

**La progettazione nella  
promozione della salute:**  
applicazioni alla comunicazione del rischio  
di salute nella popolazione GLB

**Luca Pietrantonì**

## **Le fasi della progettazione nell'ambito della promozione della salute**

---

- Pre-pianificazione e gestione del progetto
- Analisi dei bisogni e analisi situazionale
- Identificazione della finalità, della popolazione di interesse, e degli obiettivi specifici
- Identificazione delle strategie, delle attività e delle risorse
- Lo sviluppo di indicatori
- L'aggiustamento del piano di azioni
- L'implementazione del piano delle azioni
- La valutazione dei risultati e dell'impatto

# Che cosa è la progettazione

---

La progettazione è costituita da una serie di decisioni strategiche generali (es., l'identificazione delle priorità) e specifiche (es., implementazioni del programma) sulla base della raccolta dei dati e dell'analisi di una serie di informazioni.

# Perchè progettare?

---

- La progettazione ti aiuta ad avviare un percorso da un punto iniziale a un punto finale desiderato.
- La progettazione aiuta a dirigere le risorse (tempo, soldi, persone) laddove possono avere un maggiore impatto.
- La progettazione è un processo critico per assicurare lo sviluppo e l'implementazione di un programma di promozione della salute efficace e appropriato.

# Modelli di progettazione nella promozione della salute

---

- Modelli di progettazione “a passi” comunemente utilizzati :
  - Modello Precede – Proceed
  - Modello Bisogni/Impatto

# Precede – Proceed Model

---

- Si fonda sulle scienze epidemiologiche, sociali e comportamentali
- E' rivolto ai risultati desiderati – ci si chiede il “perchè” prima del “come”
- Articolato da Green e Kreuter (1999)

# PRECEDE

---

- Fattori predisponenti, rinforzanti, scatenanti in una valutazione (i fattori che precedono l'implementazione del programma).

