

# ***D.ssa Manuela Mazzetto***

***Presentazione Seminario UISP Aps  
Roma 6 aprile 2024***

***Urban Health: riflessioni, contaminazioni e uno  
sguardo al futuro della promozione della salute***

# Promozione della salute

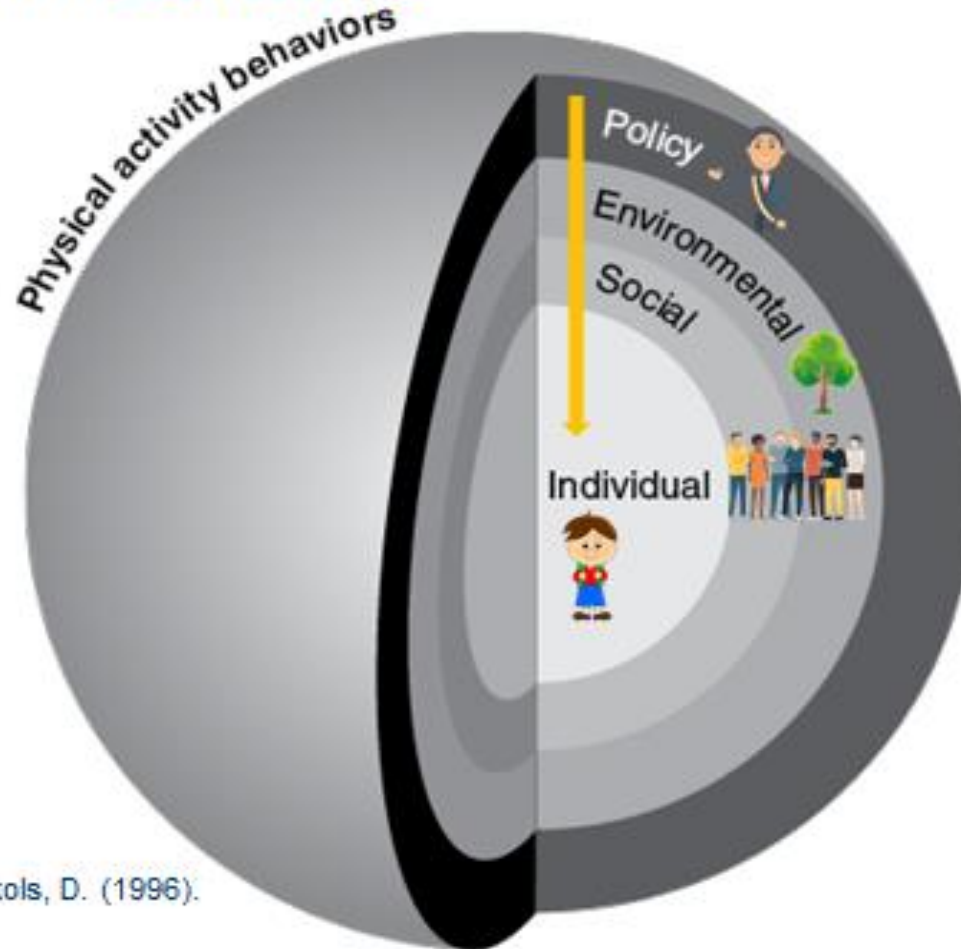
“La promozione della salute è  
il **processo che mette in grado le persone di**  
**aumentare il controllo sulla propria salute e di migliorarla.**”

**Carta di Ottawa per la Promozione della Salute, 1986**

- [https://www.who.int/health-topics/health-promotion#tab=tab\\_1](https://www.who.int/health-topics/health-promotion#tab=tab_1)

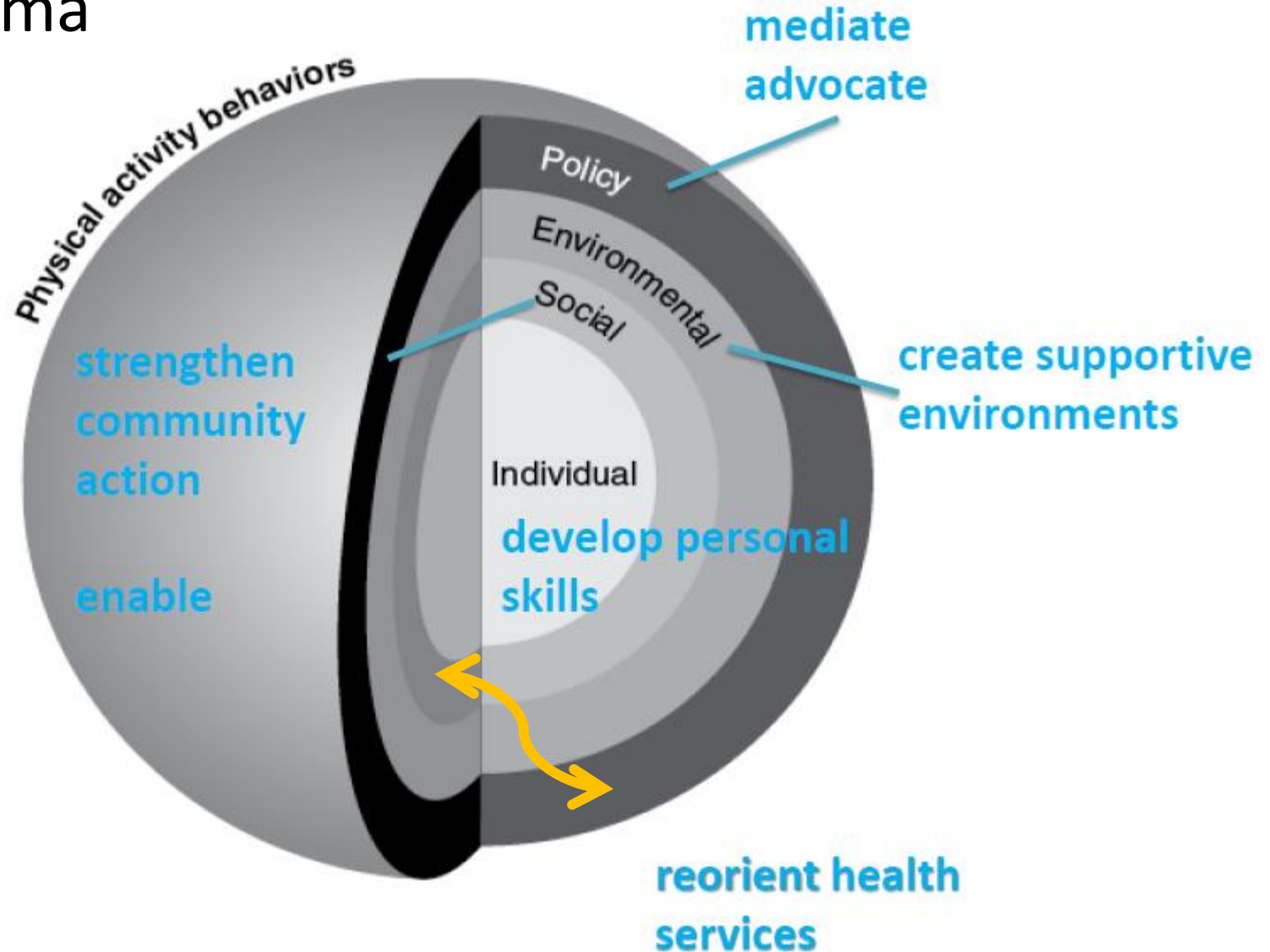
# Modelli socio-ecologici

Il sistema **comunità**



adattato da Stokols, D. (1996).

