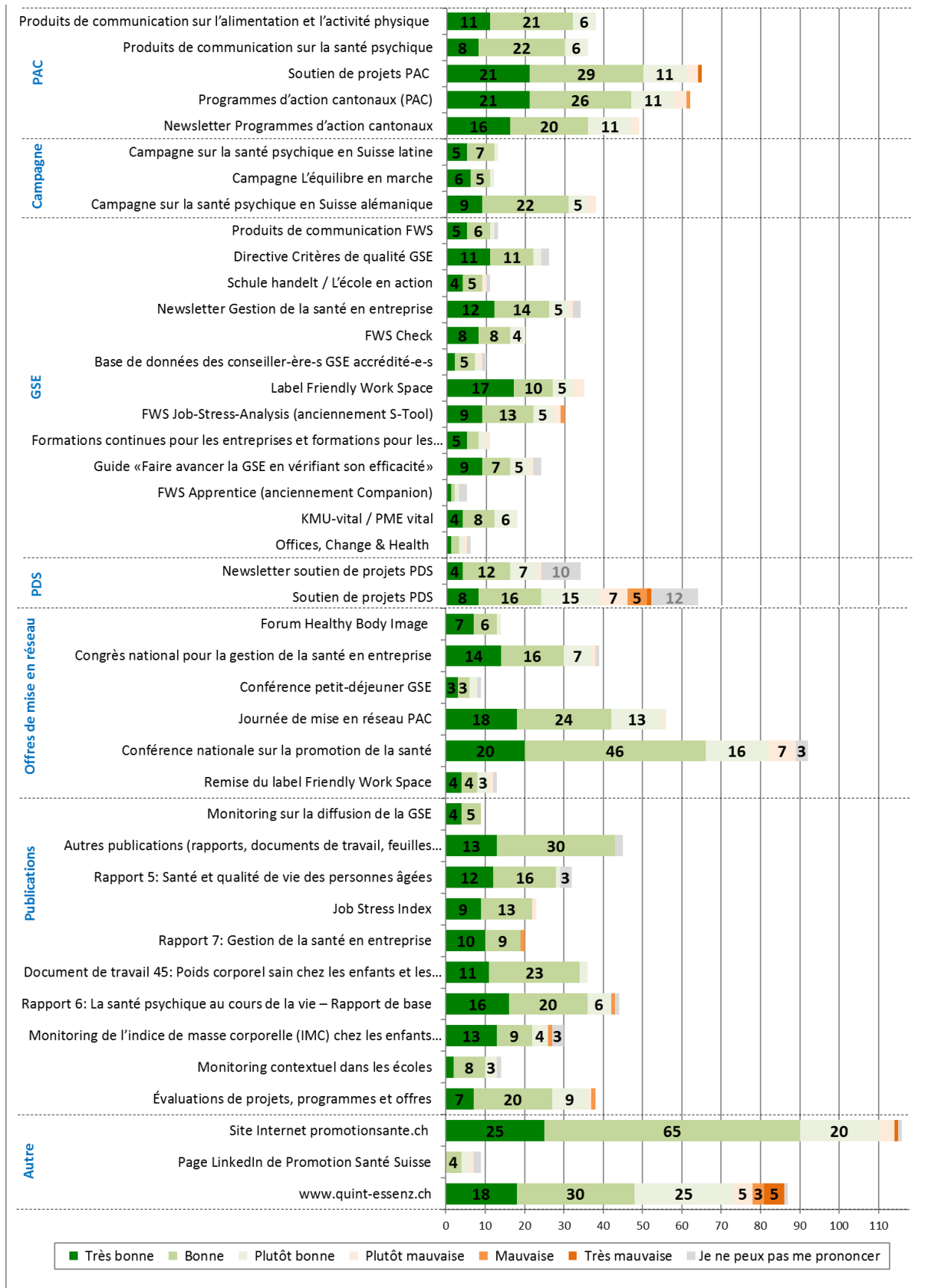
Il ressort en outre des commentaires ouverts et des entretiens que Promotion Santé Suisse devrait aussi renforcer ses activités d'évaluation en tenant davantage compte également des études internationales et des connaissances sur l'efficacité des mesures de promotion de la santé et de prévention. Du point de vue des parties prenantes, Promotion Santé Suisse devrait davantage analyser, dans ses propres activités d'évaluation, les effets sur la santé de la population (au lieu de se concentrer sur des mesures de l'output) et sans mettre l'accent uniquement sur ses propres projets et programmes. À cet égard, plusieurs parties prenantes reconnaissent également que la preuve de l'efficacité est extrêmement exigeante à apporter.

### 3.3 Activités et offres

Les valeurs de notoriété pour les différentes activités et offres varient entre 10% et 93%. Les activités les plus connues sont le *site Web de Promotion Santé Suisse*, la *Conférence nationale sur la promotion de la santé*, les *produits de communication sur le thème de la santé psychique*, les PAC ainsi que le *soutien de projets PAC*, avec une notoriété de plus de 70% chacune. Le *soutien de projets PDS* n'atteint juste pas le degré de notoriété de 70% et peut donc également être considéré comme très bien connu.

Notoriété

Figure 5: évaluation des activités et des offres



Les activités les moins connues (moins de 30%) concernent diverses offres de GSE (*produits de communication, conférences petits-déjeuners, monitoring GSE, Friendly Work Space Apprentice, base de données des conseillères et conseillers accrédités, Office Change et Health*), le *Forum Healthy Body Image* et la *page LinkedIn de Promotion Santé Suisse*. D'une manière générale, les activités et les offres sont connues bien au-delà du cercle de leurs utilisateurs.

Satisfaction lors de l'utilisation / la participation

Les personnes qui utilisent les activités ou services de Promotion Santé Suisse ou qui participent à leur mise en œuvre sont majoritairement satisfaites (voir figure 5 et figures 8 à 11 en annexe): 46% à 92% d'entre elles évaluent les activités sur une échelle de 6 comme bonnes voire très bonnes.<sup>1</sup> Sur l'ensemble des réponses «plutôt bons», la part des satisfait-e-s se situe entre 75% et 100%. Il n'y a pratiquement pas d'évaluations critiques. Les exceptions sont le *soutien de projets PDS* ainsi que *quint-essenz* avec respectivement 12% et 9% d'utilisateur-trice-s et de personnes impliquées (très) insatisfait-e-s. Les meilleures notes sont attribuées à la *campagne santé psychique* (Suisse alémanique et Suisse latine), à la campagne «*L'équilibre en marche*» et «*L'école en action*», au *site Web de Promotion Santé Suisse* et à *différents produits de communication*, qui obtiennent tous au minimum 90% de «très (bon)». Les produits de communication obtiennent également une évaluation très élevée de leur utilité (54% à 95% des utilisateur-trice-s). Les offres de mise en réseau sont également bien classées en termes d'utilité. Les bénéficiaires en profitent toutefois davantage sur le plan du «networking» (64% à 93%) que sur le plan des «échanges entre professionnels et de l'élargissement des connaissances» (27% à 100%).

