

## DELIBERAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE

Deliberazione n.ro	Data di Adozione
<b>0002237</b>	<b>22/11/2022</b>

OGGETTO: Adozione Regolamento sull'uso dei Social Media nell'Azienda ASL BARI  
 Social Media Policy

### PROPOSTA DI DELIBERAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE N.RO 20220003485 DEL 21/11/2022

COMPOSTA COMPLESSIVAMENTE DA 6 (sei) PAGINE

DI 1 (uno) ALLEGATI SOGGETTI A PUBBLICAZIONE PER UN TOTALE DI 13 (tredici) PAGINE

DI 0 (zero) ALLEGATI NON SOGGETTI A PUBBLICAZIONE PER UN TOTALE DI 0 (zero) PAGINE

DI 0 (zero) DOCUMENTI ISTRUTTORI NON ALLEGATI PER UN TOTALE DI 0 (zero) PAGINE

Con la sottoscrizione in calce, i Direttori dichiarano di non versare in alcuna situazione di conflitto di interesse, anche potenziale, ex art. 6-bis, l. 241/90, artt. 6, 7 e 13, c. 3, D.P.R. 62/2013, vigente codice di comportamento aziendale e art. 1, c. 9, lett. e), l. 190/2012 – quest'ultimo come recepito, a livello aziendale, alla Parte II, par. 1, lett. c) del vigente PTPCT – tale da pregiudicare l'esercizio imparziale di funzioni e compiti attribuiti, in relazione al procedimento indicato in oggetto, così come di non trovarsi in alcuna delle condizioni di incompatibilità di cui all'art. 35-bis, D.L.gs. 165/2001.

<b>Parere del Direttore Amministrativo</b>	<b>Parere del Direttore Sanitario</b>
 Firmato Digitalmente il 21/11/2022 10:19 <b>Luigi FRUSCIO</b>	 Firmato Digitalmente il 21/11/2022 10:35 <b>Donato SIVO</b>
<b>Il Segretario</b>	<b>Il Direttore Generale</b>
 Firmato Digitalmente il 22/11/2022 07:31 <b>Gianpaolo PARISI</b>	 Firmato Digitalmente il 21/11/2022 15:00 <b>Antonio SANGUEDOLCE</b>

### ATTESTAZIONE DI AVVENUTA PUBBLICAZIONE

Si attesta che il presente provvedimento viene pubblicato all'Albo pretorio *on-line* della ASL BA, ai sensi dell'art. 32, c. 1, l. 69/2009, per la durata di 30 giorni naturali, decorrenti dal **22/11/2022**

Unità Operativa Affari Generali  
 L'Addetto alla Pubblicazione

Firmato Digitalmente il 22/11/2022 07:32

**Gianpaolo PARISI**



L'originale del presente documento, redatto in formato elettronico e firmato digitalmente è conservato a cura dell'ente produttore secondo normativa vigente.

Ai sensi dell'art. 3bis c4-bis Dlgs 82/2005 e s.m.i., in assenza del domicilio digitale le amministrazioni possono predisporre le comunicazioni ai cittadini come documenti informatici sottoscritti con firma digitale o firma elettronica avanzata ed inviare ai cittadini stessi copia analogica di tali documenti sottoscritti con firma autografa sostituita a mezzo stampa predisposta secondo le disposizioni di cui all'articolo 3 del Dlgs 39/1993.

**Oggetto: Adozione Regolamento sull'uso dei Social Media nell'Azienda ASL BARI - Social Media Policy**

**IL DIRETTORE GENERALE**

Vista la deliberazione del Direttore Generale n. 239 del 16/02/2022, con l'assistenza del Segretario, sulla base dell'istruttoria e della proposta formulata dal Direttore della UOC Servizio Informazione e Comunicazione Istituzionale e Comunicazione Istituzionale, avv. Luigi Fruscio che ne attesta la regolarità formale del procedimento ed il rispetto della legalità, considera e determina quanto segue:

**Premesso che:**

- l'Azienda Sanitaria Locale di Bari, nell'ambito delle proprie attività di comunicazione istituzionale, veicola contenuti di interesse per i cittadini e per i dipendenti avvalendosi, oltre che del sito web, anche dei canali social;
- tali canali sono utilizzati dall'ASL di BARI secondo principi di trasparenza e partecipazione con l'obiettivo di favorire la conoscenza delle iniziative adottate, la condivisione delle azioni intraprese ed il confronto e il dialogo con il pubblico interno ed esterno;
- l'utilizzo dei social network offre all'Azienda la possibilità di costruire soprattutto con il cittadino forme innovative di dialogo e di condivisione di informazione e contenuti;
- il ricorso ai canali social permette di raggiungere vaste fasce di popolazione con immediatezza, amplificando l'azione comunicativa dell'Azienda;
- l'utilizzo competente dei network consente il raggiungimento di specifici obiettivi aumentando l'efficacia della comunicazione aziendale;
- l'uso aziendale dei social necessita di una regolamentazione che definisca i principi e le regole per lo svolgimento delle relative attività;

**Visti:**

- la Legge 22 aprile 1941, n.633 "Protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio";
- la Legge 7 giugno 2000, n. 150 "Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni" e s.m.i.;
- il Decreto Legislativo 7 marzo 2005, n.82 "Codice dell'amministrazione digitale";
- il Documento del Ministero per la Semplificazione e la Pubblica Amministrazione a cura del Formez PA del 2011 denominato "Vademecum del 2011 Pubblica amministrazione e social Media";
- il Vademecum del Garante per la Protezione dei dati personali "Social Privacy – come tutelarsi nell'era dei social network", 23 giugno 2014;
- il Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali" così come modificato dal Decreto Legislativo 10 agosto 2018 n. 101 "Disposizioni per l'adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del regolamento UE 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati)" e s.m.i.;

- il Documento “Social media e PA, dalla formazione ai consigli per l’uso”, Ministro per la semplificazione e la Pubblica Amministrazione, Formez PA, PA Social, Seconda Edizione, Gennaio 2018;

**Viste, altresì:**

- la Circolare DPO dell’ASL BARI denominata “Indicazioni del DPO nell’ambito dell’utilizzo di foto/video ed ulteriori istruzioni” del 26 aprile 2022;
- i Consigli del Garante: “Attenzione quando pubblici immagini online” del novembre 2020;
- la Delibera del Direttore Generale n. 1952 del 2 novembre 2021 “Approvazione delle Raccomandazioni per l’uso del genere nel linguaggio amministrativo”;
- la Delibera del Direttore Generale n. 1650 del 30 novembre 2020 “Recepimento normativa per la prevenzione e il contrasto della violenza di genere”;
- la Delibera del Direttore Generale n. 594 del 6 aprile 2022 “Approvazione codice di condotta per la tutela della dignità delle lavoratrici e dei lavoratori, la prevenzione del mobbing, il contrasto alle molestie, violenza e discriminazioni in ambito lavorativo”;

