

Ilenia Parenti\*, Rita Longo\*\*, Salvatore Requizez\*\*\*, Maura Cascio\*, Alessandra Catino\*, Silvano Santoro\*\*

\* CEFPAS, Centro per la Formazione Permanente e l'Aggiornamento del Personale Sanitario (Regione Siciliana).

\*\* DORS - Centro regionale di documentazione per la promozione della salute - ASL TO3 - REGIONE PIEMONTE

\*\*\* Regione Siciliana, Assessorato Salute - Servizio 2 "Promozione della Salute" del Dipartimento regionale Attività Sanitarie ed Osservatorio Epidemiologico (DASOE)

# VALUTARE I PROGETTI IN PROMOZIONE DELLA SALUTE

## INTRODUZIONE

Nell'ambito del Programma di formazione in promozione ed educazione alla salute realizzato dal CEFPAS - secondo quanto previsto dalle "Linee guida sull'assetto organizzativo e sulle attività delle UOESA" (DA Salute n.300/2012) in collaborazione con il Servizio "Promozione della Salute" del DASOE - i partecipanti hanno sviluppato dei project work. Lo strumento di valutazione è una *griglia, costruita da Cefpas e Dors, che ha la doppia valenza:*

- ❖ **Formativa**, fornisce i passi/elementi per la *progettazione*
- ❖ **Certificativa**, fornisce un giudizio complessivo finale

La griglia si articola in sei aree suddivise in voci, la cui presenza/assenza va rilevata nelle apposite caselle secondo il seguente punteggio:

- 0= assenza; 1= carenza; 2= presenza accettabile;**
- 3= presenza approfondita**

L'area 6 "Rilevazione elementi innovativi" viene rilevata mediante l'indicazione SI/NO. Per ogni area è inoltre previsto uno spazio per le note di miglioramento. A fine griglia è previsto uno spazio per la valutazione finale

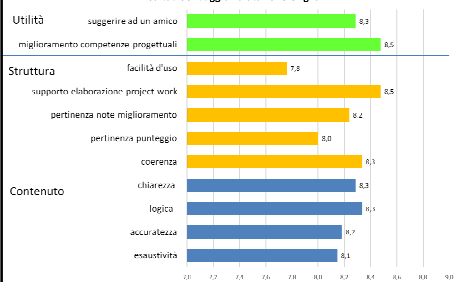
## OBIETTIVO

Al fine di promuovere l'empowerment individuale e di gruppo, la griglia di valutazione fornisce agli operatori spunti di riflessione e indicazioni di miglioramento per una *progettazione coerente ed efficace* in ambito socio-sanitario

## IL SONDAGGIO: ANALISI DEI DATI

Al fine di valutare lo strumento in quanto guida utile per l'implementazione di competenze progettuali è stato chiesto ai partecipanti - tramite sondaggio su google drive - di esprimere la loro opinione **assegnando ad ogni voce (contenuto, struttura, utilità) valori compresi tra 1 (poco) a 10 (molto)**. Hanno partecipato al sondaggio 20 corsisti (pari al 62.5%)

Risultati Sondaggio Valutazione Griglia



## CONCLUSIONI

I risultati del sondaggio permettono di considerare lo strumento come una guida utile per la pianificazione, la revisione ed il miglioramento dei progetti e degli interventi in tema di promozione della salute, secondo un approccio evidence-based. Inoltre, i partecipanti hanno utilizzato lo "spazio aperto" previsto dal sondaggio per commenti e indicazioni di miglioramento (a fianco indicati nei baloon con il testo).

## FONTI DI RIFERIMENTO

- OMS Health 2020 (traduz. italiana a cura di Dors - [www.dors.it/pag.php?idcm=5368](http://www.dors.it/pag.php?idcm=5368))
- Buone Pratiche di prevenzione e promozione della salute, report elaborato dal DORS a griglia revisionata nell'ambito del progetto Guadagnare Salute - PinC
- Griglia di valutazione elaborata dal CEFPAS nell'ambito della formazione manageriale

## 1. Razionale

(esplorazione bisogno, contesto, definizione del problema, soggetti e destinatari, risorse e vincoli)