Comparaison avec 2013

Par rapport à 2013, le catalogue des activités et offres évaluées s'est considérablement étendu (de 21 à 42 activités). De plus, de nouvelles parties prenantes ont été invitées à participer à l'enquête et la plupart d'entre elles n'ont eu que peu de contacts avec Promotion Santé Suisse jusqu'ici. Une comparaison directe en termes de notoriété et d'utilisation n'est donc pas très pertinente. Les utilisateur-trice-s qui avaient déjà été interrogé-e-s en 2013 ont tendance aujourd'hui à être plus satisfait-e-s des offres utilisées. Par ailleurs, on observe que la *newsletter GSE*, le *congrès national GSE* et le *site Web* ont obtenu une note significativement meilleure sur le plan statistique. Les diverses activités de monitoring ont également obtenu de bien meilleurs résultats en 2019, étant précisé que les activités d'évaluation et de monitoring ont été appréciées ensemble en 2013. En revanche, on observe une notation légèrement inférieure pour les *PAC* et *quint-essenz*.

Approfondissements concernant des activités sélectionnées

La mise en œuvre de certaines offres et activités sélectionnées a été analysée de manière plus approfondie dans le cadre de l'enquête en ligne et des entretiens:

- Programmes d'action cantonaux: l'extension des PAC à quatre modules a été très bien accueillie par les acteurs concernés. En 2013, les cantons ont reconnu qu'une coopération était établie au sein des PAC. L'introduction des nouveaux modules a conduit à une nouvelle prise de conscience du champ de tension que constitue le fait que la santé relève certes de la souveraineté des cantons, mais que ceux-ci ne peuvent bénéficier des moyens financiers de la Fondation que dans la mesure où ils remplissent les exigences de Promotion Santé Suisse. Ces exigences et les dépenses administratives globales seraient selon eux trop élevées (5 des 6

<sup>1</sup> Échelle: très bon, bon, plutôt bon, plutôt mauvais, mauvais, très mauvais

représentants cantonaux interrogés, et un total de 16 commentaires ouverts dans l'enquête en ligne sur 40 représentants cantonaux participants). Sont en cause d'une part, la quantité des informations demandées et, d'autre part, les exigences élevées requises lors de demandes de projets. Les nombreuses évaluations, qui représentaient une charge pour les utilisateur-trice-s, ont également été critiquées à plusieurs reprises (3 des 6 représentants cantonaux interrogés). Il existe aussi des cantons qui étaient déjà actifs dans les nouveaux domaines thématiques avant l'extension des PAC et qui souhaiteraient que les concepts sous-jacents soient reconnus, sans qu'il soit nécessaire de les remanier uniquement pour qu'ils correspondent aux exigences de Promotion Santé Suisse. Des voix s'élèvent également pour critiquer les dépenses propres de Promotion Santé Suisse, sans pour autant remettre en question le fait que Promotion Santé Suisse assume certaines tâches centrales.

- Soutien de projets PDS: le premier tour d'adjudication en 2018 a suscité beaucoup de mécontentement (8 des 18 personnes interrogées familières avec le processus). Dans une certaine mesure, cela s'explique par le fait que la demande a largement dépassé les fonds disponibles (115 esquisses ont été soumises en 2018, dont seulement 14 ont été acceptées; sur 52 acteurs interrogés en ligne en profondeur dans le domaine de la PDS, 22 avaient déjà soumis des esquisses). Outre cette problématique fondamentale, plusieurs personnes interrogées considèrent que des erreurs ont été commises par Promotion Santé Suisse et ont conduit à des mécontentements (14 sur les 18 ci-dessus, 20 commentaires ouverts dans l'enquête en ligne auprès de 64 personnes impliquées dans le soutien de projets PDS). Le processus d'adjudication serait trop complexe et ne serait pas transparent (9 respectivement 5 sur 18 ; la plupart des commentaires en ligne). Le fait que Promotion Santé Suisse aurait revendiqué pour elle-même la propriété intellectuelle des projets a aussi été critiqué. De plus, il est reproché à Promotion Santé Suisse d'avoir agi de manière arbitraire et pas en partenariat avec l'OFSP et d'avoir ignoré le groupe d'expert-e-s. Il est également reproché à Promotion Santé Suisse un manque de connaissances spécialisées ainsi que de connaissances sur le système de santé, les acteurs, les interfaces et les mesures de prévention déjà existantes (6 sur 18; 2 commentaires en ligne). Il n'est toutefois pas demandé que Promotion Santé Suisse développe ces connaissances. Promotion Santé Suisse doit à l'avenir mieux intégrer ces connaissances spécialisées dans le soutien de projets PDS en impliquant les acteurs concernés. Il a été attesté que Promotion Santé Suisse a pris acte des points critiques suite au premier tour d'adjudication et a adapté le processus pour le second tour en 2019 (2 sur 18). Celui-ci n'était pas encore terminé au moment de l'enquête.
- Campagne Santé psychique: le fait que la campagne soit mise en œuvre séparément pour les différentes parties du pays est considéré comme approprié. La mise en œuvre de la campagne est jugée très positivement en Suisse romande. En revanche, certaines voix négatives se font entendre en Suisse alémanique (voir figures 8 et 9 en annexe).
- Label Friendly Work Space: Le label Friendly Work Space suscite des controverses en 2019, comme c'était déjà le cas en 2013. Compte tenu du renforcement de l'approche des multiplicateur-trice-s, l'approche commerciale ne fait toutefois plus l'objet de critiques en 2019. Cependant, le fait que le

label intéresse avant tout les grandes entreprises et qu'il a un effet dissuasif sur les petites entreprises en raison des efforts considérables qu'il implique, a été critiqué dès 2013. En 2019, il est plus fortement exprimé que la pertinence du label est limitée, et ce dans les deux sens: d'une part lors de l'assessment, le respect des dispositions légales n'est pas contrôlé. D'autre part, il existe de nombreuses entreprises sans label qui prennent soin de leurs collaboratrices et collaborateurs. De plus, les exigences liées au label ont augmenté, car les entreprises déjà certifiées créent de nouvelles attentes à l'égard du label lors de chaque recertification.