**Dato atto che:**

- I profili social istituzionali dell’Azienda ASL BARI attualmente sono:
  - pagina Facebook @aslbari (<https://www.facebook.com/aslbari>);
  - account Twitter @AslBari (<https://twitter.com/AslBari>);
  - account Instagram asl\_barì ([https://www.instagram.com/asl\\_barì/](https://www.instagram.com/asl_barì/));
  - account Linkedin ASL Bari (<https://www.linkedin.com/company/79986038/admin/>);
  - canale YouTube Azienda Sanitaria Locale Bari;
  - sistema di messaggistica Whatsapp e Messenger;
- l’uso corretto dei mezzi di comunicazione social richiede principi e criteri formalmente stabiliti;
- i social network, in quanto strumenti intrinsecamente dialogici, sono in grado di favorire un buon livello di ascolto ed interazione con i cittadini;
- regolamentare l’attività dei canali social aziendali, definendo la social media policy dell’ASL di Bari, è utile al fine di rendere chiara e trasparente la fruizione e la gestione, nonché al fine di evitare l’insorgere di eventuali criticità ed incomprensioni con i destinatari delle iniziative di comunicazione ed informazione;

**Considerato che:**

- il documento Social Media Policy definisce le linee guida per l’uso dei social media sia da parte di coloro che hanno un rapporto di lavoro o di collaborazione con l’Azienda, nel momento in cui accedono ai social network con i propri account personali (Social Media Policy interna), sia da parte degli operatori dell’Azienda nel rapporto con la comunità (Social Media Policy esterna), con l’obiettivo di assicurare una corretta e proficua presenza sui social basata su regole chiare e condivise;
- il suddetto documento individua, dunque, le finalità, la tipologia di argomenti oggetto di pubblicazione sui canali social dell’ASL di Bari, nonché i contenuti di cui è responsabile l’Azienda e quelli gestiti in autonomia dagli stessi social network, le regole di conversazione, le modalità di moderazione;

- le disposizioni del Regolamento si applicano a tutti i dipendenti dell'azienda nonché a tutti/e i/le collaboratori/collaboratrici o consulenti, con qualsiasi tipologia di contratto o incarico e a qualsiasi titolo, che prestino la loro attività nell'ambito dell'organizzazione dell'Azienda, ivi compresi borsisti, stagisti, tirocinanti, addetti al servizio civile, volontari, specializzandi e i soggetti titolari di rapporto di lavoro con il SSN operanti negli istituti penitenziari;
- tali disposizioni si applicano altresì, in quanto compatibili, al personale convenzionato con il SSN e, ai soggetti terzi, ivi comprese le organizzazioni sindacali che erogano servizi/attività a favore dell'Azienda;

**Considerato altresì:**

- che l'inosservanza delle prescrizioni di cui al presente documento da parte del personale dipendente integra una forma di responsabilità disciplinare da declinare in riferimento ai rispettivi contratti di lavoro e da accertare in esito al procedimento disciplinare di cui al vigente Regolamento di comportamento aziendale, fermo restando ogni ulteriore fattispecie di responsabilità (penale, civile, amministrativa, contabile) a carico del dipendente;
- che il mancato rispetto da parte di personale esterno all'Azienda può dar luogo ad altre forme di responsabilità (civile, penale e amministrativa) da accertarsi nelle sedi giudiziarie più opportune;

**Ritenuto, pertanto:**

- di dover approvare e adottare con apposito atto deliberativo il documento "*Social Media Policy - Regolamento sull'uso dei Social Media nell'Azienda ASL BARI*" che si allega al presente atto e ne costituisce parte integrante;

**Verificato che:**

- dall'adozione del presente provvedimento non derivano oneri a carico del bilancio aziendale;

Acquisito il parere favorevole del Direttore Amministrativo e del Direttore Sanitario, ciascuno per quanto di competenza

**DELIBERA**

per tutte le ragioni espresse in narrativa che qui si intendono integralmente riportate e confermate:

- di approvare e adottare il Regolamento Aziendale Social Media Policy, allegato come parte sostanziale ed integrante del presente atto;
- che la proponente UOC Servizio Informazione e Comunicazione Istituzionale, ne curi la diffusione presso tutte le strutture aziendali;
- di trasmettere la presente deliberazione a tutte le Macrostrutture aziendali, nonché al Collegio Sindacale aziendale;
- di pubblicare il presente provvedimento, ai sensi dell'art.29 del D.Lgs. n.50/2016 ss.mm.ii. sul profilo del committente — Sez. Amministrazione Trasparente;
- di dichiarare il presente provvedimento immediatamente eseguibile;
- di attestare di non versare in alcuna situazione di conflitto di interesse, anche potenziale, ex art. 6-bis, l. 241/90 e art. 1, c. 9, lett. e), l. 190/2012 – quest'ultimo come recepito, a

livello aziendale, al paragrafo 20 del vigente PTPCT 2019/2021, adottato con D.D.G. 128/2019 – tale da pregiudicare l'esercizio imparziale di funzioni e compiti attribuiti, in relazione al procedimento indicato in oggetto, così come di non trovarsi in alcuna delle condizioni di incompatibilità di cui all'art. 35-bis, D. Lgs. 165/2001.