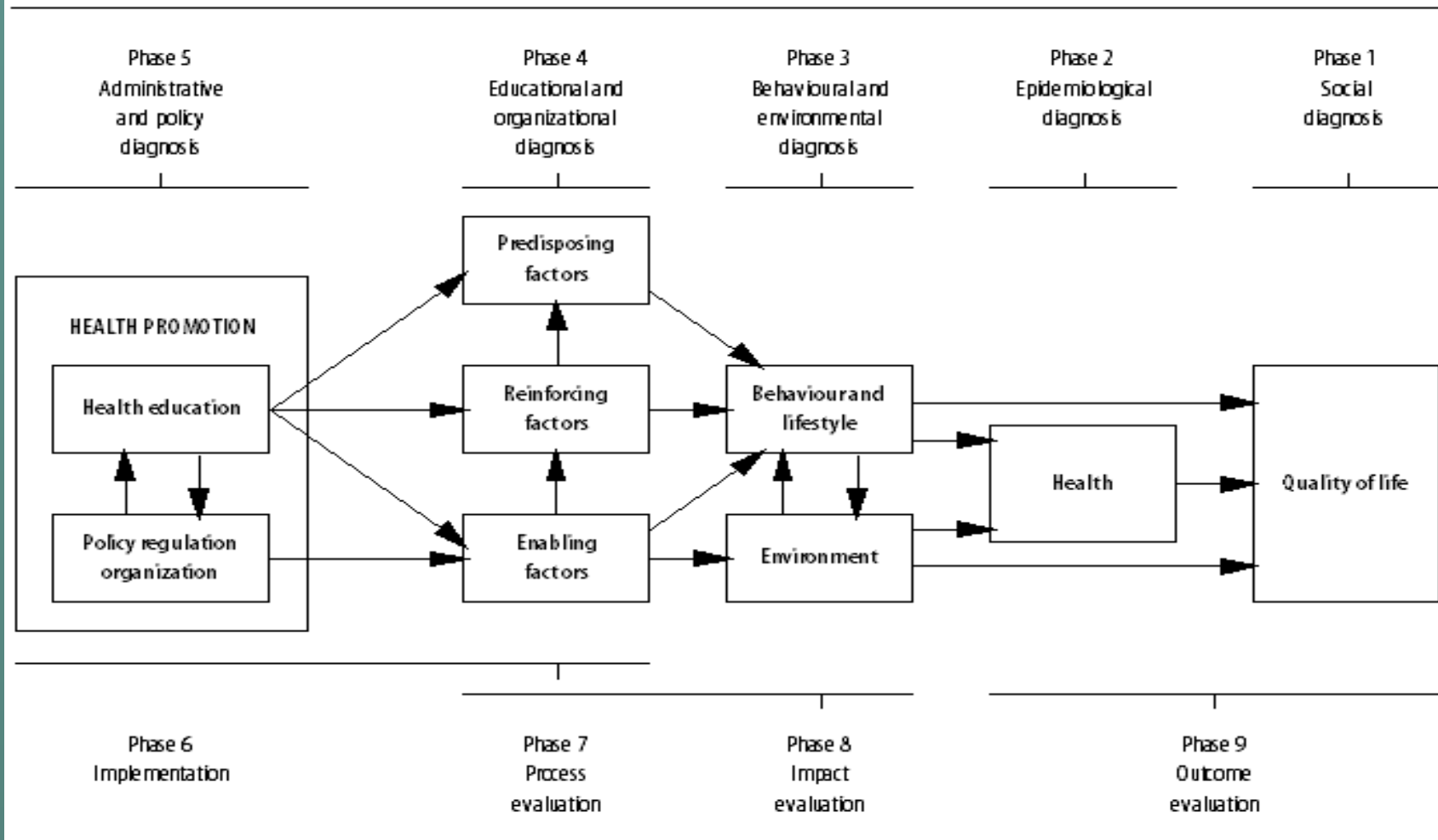
# PROCEED

---

- Costrutti di regolazione organizzativa, (i.e., fattori che promuovono l'implementazione del programma).

# Precede-Proceed Model

## PRECEDE



## PROCEED

# Elementi del Modello

## Precede – Proceed

---

Fase 1 – Diagnosi sociale

Fase 2 - Diagnosi Epidemiologica

Fase 3 –Diagnosi comportamentale e ambientale

Fase 4 –Diagnosi Educativa e organizzativa

Fase 5 - Diagnosi Amministrativa e Politica

Fase 6 – Preparazione all'implementazione del programma

Fase 7-9 – Raccolta dei dati e valutazione

# Punti di forza del modello Precede – Proceed

---

- Molto usato.
- Prevede una partecipazione della comunità .
- Fornisce uno schema per identificare i fattori correlati con i problemi di salute, comportamenti e implementazione del programma
- Integra molte teorie.

# Limiti del modello

## Precede – Proceed

---

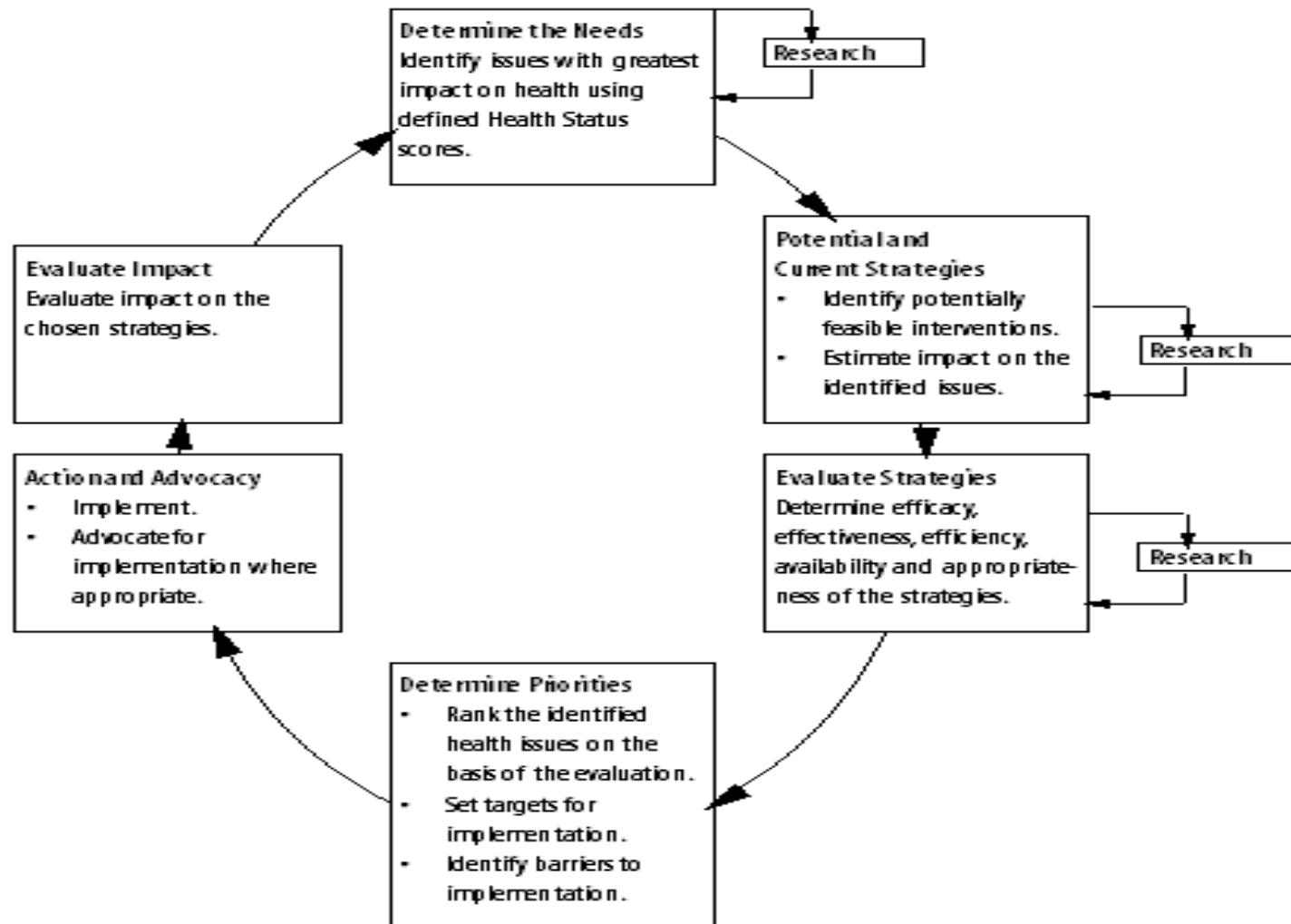
- Si basa sugli input e l'analisi di esperti e tecnici
- Richiede dati, richiede sondaggi, rilevazioni