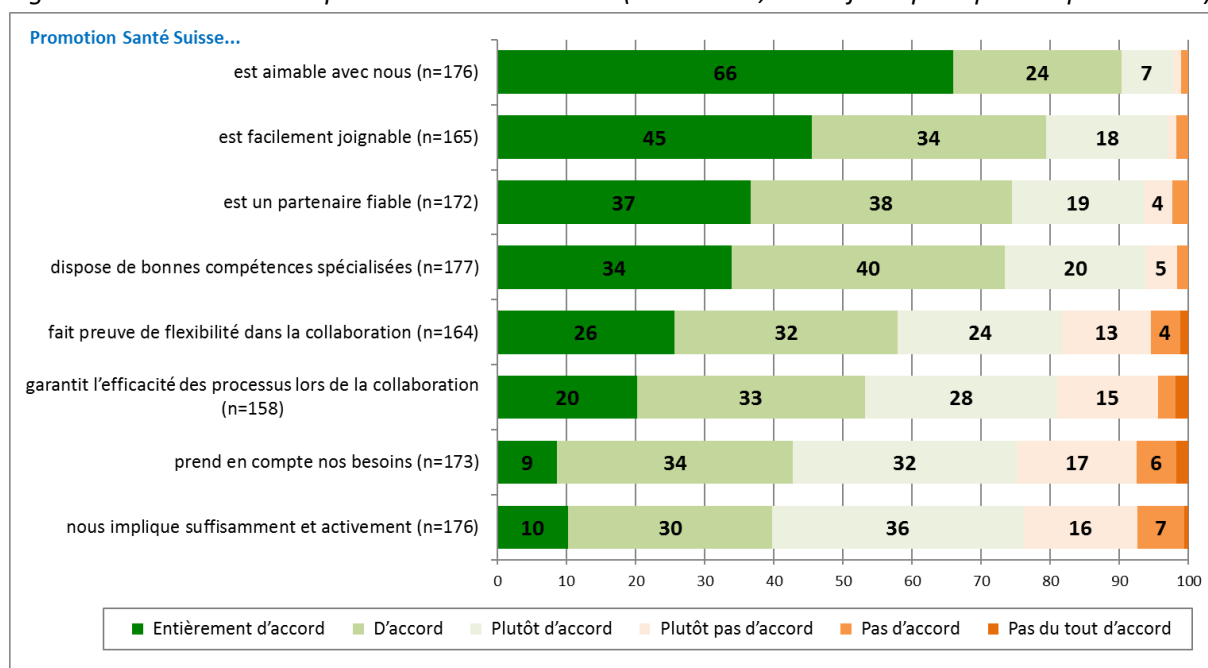
### 3.4 Collaboration avec les partenaires

Satisfaction

65% des personnes interrogées se disent (très) satisfaites de la collaboration avec Promotion Santé Suisse. En incluant également les personnes «plutôt satisfaites», on arrive à un taux de 90%. Si l'on considère les résultats de manière différenciée par groupes d'acteurs (voir figures 12 et 13 en annexe), des différences peuvent également être observées, avec des valeurs moyennes variant entre 4,4 et 5,5.<sup>2</sup> Sur le plan de la collaboration, nettement plus d'acteurs observent une amélioration (36%) plutôt qu'une détérioration (9%) au cours des deux dernières années (environ la moitié ne voit aucun changement). À cet égard, les facteurs décisifs sont le renforcement ou l'affaiblissement de la collaboration et le fait que les acteurs se sont sentis plus ou moins impliqués.

Figure 6: évaluation des aspects de la collaboration (n=158-177, sans «je ne peux pas me prononcer»)

Comparai-  
son avec  
2013



En moyenne, les valeurs de satisfaction n'ont pas changé par rapport à 2013 (faibles différences non significatives des valeurs moyennes, voir tableau 5 en annexe). Si l'on considère séparément les différents groupes de parties prenantes, il apparaît que les représentant-e-s de la Confédération, des cantons, des ligues de la santé et des ONG nationales sont aujourd'hui un peu moins satisfait-e-s de la

<sup>2</sup> Sur une échelle de 6, de 1 «très insatisfait-e» à 6 «très satisfait-e»



coopération qu'en 2013. En revanche, les utilisateur-trice-s et les multiplicateur-trice-s des instruments de GSE et les représentant-e-s de la recherche, de l'économie privée et des ONG régionales sont aujourd'hui plus satisfait-e-s (voir tableau 5 en annexe). Il convient toutefois de noter le nombre parfois faible de cas dans les sous-groupes. Les comparaisons des valeurs moyennes entre 2019 et 2013 ne sont statistiquement significatives que sur trois points: l'évaluation de la bonne accessibilité pour les personnes qui gèrent des projets et programmes communs avec Promotion Santé Suisse s'est améliorée par rapport à 2013 ( $t(186)= 2.618$ ;  $p=.01$ ;  $d=.384$ ). Les personnes qui se considèrent en 2019 comme faisant partie du réseau Promotion Santé Suisse évaluent l'amabilité de la Fondation à leur égard moins bien que lors de l'enquête précédente ( $t(40.624)=-2.533$ ;  $p=.02$ ;  $d=-.795$ ) et les représentantes et représentants cantonaux s'estiment moins suffisamment et activement impliqués que lors de l'enquête de 2013 ( $t(67)=-2.107$ ;  $p=.04$ ;  $d=-.515$ ).

Avis qualitatifs

Les entretiens peuvent être différenciés selon que la collaboration est de nature opérationnelle (20 personnes interrogées) ou stratégique (21 personnes interrogées). La coopération opérationnelle est jugée majoritairement positive. Dans de nombreux cas, les collaboratrices et collaborateurs de Promotion Santé Suisse sont cités pour leurs très bonnes compétences en gestion de projet. Le contact est perçu comme agréable, compétent et profitable en termes de soutien. Les voix critiques sont rares (3 sur 20) et concernent principalement la charge administrative élevée dans le cadre des PAC. Environ la moitié des partenaires stratégiques (10) se sont également déclarés satisfaits de la coopération dans le cadre des entretiens: ils se sentent bien informés par la Fondation, la compréhension mutuelle est là, il y a des objectifs communs et, en partie, leurs propres activités complètent bien celles de Promotion Santé Suisse. L'autre moitié des partenaires stratégiques (11) évalue la coopération d'un œil plus critique, et quelques voix (3) se font aussi très critiques: ils déplorent en partie l'absence d'une «véritable» collaboration et souhaitent être impliqués à un stade précoce dans le développement de nouveaux programmes. Indépendamment de la nature de la coopération (opérationnelle ou stratégique), un accord formel et un échange institutionnalisé sont très appréciés par les acteurs ou, s'ils ne sont pas encore établis, sont souhaités.