ASL Bari

PugliaSalute

## *SOCIAL MEDIA POLICY*

*Regolamento sull'uso dei Social Media nell'Azienda ASL BARI*

---

## Sommario

Articolo 1 - Premessa.....	2
Articolo 2 - Oggetto e finalità .....	3
Articolo 3 - Riferimenti normativi.....	4
Articolo 4 - Scopo.....	5
Articolo 5 - Campo di applicazione e destinatari.....	6
Articolo 6 - Uso privato dei social media .....	6
Articolo 7 - Pagine e profili aziendali .....	9
Articolo 8 - Scopo.....	9
Articolo 9 - Campo di applicazione e destinatari.....	10
Articolo 10 - Responsabilità.....	10
Articolo 11 - Modalità di accesso e norme di comportamento degli utenti .....	11



## CAPO I - Disposizioni generali

### Articolo 1 - Premessa

1. L'ASL BARI utilizza i social media per comunicare, informare, ascoltare e favorire l'accesso ai servizi da parte degli operatori, degli assistiti, delle imprese, delle associazioni, degli enti locali, etc., anche con strumenti quali:
  - sito web istituzionale
  - rete intranet
  - social media tra cui sistemi di messaggistica istantanea
2. I profili social istituzionali dell'Azienda ASL BARI attualmente sono:
  - pagina Facebook @aslbari (<https://www.facebook.com/aslbari>);
  - account Twitter @AslBari (<https://twitter.com/AslBari>);
  - account Instagram asl\_barì ([https://www.instagram.com/asl\\_barì/](https://www.instagram.com/asl_barì/));
  - account Linkedin ASL Bari (<https://www.linkedin.com/company/79986038/admin/>);
  - canale YouTube Azienda Sanitaria Locale Bari;
  - sistema di messaggistica Whatsapp e Messenger

L'hashtag che deve essere inserito per identificare e ritrovare post relativi all'Azienda sui social è **#aslbari**. Il simbolo del cancelletto (#), associato a una o più parole chiave, viene utilizzato per facilitare le ricerche tematiche in un blog o in un social network. In ASL Bari l'impiego del nome dell'azienda ha una prioritaria funzione identitaria, oltre che identificativa, finalizzato a caratterizzare la quantità e qualità delle informazioni che vengono diffuse attraverso i social media.

3. La struttura che si occupa della gestione dei canali di comunicazione/social dell'Azienda Sanitaria (pubblicazione contenuti, interazioni con gli utenti, monitoraggio degli aggiornamenti dei termini di servizio) è la UOC Servizio di Informazione e Comunicazione Istituzionale a cui afferisce l'Ufficio Stampa dell'ASL BARI, in cui operano professionisti iscritti all'Ordine dei Giornalisti. Le principali attività dell'Ufficio Stampa si sostanziano nel **selezionare, filtrare e veicolare il flusso delle informazioni provenienti dall'interno dell'azienda sanitaria verso gli organi di informazione**. L'ufficio, infatti, vede tra i suoi principali interlocutori/canali di comunicazione i mass media: quotidiani, radio, tv, riviste, siti web, ecc. in grado di raggiungere precisi e circoscritti target di utenza così come il pubblico di massa in generale.

I contenuti pubblicati dall'Ufficio Stampa:

- hanno uno stile comunicativo semplice e comprensibile;
- sono verificati o condivisi da fonti affidabili e riguardano prevalentemente attività istituzionali, iniziative, nuovi servizi, eventi, scadenze;
- sono coordinati con gli altri strumenti di comunicazione della ASL BARI.

Le molteplici informazioni e notizie che la ASL Bari è tenuta a comunicare, oltre alla variegata moltitudine di destinatari, hanno determinato la **diversificazione dei canali di comunicazione, tra cui i social network**.

La multicanalità viene quindi usata per comunicare con i cittadini/utenti ed offrire servizi facilmente fruibili. In questo scenario, gli spazi di social networking rappresentano una grande

opportunità per la ASL Bari, non solo per informare e comunicare in maniera efficace ma anche per costruire una relazione di fiducia, per ascoltare e monitorare il livello di soddisfazione dei cittadini, **nella consapevolezza** che si è ormai passati da un modello di comunicazione “verso” il cittadino a uno “con” il cittadino.

4. Considerato che anche in rete è necessario mantenere l'ambiente di lavoro confortevole e professionale, al fine di condividere un appropriato stile di comunicazione si ricorda che l'ASL BARI si ispira ai principi della comunicazione non ostile.
5. La comunicazione aziendale, inoltre, per i temi riguardanti i malati e le patologie in generale, si fonda sui principi dettati dalla Carta di Perugia (11 gennaio 1995), documento di natura deontologica adottato dall'Ordine dei Giornalisti e dell'Ordine dei Medici dedicato ai diritti del cittadino malato al fine di garantire una comunicazione corretta e completa salvaguardando il diritto del cittadino-paziente alla tutela della propria dignità personale.  
In particolare, l'art. 1 della Carta stabilisce che “sono pregiudiziali in ogni processo di comunicazione la valutazione dell'interesse generale, il rispetto del diritto del cittadino-paziente alla tutela della propria dignità personale, il diritto del cittadino-utente ad un'informazione corretta e completa”, principi cardine cui si ispira anche la presente Social Media Policy.

## Articolo 2 - Oggetto e finalità

1. Questo documento definisce le linee guida (netiquette) per l'uso dei social media sia da parte di coloro che hanno un rapporto di lavoro o di collaborazione con l'Azienda, nel momento in cui accedono ai social network con i propri account personali (**Social Media Policy interna**), sia da parte degli operatori dell'Azienda nel rapporto con la comunità (**Social Media Policy esterna**), con l'obiettivo di assicurare una corretta e proficua presenza sui social basata su regole chiare e condivise.
2. L'Azienda utilizza i social media con le seguenti finalità:

### Comunicazione istituzionale

- consolidare il posizionamento socio-istituzionale dell'Azienda nella comunità di riferimento;
- tutelare e promuovere l'immagine e la reputazione dell'Azienda;
- favorire l'interazione e l'alleanza tra le istituzioni per la salute;
- rafforzare la fiducia nelle Istituzioni, negli operatori, nella qualità dei servizi;

### Comunicazione esterna

- far conoscere l'ASL BARI;
- promuovere la salute, i corretti stili di vita, la consapevolezza (empowerment);
- informare su servizi, prestazioni, iniziative;
- raccogliere commenti e suggerimenti per migliorare l'organizzazione dei servizi;
- promuovere la conoscenza di norme e tematiche riguardanti la prevenzione e l'assistenza;
- informare i cittadini sulle modalità di invio all'Ufficio Relazioni con il Pubblico (URP) di quesiti, istanze e segnalazioni che richiedono una risposta personalizzata o una apposita attività istruttoria;

### Comunicazione interna

- diffondere l'informazione e far sentire gli operatori interconnessi e parte viva dell'organizzazione;
- valorizzare gli operatori, i loro ruoli e le loro competenze per favorire la corresponsabilità, l'autonomia, il coinvolgimento;
- favorire la collaborazione e lo scambio di buone pratiche;
- favorire l'innovazione organizzativa;
- migliorare il clima aziendale;
- sviluppare la cultura aziendale.