# La Carta di Ottawa per intervenire nel sistema



**Come intervenire  
in una realtà complessa?**

Cosa guida  
il nostro  
intervento?

**la progettazione**

# Il processo – passi

- **Avvio (committenza – domanda – problema)**
- **Gruppo di lavoro *centrale o promotore***
- **Studio e Analisi contesto**
- **Mappatura attori**
- **Struttura logica di progetto**
- **Piano di valutazione**
- **Analisi rischi (e opportunità)**
- **Piano di comunicazione**

**la domanda**

**Il mandato**

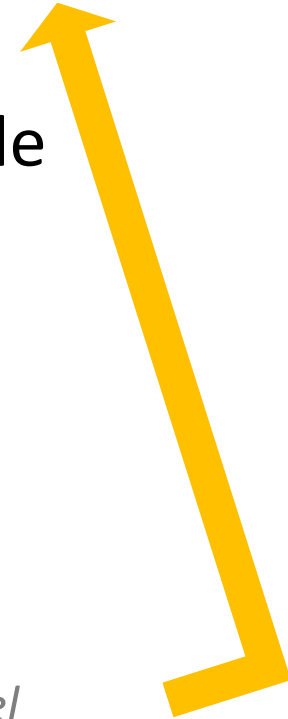
**Il problema**



# Studio del contesto

- **caratteristiche sociodemografiche, economiche, sociali, ambientali e comportamentali del contesto locale**
- **risorse del contesto locale**
- **vincoli del contesto locale**

*fattori **determinanti** (individuali, ambientali, sociali) del problema/bisogno/comportamento di salute nel contesto locale e nel setting*



# Studio del contesto

Dati quantitativi e dati qualitativi

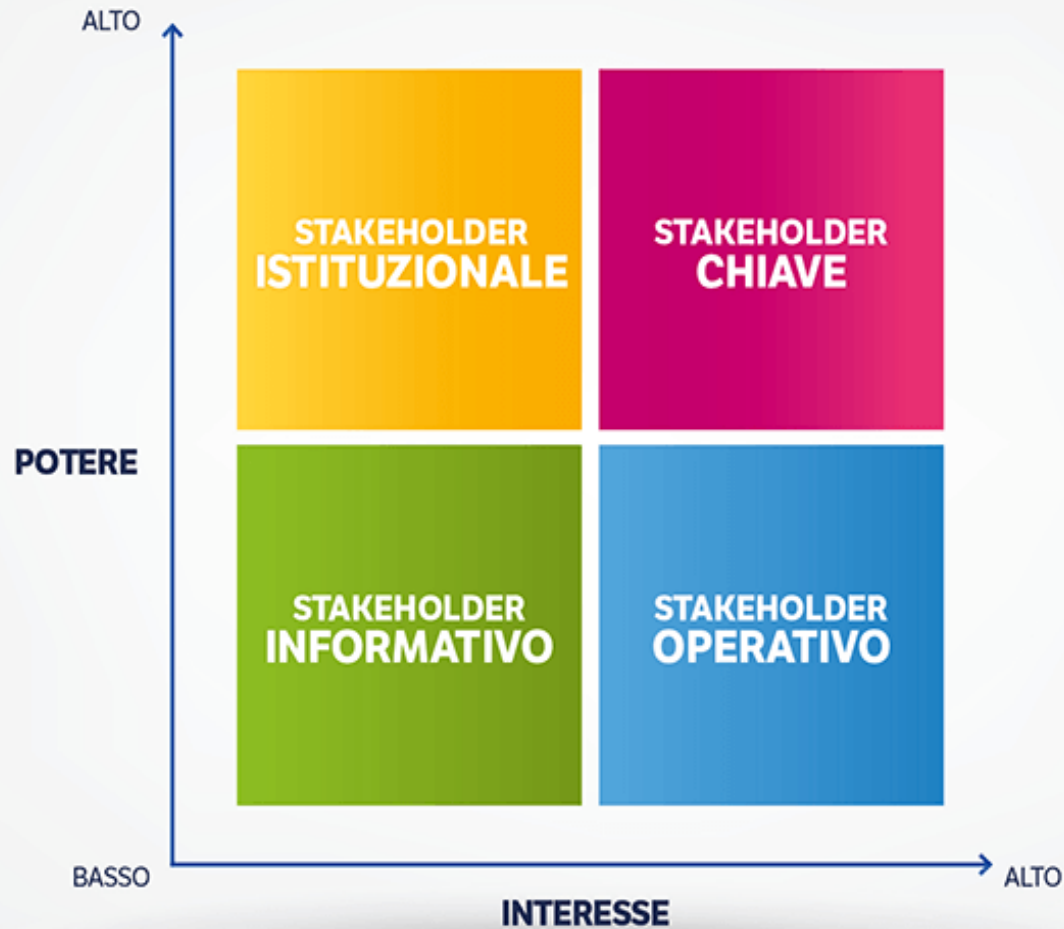


«Servono strumenti per l'apertura di punti di vista ,  
per il confronto e la discussione di modelli , intuizioni  
e rappresentazioni del mondo»

