

## INSTAURARE E MANTENERE PARTNERSHIP DI SUCCESSO

K.D. Goldman<sup>1</sup> , K.J.Shmalz<sup>2</sup>

<sup>1</sup>PhD, CHES, SPHR <sup>2</sup>EdD, RN, CHES

**Sintesi e adattamento dell'articolo:** "Being well-connected: starting and maintaining successful partnership" in *Health Promotion Practice*, vol. 9 (1), January 2008, pp: 5-8

**Parole chiave:** partnership; collaborazioni; coalizioni

**Abstract:** "Nessuno di noi è furbo quanto noi tutti messi insieme... la cooperazione e la collaborazione diventano ogni giorno più importanti. Un mondo in cui aumentano velocemente le complicazioni a livello tecnologico e politico, è un mondo che offre sempre meno spazi in cui sia sufficiente l'azione individuale" (Bennis, W. & Biederman, P. 1997, *Organizing genius: the secrets of creative collaboration*. New York: Perseus Books). Risulta allora importante individuare modalità di lavoro in rete, cercando di realizzare partnership di successo.

Le indicazioni seguenti sono tratte dal C.D.C. (Centers of Disease Control and Prevention) Partnership Toolkit e dalla presentazione della Dr.ssa Olson effettuata nel 2001 alla conferenza annuale "Directors of Health Promotion and Education", dal titolo "Partnership efficaci: il segreto per avere successo in sanità pubblica".

### QUATTRO TIPI DI PARTNERSHIP

(Himmelman, 1996/2002)

Elencate per grado di complessità, partendo dalla meno complessa:

**1. Creare rete**

Scambiare informazioni per un beneficio reciproco e per raggiungere un obiettivo comune

**2. Coordinare**

Equivale a creare rete più *condividere le attività e i progetti* per un beneficio reciproco e per raggiungere un obiettivo comune.

**3. Cooperare**

Equivale a coordinare più *condividere le risorse, integrare le attività* per un beneficio reciproco e per raggiungere un obiettivo comune.

**4. Collaborare**

Equivale a cooperare più *condividere i rischi* per migliorare la capacità di raggiungere un obiettivo comune.

## CARATTERISTICHE DI PARTNERSHIP DI SUCCESSO

(Mattessich, Merray-Close & Monsey, 2001; Cohen, Aboelata, Gantz & Van Wert, 2002)

- Rispetto reciproco
- Vision e obiettivi condivisi
- Obiettivi raggiungibili
- Abilità/volontà di raggiungere compromessi
- Fondi sufficienti

## FONDAMENTI TEORICI PER PARTNERSHIP DI SUCCESSO

(Kadushin, n.d.)

### **Modello 1: *Social Network Theory – Concetti chiave***

- Le relazioni personali tra i partner generano conoscenze, influenza e potere
- Equilibrare le relazioni tra i partner è difficile, ma fondamentale
- Alcuni partner possono essere più vicini di altri a problemi comuni
- I partner possono capire, prevedere e gestire:
  - la diffusione di regole e valori tra i partner stessi;
  - il modo in cui raccogliere le informazioni, affrontare la competizione e impostare le politiche;
  - il miglioramento o il peggioramento della qualità della relazione personale

### **Modello 2: *Social Marketing – Concetti chiave*** (Goldman, 2003; Smith, 1999, Weinreich, 1999)

- Il partner può essere visto come consumatore e/o cliente
- I partner/segmenti di mercato hanno un livello di richiesta di partnership diverso
- Per riuscire a raggiungere i bisogni specifici dei partner, ognuno necessita di: una "giusta" promozione di un "giusto" insieme di benefici attraverso i canali "giusti" al "giusto" costo/rischio

### **Modello 3: *Collaboration Theory – Concetti chiave*** (Grajda, 2004)

- La collaborazione è obbligatoria anche se può essere chiamata con nomi diversi
- La collaborazione è un viaggio, non una destinazione e si sviluppa su più livelli