### Articolo 3 - Riferimenti normativi

1. Legge 22 aprile 1941 n.633 "Protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio";
2. Legge 300 maggio 1970 "Norme sulla tutela della libertà e dignità dei lavoratori, della libertà sindacale e dell'attività sindacale nei luoghi di lavoro e norme sul collocamento";
3. Decreto Legislativo 30 dicembre 1992 n. 502 "Riordino della disciplina in materia sanitaria, a norma dell'articolo 1 della Legge 23 ottobre 1992, n. 421 e s.m.i.;
4. Legge 7 giugno 2000, n. 150 "Disciplina delle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni" e s.m.i.;
5. Decreto del Presidente della Repubblica 16 aprile 2013 n. 62 "Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici, a norma dell'articolo 54 del Decreto Legislativo 30 marzo 2001, n. 165";
6. Direttiva 2002/58/CE (cd Direttiva e Privacy);
7. Legge 9 gennaio 2004 n. 4 "Disposizioni per favorire e semplificare l'accesso degli utenti e, in particolare, delle persone con disabilità agli strumenti informatici" e s.m.i.;
8. Decreto Legislativo 7 marzo 2005 n. 82 "Codice dell'amministrazione digitale" e s.m.i.;
9. Legge Regionale 3 agosto 2006 n. 25 "Principi e organizzazione del Servizio sanitario regionale" e s.m.i.;
10. Rapporto e Linee-Guida in materia di privacy nei servizi di social network "Memorandum di Roma" Adottato in occasione del 43° incontro, 3-4 marzo 2008, Roma - International working group on data protection in telecommunications;
11. il Documento del Ministero per la Semplificazione e la Pubblica Amministrazione a cura del Foromez PA del 2011 denominato "Vademecum del 2011 Pubblica amministrazione e social Media";
12. il Vademecum del Garante per la Protezione dei dati personali "Social Privacy – come tutelarsi nell'era dei social network", 23 giugno 2014;
13. il Documento "Social media e PA, dalla formazione ai consigli per l'uso", Ministro per la semplificazione e la Pubblica Amministrazione, Foromez PA, PA Social, Seconda Edizione, Gennaio 2018;
14. Deliberazione del Direttore Generale n. 2205 del 26 novembre 2013 "Codice di Comportamento della ASL di Bari" e successive modifiche; da ultimo la Deliberazione del Direttore Generale n. 470/2022 del 21 marzo 2022 "Aggiornamento Codice di Comportamento Aziendale";
15. Regolamento (UE) 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio del 27 aprile 2016 "Regolamento Generale sulla Protezione dei dati –RGPD";
16. Decreto Legislativo 30 giugno 2003, n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali" così come modificato dal Decreto Legislativo 10 agosto 2018 n. 101 "Disposizioni per

l'adeguamento della normativa nazionale alle disposizioni del regolamento UE 2016/679 del Parlamento Europeo e del Consiglio, del 27 aprile 2016, relativo alla protezione delle persone fisiche con riguardo al trattamento dei dati personali, nonché alla libera circolazione di tali dati e che abroga la direttiva 95/46/CE (regolamento generale sulla protezione dei dati)" e s.m.i.;

17. Nota Ministero della Salute "Diffusione di foto e video da parte di esercenti delle professioni sanitarie realizzati all'interno di strutture sanitarie", Direzione Generale delle Professioni Sanitarie e delle Risorse Umane del Servizio Sanitario Nazionale, 29/03/2017;
18. Manuale d'identità web - Guida alla realizzazione dei portali federati della Regione Puglia - Adattamento alle "Linee guida per il design dei servizi digitali della Pubblica Amministrazione" del 12 febbraio 2020;
19. Circolare DPO dell'ASL BARI denominata "Indicazioni del DPO nell'ambito dell'utilizzo di foto/video ed ulteriori istruzioni" del 26 aprile 2022;
20. Consigli del Garante: "Attenzione quando pubblici immagini online" del novembre 2020;
21. Delibera del Direttore Generale n. 1952 del 2 novembre 2021 "Approvazione delle Raccomandazioni per l'uso del genere nel linguaggio amministrativo";
22. Delibera del Direttore Generale n. 1650 del 30 novembre 2020 "Recepimento normativa per la prevenzione e il contrasto della violenza di genere";
23. Delibera del Direttore Generale n. 594 del 6 aprile 2022 "Approvazione codice di condotta per la tutela della dignità delle lavoratrici e dei lavoratori, la prevenzione del mobbing, il contrasto alle molestie, violenza e discriminazioni in ambito lavorativo".

## *CAPO II Social Media Policy Interna*

### Articolo 4 - Scopo

1. La Social Media Policy interna è un documento indirizzato a coloro che operano all'interno dell'azienda e mira a sensibilizzare e informare sull'uso corretto dei social media sia quando nominano l'Azienda, sia quando interagiscono con l'Azienda ed i suoi canali ufficiali. Si tratta, di Linee guida affinché tutti questi operatori siano coinvolti attivamente, ma correttamente, nella vita anche virtuale dell'Azienda Sanitaria. Essere attivi sui social, influenti, credibili e riconosciuti da tutti come competenti e titolati rispetto a specifici contenuti, costituisce una preziosa risorsa per aumentare la fiducia verso l'Azienda (ambassador). Il corretto uso dei social permette all'Azienda di ampliare l'audience e intercettare nuovo pubblico, di favorire la condivisione di valori, contenuti e messaggi, quindi la trasparenza, il coinvolgimento ed il senso d'appartenenza.
2. La Social Media Policy interna, regola inoltre l'uso, ma anche i ruoli e le funzioni, di chi gestisce gli account istituzionali della ASL BARI. I contenuti della Social Media Policy Interna sono coerenti con il vigente quadro normativo in materia di protezione dei dati personali, con il D.P.R. 16 aprile 2013 n. 62 "Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici", nonché con le disposizioni del Codice di comportamento aziendale approvato con Deliberazione del Direttore Generale n. 2205 del 26 novembre 2013 e successive modifiche; da ultimo Deliberazione del Direttore Generale n. 470/2022 del 21 marzo 2022 "Aggiornamento Codice di Comportamento Aziendale" cui ogni dipendente, consulente o collaboratore a seguito della sottoscrizione del contratto di lavoro consulenza, o collaborazione è vincolato.