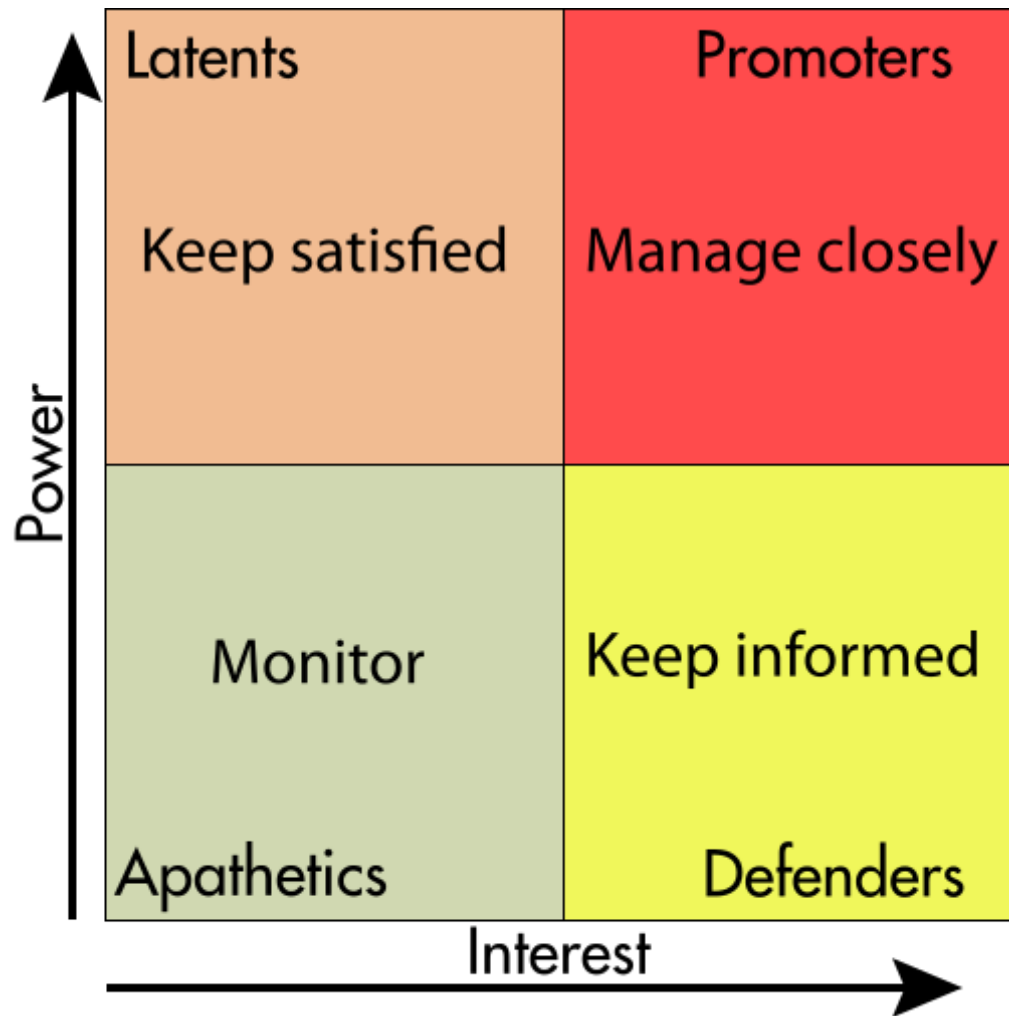
# Analisi degli attori-chiave

- 1. Identificare i soggetti portatori di interessi** (rispetto al tema/obiettivo oggetto di intervento) **che possono contribuire al raggiungimento degli obiettivi**
- 2. Identificare in modo trasparente gli interessi e le aspettative di ciascun attore-chiave**
- 3. Identificare il contributo che ciascun attore-chiave puo' apportare al progetto**

# Matrice attori potere – interesse



# Gestione degli stakeholder



# Matrice attori

	contributo	interesse/ aspettativa	beneficio (scambio)	luoghi media
attori				
attori				
attori				



advocacy –marketing sociale

# **Il problema - obiettivo**

**Goal  
Oriented  
Project  
Planning  
-GOPP-**

# **GOPP- fase di analisi**

Non deve contenere ipotesi operative  
sui contenuti del progetto

***NON SI PARTE DA IDEE D'AZIONE!!!***



## 2. definizione del Quadro Logico

<b>Logica di intervento</b>	<b>Definizione (che cos'è?)</b>	<b>Significato (a che domanda risponde)</b>
<b>Obiettivi generali</b>	<b>I benefici sociali ed economici di medio e lungo termine al raggiungimento dei quali il progetto contribuirà</b>	<b>Perché il progetto è importante per la società?</b>
<b>Scopo del progetto (obiettivo specifico)</b>	<b>Il beneficio "tangibile" per i beneficiari (il miglioramento di una condizione di vita dei beneficiari o di un aspetto importante di una organizzazione)</b>	<b>Perché i beneficiari ne hanno bisogno?</b>
<b>Risultati</b>	<b>I servizi che i beneficiari riceveranno dal progetto</b>	<b>Cosa i beneficiari saranno in grado di fare, di sapere o di saper fare grazie alle attività del progetto</b>
<b>Attività</b>	<b>Ciò che sarà fatto durante il progetto per garantire la fornitura dei servizi</b>	<b>Cosa sarà fatto per fornire i servizi?</b>

Pro.Move - Quadro logico tipo		Valutazione
<b>OB generale</b>	Aumento del benessere sociale dei ragazzi del comune di...	Indagine ad hoc (questionario pre/post con scuole; focus group; altre tecniche partecipate – cfr indagine partecipata del contesto es. world caffè, EASW, OST...)
<b>OB specifici</b>	<p>I cittadini di ...dispongono di uno spazio urbano dedicato ai ragazzi</p> <p>I ragazzi di... dispongono di uno spazio di aggregazione costruito a misura di ragazzi</p> <p>Uno spazio urbano critico/dismesso/inutilizzato è stato recuperato e rigenerato</p> <p>Uno spazio urbano rigenerato è 'curato' da ragazzi e cittadini</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicatori di utilizzo (indagine qualitativa)</li> <li>• Realizzazione del progetto avvenuta</li> <li>• Indicatori specifici che documentino la manutenzione dell'area (come da documento di accordo etc.)</li> </ul>
<b>Risultati attesi</b>	<p>L'area viene formalmente affidata o co-gestita</p> <p>I ragazzi (e i cittadini) sono coinvolti nelle attività di recupero dell'area</p> <p>Un'area comunale viene strutturalmente riconvertita</p> <p>Un progetto di recupero/riconversione viene condiviso con portatori di interesse e con la cittadinanza</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indicatori specifici che documentino la concessione/co-gestione dell'area/luogo</li> <li>• Documentare occasioni e modalità di condivisione</li> </ul>

# Cronogramma e responsabilità

Pro.Move

Responsabile del progetto

Inizio progetto: mer, 10/11/2021

1

				8 nov 2021							15 nov 2021							22 nov 2021						
				8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	
AZIONI	ASSEGNATO A	INIZIO	FINE	8	9	10	8	9	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	
<b>Azione 1: Azione di outreach - ricerca e coinvolgimento di gruppo di progetto centrale e gruppo allargato</b>	Nome																							
Mappatura degli attori		10/11/21	12/11/21																					
Contatti con gli attori individuati		13/11/21	18/11/21																					
Altre attività...																								
<b>Azione 2: Creazione dei gruppi di progetto</b>	Nome																							
Riunione per raccogliere adesioni		19/11/21	22/11/21																					
Formalizzazione dei gruppi di progetto		23/11/21	26/11/21																					
Altre attività...																								

# Valutazione

Un **piano di valutazione** può dirsi costituito da più componenti ≡:

• **valutazione “ex-ante”**: a partire dalla conoscenza del teatro dell’intervento, e delle possibili soluzioni al problema identificato, permette d’individuare gli obiettivi che è possibile perseguire. Il suo ruolo è di **giudicare a priori** la bontà di un programma, insieme alla sua **realizzabilità**, valutandone quindi **l’efficacia teorica** e prevedendo la modificabilità della situazione in seguito alla “somministrazione” dell’intervento;

• **valutazione “in itinere” o “di processo”**: a tale fase valutativa si chiede di individuare quelle **variabili significative che permetteranno di monitorare il corretto svolgersi del programma o di intervenire per adeguare il processo in caso di ostacoli**, condizioni mutate o altri fenomeni che alterano lo svolgersi del piano di attività;

• **valutazione “ex-post” o “di risultato”**: permetterà di valutare il corretto raggiungimento degli obiettivi (Lemma P., 2020).

# Valutare l'andamento del gruppo di progetto

Non meno importante, ma spesso trascurata, è una riflessione su come sta lavorando il gruppo di progetto: aspetti come il clima, il setting, il sistema di responsabilità, la comunicazione interna, la leadership, le conflittualità, sono elementi da osservare, discutere e monitorare.

Nel caso (il più frequente) in cui non sia possibile avere una supervisione esterna, si possono creare dei momenti di condivisione, anche strutturata (es. circle time o riunione di ascolto).

<https://www.usaid.gov/democracy/evidence-and-learning/>



## Valutazione sull'equità

Soprattutto in un progetto con obiettivi eco-sociali (quasi tutti!), prevedere nella valutazione un focus sull'equità.