# **Il modello “Bisogni/Impatto”**

---

- Approccio sistematico formulato dal Toronto District Health Council (1996).
- Il modello definisce delle priorità sulla base dei bisogni individuati, le strategie potenziali per rispondere ai bisogni e la realizzabilità di tali strategie.

# Il modello Bisogni/Impatto



# Punti di forza del modello “bisogni/impatto”

---

- Considera come i valori, le idee su cosa è giusto e sbagliato e altri fattori possono influenzare le decisioni da prendere
- Modalità logica e sistematica.
- Include i determinanti della salute così come i bisogni di salute
- La valutazione è parte integrata del modello

# Limiti del modello “Bisogni/impatto”

---

- Difficile coinvolgere.

# La definizione delle priorità

- Definizione di una rose di possibilità:
- Esempio : 4 possibilità
- Tecnica del confronto fra tutti i possibili incroci

1 o 2 ?	1 o 3?	1 o 4?
2 o 3 ?	2 o 4?	
3 o 4?		

Quante volte è stato scelto il punto 1? =

Quante volte è stato scelto il punto 2? =

Quante volte è stato scelto il punto 3? =

Quante volte è stato scelto il punto 4? =

Priorità =

## Bisogno analizzato

**Impatto  
stimato**

	Alto	Medio	Basso
Funzionerà bene	<b>SI DEVE FARE</b>	<b>SI DEVE FARE</b>	<b>SI FA</b>
Funzionerà	<b>SI DEVE FARE</b>	<b>SI FA</b>	<b>SI FA</b>
Potrebbe funzionare	<b>SI POTREBBE FARE</b>	<b>SI POTREBBE FARE</b>	<b>MEGLIO ASPETTARE</b>
Non funzionerà	<b>SI LASCIA PERDERE</b>	<b>SI LASCIA PERDERE</b>	<b>SI LASCIA PERDERE</b>

---

# **Stadio 1: Pre- pianificazione e Progetto Organizzativo**

# Fattori chiave nella gestione del processo di pianificazione

---

- Partecipazione
- Tempo
- Risorse economiche
- Elaborazione degli incontri
- Prendere decisioni