In particolare l'art. 11 del Citato codice prevede quanto segue:

- nella vita sociale e nei comportamenti privati il dipendente ispira la propria azione ai principi della correttezza, sobrietà, integrità;
- il dipendente evita comportamenti che possano pregiudicare la propria immagine di integrità, indipendenza e imparzialità o che possano pregiudicare l'immagine dell'Azienda;

- 
- nei rapporti privati, comprese le relazioni extra lavorative con pubblici ufficiali nell'esercizio delle loro funzioni, il dipendente non sfrutta, né menziona la posizione che ricopre nell'Azienda per ottenere utilità per sé o per altri e non assume nessun altro comportamento che possa nuocere all'immagine dell'Azienda;
  - il dipendente non dà origine a situazioni o comportamenti che possano nuocere agli interessi o all'immagine dell'Azienda;
  - i rapporti con i mezzi di informazione, sugli argomenti istituzionali, sono tenuti dalla Direzione Strategica e dalla sua Segreteria, nonché dai dipendenti espressamente incaricati (es. ufficio stampa, U.R.P.);
  - nel rispetto dei principi costituzionali posti a tutela della libertà di espressione, prima di rilasciare interviste o giudizi di valore su attività dell'Azienda, diffuse attraverso organi di informazione rivolti alla generalità dei cittadini, i dipendenti devono essere preventivamente autorizzati dal Direttore Generale ovvero dal Direttore Amministrativo o Sanitario;
  - il diritto di esprimere valutazioni e diffondere informazioni a tutela dei diritti sindacali e politici, non consente al dipendente di rilasciare dichiarazioni pubbliche offensive nei confronti dell'Azienda.
3. La struttura che presidia le piattaforme online è la UOC Servizio Comunicazione e Informazione Istituzionale a cui afferiscono l'Ufficio Stampa e la UOS URP. L'Ufficio Stampa, in collaborazione con l'URP, mette a disposizione anche modalità alternative di fruizione dei contenuti pubblicati sulle piattaforme di social media. L'ufficio può essere contattato all'indirizzo [ufficio.stampa@asl.bari.it](mailto:ufficio.stampa@asl.bari.it)

#### Articolo 5 - Campo di applicazione e destinatari

1. Le disposizioni della presente sezione si applicano a tutti i dipendenti dell'azienda nonché a tutti/e i/le collaboratori/collaboratrici o consulenti, con qualsiasi tipologia di contratto o incarico e a qualsiasi titolo, che prestino la loro attività nell'ambito dell'organizzazione dell'Azienda, ivi compresi borsisti, stagisti, tirocinanti, addetti al servizio civile, volontari, specializzandi e i soggetti titolari di rapporto di lavoro con il SSN operanti negli istituti penitenziari.
2. Tali disposizioni si applicano altresì, in quanto compatibili, al personale convenzionato con il SSN e, ai soggetti terzi, ivi comprese le organizzazioni sindacali che erogano servizi/attività a favore dell'Azienda. Le disposizioni della presente sezione si applicano al Direttore Generale, Direttore Amministrativo, Direttore Sanitario.
3. La Direzione Aziendale, al fine di rendere più tempestiva la circolazione delle informazioni, può ricorrere all'utilizzo di sistemi di messaggistica come Whatsapp. L'aggiornamento periodico dei membri dei gruppi è curato dalla Direzione Aziendale.
4. La UOC Servizio Comunicazione e Informazione Istituzionale, cura i contenuti editoriali, attraverso le unità operative e gli uffici ad essa afferenti UOS URP ed Ufficio stampa, predisponendo strategie di comunicazione e monitorando l'andamento dei canali social aziendali.

#### Articolo 6 - Uso privato dei social media

1. I profili social del personale, dei collaboratori e dei consulenti, ivi compresi il Direttore Generale, Direttore Amministrativi e Direttore Sanitaria della ASL BARI sono gestiti a titolo personale nel rispetto del Codice di comportamento, delle indicazioni presenti in questa Social Media Policy interna, nonché di tutta la regolamentazione interna e della normativa vigente in materia.
2. Con propri account personali, gli operatori della ASL BARI sono autorizzati ad accedere ai social media e a consultarli in orario di lavoro esclusivamente per scopi istituzionali e di informazione pertinente al

---

proprio lavoro o per condividere contenuti dalla pagina istituzionale dell'Azienda.

3. Nel caso in cui gli operatori accedano ad un social network con un account personale, devono tenere presente che possono essere comunque identificati dagli altri utenti come operatori dell'Azienda e, come tali, devono impegnarsi a mantenere un comportamento corretto, sia nei confronti degli utenti che nei confronti della propria Amministrazione, secondo quanto previsto dalla normativa in materia, attenendosi, altresì, al già citato art. 11 del vigente Codice di Comportamento Aziendale, nonché alla integrazione allo stesso, in corso di adozione ed a cui si rimanda, giusta previsione introdotta dal D.L. 36/2022 (PNRR) e in particolare all'art. 54 del D.Lgs n. 165 del 2001 che ha previsto le seguenti modificazioni:
  - a. dopo il comma 1 è inserito, il seguente 1-bis "il Codice di comportamento contiene, altresì, una sezione dedicata al corretto utilizzo delle tecnologie informatiche e dei mezzi di informazione e social media da parte dei dipendenti pubblici, anche al fine di tutelare l'immagine della pubblica amministrazione";
  - b. al comma 7 è aggiunto, infine, il seguente periodo: "le pubbliche amministrazioni prevedono lo svolgimento di un ciclo formativo la cui durata ed intensità sono proporzionate al grado di responsabilità e nei limiti delle risorse finanziarie disponibili a legislazione vigente, sui temi dell'etica pubblica e sul comportamento etico".
4. Per le ragioni sopra esposte nell'uso privato nei social media è necessario:
  - a. fare attenzione a come ci si presenta.  
I confini tra pubblico e privato, tra professionale e personale non sono sempre distinguibili dagli utenti della rete. Al fine di ridurre al minimo il rischio di equivoco è opportuno, quando si fanno considerazioni su argomenti che riguardano la salute e affini, specificare che si sta scrivendo a titolo personale e per proprio conto, e non come operatore dell'Azienda;
  - b. verificare le fonti prima di condividere informazioni se i contenuti riguardano la salute o affini;
  - c. evitare di diffondere informazioni, commenti o immagini atti a ledere l'immagine o l'onorabilità di cittadini, di colleghi, superiori o dell'Azienda in generale;
  - d. ricordare che la ASL BARI è un'organizzazione complessa i cui operatori e utenti riflettono un insieme diversificato di culture, valori e punti di vista per cui è opportuno esprimersi sempre con rispetto, salvaguardando la dignità e la riservatezza delle persone;
  - e. considerare che i social media e la rete in generale non devono essere utilizzati per divulgare informazioni e foto che identifichino persone senza il loro permesso, ai sensi delle norme in materia di privacy, cfr. circolare DPO DEL 26/04/2022 avente prot. n. 28114/2022
  - f. tener presente che è vietato divulgare online video o foto che possano includere terze parte senza il loro consenso;
  - g. che in caso di pubblicazione di video/foto per finalità didattiche, formative e di aggiornamento professionale, è necessario acquisire la liberatoria da tutti i soggetti ripresi, salvo oscurare i volti degli interessati;
  - h. assicurarsi che il contenuto pubblicato rispetti gli obblighi del dipendente pubblico.
5. Nello specifico, è fatto divieto di:
  - a. rendere pubbliche informazioni riservate in possesso della ASL BARI, come la corrispondenza interna, informazioni di terze parti identificate/identificabili (soggetti privati, altri dipendenti, altre Pubbliche Amministrazioni...) di cui si è a conoscenza in ragione del proprio lavoro, informazioni su attività lavorative, servizi, progetti e documenti non ancora resi pubblici, decisioni da assumere e provvedimenti relativi a procedimenti in corso prima della formalizzazione ufficiale. In ogni caso nessun atto, che non è per legge oggetto di pubblicazione ai sensi del D.Lgs n. 33/2013;
  - b. utilizzare il logo o le immagini aziendali in maniera indebita sulla base del progetto regionale