*Consigliamo di far riferimento ad un modello guida come ad esempio **l'HEIA**, in questo caso raccomandiamo di integrare le fasi del modello nel processo progettuale stesso, per ottimizzarlo, evitando di creare un progetto nel progetto*  
<https://www.health.gov.on.ca/en/pro/programs/heia/docs/workbook.pdf>



# Quali prove cerchiamo?

## Come misurare il successo negli interventi di sanità pubblica?

Analisi di risultati ed obiettivi che distinguono tra:

**modifiche agli esiti sanitari e sociali** (di solito a lungo termine)



**modifiche ai determinanti della salute** (comportamentali, socio-economici, ambientali, di solito a medio termine)

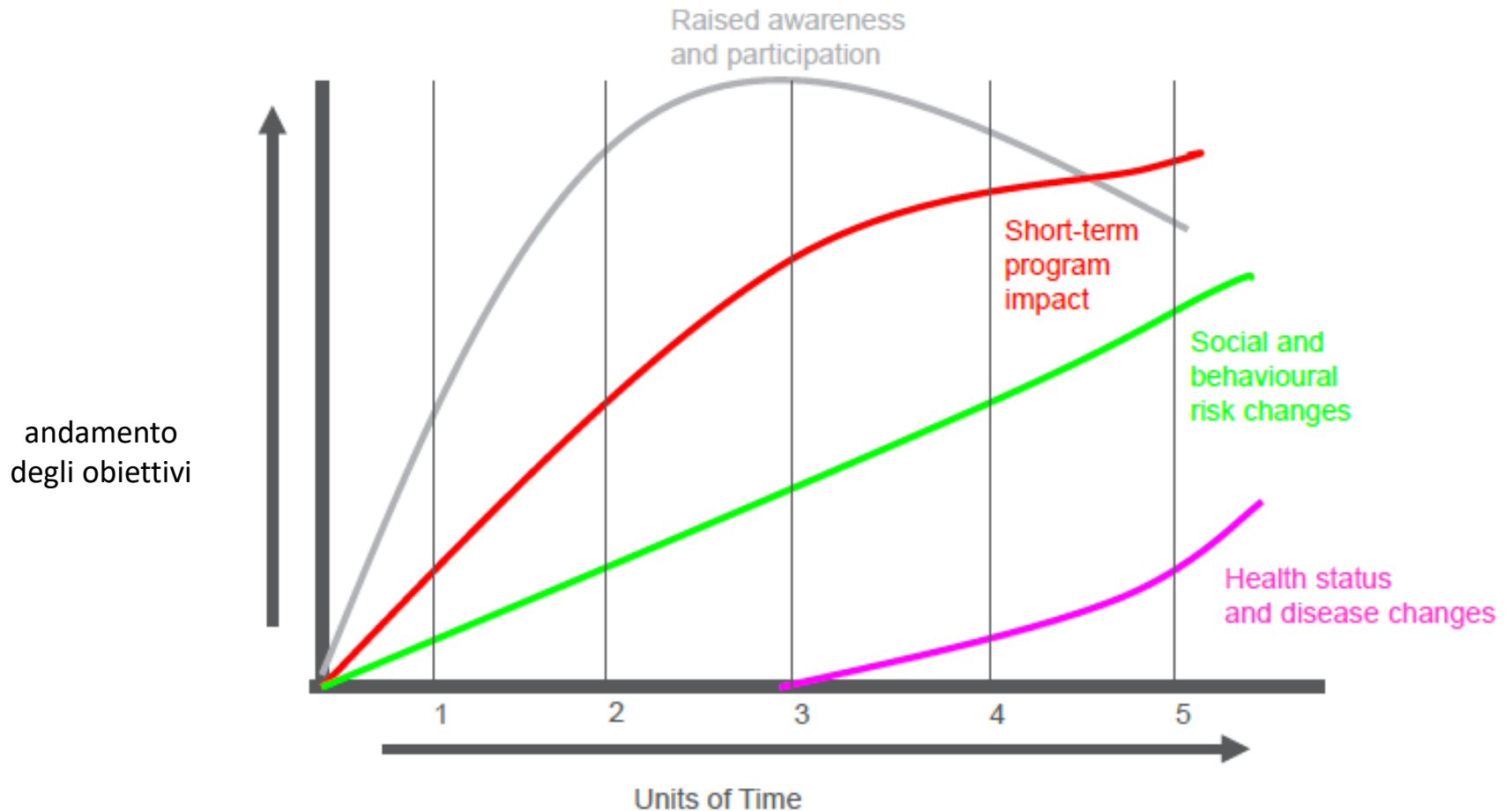


**impatti sulla promozione della salute** (modifiche alla conoscenza, motivazione, capacità, norme sociali, pratica organizzativa delle politiche pubbliche, di solito a breve termine)

**Implica l'uso di una gamma molto ampia di indicatori**

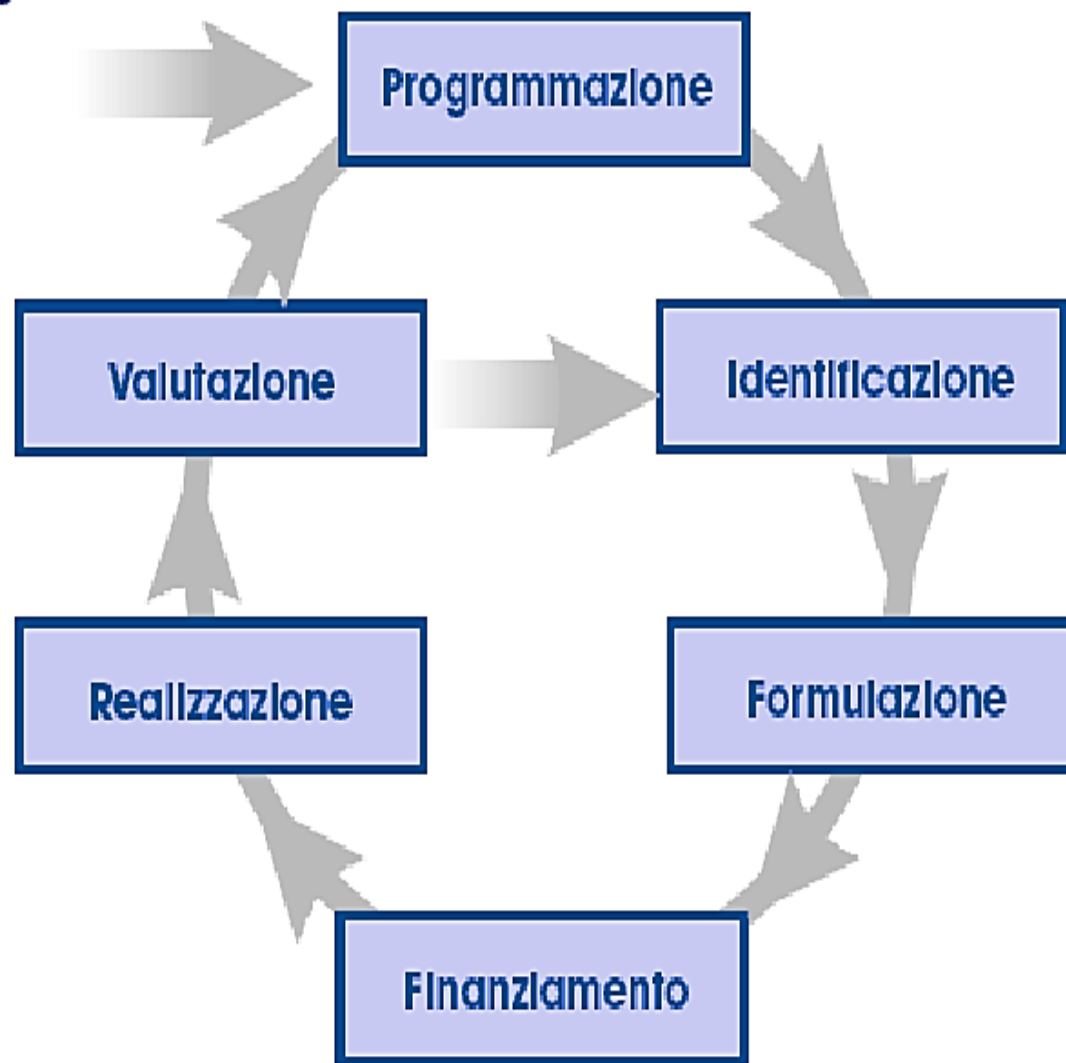
# Evidence of what?

