



SERVIZIO SANITARIO REGIONALE
BASILICATA
Azienda Sanitaria Locale di Potenza

**PIANO INTEGRATO PER
L'ETICA DELLA
COMUNICAZIONE
PUBBLICA
DELL' AZIENDA SANITARIA
LOCALE DI POTENZA
2025/2027**

1. PRESENTAZIONE
2. IL PIANO DI COMUNICAZIONE (*Obiettivi e finalità*)
3. INFORMAZIONE
4. COMUNICAZIONE
 - COMUNICAZIONE INTERNA
 - COMUNICAZIONE ESTERNA (*Tipologie di comunicazione sanitaria*)
 - COMUNICAZIONE DI CRISI (*Eventi avversi*)
5. LE STRUTTURE DELLA COMUNICAZIONE
6. L'UFFICIO RELAZIONI CON IL PUBBLICO (URP)
7. L'UFFICIO STAMPA
8. IL PORTAVOCE
9. IL RESPONSABILE DELLA PREVENZIONE, DELLA CORRUZIONE E DELLA TRASPARENZA (RTCP)
10. PROPOSTE

A Cura della dott.ssa Nadia Guglielmo, Responsabile della U.O.S.D. “Prevenzione della corruzione, Trasparenza e URP”

PRESENTAZIONE

1 - PRESENTAZIONE

La Legge 150/2000 rappresenta il caposaldo della comunicazione pubblica, in quanto fissa i confini normativi della Comunicazione pubblica, che viene individuata nelle attività d'informazione e comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni e riconosce la comunicazione, sia interna che esterna, come elemento qualificante del nuovo sistema di relazioni tra amministrazioni e cittadini.

Nell'alveo della comunicazione pubblica, il legislatore distingue e riconosce il ruolo degli URP e degli Uffici Stampa, introduce la figura del Portavoce e valorizza le diverse professioni e le competenze necessarie per gestire attività, strumenti e funzioni, assegnando un ruolo centrale alla formazione del personale addetto alla comunicazione pubblica.

L'introduzione della digitalizzazione delle PA e l'avvento dei Social Media ha reso la comunicazione sempre più necessaria e centrale nelle Amministrazioni, non solo nell'ottica della trasparenza ma anche della partecipazione, della condivisione e della rendicontazione sociale.

La Legge n. 150/2000 si innesta in un contesto ancora non pienamente digitalizzato. L'evoluzione tempestiva e costante dell'uso di nuove tecnologie e l'introduzione di nuovi strumenti informativi ha profondamente cambiato l'ecosistema comunicativo ed è innegabile la necessità di una nuova infrastruttura normativa che possa riorganizzare e rilanciare la comunicazione pubblica italiana, rivedendo i profili e le funzioni, disciplinando l'uso dei nuovi media e riconoscendo le nuove professionalità legate al mondo della comunicazione social.

L'Azienda Sanitaria Locale di Potenza – ASP, con il Piano Integrato per l'Etica della Comunicazione Pubblica dell'Azienda Sanitaria Locale di Potenza 2025/2027 definisce le linee programmatiche aziendali della comunicazione interna ed esterna, coinvolgendo tutte le figure e le strutture deputate all'interazione con il cittadino e gli organi di stampa e puntando ad un rapporto di fiducia reciproca che possa nel tempo contribuire al miglioramento della comunicazione e dei servizi sanitari.

**PIANO INTEGRATO PER L'ETICA
DELLA COMUNICAZIONE
PUBBLICA DELL'AZIENDA
SANITARIA LOCALE DI POTENZA
2025/2027**

2 - IL PIANO INTEGRATO PER L'ETICA DELLA COMUNICAZIONE PUBBLICA DELL'AZIENDA SANITARIA LOCALE DI POTENZA 2025/2027

Il Piano Integrato per l'Etica della Comunicazione Pubblica dell'Azienda Sanitaria Locale di Potenza 2025/2027 è lo strumento con cui l'Azienda Sanitaria Locale di Potenza – ASP definisce le linee tecnico-programmatiche relative ai prodotti ed ai servizi di informazione e comunicazione interna ed esterna da realizzare, alle loro caratteristiche, agli obiettivi da perseguire, all'organizzazione del lavoro, all'utilizzazione delle risorse tecniche e tecnologiche, al modello di verifica degli impatti e dei risultati.