---

Hospitality, cfr. Delibera del Direttore Generale n. 960 del 3 giugno 2021 “Adozione nuovo logo e veste grafica del sito web della ASL di Bari - Progetto Regionale Hospitality DRG n. 2261 del 21.12.20217 e DGR n. 671 del 9.04.2019”;

- c. trattare sui social media casi clinici direttamente o indirettamente riconducibili a pazienti/utenti dei servizi aziendali identificati/identificabili;
- d. pubblicare / diffondere contenuti / informazioni / commenti /audio / foto / video/ qualsiasi materiale multimediale direttamente o indirettamente riferibili a pazienti/ utenti identificati/identificabili, nonché contattare pazienti/utenti per ragioni legate al servizio; divulgare foto, video, o altro materiale multimediale, che riprenda locali e personale dell’Azienda senza esplicita autorizzazione delle strutture e delle persone coinvolte, fatta eccezione per gli eventi autorizzati dall’Azienda che si svolgono presso la sede di lavoro;
- e. pubblicare messaggi minatori, ingiuriosi, commenti e dichiarazioni pubbliche offensive nei confronti dell’Azienda, ledendone immagine e compromettendone l’efficienza, fatto salvo il corretto esercizio delle libertà sindacali e del diritto di critica;
- f. effettuare riferimenti al lavoro/attività dei colleghi (eccettuate le informazioni di dominio pubblico);
- g. aprire blog, pagine o altri canali a nome dell’Azienda o delle strutture ad essa afferenti, o che trattano argomenti a essa riferiti.

Le prescrizioni di cui sopra costituiscono direttive formalmente impartite dall’Azienda nonché, limitatamente ai punti c, d, e, f, g, h, istruzioni del Titolare del trattamento a integrazione di quelle impartite all’atto della designazione a Soggetto Autorizzato al trattamento con Delega (SATD) ovvero Soggetto Autorizzato al trattamento (SAT). L’inosservanza di tali prescrizioni da parte del personale dipendente integra una forma di responsabilità disciplinare da declinare in riferimento ai rispettivi contratti di lavoro e da accertare in esito al procedimento disciplinare di cui al vigente Regolamento di comportamento aziendale fermo restando ogni ulteriore fattispecie di responsabilità (penale, civile, amministrativa, contabile) a carico del dipendente.

L’inosservanza di dette prescrizione da parte di personale esterno all’Azienda può dar luogo ad altre forme di responsabilità (civile, penale e amministrativa) da accertarsi nelle sedi giudiziarie più opportune.

Al fine di assicurare l’osservanza delle prescrizioni di cui sopra da parte dei destinatari non soggetti al potere disciplinare dell’Azienda, negli atti di incarico, nei bandi, negli avvisi e nei contratti/convenzioni di acquisizione delle collaborazioni, delle consulenze o dei servizi, le competenti strutture dell’Azienda inseriscono apposite disposizioni/clausole di risoluzione/decadenza del rapporto in caso di violazione di dette prescrizioni.

- 6. Per quanto riguarda l’utilizzo dei sistemi di messaggistica (es. Whatsapp), per la trasmissione di immagini e dati (immagini diagnostiche, refertazioni, ecc.), il ricorso a tali strumenti non è consentito, in quanto non fornisce adeguate garanzie circa la sicurezza dei dati sensibili del paziente. Pertanto, nell’ambito del processo diagnostico/assistenziale, sia nella relazione con il paziente che tra professionisti, l’uso di tali strumenti è vietato, fatta eccezione per casi di assoluta necessità e urgenza per finalità esclusivamente di cura. In ogni caso l’utilizzatore si assume la responsabilità dell’impiego di tali strumenti e delle relative condizioni/modalità di utilizzo, in particolare per quanto riguarda il dovere di ricorrere ad accortezze che impediscano di ricondurre i dati relativi alla salute a soggetti individuati o individuabili.