## Theoretical distribution over time of outcomes from public health intervention





## Il Ciclo del Progetto



## **Il Cambiamento**

non è un fenomeno del tipo “tutto o nulla”  
ma procede attraverso fasi  
il cui sviluppo procede a spirale e può  
interrompersi o addirittura invertire la sua  
direzione

**PARTENDO DAI LAVORI DI  
BANDURA, SONO STATI ELABORATI  
INNUMEREVOLI TEORIE E MODELLI  
CHE SI BASANO SULL'IDEA CHE IL  
COMPORAMENTO SIA GOVERNATO  
DA:**

ASPETTATIVE

INCENTIVI

COGNIZIONI SOCIALI

IL MODELLO DELLE  
CREDENZE SULLA SALUTE

LA TEORIA DELLE  
MOTIVAZIONI ALLA  
PROTEZIONE E LE SUE  
ESPANSIONI

IL MODELLO DEL  
PROCESSO PARALLELO  
ESTESO

LA TEORIA DELL'AZIONE  
RAGIONATA

LA TEORIA DELL'AZIONE  
PIANIFICATA

IL MODELLO  
TRANSTEORICO DEGLI  
STADI DI CAMBIAMENTO

L'APPROCCIO AL PROCESSO  
DELL'AZIONE SALUTARE

IL MODELLO DELL'  
IMPLEMENTAZIONE DELLE  
AZIONI<sup>1</sup>

# Gli stadi del Modello Transteorico e il processo circolare del cambiamento

(Prochaska e Diclemente)



Nell'approccio transteorico, gli stadi del cambiamento rappresentano sia un *periodo di tempo* sia un *insieme di compiti* indispensabili per il passaggio alla fase successiva.

# Il marketing sociale

1. **un obiettivo chiaro e definito** di cambiamento di comportamento;
2. lo studio della **concorrenza**;
3. la **segmentazione della popolazione** per garantire la massima efficacia in un contesto di risorse spesso ridotte;
4. una **proposta di scambio attraente e motivante** per i destinatari;
5. l'uso degli strumenti classici del marketing, come le **tradizionali "4 P" (prodotto, prezzo, luogo e promozione)**, e non solo attività di comunicazione.

# Teoria dell'autodeterminazione

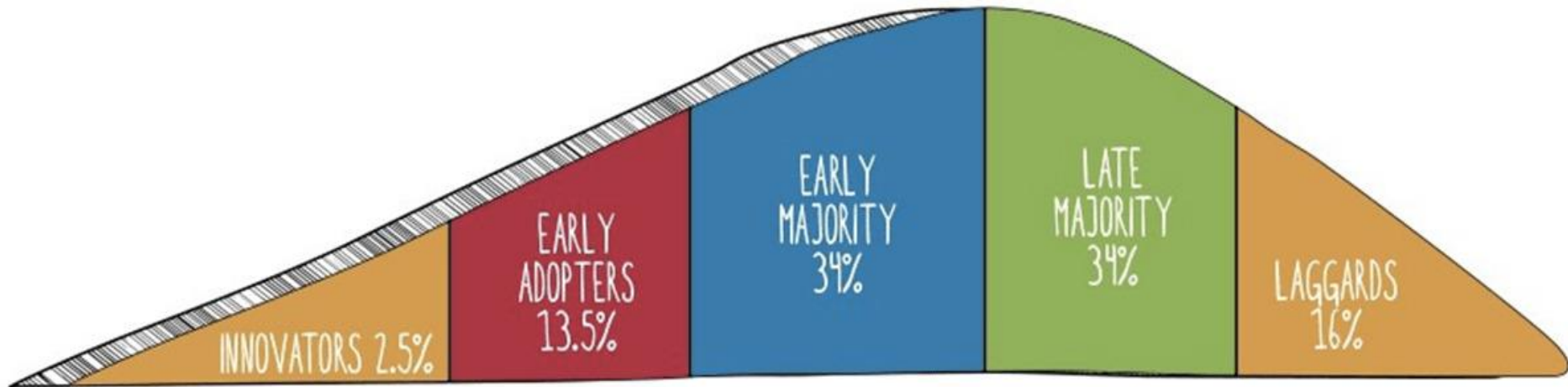
Per ragionare sulla **bilancia costi/benefici** per i destinatari di un intervento di marketing sociale è utile fare riferimento alla **teoria dell'autodeterminazione** che propone che gli individui sono più motivati a cambiare quando una proposta corrisponde alla **soddisfazione di tre bisogni psicologici fondamentali**:

1. un bisogno di **autodeterminazione**, che si riferisce alla sensazione di essere autonomi nelle proprie scelte comportamentali;
2. un bisogno di **competenza**, che si riferisce alla sensazione di essere in grado di interagire efficacemente con il proprio comportamento e di sentirsi in grado di utilizzare le proprie capacità;
3. un bisogno di **interazione sociale**, legato al sentirsi connessi agli altri e all'avere un senso di appartenenza a una comunità di persone.

# Approccio 'nudge'

cerca di ottenere un cambiamento comportamentale immediato attraverso una **modesta modifica dell'ambiente** in cui l'individuo può comunque decidere di scegliere autonomamente cosa è meglio per lui.