# 1. Partecipazione

---

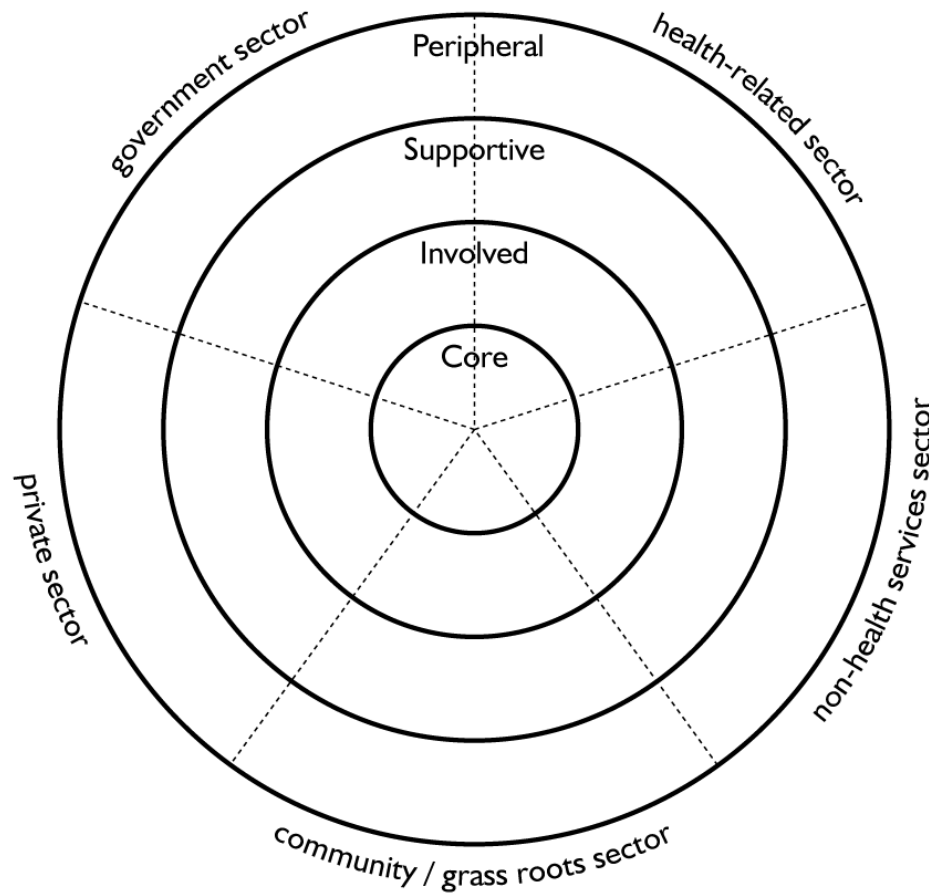
- Partecipazione degli utenti, del personale e degli stakeholders.
- Piano **con** le persone, non **per** le persone.
- Inclusione degli stakeholders in ogni stadio del processo.

# Livelli di Stakeholders

---

- Nucleo della squadra di lavoro
- Soggetti partecipanti, che vengono consultati frequentemente o che fanno parte del processo di pianificazione
- Soggetti supportivi o che provvedono a qualche forma di supporto
- Soggetti marginali, che hanno bisogno di essere informati

# Livelli degli Stakeholders



## 2. Tempo

---

- Durata del piano di partecipazione.
- Gli ideali di partecipazione del piano di promozione della salute possono, e spesso creano, conflitti politici e problemi economici.

# 3. Risorse economiche

---

- Stanziamento di fondi, di personale, di tempo, di attrezzature e di spazio.
- I diversi tipi di contributi provenienti dai partecipanti.
- Costi possibili.
- Considerazione della spesa a breve termine vs. quella saldabile a lungo termine.

# 4. Elaborazione degli incontri

---

- Focus sulla salute più che sull'assenza di malattia.
- Attenzione per i dati che definiscono le determinanti delle questioni riguardanti la salute (reddito, istruzione, sostegno sociale, occupazione e condizioni lavorative, etc.).
- Esame delle teorie che prestano maggiore attenzione alle questioni della salute.

# Teoria della promozione della salute

---

- “Conoscenza sistematicamente organizzata...  
devisa al fine di analizzare, prevedere o spiegare la natura o il comportamento di uno specifico settore di fenomeni che può essere utilizzata come base per l'azione.” -Van Ryn and Heany (1992)
- “Una strategia per trattare i dati delle ricerche, che fornisce modelli concettuali per la descrizione e la pianificazione.” -Glaser and Strauss (1967)

# Teorie di promozione della salute:

---

- guidano la selezione di strategie di promozione della salute (es.: campagne di comunicazione sulla salute);
- guidano lo sviluppo delle strategie di promozione della salute;
- spiegano i fattori che facilitano o inibiscono il cambiamento sia a livello sociale che individuale.