---

## Articolo 7 - Pagine e profili aziendali

1. La Direzione Strategica e la UOC Servizio Informazione e Comunicazione Istituzionale possono stabilire l'apertura di nuovi account, profili e/o pagine istituzionali dell'Azienda, gestiti – come quelli già attivi - esclusivamente dall'Ufficio stampa aziendale. Per i sistemi di messaggistica (cd. chat) valgono le indicazioni riportate in questo Regolamento. Non è permessa alcuna deroga.
2. È assolutamente vietato creare pagine e profili riferibili all'Azienda attraverso account o per conto di gruppi e strutture non autorizzate.
3. Gli operatori autorizzati alla gestione e alla pubblicazione di contenuti sui social media (social media editor) devono agire in coordinamento costante con la Direzione Strategica e UOC Servizio Informazione e Comunicazione Istituzionale e inosservanza di tutte le leggi sulla comunicazione e informazione pubblica, comprese le norme sulla privacy.
4. Responsabile della gestione e dei contenuti degli specifici account è l'Ufficio Stampa aziendale, in accordo con la Direzione Strategica e UOC Servizio Informazione e Comunicazione Istituzionale.
5. I componenti dell'Ufficio Stampa aziendale, ai quali viene delegato di agire in nome e per conto della ASL Bari, devono rispettare le Policy aziendali, le norme di comportamento dei dipendenti delle Pubbliche Amministrazioni, sia nei confronti della Asl sia nei confronti degli utenti.
6. I contenuti informativi dovranno comunque rispettare quanto disposto nel presente Regolamento e dovranno rispondere alle seguenti caratteristiche di qualità:
  - **Pertinenza:** attinenti alla tematica specifica per cui l'account è stato previsto;
  - **Validità scientifica:** le informazioni devono essere fornite da professionisti qualificati o attribuibili a soggetti istituzionali (es. Ministero della Salute, ISS, Agenas, AIFA, Regione Puglia ecc.);
  - **Trasparenza:** i contenuti devono essere chiari e per quanto possibile corredati da indirizzo e-mail o numero di telefono al quale gli utilizzatori possono chiedere ulteriori dettagli o supporto;
  - **Complementarietà:** i contenuti debbono essere destinati ad incoraggiare, e non a sostituire, le relazioni esistenti tra paziente e medico, utenti e personale sanitario, ecc.
7. La UOC Servizio Informazione e Comunicazione Istituzionale mantiene un elenco costantemente aggiornato dei soggetti autorizzati a operare sulle pagine o sugli account e disattiva prontamente le autorizzazioni relative a soggetti non più legittimati, ad esempio, per cessazione del rapporto di lavoro o collaborazione, o per modifica delle mansioni lavorative. È fondamentale che chiunque apra e gestisca un profilo o una pagina per diffondere informazioni per conto della Asl, sia dotato di strumenti e indicazioni necessarie per creare un'immagine coordinata con gli standard di comunicazione istituzionali.

## *CAPO III - Social Media Policy esterna*

### Articolo 8 - Scopo

1. La Social media policy esterna, regola l'utilizzo dei canali istituzionali dell'Azienda ASL BARI e definisce in essi le modalità di pubblicazione, redazione, gestione delle informazioni e della moderazione dei contenuti.
2. Di seguito sono indicati i profili istituzionali ufficiali dell'Azienda ASL BARI sui social media (tra cui le piattaforme di messaggistica istantanea):
  - pagina Facebook @aslbari (<https://www.facebook.com/aslbari>);
  - account Twitter @AslBari (<https://twitter.com/AslBari>);

- 
- account Instagram asl\_bari ([https://www.instagram.com/asl\\_bari/](https://www.instagram.com/asl_bari/));
  - account Linkedin ASL Bari (<https://www.linkedin.com/company/79986038/admin/>);
  - canale YouTube Azienda Sanitaria Locale Bari;
  - sistema di messaggistica Messenger;

### Articolo 9 - Campo di applicazione e destinatari

1. Attraverso le piattaforme social, la ASL BARI informa i cittadini su salute, servizi, professionisti, nuove tecnologie, progetti e iniziative, scadenze, eventi, bandi, opportunità di partecipazione e offre aggiornamenti in situazioni di emergenza. In particolare, l'ASL BARI promuove campagne di sensibilizzazione alla prevenzione e all'adozione di corretti stili di vita. I canali social della ASL BARI sono utilizzati, inoltre, per raccogliere commenti, richieste, domande, critiche e suggerimenti, dando eventuale informazione ai cittadini sulle modalità per l'invio di specifici quesiti o istanze all'Ufficio Relazioni con il Pubblico.

### Articolo 10 - Responsabilità

1. Le pagine e gli account social, gestiti dalla UOC Servizi, Informazione e Comunicazione Istituzionali dell'ASL BARI non sono canali per raccogliere segnalazioni o reclami specifici, né per inviare quesiti o istanze che richiedano una apposita attività istruttoria, che vanno invece indirizzati all'Ufficio Relazioni con il Pubblico, afferente alla stessa UOC utilizzando la specifica modulistica reperibile sul sito web aziendale.
2. La ASL BARI può condividere e rilanciare contenuti e messaggi di pubblico interesse realizzate da soggetti terzi (altri enti o soggetti accreditati). Non si assume responsabilità per eventuali informazioni errate o non aggiornate.
3. La presenza di spazi pubblicitari a margine dei contenuti pubblicati nelle pagine dei social network utilizzati dall'ASL BARI non è sotto il controllo dell'amministrazione, ma è gestita in autonomia dai gestori delle piattaforme social. I contenuti multimediali e in generale le opere dell'ingegno pubblicate tramite i social media a cui viene espressamente applicata la licenza Creative Commons CC BY 4.0, possono essere riprodotti liberamente, ma devono sempre essere accreditati al canale originale di riferimento.
4. Nella gestione dei contenuti la moderazione non è preventiva ma successiva alla pubblicazione, e mira esclusivamente al contenimento di eventuali comportamenti contrari alle norme d'uso. Commenti con contenuti volgari, offensivi, xenofobi, diffamatori o che consistano in una diffusione di dati personali, verranno cancellati, i rispettivi autori bloccati e nei casi ritenuti più gravi segnalati ai gestori delle piattaforme. L'Azienda si riserva, inoltre, la possibilità di bloccare e segnalare i profili non conformi alle regole.
5. Saranno eliminati messaggi che pubblicizzano attività commerciali, annunci di compravendita, offerte o omaggi di qualsiasi tipo nonché tutti quelli di propaganda politica. Verranno, inoltre, rimossi messaggi di spam o off topic (fuori tema) ed i messaggi in cui viene indicato stato di salute o patologie di un utente.
6. Negli spazi social istituzionali non sono ammessi commenti con contenuti/informazioni/materiali audio-foto-video:
  - relativi a casi medici direttamente o indirettamente riconducibili a soggetti identificati/identificabili;
  - riferiti a tematiche oggetto di controversie legali in atto con l'Azienda o prodromiche ad esse;