In particolare, le attività di informazione e di comunicazione dell'Azienda Sanitaria Locale di Potenza – ASP, in attuazione dei principi di trasparenza ed efficacia dell'azione amministrativa, sono finalizzate a:

- a) illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, al fine di facilitarne l'applicazione;
- b) illustrare le attività e i servizi dell'Azienda e il loro funzionamento;
- c) favorire l'accesso ai servizi sanitari, promuovendone la conoscenza;
- d) promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- e) favorire processi interni di semplificazione delle procedure e di modernizzazione degli apparati nonché la conoscenza dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi;
- f) promuovere l'immagine dell'Azienda Sanitaria Locale di Potenza – ASP, conferendo conoscenza e visibilità ad eventi d'importanza locale, regionale, nazionale ed internazionale.

Le tipologie di servizi da realizzare possono essere ricondotte a tre macro aree:

1. **Informazione rivolta ai mezzi di comunicazione di massa**, attraverso stampa, audiovisivi e strumenti telematici e social media che serve a consentire una diffusione omogenea e coerente dell'immagine aziendale, attraverso la divulgazione della propria attività, dei propri servizi, delle proprie policy, normative e cultura di riferimento.
2. **Comunicazione esterna** rivolta ai cittadini, ad altre amministrazioni o enti, imprese o associazioni che contribuisce a costruire la percezione della qualità del servizio e costituisce un canale permanente di ascolto e verifica del livello di soddisfazione del cittadino/utente, tale da consentire all'Azienda di adeguare di volta in volta il servizio offerto.
3. **Comunicazione interna** realizzata nell'ambito dell'organizzazione dell'Azienda Sanitaria Locale di Potenza – ASP, quale forma di comunicazione complementare e funzionale alla comunicazione esterna e rivolta ai dipendenti dell'Azienda.

La Direzione Strategica dell'ASP considera l'Informazione e la Comunicazione, sia interna che esterna, strumenti per la condivisione delle strategie aziendali con i dipendenti e con gli utenti affinché vengano percepite in modo positivo e propositivo, trasparente, tempestivo e chiaro.

Gli obiettivi e le finalità

Gli obiettivi e le finalità del Piano di Comunicazione dell'Azienda Sanitaria Locale di Potenza – ASP sono correlati alla programmazione e all'organizzazione aziendale:

- ⇒ Sviluppo di una strategia di comunicazione costante, coerente, coordinata e integrata;
- ⇒ Una comunicazione esterna chiara, trasparente e tempestiva soprattutto con gli organi di informazione e le altre istituzioni;
- ⇒ Creazione di un sistema continuo di interscambio tra comunicazione interna ed esterna finalizzato al miglioramento della qualità dei servizi e ad una fattiva ed efficiente organizzazione delle attività sanitarie che devono rispondere alla domanda.

L' INFORMAZIONE

3 - INFORMAZIONE

L'Informazione è l'attività rivolta ai mezzi di comunicazione di massa, attraverso stampa, audiovisivi e strumenti telematici e social media che consente una diffusione omogenea e coerente dell'immagine aziendale, attraverso la divulgazione della propria attività, dei propri servizi, delle proprie policy, normative e cultura di riferimento.

Le attività di informazione dell'Azienda Sanitaria Locale di Potenza sono curate dall'Ufficio Stampa e, nelle more della sua costituzione, dalla U.O.S.D. Prevenzione della Corruzione, Trasparenza e URP.