# Tre modelli base di approccio alla salute

---

- Modello biomedico
- Modello comportamentale
- Modello socio-ambientale

# Esempi di teorie di promozione della salute

---

- Degli stadi del cambiamento
- Modello delle credenze di controllo sulla salute
- Teoria dell'apprendimento sociale
- Diffusione di innovazione
- Teorie socio-ambientali
- Teorie di mobilitazione comunitaria (es., tipologie di Rothman: pianificazione sociale, sviluppo locale e azione sociale)
- Teorie di cambiamento politico e advocacy (es., Saul Alinsky)

# Consigli per l'utilizzo delle teorie

---

- Considerare le teorie come guide e non come verità assolute.
- Le teorie devono essere considerate complementari, non mutualmente esclusive
- MAI applicare una teoria senza una reale comprensione della popolazione di interesse.
- Le teorie non devono essere usate come appigli per abbreviare dei passaggi
- Ricorrere alle teorie che spiegano il cambiamento (es., i criteri di 'successo' nella vostra comunità potrebbero essere basati sui cambiamenti di salute piuttosto che sull'applicazione di una teoria popolare e accreditata).

# Ricorda:

---

- Non esistono teorie giuste o sbagliate ma solo diversi modi di vedere i problemi relativi alla salute.
- “Sufficienti ricerche tenderanno a sostenere la vostra teoria.” -Murphy's Law

# 5. Prendere decisioni

---

- Sfida nell' organizzare decisioni tempestive durante tutto il processo
- Decidere se procedere con il piano
- Decisioni sui tempi e sugli stanziamenti delle risorse
- Considerazione del contesto politico per il piano

# Domande per determinare se il piano può procedere:

---

- Quali sono i fattori che favoriscono l'azione sul vostro problema della salute?
- Quali sono i fattori che limitano l'azione?
- Che cosa è necessario per procedere con il piano?

---

# **Stadio 2: L'analisi situazionale e dei bisogni**

# Che cos'è una valutazione situazionale?

---

Un istante del 'presente' usato per pianificare il futuro.

“Penso che ci sia una richiesta mondiale di almeno cinque computers.”

-Thomas Watson, Chair of IBM, 1958

# Questo è diverso rispetto a una valutazione dei bisogni?

---

- Come la valutazione dei bisogni, la valutazione situazionale si focalizza sul raccogliere dati sui bisogni di comunità
- MA è anche considerato il più largo contesto sociale, economico, politico, ambientale che incide sui bisogni di salute della comunità.
- La valutazione situazionale considera anche le forze, le qualità e le capacità, non solo i problemi o i bisogni.

# Perchè condurre una valutazione situazionale

---

- Per stabilire le priorità.
- Per conoscere più cose sulla popolazione di interesse (es., chi è affetto dal problema di salute considerato).
- Per anticipare le tendenze e i problemi che potrebbero influire sull'implementazione del vostro programma.

# Fonti informative

---

- Prospettive degli stakeholders
- Letteratura e esperienze precedenti
- “Bisogni” che riguardano la salute e dati demografici
- Mandati esistenti
- Punti di vista esistenti
- Analisi PEAST.

# 1. Prospettive degli Stakeholders chiave

---

- Popolazione di interesse
  - attitudini
  - opinioni
  - credenze
  - azioni
- Organizzazioni
  - Grado di importanza/valore in accordo con il problema di salute
- Partecipanti potenziali

## 2. Letteratura e esperienze precedenti

---

- Quali teorie esistono sul problema di salute?
- Cosa è stato appreso dai programmi precedenti indirizzati al problema di salute?
- Cosa avete appreso dalle vostre esperienze precedenti?

# 3. Bisogni di salute e dati demografici

---

- Raccogliere informazioni su:
  - bisogni di salute di popolazione o di grande comunità;
  - bisogni di popolazioni specifiche o di segmenti di comunità;
  - input individuali o di comunità circa i bisogni
  - dati demografici.
  
- 4. Mandati
  - Revisione:
    - il tuo mandato;
    - mandati di potenziali collaboratori;
    - legislazioni e regolazioni correlate (e.g., Protezione della salute e Atti di promozione);
    - politiche relative;
    - etiche professionali;
    - agende politiche.

# 5. Visione

---

- Mettere in chiaro:
  - la tua visione;
  - la visione dell'organizzazione (mission);
  - le direzioni desiderate dai creatori delle chiavi decisionali (politici, managers, leader di comunità).

# 6. Analisi PEAST

---

- Approccio sistematico per identificare i fattori:
  - Politici
  - Economici
  - Ambientali
  - Sociali
  - Tecnologici

che influenzano il problema di salute e possibili risposte al problema.

# Suggerimenti per la raccolta dei dati

---

- Includere dati riguardanti i punti di forza e le risorse, non solo i bisogni o i problemi.
- Usare un insieme di metodi quantitativi e qualitativi per la raccolta dei dati.