- che divulgano direttamente o indirettamente dati e informazioni personali (nomi, account privati di posta elettronica, indirizzi, numeri di telefono, codici fiscali, video o foto di persone riconoscibili senza autorizzazione...) o che in qualunque modo possono cagionare danni o ledere la sfera di riservatezza o la reputazione degli interessati;
  - che riportano, direttamente o indirettamente, informazioni riferite a minori/soggetti vulnerabili identificati/identificabili;
  - che divulgano dati particolari (dati relativi alla salute, orientamento sessuale, all'origine razziale o etnica, opinioni politiche, convinzioni religiose o filosofiche, appartenenza sindacale) e dati giudiziari direttamente o indirettamente riconducibili a soggetti identificati/identificabili.
7. In caso di rimozione di un contenuto che violi questa Policy può verificarsi anche la rimozione dei successivi commenti di utenti anche se questi non violano la policy, a causa della configurazione delle diverse piattaforme social e non per volontà dell'ASL BARI. Tutto ciò che è pubblicato dagli utenti è sottoposto ai termini del servizio dei canali social e può essere utilizzato dalle società proprietarie come da condizioni generali di contratto sottoscritte dall'utente. Per maggiori informazioni, occorre consultare i rispettivi termini del servizio.
  8. Per chi dovesse violare ripetutamente queste condizioni o quelle previste nei termini di servizio delle piattaforme social, l'amministratore/moderatore si riserva il diritto di utilizzare il ban o il blocco, nonché di segnalare l'utente ai responsabili della piattaforma ed eventualmente alle forze dell'ordine preposte.
  9. Gli eventi organizzati da singoli e associazioni saranno diffusi e pubblicizzati sui canali social aziendali solo se patrocinati dall'Azienda o da essa autorizzati.
  10. Messaggi e commenti pubblicati sulla pagina vengono controllati dall'UOC Servizio Informazione e Comunicazione Istituzionale, Ufficio Stampa e Ufficio Relazioni con il Pubblico dell'ASL BARI dal lunedì al venerdì negli orari di ufficio e gestiti direttamente o mediante informativa all'utente sulle modalità di presentazione di richieste e segnalazioni all'Ufficio Relazioni con il Pubblico. In caso eccezionale o di emergenza, il servizio garantirà tempestive comunicazioni.
  11. Il trattamento dei dati personali degli utenti social è regolato dalle policy dei diversi social media utilizzati. In ogni caso i dati personali o sensibili inseriti in commenti o post pubblici all'interno dei canali social dell'Azienda saranno rimossi.
  12. I dati condivisi dagli utenti attraverso eventuali messaggi privati (es. Messenger), inviati alla struttura che gestisce i profili social aziendali (URP) per quanto non previsto già dalle policy delle singole piattaforme sottoscritte dall'utente che utilizza il canale, saranno trattati nel rispetto della normativa vigente in materia di protezione dei dati personali, con modalità conformi a quanto indicato nell'informativa privacy specifica dei medesimi presente nel sito web dell'Azienda e conservati esclusivamente per il tempo necessario allo svolgimento del servizio richiesto dall'Utente.

#### Articolo 11 - Modalità di accesso e norme di comportamento degli utenti

1. L'accesso da parte di utenti esterni ai profili social istituzionali dell'Azienda Sanitaria è limitato alla pubblicazione di commenti ai post.
2. Il soggetto che si esprime potrà farlo liberamente in forma propositiva o critica ma sempre con un linguaggio decoroso senza espressioni scurrili, o che neghino o offendano l'orientamento sessuale, la provenienza etnica o l'orientamento religioso.
3. I commenti e le foto che possono essere inseriti devono essere di interesse generale e devono rispettare le norme per la riservatezza.
4. Ogni utente deve tenere un comportamento rispettoso dell'etica e delle norme di buon uso dei servizi

---

in rete ed è direttamente responsabile civilmente e penalmente, a norma delle leggi vigenti, dell'uso fatto del servizio. Il controllo e la verifica di quanto disposto, fermo l'obbligo di denuncia all'autorità giudiziaria, è in capo alla UOC Servizio Informazione e Comunicazione Istituzionale.

5. Saranno rimossi commenti e tag:

- di contenuto politico e/o propagandistico;
- volti a promuovere attività commerciali e con finalità di lucro;
- aventi linguaggio inappropriato e/o un tono minaccioso, violento, volgare o offensivo, ecc.;
- dai contenuti discriminatori, osceni, pedo/pornografici, illeciti o tesi ad incitare il compimento di attività illecite;
- offensivi, ingannevoli, allarmistici, o in grado di violare i diritti di terzi, come nel caso di divulgazione di dati e informazioni personali o violazione di copyright e in, ogni caso, lesivi dell'immagine e della reputazione dell'Azienda.

### PROFILI CONTABILI

RILEVANTE, a valere su:  NON rilevante

### ONERI DI PUBBLICAZIONE OBBLIGATORIA EX D. LGS. 33/2013:

SOGGETTA a pubblicazione  NON soggetta a pubblicazione

### ONERI DI RISERVATEZZA:

CONTIENE dati personali da NON pubblicare  NON contiene dati personali

### DESTINATARI NOTIFICA/TRASMISSIONE

**PROPOSTA N.RO 20220003485 APPROVATA CON DELIBERAZIONE N.RO 20220002237 DEL 22/11/2022**

Con la sottoscrizione in calce al presente provvedimento, i firmatari di cui sopra, ciascuno in relazione al proprio ruolo come indicato e per quanto di rispettiva competenza, attestano che il procedimento istruttorio è stato espletato nel rispetto della normativa regionale e nazionale applicabile e che il provvedimento predisposto è conforme alle risultanze istruttorie agli atti d'ufficio.

I medesimi soggetti dichiarano, inoltre, di non versare in alcuna situazione di conflitto di interesse, anche potenziale, ex art. 6-bis, l. 241/90, artt. 6, 7 e 13, c. 3, D.P.R. 62/2013, vigente codice di comportamento aziendale (DDG n. 132/2019) e art. 1, c. 9, lett. e), l. 190/2012 – quest'ultimo come recepito, a livello aziendale, alla Parte II, par. 1, lett. c) del vigente PTPCT – tale da pregiudicare l'esercizio imparziale di funzioni e compiti attribuiti, in relazione al procedimento indicato in oggetto, così come di non trovarsi in alcuna delle condizioni di incompatibilità di cui all'art. 35-bis, D.L.gs. 165/2001.

RUOLO	NOME E COGNOME	FIRMA
Estensore	D'onofrio Massimo	 Firmato digitalmente il 21/11/2022 09:27
Responsabile del Procedimento ai sensi della L. 241/1990	Lepore Marilena	 Firmato digitalmente il 21/11/2022 09:29
Dirigente PTA	Mangini Francesco Maurizio	 Firmato digitalmente il 21/11/2022 09:32
Responsabile UOS/UOSD	Fortunato Elisabetta	 Firmato digitalmente il 21/11/2022 09:34
Direttore/Responsabile di Struttura	Fruscio Luigi	 Firmato digitalmente il 21/11/2022 10:03