Per il raggiungimento di questo obiettivo sono utilizzati i seguenti strumenti:

- **Comunicati stampa**

Le attività, e gli eventi programmati dall'Azienda Sanitaria Locale di Potenza sono rese pubbliche attraverso i comunicati stampa che vengono redatti dall'Ufficio, pubblicati sul sito istituzionale e sui profili aziendali aperti sui Social Media e inviati agli organi di informazione presenti sul territorio. I Comunicati stampa consistono in nota scritta ufficiale redatta dall'Ufficio Stampa dell'ASP per comunicare agli organi di stampa (ed ai mass media in generale) le ultime iniziative e le novità sulle attività e servizi dell'ente. Firmato da un addetto stampa, riporta tutte le informazioni utili per realizzare articoli inerenti alla notizia che intende comunicare.

I comunicati sono corredati da foto e immagini video che possono essere utili alla pubblicazione.

- **Conferenze stampa, eventi stampa, interviste e convegni**

Per comunicare le iniziative aziendali, eventi di crisi, servizi sanitari o per qualunque altra informazione che si rende necessario veicolare alla popolazione a mezzo stampa, l'Azienda organizza conferenze stampa o eventi stampa, interviste e convegni. La Conferenza stampa è un evento informativo organizzato dall'Azienda, a cui sono invitati i mass media, per annunciare delle notizie.

L'Ufficio garantisce tutti gli step connessi all'incontro: il contatto con i mass media, da quelli della carta stampata a quelli delle televisioni, radio, fino a quelli che lavorano online, così da ottenere una copertura mediatica capillare; le fasi di annuncio dell'incontro con la redazione di comunicati; la preparazione di cartelle per la stampa da distribuire ai giornalisti; la redazione e l'invio del comunicato finale agli organi di stampa.

- Approfondimenti video

Gli approfondimenti video sono finalizzati a comunicare le iniziative dell'Azienda e saranno realizzati dall'Ufficio e pubblicati sul sito istituzionale e sui profili aziendali aperti sui social network.

- Inserti redazionali e pubblicitari sulla stampa

L'Azienda può acquisire spazi pubblicitari a pagamento per la divulgazione di informazioni, approfondimenti, campagne istituzionali o iniziative speciali, pubblicità istituzionale legati ai temi specifici di interesse aziendali.

- Diffusione TG su radio e tv locali

La radio e le TV locali costituiscono una fonte di diffusione delle informazioni delle attività dell'Azienda. Si prevede la possibilità di attivare questo nuovo ulteriore sistema di comunicazione per raggiungere un target più ampio e diversificato.

LA COMUNICAZIONE

INTERNA, ESTERNA, DI CRISI

4 - LA COMUNICAZIONE

Le attività di Comunicazione dell'Azienda Sanitaria Locale di Potenza – ASP sono curate dall'Ufficio Stampa e, nelle more della sua costituzione, dalla U.O.S.D. Prevenzione della Corruzione, Trasparenza e URP.

♦ LA COMUNICAZIONE INTERNA

La Comunicazione Interna è l'insieme dei flussi di informazioni che circolano tra tutte le persone che fanno parte dell'Azienda Sanitaria Locale di Potenza – ASP.

La Comunicazione Interna riguarda tutto ciò che permette ai dipendenti dell'ASP di comprendere: cosa sta accadendo nell'Azienda, quale direzione sta prendendo l'Azienda, cosa ci si aspetta da ciascuno; come si contribuisce a raggiungere gli obiettivi. Una Comunicazione Interna efficace non è un flusso unidirezionale, ma è un sistema dinamico e bidirezionale: i messaggi si muovono dall'alto verso il basso, dal basso verso l'alto e trasversalmente tra il personale. Ogni interazione contribuisce al miglioramento dell'organizzazione aziendale e delle attività svolte dal personale.

La Comunicazione Interna moderna va oltre la mera trasmissione di direttive o informazioni operative. Il suo scopo è costruire relazioni di fiducia, far emergere tempestivamente i problemi e incentivare la partecipazione attiva di tutto il personale.

Gli obiettivi della Comunicazione Interna:

- ♦ La circolazione delle informazioni sugli obiettivi della Direzione strategica;
- ♦ Rispondere ai bisogni informativi interni;
- ♦ Migliorare i servizi attraverso una capillare e tempestiva comunicazione interna;
- ♦ Condivisione e cultura dell'appartenenza.