## 4 Analyse et conclusions

### 4.1 Le point de vue extérieur est fortement influencé par les extensions stratégiques

Aussi bien les objectifs stratégiques que les tâches de Promotion Santé Suisse sont jugés importants par les parties prenantes. Elles reconnaissent ainsi à Promotion Santé Suisse un rôle important dans la promotion de la santé et dans la prévention. Selon elles, l'importance de Promotion Santé Suisse a aussi augmenté en raison des extensions stratégiques et de l'augmentation de la contribution. En étendant sa stratégie, Promotion Santé Suisse a en outre répondu à des besoins importants des parties prenantes ainsi qu'à des critiques antérieures (PAC; domaine GSE). Mais les extensions stratégiques ont aussi rendu nécessaire de reformuler la collaboration avec certains acteurs et d'établir de nouveaux partenariats. L'approche de Promotion Santé Suisse à cet égard n'est pas totalement acceptée

et suscite clairement des critiques. Les informations communiquées de manière ouverte – en particulier dans le cadre des entretiens – sont très fortement axées sur les extensions stratégiques ainsi que, par voie de conséquence, sur les défis et critiques liés à ces extensions, de sorte que les domaines d'activité déjà établis ont tendance à passer au second plan. L'analyse des différences par rapport à la dernière enquête de 2013 montre toutefois que l'évaluation de la Fondation par les parties prenantes s'est clairement améliorée sur certains points, pour d'autres points, elle est restée identique, et pour certains elle s'est détériorée:

- Outre l'approbation générale de l'extension de la stratégie, les partenaires de Promotion Santé Suisse et les représentant-e-s de la recherche, de l'économie privée et des ONG régionales se disent aussi davantage satisfait-e-s qu'en 2013 de la collaboration avec Promotion Santé Suisse. Cela est également le cas pour d'autres domaines d'activité de la Fondation dans lesquels les parties prenantes perçoivent chez Promotion Santé Suisse un intérêt vital à une collaboration. En outre, une proportion légèrement plus importante de parties prenantes se dit satisfaite de la *collaboration avec les assureurs, les représentants du monde économique et politique et les ONG*. Certaines activités sont aussi évaluées plus positivement aujourd'hui qu'en 2013. La campagne sur la santé psychique est présentée comme un exemple positif de multiplication d'un projet réussi, en particulier par les acteurs de Suisse romande.
- Avec une part de 43% à 64% de personnes «(très) satisfaites» (sans inclure les personnes «plutôt satisfaites»), les personnes interrogées voient, comme déjà en 2013, un important potentiel d'amélioration dans l'accomplissement des tâches de la Fondation. Dans le domaine de la GSE en particulier, le besoin a été exprimé, comme cela avait déjà été exprimé en 2013, que Promotion Santé Suisse s'adresse davantage aux PME et renforce le dialogue avec les associations professionnelles et les acteurs nationaux. Promotion Santé Suisse doit aussi développer davantage sa fonction de passerelle entre la science et la pratique.
- Selon le point de vue actuel des parties prenantes, la cohérence externe ainsi que la prise en compte des besoins des acteurs est évaluée de manière plus critique qu'en 2013, ce qui est principalement dû à l'extension des PAC ainsi qu'au soutien de projets PDS – donc aux nouveaux domaines thématiques (voir point 3.3). Il a été reproché à plusieurs reprises à Promotion Santé Suisse de ne pas suffisamment impliquer les acteurs concernés, de ne pas tenir suffisamment compte des conditions cadres des différents acteurs ainsi que des structures existantes, de mettre en place des processus trop bureaucratiques et de mettre l'accent sur sa propre autonomie au lieu de s'engager dans des partenariats stratégiques. Les problèmes mis en évidence par les acteurs sont également connus d'un cercle plus large de parties prenantes, ce qui explique pourquoi l'image de Promotion Santé Suisse s'est quelque peu détériorée globalement depuis 2013 malgré les diverses évolutions positives.

## 4.2 Analyse des problèmes existants d'un point de vue externe

Les évolutions décrites de manière succincte dans la section précédente sont très similaires aux critiques exprimées par le passé, dont la plupart avaient été considérées comme surmontées en 2013

avec la mise en place des activités de la Fondation. L'enquête auprès des parties prenantes ne permet pas trancher de manière définitive dans quelle mesure PSCH a tiré les enseignements de son expérience antérieure en matière d'élaboration de nouveaux domaines d'activité et adapté ses processus aux besoins et aux possibilités de ses partenaires. Les critiques mentionnées à plusieurs reprises sont seulement le signe que, du point de vue de certaines parties prenantes, cela n'a pas été fait dans une mesure suffisante. Le point de vue extérieur est évidemment fortement influencé par les attentes des acteurs à l'égard de Promotion Santé Suisse. En effet, lors des enquêtes précédentes, il était déjà apparu que les parties prenantes ont de nombreuses attentes à l'égard de Promotion Santé Suisse, mais qu'il est impossible de toutes les satisfaire. En raison de l'extension de la stratégie ainsi que d'autres développements, le champ de tension dans lequel évolue Promotion Santé Suisse s'est encore accentué depuis 2013: l'augmentation de la contribution en faveur de Promotion Santé Suisse génère des attentes élevées, alors que les moyens financiers de la Fondation restent limités et ne peuvent couvrir la demande. En outre, les parties prenantes n'ont pas encore assimilé la nouvelle stratégie et n'ont pas encore une compréhension commune de ce que signifie la PDS. Promotion Santé Suisse est également confrontée à de nouvelles parties prenantes, qui ne connaissent pas en profondeur les activités, la mission et les possibilités de la Fondation. C'est pourquoi certaines attentes qui sont formulées à son encontre ne font pas partie de son domaine de soutien (p. ex. soutien financier à des projets d'infrastructure) ou sont au contraire déjà satisfaites par la Fondation (p. ex. modèle d'impact et indicateurs). Il apparaît également que l'écart se creuse de plus en plus entre les cantons, respectivement entre les entreprises, quant à leur situation respective en matière de promotion de la santé et de prévention ou de GSE, de sorte qu'il en résulte des besoins et des attentes différents à l'égard de Promotion Santé Suisse. Les entreprises recertifiées souhaiteraient par exemple que le label Friendly Work Space soit constamment développé, tandis que d'autres parties prenantes réclament des instruments à bas seuil pour les petites et moyennes entreprises, afin de leur faciliter l'accès à une GSE systématique.

### 4.3 Potentiel d'amélioration

L'analyse fait apparaître trois champs d'action à travers lesquels Promotion Santé Suisse peut améliorer son image auprès d'un large cercle d'acteurs et renforcer sa position globale:

*1. Promotion Santé Suisse doit prendre au sérieux les critiques qui lui sont adressées en ce qui concerne les PAC et le soutien de projets PDS et réagir à leur encontre de manière adéquate.*

Les parties prenantes examinent d'un œil critique les PAC ainsi que le soutien de projets PDS, ce qui a contribué de manière significative à une détérioration tendancielle de l'image de la Fondation. Le moyen le plus efficace pour corriger son image est que Promotion Santé Suisse s'engage de façon manifeste à améliorer ses processus et sa collaboration. Dans le cadre des PAC, il est essentiel de trouver un bon équilibre en ce qui concerne les informations, les exigences et les évaluations, afin de réduire la charge administrative au minimum nécessaire. Dans le domaine du soutien de projets PDS, il est important de prouver aux parties prenantes que les corrections promises dans les procédures d'adjudication seront effectivement mises en œuvre (transparence, renforcement des partenariats, intégration de l'expertise).