### **Modello 4: *Community Coalition Action Theory – Concetti chiave*** (Butterfoss & Kegle 2002)

- La coalizione tra membri della comunità necessita di operazioni e processi aperti e trasparenti con regole e procedure condivise di valutazione e pianificazione generale
- La coalizione richiede impegno e partecipazione dei singoli membri coordinati da una solida leadership
- La coalizione è influenzata dal contesto in cui si crea e pertanto progetta interventi multi-livello (politiche, pratiche e capacità)

## **LINEE-GUIDA PER UNA PARTNERSHIP DI SUCCESSO**

(Foley, 2002)

1. Applicare modelli teorici e individuare esempi di buone pratiche
2. Distribuire le responsabilità e fissare obiettivi condivisi
3. Fare un buon uso delle informazioni e delle risorse disponibili
4. Garantire incontri produttivi, favorendo l'uguaglianza e l'inclusione tra i membri
5. Condividere una visione realistica dei progressi in corso
6. Affrontare i problemi locali
7. Dare risalto anche ai piccoli risultati che si ottengono
8. Instaurare un clima di fiducia e di condivisione delle necessità e delle risorse
9. Garantire un vantaggio reciproco

## **STEP PER COSTRUIRE PARTNERSHIP DI SUCCESSO**

### **1. Impostare e preparare i presupposti per la partnership**

- Individuare il problema, gli obiettivi, la fascia di popolazione interessata
- Condurre un'analisi del problema preliminare
- Valutare la necessità di una partnership
- Individuare gli stakeholder e i potenziali partner
- Valutare l'appropriatezza dei potenziali partner
- Riunire un gruppo centrale di potenziali partner
- Identificare la vision: come ci si immagina il futuro
- Identificare la mission: perché si cercano dei partner
- Fissare gli obiettivi condivisi
- Individuare altri possibili membri
- Determinare il tipo di partnership

### **2. Organizzare la partnership e elaborare un piano di azione**

- Fissare un incontro iniziale dei partner
- Valutare sistematicamente il problema
- Individuare gli aspetti di influenza reciproca, gli investimenti condivisi e le risorse dei partner
- Elaborare un piano di azione: gli obiettivi e la tempistica
- Individuare i successi immediati
- Definire la priorità di azione

*... e contemporaneamente...*

- Assicurarsi che le partnership abbiano caratteristiche di successo
- Assicurarsi che vengano rispettate le necessità dei partner
- Definire ruoli, responsabilità e impegni
- Definire necessità e risorse economiche
- Predisporre i relativi documenti legali ed ottenerne l'approvazione
- Stabilire in modo chiaro le regole di base e i protocolli interni

### **3. Realizzare il piano di azione e monitorare il progresso**

- Garantire che le azioni intraprese siano aderenti al piano previsto e/o eventualmente adattare gli obiettivi e le azioni a possibili nuove esigenze
- Mantenere una comunicazione costante tra i partner
- Garantire occasioni regolari di contatto tra i partner
- Pubblicizzare e condividere i successi
- Prevedere delle modalità di supervisione

### **4. Valutare il percorso che si sta realizzando**

- Sviluppare il sistema di valutazione rispettando la tempistica prevista
- Valutare il progresso in atto attraverso gli obiettivi raggiunti e la qualità delle fasi di processo
- Registrare le informazioni relative ai risultati ottenuti e confrontarli con gli obiettivi del progetto
- Condividere i risultati con i partner e utilizzarli per progettare nuovi programmi e attività

### **5. Sostenere la partnership**

- Concentrare l'attenzione sulla costruzione del team di lavoro, sul processo di presa di decisione e sullo sviluppo del consenso
- Documentare e illustrare i risultati ottenuti attraverso la costruzione di partnership
- Alla luce dei risultati ottenuti, rivedere la tipologia di partner
- Creare processi per riconoscere e valorizzare all'interno della partnership i risultati raggiunti
- Comunicare al pubblico i risultati raggiunti attraverso mezzi di comunicazione efficaci

**A cura di**

**Elena Barbera, Elisa Ferro, Sonia Scarponi**

DoRS – Regione Piemonte

*(Centro Regionale di Documentazione per la Promozione della Salute)*

Publicato su [www.dors.it](http://www.dors.it) il 29/10/2008