Strumenti:

1. **Sito Internet aziendale:** è prevista la sezione dedicata a “News per i Dipendenti” .per diffondere con carattere di immediatezza informazioni utili a tutti i dipendenti.
2. **Posta elettronica:** la posta elettronica aziendale consente di inviare formalmente messaggi e documenti, tenendo traccia di qualunque rapporto o proposta scambiata.

Sarà possibile conservare tutte le informazioni cruciali e semplificarne la consultazione:

- A. soluzione e-mail velocizza la comunicazione con dirigenti agevolando la coordinazione degli sforzi collettivi e la condivisione efficace di informazioni critiche. In più, permette di allegare documenti e contratti di ogni tipo, semplificando lo sviluppo di un flusso di lavoro efficiente tra colleghi. È necessario garantire il funzionamento attraverso una serie di regole di comportamento, che manterranno la professionalità dello scambio di messaggi evitando le incomprensioni.
- B. Possono essere utilizzate anche caselle di posta elettronica impersonali PEO e PEC per le comunicazioni con gli Uffici.

Messaggistica interna (SMS, WhatsApp): La messaggistica istantanea è una delle soluzioni più utilizzate per le interazioni informali quotidiane. Questo strumento di comunicazione interna permette infatti ai coordinatori, ai responsabili e ai dipendenti di un Ufficio, di un Organismo aziendale o di un gruppo di lavoro di mantenersi in contatto in tempo reale e di coordinare efficacemente il lavoro generale, rispondendo immediatamente a qualunque domanda. L'utilizzo della chat può incoraggiare una comunicazione più diretta tra colleghi, contribuendo al raggiungimento degli obiettivi degli uffici/gruppi.

Videoconferenza: l'impiego di software per videoconferenze e videochiamate. Questi strumenti di comunicazione interna, intuitivi e semplici da usare, permettono di organizzare riunioni virtuali anche con utenti molto distanti geograficamente.

Newsletter: uno strumento di comunicazione interna che aiuta a diffondere novità e annunci riguardanti l'Azienda.

Sondaggi e moduli di feedback: lo scopo è di valutare l'ambiente di lavoro aziendale, prestando attenzione ai suggerimenti dei dipendenti e individuando eventuali aree di miglioramento nei processi interni.

Referente della comunicazione: Il responsabile della comunicazione è il Direttore dell'Ufficio Stampa e, nelle more della sua costituzione, il Responsabile della U.O.S.D. Prevenzione della Corruzione, Trasparenza e URP . È la figura che organizza e gestisce la comunicazione dell'Azienda. Si occupa di supportare la Direzione Strategica ASP nella definizione di una strategia comunicativa che rispecchi i valori aziendali, gestisce il budget e tutte le attività relative alla comunicazione. Il responsabile della comunicazione fa una analisi del pubblico target e dei vari mezzi di comunicazione (web, social media, giornali, carta stampata, televisione, radio ...) e stende il Piano Integrato per l'Etica della Comunicazione Pubblica dell'ASP.

♦ LA COMUNICAZIONE ESTERNA

La Comunicazione Esterna è rivolta ai cittadini, agli organi di stampa, alle collettività e ad altri enti attraverso ogni modalità tecnica ed organizzativa” (art. 1 comma 4/b Legge n. 150/2000).

La Comunicazione Esterna contribuisce a costruire l'immagine e la reputazione dell'Azienda; attraverso i suoi canali di comunicazione, i cittadini vengono a conoscenza dei servizi sanitari erogati, e costituisce un canale di verifica del grado di soddisfazione dell'utenza e, allo stesso tempo, una opportunità di miglioramento dei servizi.