*2. Promotion Santé Suisse doit davantage se pencher sur les attentes et les besoins divers qui lui sont soumis et réagir à leur rencontre de manière proactive.*

Le champ de tension entre les différentes attentes et les différents besoins formulés à l'encontre de Promotion Santé Suisse s'est accentué (voir point 4.2). Il n'est pas possible de répondre à toutes les attentes et à tous les besoins. Dans ce contexte, il est d'autant plus important d'être conscient de leur diversité et de se positionner à l'intérieur des lignes de tension, de fixer des priorités et de communiquer celles-ci de manière transparente à l'extérieur, y compris lorsque les attentes ne peuvent pas être satisfaites. Dans de tels cas, il convient de chercher davantage le dialogue avec les parties prenantes concernées, afin de créer une compréhension et aussi de signaler que les préoccupations des acteurs peuvent néanmoins être comprises. Compte tenu de l'écart grandissant entre les cantons, les entreprises et les autres parties prenantes, mais aussi en raison des conditions cadres généralement différentes, il devient de plus en plus difficile pour Promotion Santé Suisse de s'adresser à toutes les parties de la même manière, avec les mêmes offres et les mêmes processus. Afin de répondre aux différents besoins, Promotion Santé Suisse doit donc faire preuve de plus de souplesse et de pragmatisme, de moins de formalisme et adopter une attitude plus valorisante à l'égard de ce qui existe déjà. Enfin, elle doit trouver un équilibre sain afin de générer la plus grande valeur ajoutée possible pour les partenaires de mise en œuvre tout en respectant les exigences minimales.

*3. Promotion Santé Suisse doit renforcer ses partenariats stratégiques et impliquer un large cercle d'acteurs de manière ciblée.*

L'exigence selon laquelle Promotion Santé Suisse doit davantage impliquer des acteurs de la pratique et rechercher des partenariats stratégiques avec d'autres acteurs nationaux accompagne la Fondation depuis la première enquête auprès des parties prenantes. Ce souhait a maintenant été exprimé plus fortement, en raison de la nouvelle stratégie MNT ainsi que de l'extension de la stratégie et de l'augmentation des contributions. Une orientation davantage axée sur le partenariat renforcerait non seulement la crédibilité de Promotion Santé Suisse, mais diminuerait aussi sa vulnérabilité, d'une part, en permettant à un plus grand nombre d'acteurs de bénéficier de la collaboration et, d'une part, en offrant une plus large base de reconnaissance aux activités de la Fondation.

## Annexe

Tableau 1: participants par catégorie d'organisation

	2019		2013		Différence	
	Nombre	Part en %	Nombre	Part en %	Nombre	Part en %
Autre ONG nationale	36	16.4	29	16.6	7	-0.2
Administration cantonale	35	16.0	39	22.3	-4	-6.3
Économie privée / entreprise	22	10.0	34	19.4	-12	-9.4
Association professionnelle de santé	17	7.8	5	2.9	12	4.9
Association / fédération (p. ex. sport)	17	7.8	-	-	17	7.8
Institut de recherche / formation	14	6.4	20	11.4	-6	-5.0
Administration fédérale	13	5.9	9	5.1	4	0.8
Ligue de santé, organisation «PRO»	11	5.0	5	2.9	6	2.1
Domaine des soins	10	4.6	-	-	10	4.6
Autre ONG régionale/locale	9	4.1	15	8.6	-6	-4.5
Organisation de patients	7	3.2	-	-	7	3.2
Association économique	5	2.3	1	0.6	4	1.7
Assureurs-maladie / association d'assu-	2	0.9	1	0.6	1	0.3
Syndicat	1	0.5	-	-	1	0.5
Autre secteur	10	5.0	0	-	10	5.0
Aucune information	4	4.1	1	0.6	3	3.5
<b>Total</b>	<b>213</b>	<b>100.0</b>	<b>175</b>	<b>100.0</b>		

Tableau 2: participants par domaine d'activité (réponses multiples)

	Nombre	Part en %
Santé psychique	118	55.4
Enfants et adolescent-e-s	92	43.2
Activité physique	77	36.2
(Prévention dans le) domaine des soins	69	32.4
Personnes âgées	68	31.9
Gestion de la santé en entreprise (GSE)	62	29.1
Alimentation	61	28.6
Addictions / drogues	48	22.5
Prévention du tabagisme	48	22.5
Prévention de l'alcoolisme	40	18.8
Autres	56	26.3

Figure 7: classification de l'importance des tâches de Promotion Santé Suisse (en %, sans «je ne peux pas me prononcer»)