# Utilizzo dei dati qualitativi e quantitativi

---

- Parlate con le persone per capire il vero "significato" che sta dietro ai numeri.
- I numeri possono dirvi cosa cosa sta succedendo, ma non vi dicono perchè sta accadendo.
- "Non tutto ciò che può essere contato conta e non tutto ciò che conta può essere contato." – Albert Einstein

---

## **Stadio 3: Identificazione degli obiettivi, della popolazione target e degli esiti previsti**

# Obiettivi

---

- Gli obiettivi sintetizzano la direzione ultima o l'esito desiderato di un programma.
- La maggior parte dei programmi di promozione della salute hanno un solo obiettivo, ciò nonostante programmi più complessi possono averne diversi.

# Esempi di obiettivi di promozione della salute

---

- “Che tutte le persone in età riproduttiva aumentino e mantengano un’ottima salute riproduttiva.”
- “Assicurare alle madri economicamente svantaggiate l’accesso al rifornimento nutrizionale indispensabile per i loro figli.”

# Tipi di obiettivi

---

- Obiettivi orientati al problema
- Obiettivi orientati a esiti positivi

# Pro e Contro degli obiettivi orientati al problema

---

- **Pro:**

- lo scopo è chiaro
- è possibile una certa flessibilità attorno al grado di cambiamento aspettato

- **Contro:**

- gli obiettivi sono formulati in termini di problema

# Pro e Contro degli obiettivi orientati agli esiti positivi

---

- **Pro:**

- formulato in modo chiaro in termini di esito
- necessita di indicatori misurabili per essere compreso

- **Contro:**

- può essere più difficoltoso da valutare

# Popolazione/i bersaglio (target)

---

- Sinonimi: gruppo, destinatari, fascia, segmento di comunità
- Quale gruppo, o gruppi, nella vostra comunità richiedono una speciale attenzione per aumentare la possibilità di realizzare i vostri obiettivi ?

# Popolazioni interessate

---

- Possono essere:
  - utenti di servizi
  - fasce di popolazione
  - stakeholders o persone pubbliche con cariche di responsabilità

# Caratteristiche di un buon programma degli obiettivi

---

- specifico (più preciso e chiaro possibile)
- credibile (agli stakeholder chiave)
- misurabile (può essere valutato per determinare il grado di successo)
- compatibile (con la finalità generale, la mission, la vision e gli altri obiettivi del programma)
- fondato su dati attendibili (i.e., l'informazione sui cui si fondano è valida e accessibile)

# Caratteristiche di “buoni” obiettivi di un programma

---

## **Gli obiettivi S\*M\*A\*R\*T sono:**

- **S**pecifico (chiaro e preciso)
- **M**isurabile (trattabile per la valutazione)
- **A**ppropriato (coerente negli scopi/obiettivi)
- **R**agionevole e realistico
- **T**emporalizzati (definiti i tempi , le scadenze e i passi per il raggiungimento dell'obiettivo)

# Altri suggerimenti per la formulazione degli obiettivi

---

- Usare parole azione, come "incremento" o "diminuzione".
- Identificare uno specifico gruppo target o pubblico.
- Stabilire la quantità di cambiamento desiderato basato sulle risorse attuali e sulle norme dei programmi.
- Esempio: "Incrementare del 20% la proporzione di tutti di MSM che hanno si sottopongono al test HIV con periodicità annuale, entro l'anno 2010."

# Programma di sviluppo degli obiettivi

---

- Discutere la parte più importante del programma del processo di pianificazione
- Gli obiettivi SMART sono critici per la consegna e la valutazione di un programma di successo.

# Campioni di obiettivi

---

## **Scritti in maniera povera:**

Per aumentare la consapevolezza del problema della sifilide nella comunità omosessuale

## **Ben scritti:**

Nel 2005, il 70% di tutti gli uomini gay che frequentano locali a Roma saranno consapevoli dell'importanza dello screening riguardo alla sifilide.

# Programmi di obiettivi a breve vs. lungo termine

---

- **Obiettivi a breve termine** specificano i risultati a breve termine o immediati che devono verificarsi per portare al cambiamento a lungo termine.
- **Esempi:**
  - Entro la fine del prossimo anno, si intende aumentare l'accesso al consultorio scolastico del 50% rispetto agli adolescenti omosessuali o incerti sulla propria identità sessuale nelle scuole di Bologna.

# Programmi di obiettivi a breve vs. lungo termine

---

- **Gli obiettivi a lungo termine** specificano gli esiti o i cambiamenti necessari per raggiungere le finalità (e.g., riduzione dell'incidenza di un problema di salute o del cambiamento dello stato di salute)
- **Esempi:**
  - Per ridurre l'incidenza dei problemi scolastici e delle condotte suicidarie tra i giovani che si stanno interrogando sulla loro identità sessuale entro il 2005.