Vi sono diverse tipologie di Comunicazione Esterna:

- ◇ **Comunicazione per la Salute:** definita come “educazione alla salute”, è lo strumento con cui l'Azienda opera per promuovere e diffondere attività per migliorare la salute dei cittadini e corretti stili di vita. Questa area della comunicazione viene definita anche “social advertising” per la vastissima diffusione di contenuti e messaggi, quali la prevenzione dalle dipendenze, promozione di attività sportive, prevenzione degli incidenti domestici, campagne di prevenzione dal caldo, ecc..
- ◇ **Comunicazione Sanitaria:** attraverso lo strumento della comunicazione, l'utente può accedere ai servizi sanitari con più consapevolezza e autonomia (ad es. Carta dei Servizi).
- ◇ **Comunicazione Istituzionale:** i target di riferimento e gli stakeholder dovranno percepire una immagine dell'Azienda realmente vicina ai bisogni sanitari della popolazione di riferimento dell'Azienda.
- ◇ **Comunicazione Interpersonale:** è la comunicazione che intercorre tra operatore sanitario e utente e tra gli stessi operatori. Nell'ottica dell'umanizzazione delle cure nel colloquio tra operatore sanitario e utente è divenuto fondamentale anche il modo di comunicare non verbale e paraverbale (gesti, tono della voce, sguardo) che potrebbe essere frainteso e reinterpretato dall'utente, sfociando in incomprensioni e, nei casi più gravi, in aggressioni verbali e fisiche, il cui fenomeno è in pericoloso aumento.

Strumenti di Comunicazione Esterna:

1. Sito Internet. Il Sito Internet ASP segue le Linee Guida che definiscono orientano e realizzano i siti internet e i servizi digitali delle Pubbliche Amministrazioni definito all'art. 53 del D.lgs. n.82 e s.m.i. del 07/03/2005 - Codice dell'Amministrazione Digitale (CAD).

Il sito internet ASP possiede i seguenti specifici requisiti:

- * **Accessibilità** (tutti gli utenti devono poter accedere ai contenuti)
- * **Affidabilità, Trasparenza e Sicurezza** (sviluppare servizi digitali che garantiscano la trasparenza delle informazioni e la sicurezza in materia di protezione dei dati personali)
- * **Semplicità di consultazione ed esperienza d'uso** (progettare, realizzare e mantenere siti internet e servizi digitali utili e facili da usare, secondo una metodologia di progettazione centrata sull'utente.
- * **Monitoraggio dei servizi** (analizzare e migliorare l'esperienza d'uso dei siti/servizi istituzionali mediante la relazione qualitativa e quantitativa dei dati di fruizione).
- * **Interfaccia utente** (mettere a disposizione interfacce utenti semplici da utilizzare).

2. Social Media: Negli ultimi anni il ruolo dei social media è diventato centrale e rappresenta uno dei principali mezzi attraverso i quali il cittadino viene a conoscenza, con carattere di immediatezza, delle attività dell'Azienda e dei servizi offerti. I social possiedono anche una dimensione di interazione che consente, oltre all'immediatezza dell'informazione dall'Azienda, anche la capacità di reazione e di sollecitazione da parte dell'utenza.

A seconda delle peculiarità dei singoli social media e dei relativi target, possono essere veicolati contenuti specifici con diverse modalità espressive.

Attraverso il social **Facebook**, possono essere pubblicati testi, anche ampi, foto e video, come post e stati, rivolti ad un pubblico generalizzato.

Con riferimento al profilo **Instagram**, data la specificità visuale di questo social e il tasso di coinvolgimento più elevato, possono essere pubblicate foto e video brevi per raggiungere un target diverso di utenti, tendenzialmente giovanile.

Il canale **YouTube** rappresenta un ulteriore strumento a supporto della diffusione del materiale video già pubblicato sul sito istituzionale.

Le notizie e i video sono veicolati anche attraverso il canale **WhatsApp** e **Telegram**, da implementare.

E' da riattivare il profilo aziendale su **X** su cui, grazie alla brevità dei contenuti, è possibile diffondere messaggi in maniera precisa, puntuale e essenziale.