# DIFFUSION OF INNOVATION MODEL



La "curva di adozione dell'innovazione", ideata da Everett Rogers, distingue **cinque categorie di utilizzatori: gli innovatori, gli early adopter, la maggioranza iniziale e tardiva e i ritardatari.**



**SOLO IL 16% DELLA POPOLAZIONE (innovatori e disponibili) cambia comportamento anche al solo mutare delle CONOSCENZE anche se con tempi diversi (alto titolo di studio e elevata consapevolezza delle risorse personali)**

**IL RESTANTE 84% DELLA POPOLAZIONE NECESSITA DI ALTRI TIPI DI INTERVENTO (modifiche ambientali, azioni sui gruppi di riferimento, acquisizione di nuove capacità)**

(Green e Kreuter 1999)

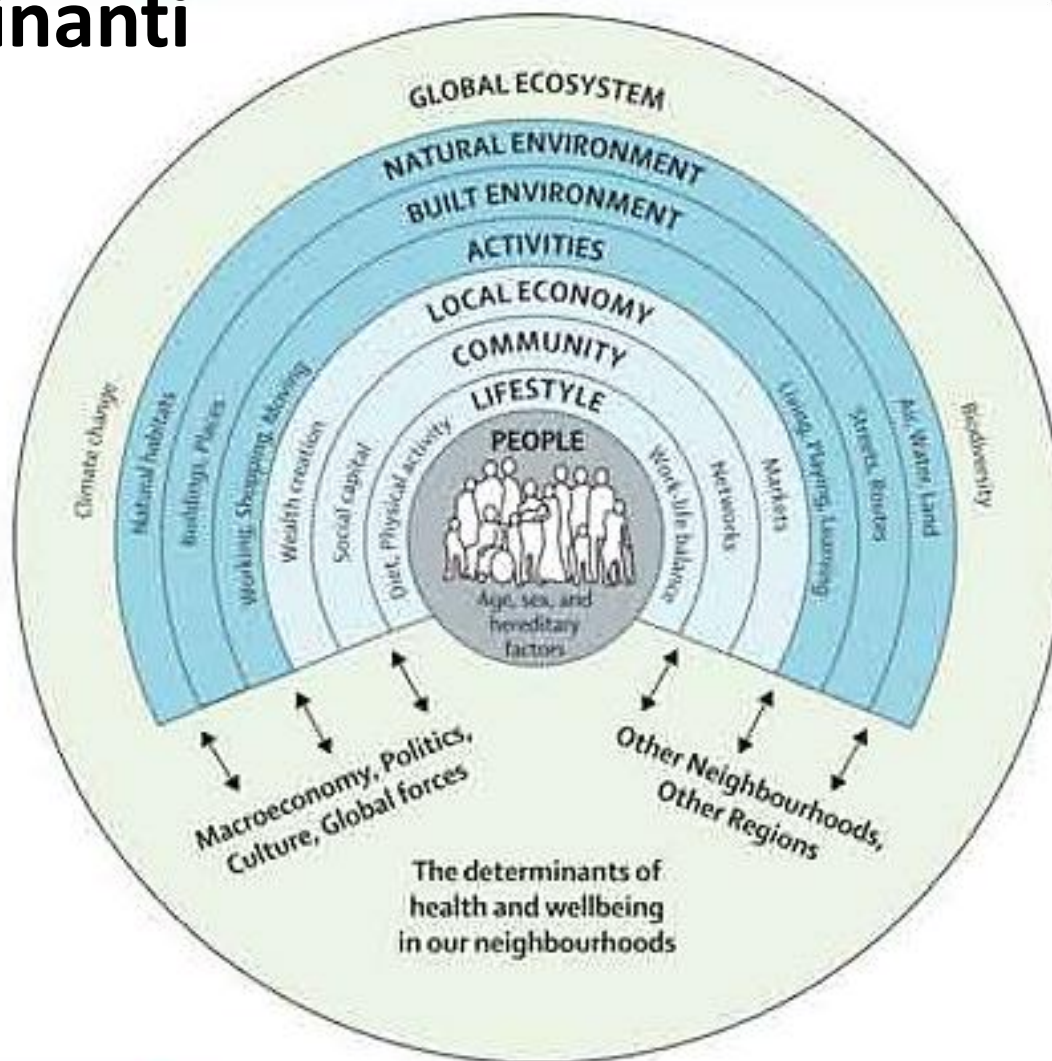
# Urban Health e Comunità Attivi



# Promuovere salute nei contesti urbani: l'approccio urban health

- considera la forte dipendenza tra benessere fisico, psichico e sociale e caratteristiche della città in cui si vive
- delinea azioni di tutela e promozione della salute nella progettazione territoriale e processi sostenibili di rigenerazione urbana
- promuove interventi che possano avere un impatto positivo sulla salute dell'uomo e sulla qualità della vita.

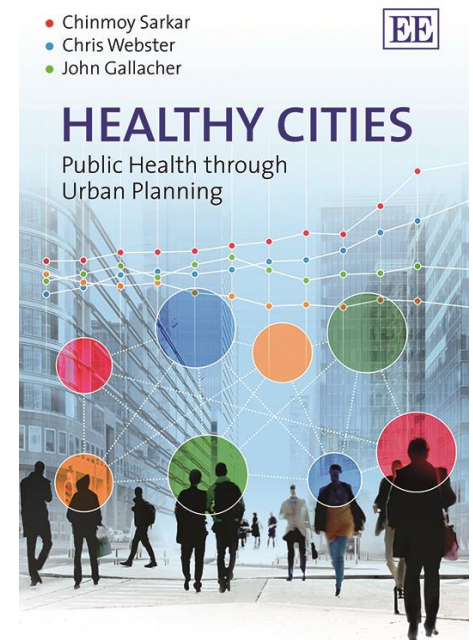
# allarga lo sguardo di salute su tutti i determinanti



Urban health è riconducibile a ciò che l'Organizzazione mondiale della sanità (OMS) definisce ***health in all policies*** (salute in tutte le politiche)

«Nessuno potrebbe negare *l'umano bisogno di "fare città"*, come luogo di fertile convivenza e interazione delle diversità, né i requisiti essenziali di urbanità e sostenibilità degli ambienti di vita, e quindi la centralità dei temi dell'*urbanism*, nel senso più vasto del termine»

OLTRE LA SOGLIA DELL'URBANISTICA ITALIANA  
Commento al libro di Patrizia Gabellini  
Pier Carlo Palermo



# 30% of car journeys in Europe

cover distances of less than 3 km; 50% cover less than 5 km.



- ✓ **il 55% della popolazione veneta vive in comuni a livello intermedio di urbanizzazione**, circa 15 punti percentuali in più rispetto alla media nazionale, e il 39% in aree altamente urbanizzate.
- ✓ in Veneto accanto a superfici urbane estese, le città vere e proprie, **si affianca un territorio periurbano dove l'insediamento della popolazione è diffuso e irregolare.**

(ISTAT 2020)

# Un tema solo per pianificatori, urbanisti, architetti ?

I processi UH non dovrebbero considerare solo la ristrutturazione fisica di un edificio o la riqualificazione degli spazi di un quartiere, etc., ma puntare a un **miglioramento della qualità dell'abitare**, tenendo in considerazione anche gli **aspetti immateriali delle condizioni economiche, sociali e culturali degli abitanti, coinvolgendoli nella progettazione.**