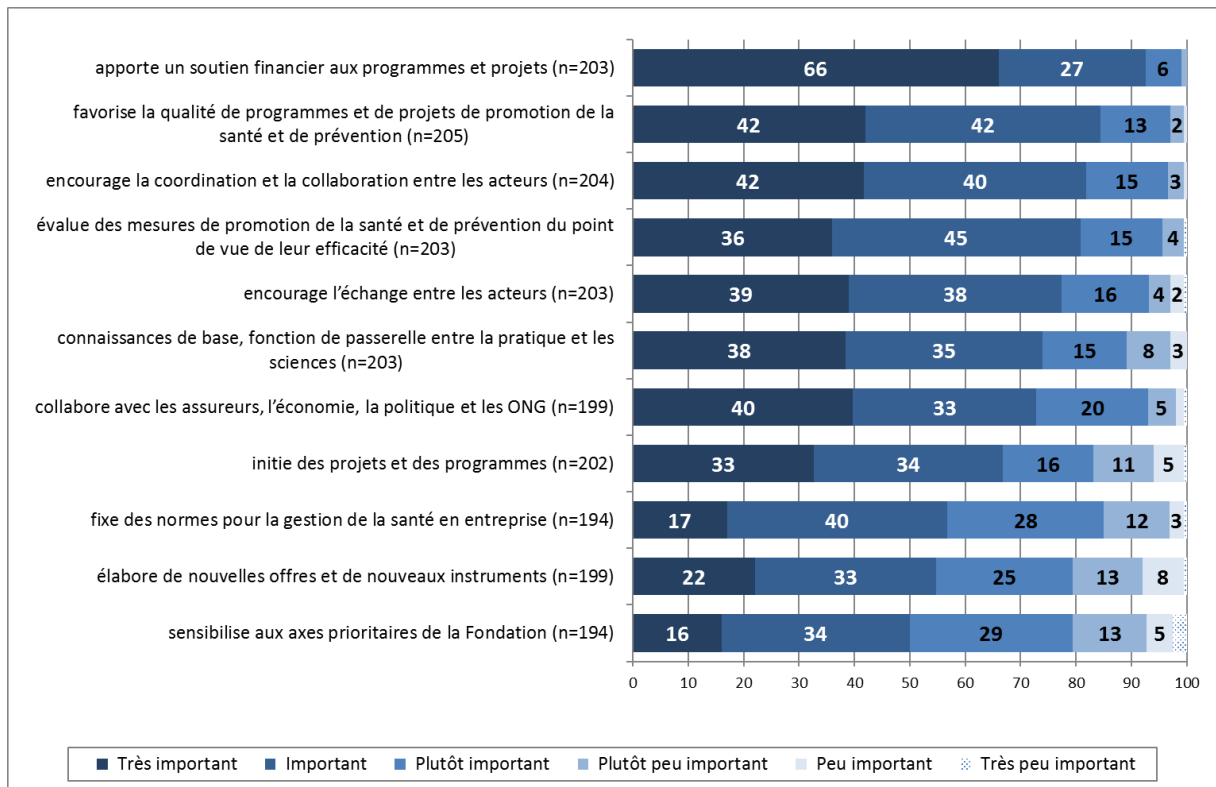


Tableau 3: importance des tâches et satisfaction à l'égard de l'accomplissement des tâches en 2019 et 2013\*

	2019	2013	Différence	
Importance	initie des projets et des programmes	4.76	4.82	-0.06
	élabore de nouvelles offres et de nouveaux instruments	4.48	4.70	-0.22
	apporte un soutien financier aux programmes et projets	5.58	5.45	0.13
	favorise la qualité de programmes et de projets	5.23	5.15	0.08
	fixe des normes pour la gestion de la santé en entreprise ●	4.55	4.77	-0.22
	encourage la coordination et la collaboration entre les acteurs ●	5.20	5.44	-0.24
	encourage l'échange entre les acteurs	5.06	-	-
	évalue des mesures de promotion de la santé et de prévention du point de vue de	5.11	5.10	0.01
	assure une fonction de passerelle entre la science et la pratique	4.99	4.92	0.07
	collabore avec les assureurs, l'économie, la politique et les ONG	5.03	4.98	0.05
	sensibilise différents groupes cibles à des axes prioritaires de la Fondation	4.36	-	-
	Accomplissement des tâches	initie des projets et des programmes	4.70	4.61
élabore de nouvelles offres et de nouveaux instruments		4.51	4.58	-0.07
apporte un soutien financier aux programmes et projets		4.47	4.49	-0.02
favorise la qualité de programmes et de projets		4.51	4.66	-0.15
fixe des normes pour la gestion de la santé en entreprise		4.51	4.66	-0.15
encourage la coordination et la collaboration entre les acteurs		4.38	4.53	-0.15
encourage l'échange entre les acteurs		4.76	-	-
évalue des mesures de promotion de la santé et de prévention du point de vue de		4.44	4.48	-0.04
assure une fonction de passerelle entre la science et la pratique		4.43	4.24	0.19
collabore avec les assureurs, l'économie, la politique et les ONG		4.10	4.00	0.10
sensibilise différents groupes cibles à des axes prioritaires de la Fondation		4.43	-	-
Autres aspects		coordonne ses tâches et ses activités	4.25	4.24
	clarifie le partage des rôles et des tâches avec des acteurs comparables du secteur	3.98	4.16	-0.18
	prend en compte les responsabilités et les compétences des principaux acteurs	4.14	-	-

\* Évaluation de l'accomplissement des tâches avec un degré d'importance élevé attribué (plutôt important à très important)

● Différence statistiquement significative (test t) entre les groupes de 2013 et de 2019

Figure 8: évaluation de la campagne sur la santé psychique en Suisse alémanique (n=40)

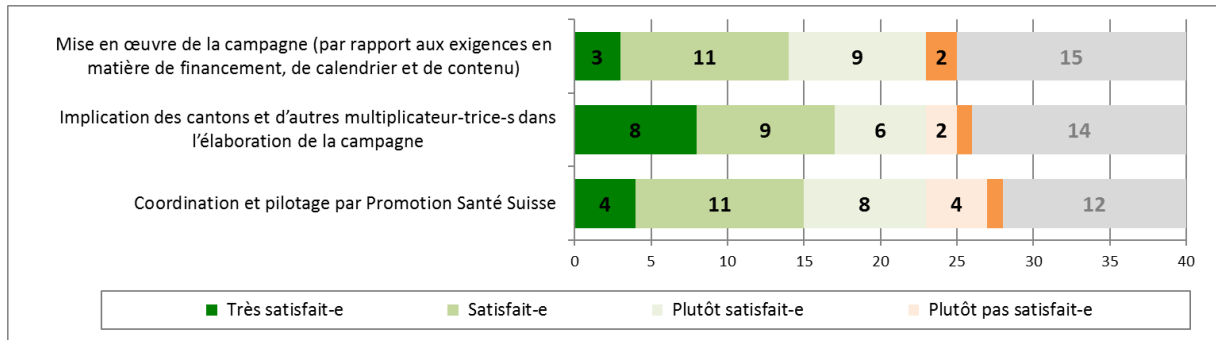


Figure 9: évaluation de la campagne sur la santé psychique en Suisse latine (n=18)

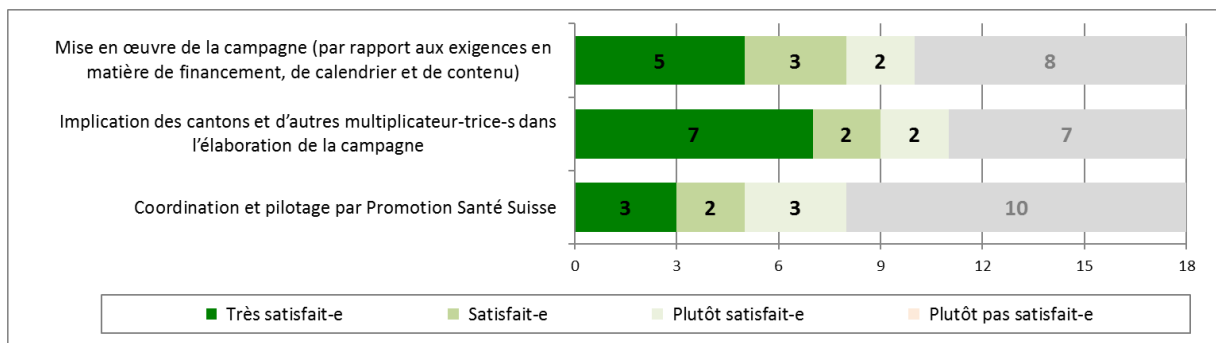


Figure 10: évaluation de l'utilité des offres de mise en réseau (n=9-92)