# Passi per scrivere gli obiettivi

---

- Dai a te stesso abbastanza tempo: la maggior parte degli obiettivi passano attraverso molteplici riscritture.
- Fate un brainstorming collettivo sui possibili obiettivi, ma affida ad una persona le stesura articolata degli obiettivi.
- Stai in guardia dalle finalità presentate come obiettivi (es., "per promuovere le visite di screening").
- Usa un insieme di obiettivi di processo (attività) e obiettivi di risultato.

# **Stadio 4: Identificazione di Strategie, Attività, Risorse**

# Strategie e Attività

---

- **Strategia:** tipo di intervento o approccio che rende possibile un cambiamento (e.g., mobilitazione di comunità).
- **Attività:** un'azione specifica che deve essere effettuata entro un certo periodo di tempo (e.g., organizzare un forum di comunità come parte di un processo di mobilitazione di comunità)
- Le Attività sono ciò che si deve fare per mettere in pratica le strategie.

# Lista delle Strategie di Promozione della Salute

---

## Documento delle azioni di Ottawa

- costruzione di una politica di salute pubblica
- creazione di un ambiente di supporto
- rafforzamento dell'azione pubblica
- sviluppo di abilità personali
- riorientare i servizi per la salute

# Lista delle Strategie di Promozione (continua)

---

- Strategie della Metro Toronto DHC
  - counselling e sviluppo delle abilità
  - educazione
  - marketing sociale
  - auto-aiuto/mutuo supporto
  - mobilitazione e sviluppo di comunità
  - politica di salute pubblica

# Lista delle Strategie di Promozione (continua)

---

- Modello Logico del Centro per la Promozione della Salute
  - educazione
  - comunicazione della salute
  - sviluppo organizzativo
  - sviluppo di comunità
  - sviluppo politico
  - legislazione (advocacy)
  - collaborazione intersettoriale
  - ricerca

# Identificare Strategie, Attività e Risorse

---

- Estrapolare le strategie potenziali attraverso il brainstorming al fine di raggiungere gli obiettivi.
- Selezionare le strategie migliori e identificare le specifiche attività.
- Rivedere le attività correnti (se il programma non è nuovo).
- Fissare le risorse.

## **A. Brainstorming delle strategie potenziali per il raggiungimento degli obiettivi**

---

- **Identificare le strategie per ogni obiettivo.**
- **Includere strategie per la popolazione generale così come quelle per una popolazione specifica di interesse.**

## **B. Selezionare la strategie migliori e identificare le attività specifiche**

---

- Selezionate le strategie che considerate le più appropriate per stabilire il budget, il tempo, i bisogni della popolazione, le abilità dello staff , l'efficienza, etc.
- Identificare specifiche attività per portare avanti le strategie (i.e., l'incontro con i sindaci di una città è un'attività che rientra nelle strategie di tipo legislativo (advocacy strategy)).

## C. Rivedere le Attività correnti (se il programma non è nuovo)

---

- Verificate (cosa e se) se le attività che state utilizzando correntemente sono indirizzate al vostro problema relativo alla salute.
- Considerate:
  - Quali attività dovrebbero essere portate avanti?
  - Quali dovrebbero essere sospese?
  - Quali dovrebbero essere cambiate?

## **Strategia**

## **Attività**

Educativa

Workshops

Website interattivi

Corsi, gruppi

Spedizione di materiali a distanza

Cambiamento a livello politico

Incontri con gli amministratori

Organizzazione di comitati

Petizioni

# Valutare le Risorse disponibili (attraverso un “reality check”)

- Rivedete il tipo di risorse (tempo , soldi, expertise, etc.) di cui avete bisogno per implementare le vostre attività
  - **Di cosa avete bisogno**
- Rivedete le risorse correntemente valide –
  - **Cosa già avete**
- Identificate le risorse potenziali a cui potete accedere attraverso altre fonti o organizzazioni (finanziamenti, volontariato, lavoro pagato)
  - **Cosa potreste avere**
- Identificate cosa e se le attività hanno bisogno di essere eliminate o riviste fino a quando non si sono trovate nuove risorse
  - **Cosa dovete cambiare**

- Quali STRATEGIE sono le più opportune per raggiungere gli obiettivi predefiniti?
- Per ogni strategia , quali sono le due attività più convenienti?
- Possedete sufficienti RISORSE per intraprenderle?