# La struttura del nostro territorio

- *Sprawl padano*
- *Diffusione della periferia*



**aumento del consumo di energia e dell'uso del suolo**  
**aumento dell'inquinamento e della congestione del traffico**

**riduzione dei servizi**  
sistema di trasporto pubblico quasi sempre inefficace

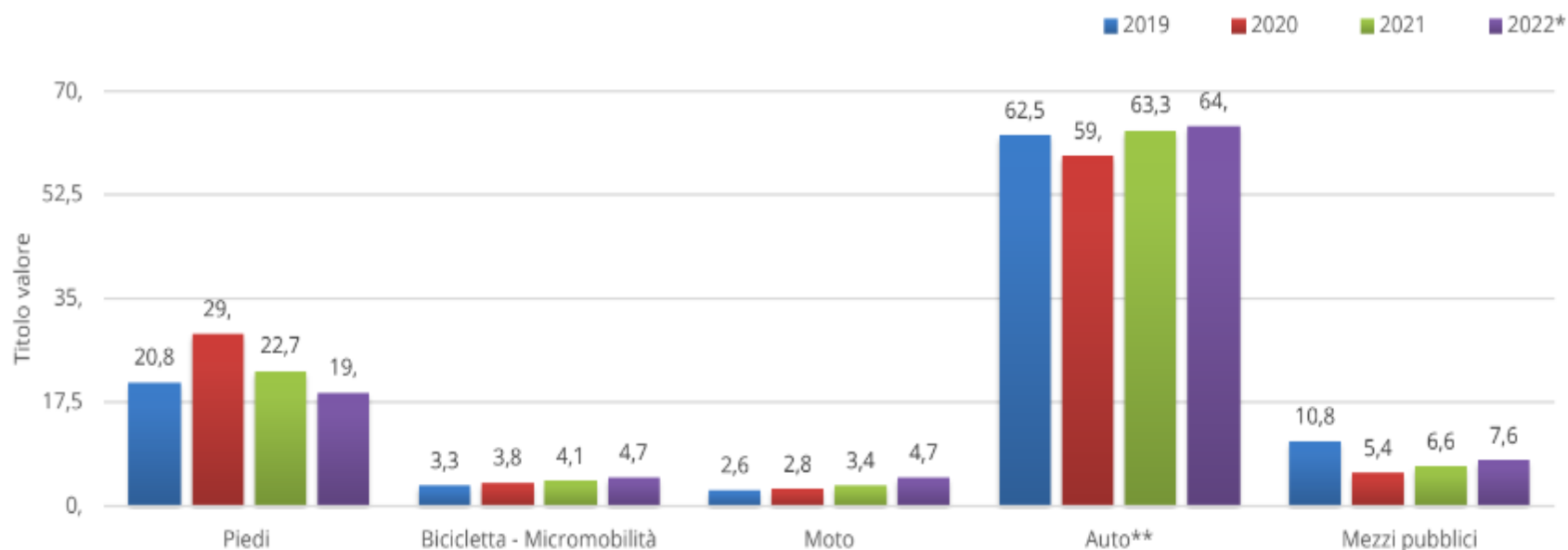
**isolamento**  
**calo della coesione della comunità**  
**distruzione dell'habitat faunistico**  
**frammentazione delle aree naturali**  
**inquinamento idrico**

*\*Sviluppo urbano sparpagliato, spalmato sul territorio, a bassa densità e per nulla pianificato delle città, lungo gli assi di collegamento viario per aree molto estese*

- fenomeno urbano, tipicamente italianocomporta spostamenti per raggiungere i posti di lavoro e i servizi e strutture commerciali e quindi di svago.

«Dalla periferia alla città ci si sposta per una serie di continui “saccheggi”: la città è il luogo identitario universalmente riconosciuto ma non è quello di appartenenza (...)»

- Si associa tipicamente a sistemi di trasporto pubblico inefficienti con conseguente innalzamento dei livelli di traffico



Fonte: Isfort, Osservatorio "Audimob" sulla mobilità degli italiani

# Rigenerazione urbana... dal basso

- processi di **riuso e riqualificazione di spazi, quartieri o territori, che non sono pianificati da politiche pubbliche in capo alle istituzioni, ma realizzati o promossi da gruppi più o meno informali**
- quasi sempre rispondono ai bisogni dalle persone che li mettono in atto: **dall'assenza di uno spazio culturale alla necessità di un parco, fino all'urgenza di un'abitazione**

# Scegliamo un contesto 'affrontabile'

- **Saldare le alleanze nella dimensione in cui esse hanno significato**
- **Conoscere e lavorare con le comunità che danno senso e anima ai luoghi** (*e li proteggono arricchendoli o li sciupano degradandoli cit*)
- **Comprenderne le potenzialità**

# Mettiamoci in gioco

- **I nostri strumenti**
- **Partecipazione**  
anche inserendoci in gruppi / progetti già attivi

moderately important. (5) Health is a means, not an end, for most people. People will be motivated to enhance their health if they discover how enhancing their health will help them focus on their passions. (6) Optimal health is not a static point that we either achieve or do not achieve. It is a dynamic condition that changes with life circumstances. (7)

# SPAZI NATURALI VERDI URBANI ED EXTRAURBANI

## *Mappatura 'dal basso' delle aree verdi*

**Mappatura funzionale partecipata** delle aree verdi urbane, finalizzata a rilevare accessibilità e fruibilità e tipologia delle connessioni con l'abitato e le scuole.



Scheda descrizione Area Verde		
Denominazione:		
Comune	Territorio comunale presso cui l'area è ubicata	
Ente gestore		
Tipologia di area (vedi tabella di classificazione)		
Principale vocazione dell'area *	Breve descrizione:	
*esempio: zona utilizzata come parco giochi, utilizzata per fare sport da particolare fasce d'età, passeggiate ecc...		
Indicatori di accessibilità		
Esistono indicazioni stradali specifiche dell'area verde?	si	no
	Breve descrizione e criticità:	
Distanza dai centri abitati (in km)		Breve descrizione e criticità:

## NATURALMENTE...LA SCUOLA

### *Riprogettare il cortile scolastico e il km2 educativo*

**Riqualficazione dei cortili scolastici, e connessione degli stessi con il quartiere**, per offrire uno spazio protetto per praticare esperienze sociali, sviluppare abilità sensoriali e crescere come cittadini che rispettano i beni comuni ed apprezzano la natura.



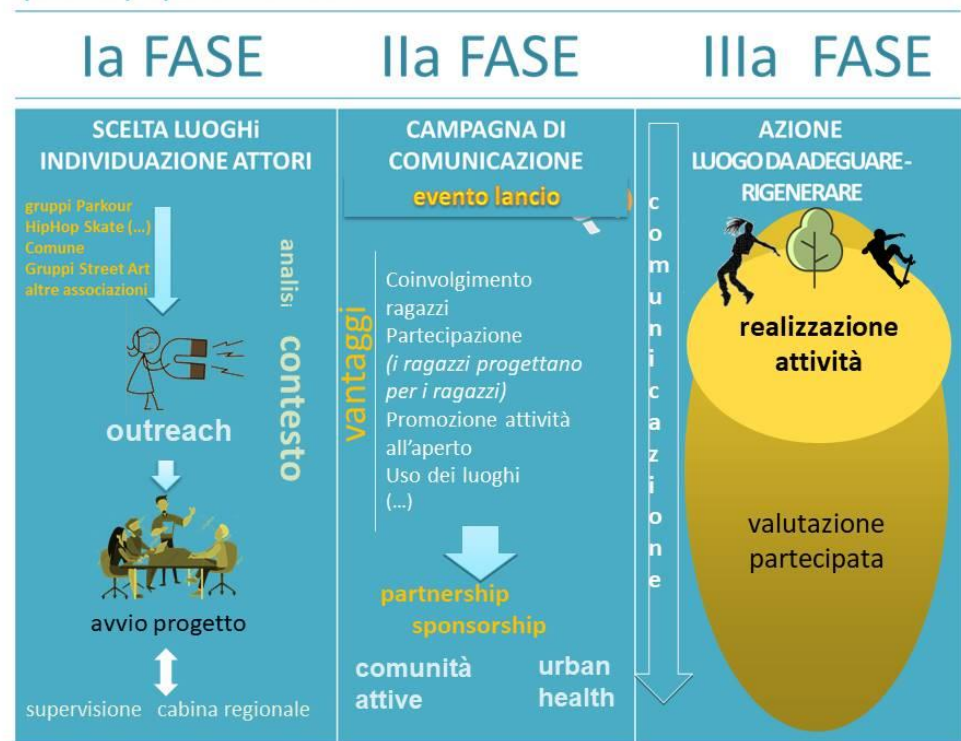


## RIGENERAZIONE DI UNO SPAZIO URBANO – PRO.MOVE

*I ragazzi progettano per i ragazzi*

**Co-progettazione che coinvolge ragazzi nella rigenerazione o adeguamento di spazi urbani ad uso ricreativo e sociale, nella quale il processo stesso di partecipazione, valorizzazione e tutela dello spazio pubblico, assume finalità di riattivazione sociale e contrasto alla marginalità.**