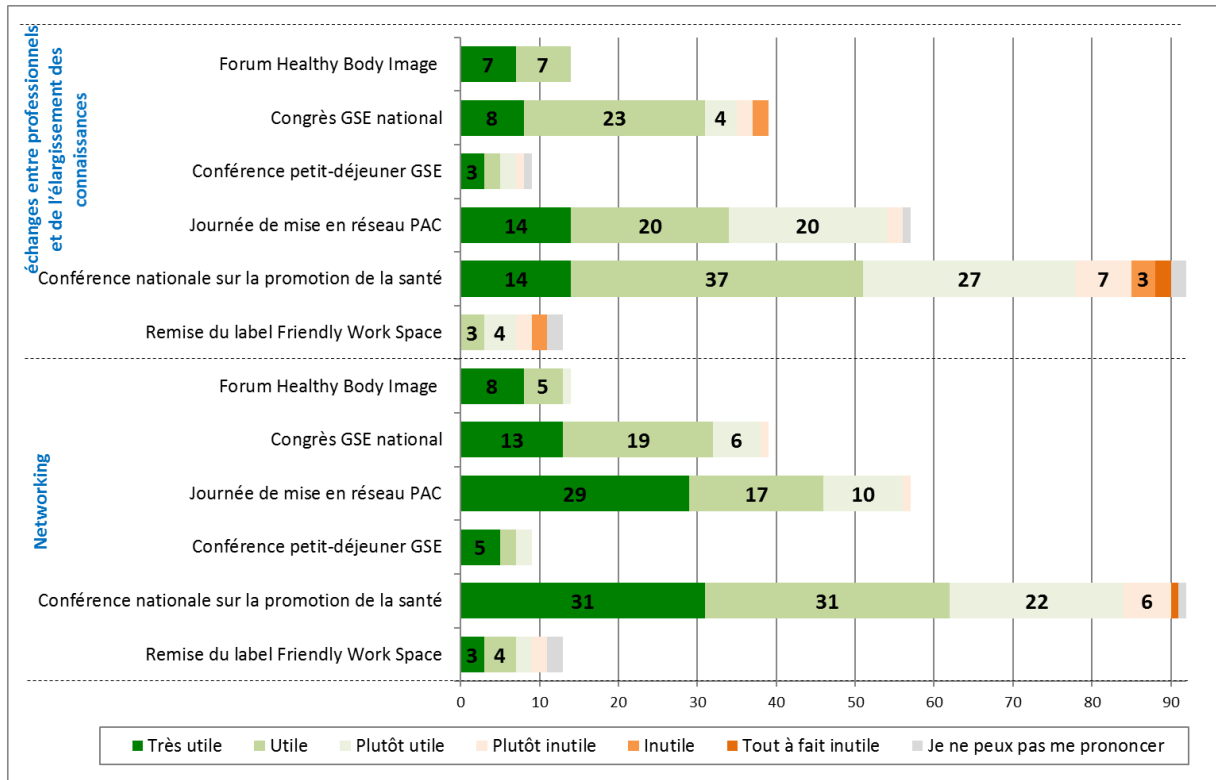




Figure 11: évaluation de l'utilité des publications (n=9-46)