**cosa potremmo fare**

**cosa sapremmo fare**

**cosa vorremmo fare**

## Step 4 Exercise: Identificare Strategie, Attività e Risorse

---

### Costruire il modello logico

➤ Strategie

➤ Attività

➤ Risorse

# **Stadio 5: L'identificazione degli indicatori del programma**

# Indicatori

---

- Sono variabili che possono essere misurate in qualche modo.
- Gli indicatori sono utilizzati per valutare in che misura gli obiettivi del programma sono stati attesi e raggiunti .

# Caratteristiche di “buoni” indicatori di programma

---

- Credibile - che rifletta le “evidenze” disponibili
- Utilizzabile - comprensibile e rilevante
- Bilanciato - deve essere una giusta combinazione di indicatori di processo e di risultato
- Misurabile - deve poter essere ‘valutato’
- Integrato – deve contribuire alla comprensione del programma
- Compatibile - identico o paragonabile a quelli adottati in programmi simili

# Attività comuni

## Indicatori di processo

---

- Il numero dei partecipanti , il numero dei nuovi membri, il numero degli stakeholder coinvolti
- Il tipo di servizi previsti: classi, incontri di lavoro, bollettini, gruppi di supporto, etc.
- Il livello di soddisfazione dei partecipanti

# Indicatori comuni per la Promozione alla Salute

---

- **Indicatori a breve termine :**

- cambiamenti nella consapevolezza,
- cambiamenti nelle conoscenze e attitudini

- **Indicatori a lungo termine:**

- cambiamenti nelle abilità e capacità
- cambiamenti nel comportamento relativo alla salute
- cambiamenti nelle politiche o nelle pratiche
- cambiamenti negli ambienti di supporto
- cambiamenti nella morbilità e mortalità

# Passi nell'identificazione degli indicatori di un programma

- Rivedere gli obiettivi per il vostro programma
- Per ogni obiettivo del programma pensate a quali risultati intendete arrivare. Considerate:
  - possono i risultati stabiliti essere divisi in componenti separate? (e.g., il sesso sicuro dipende dalla consapevolezza, dalla motivazione, dalle risorse, etc.).
  - Possono i risultati stabiliti essere misurati in qualche maniera?
  - Qual è il tempo necessario per osservare un risultato?
  - Per valutare questo risultato in modo che sia subito valido e accessibile sono richieste le fonti dei dati subito?
  - Possedete le risorse necessarie per valutare i risultati da raggiungere?

# Passi nell'identificazione degli indicatori di un programma

---

- Definite gli indicatori per misurare ognuno degli obiettivi del programma.
- Eseguire un 'controllo della qualità' degli indicatori proposti . Sono validi, affidabili , liberi da pregiudizi e sensibili a potenziali cambiamenti significativi? Modificateli come richiesto.
- Applicate gli indicatori per determinare l'esteso col quale gli obiettivi del programma sono stati presentati.
- Riguardate gli indicatori periodicamente per assicurarvi gli aggiornamenti rilevanti per i vostri bisogni di informazione.

# Domande per generare indicatori

---

- Quali sono gli obiettivi a 'breve termine' del programma? Quali quelli a 'lungo-termini'?
- Come saprete se avrete successo ?
- Che cosa è considerato 'efficace'?
- Quale cambiamento ci si aspetta?
- Come misurerete i progressi?

# **Stadio 6: Revisione del piano del programma**

# Pianificazione e Valutazione

---

- La valutazione dovrebbe essere “interna” al processo di pianificazione.
- La pianificazione aiuta a fare un'analisi della “valutabilità” ovvero a determinare se e quando un programma è pronto per essere valutato.
- La pianificazione aiuta ad identificare gli indicatori efficaci, che sono critici al fine della valutazione .
- La pianificazione aiuta ad identificare i requisiti di responsabilità (chi è responsabile di che cosa).

# Il processo di revisione del piano

---

- Assemblete il programma completo del modello logico in base alle informazioni sviluppate negli stadi 2-5
- Considerate le seguenti domande:
  - Gli obiettivi sono chiari e misurabili?
  - I "legami casuali" sono plausibili?
  - Gli Indicatori conducono a ciò che avete bisogno di conoscere?
  - Il coro degli stakeholders sarà soddisfatto?

# Il processo di revisione del piano

---

- Revisione delle risorse (umane e finanziarie) - I tipi e la quantità di risorse sono adeguate?
- Rivedete la forma del piano con le informazioni ottenute durante la valutazione situazionale
- Fate tutte le modifiche necessarie

**E Voilà!**

Avete un programma  
completo di  
promozione della  
salute!