percorso proposta PRO-MOVE



# Vademecum UH

## Guide metodologiche al processo strutturate sul modello di Buona pratica (DORS)

*da declinare ed adattare a livello locale*

- Avvio
- Analisi contesto
- Mappatura attori
- Struttura logica progetto
- Analisi rischi
- Piano di valutazione
- Piano di comunicazione
- Metodi e tecniche partecipative

*Con documenti di policy, linee guida, regolamenti, check list di supporto, pubblicazioni di riferimento, etc*

gruppo operativo UH

PROPOSTA	PRO-MOVE
Aree di intervento	<ul style="list-style-type: none"><li>• Rigenerazione urbana</li><li>• La promozione dell'attività motoria</li><li>• La protezione e tutela dell'ambiente</li></ul>
Descrizione	<p>Un progetto partecipato in cui ragazzi progettano per i ragazzi la rigenerazione di un edificio o di un'area verde (o altro sito all'aperto) con l'obiettivo di riuscire ad offrire un nuovo spazio per l'attività fisica, il gioco attivo e l'incontro.</p> <p>Il processo dovrebbe cercare di coinvolgere, tra i ragazzi, quelli che vivono situazioni di disagio, rendendoli partecipi in prima persona anche nella fase di progettazione. Gli adulti dovranno saper agire dietro le quinte come facilitatori e come formatori, giocando un ruolo di supporto, contenimento ed orientamento.</p>
Destinatari	<ul style="list-style-type: none"><li>• Ragazzi 6-18 anni (con diversi livelli di coinvolgimento)</li></ul>
	<p><b>Costruire le alleanze</b></p> <p>Una progettazione partecipata prevede la collaborazione della comunità e/o di suoi rappresentanti. E' quindi utile iniziare individuando i principali portatori di interesse sul tema di progetto tra tutti gli attori possibili presenti nella comunità, con l'aiuto della stessa Amministrazione o di altri informatori chiave.</p>

Per saperne di più	<a href="https://drive.google.com/file/d/1RwOuwvOmwQTqz3OGsqV2PcDkOVj_3cFn/view?usp=sharing">https://drive.google.com/file/d/1RwOuwvOmwQTqz3OGsqV2PcDkOVj_3cFn/view?usp=sharing</a>
--------------------	---





# Programma Comunità attive (PP2)

- ❑ Attivazione di percorsi di formazione a livello locale a supporto delle strategie proposte con la Carta dei Comuni Attivi (tecnici comunali, personale sanitario, associazioni sportive e/o di volontariato)
- ❑ **Promuovere l'adesione dei Comuni alla rete dei Comuni Attivi regionale**
- ❑ Fornire ai Comuni che aderiscono alla Rete **strumenti per realizzare gli interventi richiesti dalla Carta**
- ❑ Monitoraggio e valutazione delle attività implementate dai Comuni.





# Programma Scuole che promuovono la salute (PP1)

La scuola che si impegna a tutti gli effetti a divenire un ambiente favorevole alla salute con interventi che mirano a investire sul benessere fisico, emozionale e sociale di quanti la vivono quotidianamente.

Aderendo alla Rete Regionale Scuole che promuovono Salute e con il supporto del proprio referente AULSS, le Scuole potranno ottenere il riconoscimento regionale di «**Scuole che promuovono la Salute**».





# Programma Sicurezza negli ambienti di vita (PP5)

**Il programma vuole promuovere la cultura della sicurezza stradale e domestica in tutti gli ambiti di vita delle persone.**

**Strategico appare il coinvolgimento dei Comuni nella partecipazione dei referenti individuati al tavolo intersettoriale per:**

- **Lo sviluppo del Piano urbano di mobilità sostenibile**
- **Divulgazione della campagna di comunicazione per la diffusione del programma regionale prevenzione incidenti domestici e sicurezza stradale**
- **Promozione della settimana della mobilità sostenibile**



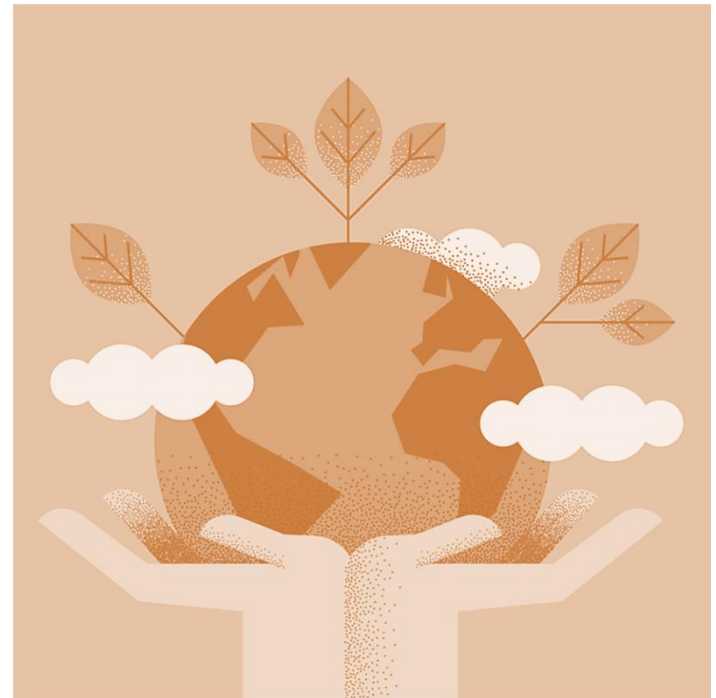


REGIONE DEL VENETO

**VIVO** Piano  
Regionale  
**BENE** Prevenzione  
del Veneto  
**VENETO**

## Programma Ambiente, clima, salute (PP9)

**Realizzazione di azioni volte alla  
modifica ambientale/organizzativa di un  
setting per favorire l'adozione  
competente e consapevole di stili di vita  
favorevoli alla salute (Urban Health).**



# DOMANDA

**Può essere utile alla UISP  
adottare metodi e tecniche della  
Promozione della Salute?**

ce lo diremo all'

**OPEN SPACE TECHNOLOGY** [1] Savonlinna

**4 PRINCIPLES**

1. Whenever comes are the right people
2. Whenever it starts is the right time
3. Whatever happens is the only thing that could have happened
4. When it's over, it's over

**LAW OF 2 FEET**

If at any time you find yourself in any situation where you are neither learning nor contributing, use your two feet and go someplace else.

**2 TOTEM ANIMALS**

Butterflies take a break or think in workshops.

The bees circulate the ideas from workshop to workshop.

**BE PREPARED TO BE SURPRISED**