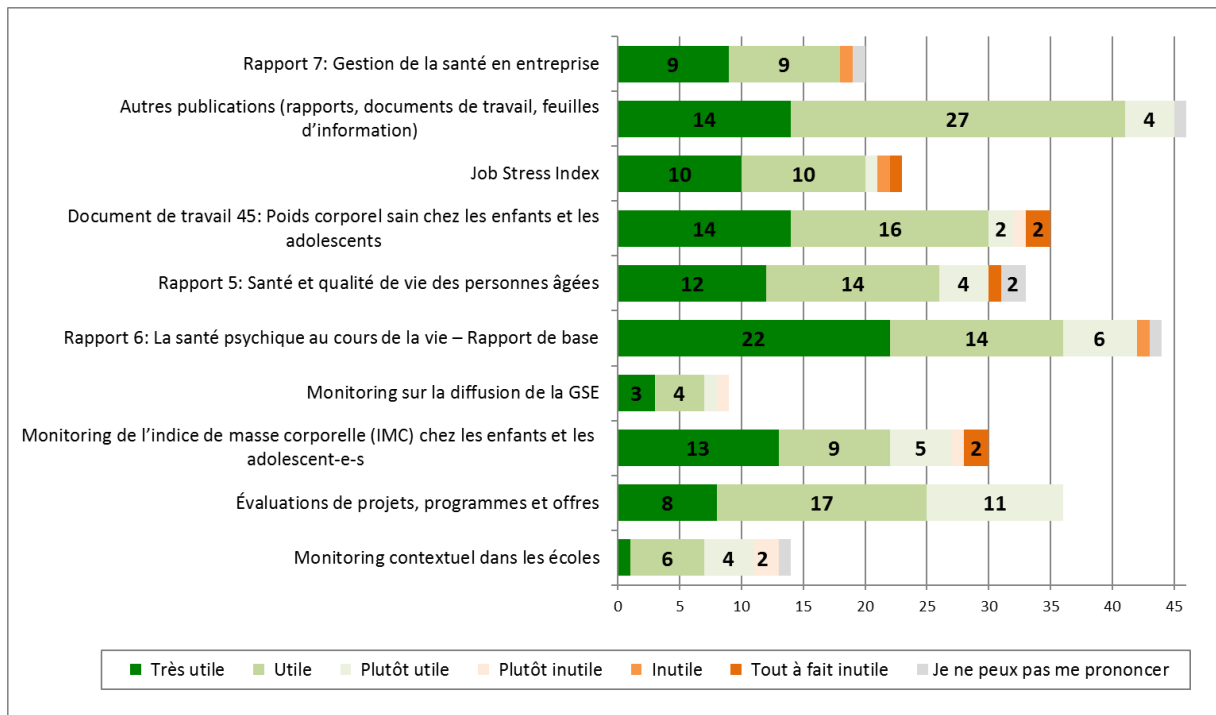
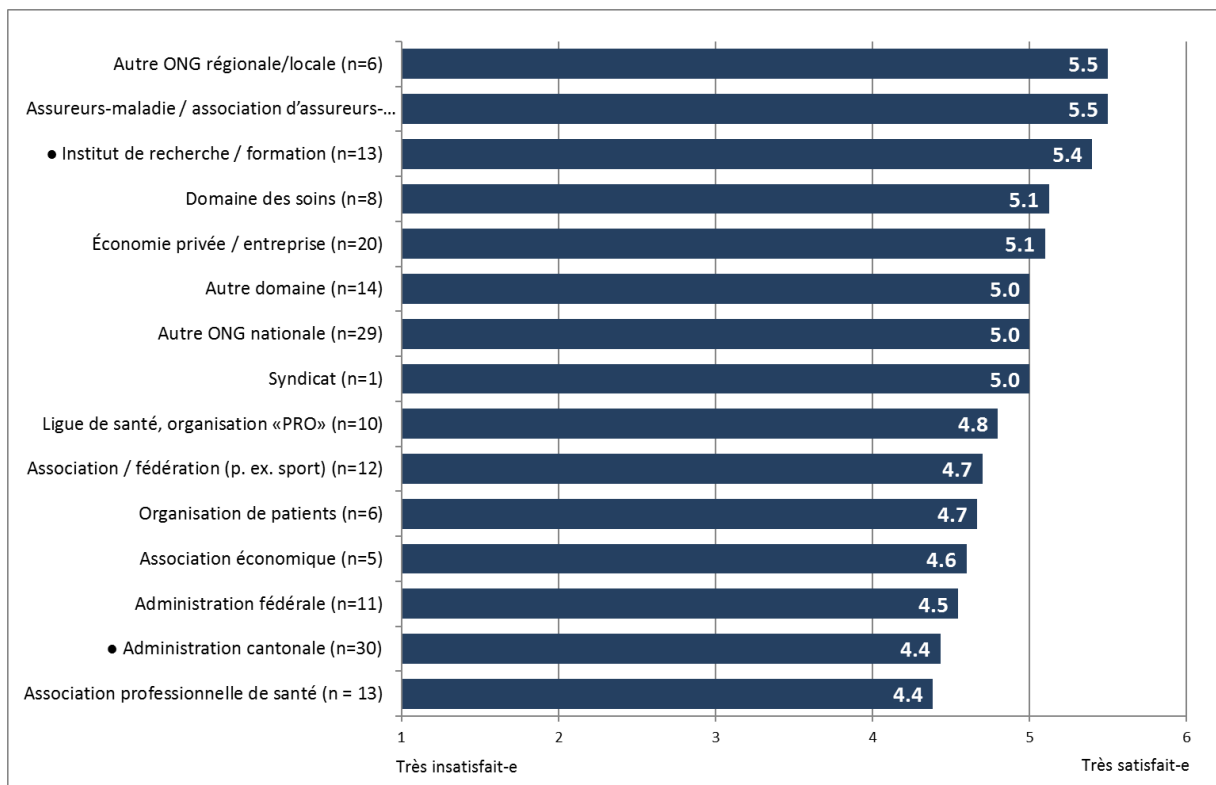
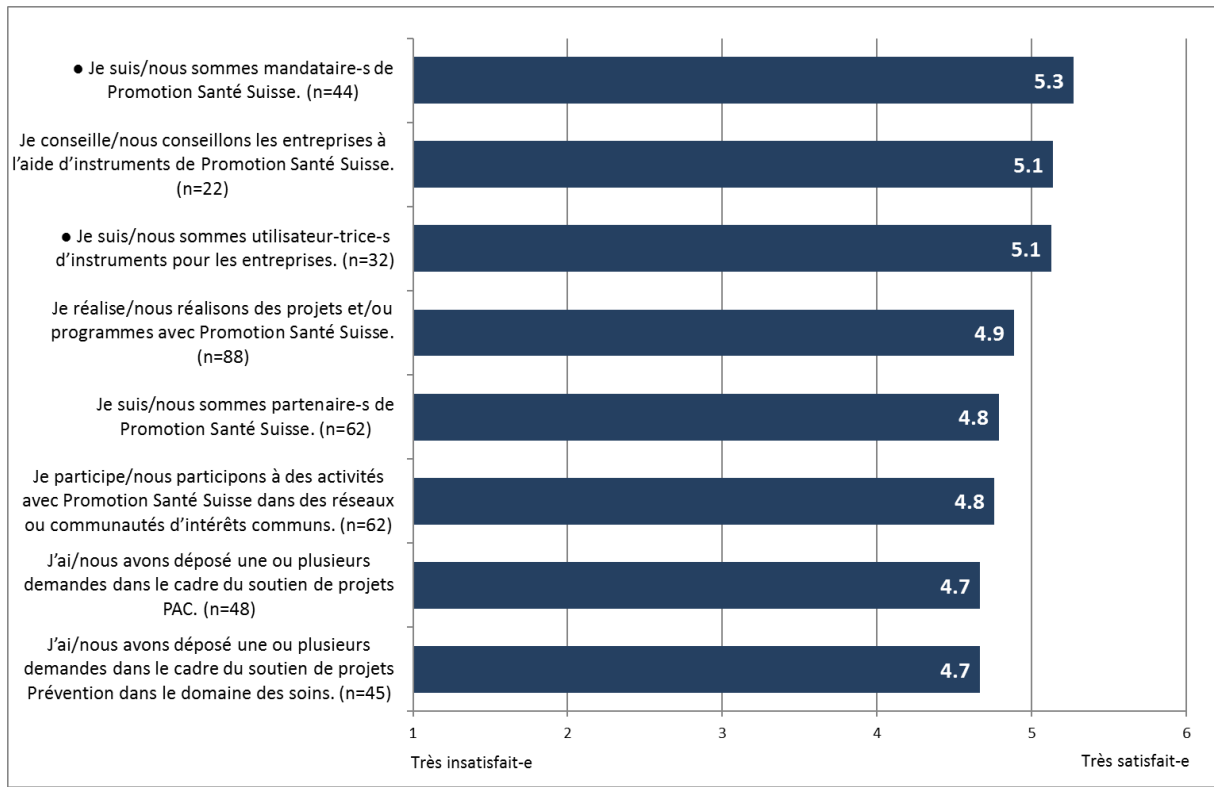


Figure 12: évaluation globale de la collaboration par groupe d'acteurs (valeurs moyennes)



● Différence moyenne statistiquement significative du groupe respectif par rapport à l'échantillon restant

Figure 13: évaluation globale de la collaboration selon la relation avec Promotion Santé Suisse (valeurs moyennes)



- Différence moyenne statistiquement significative du groupe respectif par rapport à l'échantillon restant

Tableau 5: évaluation des aspects de la collaboration: comparaison des valeurs moyennes 2013-2019

		Implication	Prise en compte des besoins	Partenaire fiable	Procédures efficaces	Se montre flexible	Compétences professionnelles	Facilement joignable	Bienveillant
Toutes les personnes interrogées	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)
Différence par rapport à la valeur moyenne		-0.10	-0.12	-0.02	-0.08	0.05	0.19	0.17	-0.06
Projets / programmes	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)
Mandataire	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)
Réseau (sans projets)	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) ●
Utilisateurs d'instruments de GSE	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)
Confédération	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)
Cantons	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)
Économie privée / entreprises	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)
Recherche	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)
Ligues de santé / associations	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 nationales	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 régionales	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)

Échelle de 6, de 1 «très insatisfait-e» à 6 «très satisfait-e»

Entre parenthèses: écart-type dans chaque cas

● Différence moyenne statistiquement significative (test t) entre les groupes de parties prenantes en 2013 par rapport à 2019