|  |  |   |   |   |
|--|--|---|---|---|
| Esplorazione <b>Bisogni</b> : Metodi qualitativi/quantitativi  | 0                                      | 1 | 2 | 3 |
| <b>Analisi Dati epidemiologici</b> (compreso indicazione della fonte cornice temporale e di luogo)   | 0                                      | 1 | 2 | 3 |
| <b>Rilevazione Evidenze</b>  | 0                                      | 1 | 2 | 3 |
| Indicazione <b>contesto normativo</b> di riferimento   | 0                                      | 1 | 2 | 3 |
| Descrizione <b>Risorse e vincoli</b> (identificazione di eventuali risorse, ostacoli, politici o burocratici, all'adozione o all'esecuzione con successo del progetto) | 0                                      | 1 | 2 | 3 |
| Individuazione range di <b>stakeholders</b> (risorse del territorio) e costruzione di <b>alleanze e collaborazioni</b>   | 0                                      | 1 | 2 | 3 |
| Analisi delle presunte cause del <b>problema</b> e definizione di cosa si intende affrontare   | 0                                      | 1 | 2 | 3 |
| Identificazione dei <b>beneficiari/destinatari</b>   | 0                                      | 1 | 2 | 3 |
| Definizione <b>Strategia di progettazione</b> dell'intervento di promozione della salute (elementi chiave della strategia, strumenti e metodi utilizzati)              | 0                                      | 1 | 2 | 3 |
| Coerenza con gli obiettivi di salute nazionali e regionali   | 0                                      | 1 | 2 | 3 |
| Coerenza con ambiti prioritari di azione della politica <b>Salute 2020</b>   | 0                                      | 1 | 2 | 3 |
| <b>Totale di area</b>  | <b>(Punteggio min = 22 / max = 33)</b> |   |   |   |

Presentare la griglia prima della redazione del Project Work (per facilitare la verifica dell'applicazione di competenze apprese e creatività nel contesto reale)

Esplicitare la coerenza tra l'indicazione del modello di progettazione adottato e le azioni/attività indicate

## 2. Obiettivi

|  |                                    |   |   |   |
|--|------------------------------------|---|---|---|
| <b>OBIETTIVI comportamentali SMART<sup>(1)</sup></b> | 0                                  | 1 | 2 | 3 |
| <b>OBIETTIVI Ambientali SMART</b>                    | 0                                  | 1 | 2 | 3 |
| <b>Totale di area</b>                                | <b>Punteggio min = 4 / max = 6</b> |   |   |   |

<sup>(1)</sup> SMART è l'acronimo che nasce dalle seguenti parole inglesi che connotano la formulazione metodologicamente corretta di un obiettivo: Simple = Chiaro e specifico; Measurable = Misurabile; Achievable = Raggiungibile, coerente con i determinanti selezionati; Realistic = Realistico; Time Scale = organizzato in trappie temporali, delimitato nel tempo.

## 3. Monitoraggio e valutazione

|  |                                     |   |   |   |
|--|-------------------------------------|---|---|---|
| Definizione delle <b>modalità</b> e degli indicatori adottati per il monitoraggio delle <b>attività</b>  | 0                                   | 1 | 2 | 3 |
| Definizione di <b>modalità</b> e <b>indicatori</b> per ciascun obiettivo, delle <b>date di verifica</b> con i relativi <b>valori attesi</b> e delle <b>fonti</b> dei dati (valutazione impatto del progetto) | 0                                   | 1 | 2 | 3 |
| Strumenti utilizzati per il monitoraggio   | 0                                   | 1 | 2 | 3 |
| Strumenti utilizzati per la valutazione di impatto   | 0                                   | 1 | 2 | 3 |
| <b>Totale di area</b>  | <b>Punteggio min = 8 / max = 12</b> |   |   |   |

Prevedere la valutazione della coerenza interna delle azioni/attività

## 4. Piano operativo

|  |                                    |   |   |   |
|--|------------------------------------|---|---|---|
| <b>Piano di azione</b> per eseguire le attività tese a conseguire gli obiettivi progettuali (con indicazione dell'articolazione temporale, delle responsabilità delle attività e degli strumenti utilizzati) | 0                                  | 1 | 2 | 3 |
| Definizione delle condizioni necessarie per lo svolgimento delle attività  | 0                                  | 1 | 2 | 3 |
| Indicazione risorse necessarie per la realizzazione delle attività   | 0                                  | 1 | 2 | 3 |
| <b>Totale di area</b>  | <b>Punteggio min = 6 / max = 9</b> |   |   |   |

## 5. Comunicazione e promozione

|  |                                    |   |   |   |
|--|------------------------------------|---|---|---|
| Definizione delle strategie e iniziative di comunicazione (tradizionale, non convenzionale, o di marketing sociale) per la promozione del project work | 0                                  | 1 | 2 | 3 |
| <b>Totale di area</b>  | <b>Punteggio min = 2 / max = 3</b> |   |   |   |

## 6. Rilevazione elementi Innovativi

|  |  |    |
|--|--|----|
| Il tema è innovativo   | SI                                       | NO |
| Strategia/approccio per affrontare il tema (es. approccio partecipativo/concertativo, approccio multicomponente e multisettoriale in termini di setting, ecc.) | SI                                       | NO |
| Mezzi/strumenti di comunicazione innovativi (es. raggiunge i destinatari con un nuovo tema, Guerriglia Marketing, ecc.)  | SI                                       | NO |
| Strumenti metodologici innovativi per esecuzione della attività (es. world café, comunità di pratica, teatro sociale, ecc.)                                    | SI                                       | NO |
| <b>Totale di area</b>  | <b>Punteggio min = 1 SI / max = 4 SI</b> |    |