3. **Carta dei Servizi:** fornisce le informazioni essenziali sui servizi e le prestazioni erogate sul territorio, al fine di facilitare la fruizione degli stessi da parte dei cittadini.
4. **Bilancio Sociale:** è uno strumento di comunicazione attraverso il quale l'Azienda Sanitaria Locale di Potenza (ASP) rendiconta agli Stakeholders e ai Cittadini l'attività dei servizi sanitari, delle prestazioni erogate, delle risorse e dei risultati conseguiti.
5. **Eventi Aziendali:** Giornata della Trasparenza, Convegni, ecc.
6. **Rapporti con i Media:**
 - ♦ **Portavoce** per quanto riguarda la Direzione Strategica;
 - ♦ **Ufficio Stampa** per quanto riguarda la comunicazione Istituzionale e Comunicazione di emergenza (si veda La comunicazione di crisi)
7. **Campagne di Comunicazione:** sono realizzate a tema e hanno come obiettivo quello di informare e sensibilizzare i cittadini proponendo messaggi chiari, positivi, in grado di aumentare la consapevolezza del destinatario rispetto all'importanza di mettere in atto uno stile di vita salutare.
8. **Materiale Informativo Patrocinio e utilizzo logo aziendale**
9. **Sanità Digitale:** Le tecnologie disponibili mostrano il valore della sanità digitale nell'offrire cure sempre più efficaci e personalizzate, anche quando i pazienti sono a casa: dal Fascicolo Sanitario Elettronico, alla Telemedicina, al potenziamento del CUP – unico Hub per la gestione e il monitoraggio di prenotazioni e prestazioni sanitarie – crescono i vantaggi per utenti e per il Sistema sanitario nazionale.

♦ LA COMUNICAZIONE DI CRISI (EVENTI AVVERSI)

Il Ministero della Salute nel 2011 ha varato le “Linee guida per gestire e comunicare gli eventi avversi in sanità”.

Sulla base delle Linee Guida del Ministero è necessario che l’Azienda disponga una procedura per l’analisi dell’evento avverso, l’individuazione dei fattori causali e/o contribuenti e la messa a punto di un piano di miglioramento.

L’attivazione del sistema va ad individuare tre tipologie di eventi:

- a. **eventi sentinella** (segnalazione di errori in sanità);
- b. **eventi avversi** (eventi a livello territoriale ed ospedaliero);
- c. **quasi Eventi** (Near Miss) - i mancati eventi che prevedono la prevenzione.

La comunicazione trasparente e onesta degli eventi avversi e delle loro conseguenze – come previsto nelle Linee Guida – realizza un principio etico e deontologico, e rappresenta un pilastro fondamentale per la gestione del rischio clinico e per mantenere il rapporto di fiducia tra il sistema sanitario, i cittadini, i pazienti e i mass media. Ciò permette di rafforzare la relazione di fiducia tra operatori sanitari e pazienti e di diminuire il numero di contenziosi. Questo approccio richiede un’analisi accurata ed approfondita dell’evento avverso, l’identificazione dei fattori contribuenti e delle cause radice e la definizione di un piano di azione per ridurre la probabilità di accadimento dell’evento avverso. Per favorire la gestione efficace degli eventi avversi, è necessario rendere disponibili strumenti specifici che consentano di ridurre il rischio, generare i necessari miglioramenti di sistema e promuovere una cultura centrata sulla sicurezza nell’erogazione dei livelli essenziali di assistenza (LEA).

Le Linee guida individuano due fasi principali rispetto alle quali predisporre le procedure per la gestione dell’evento avverso:

Fase 1: Analisi dell’evento con le seguenti azioni prioritarie:

- 1. Segnalazione dell’evento;
- 2. Identificazione dei fattori causali e/o contribuenti;
- 3. Azioni di miglioramento e valutazione.

Fase 2: Azioni di comunicazione e di contenimento del danno e/o di ristoro, con le seguenti azioni prioritarie:

- 1. Esprimere rincrescimento e relazionarsi con il paziente e con i familiari;
- 2. Attivare le azioni di sostegno agli operatori;
- 3. Attivare una comunicazione istituzionale esterna veritiera, completa, seria ed esaustiva;
- 4. Favorire la definizione stragiudiziale.

Gli obiettivi sono quelli di garantire il diritto dei pazienti a ricevere una comunicazione trasparente e onesta e rendere conto delle proprie azioni (accountability), in particolare quando si verifica un evento avverso.

**LE STRUTTURE DELLA
COMUNICAZIONE
UFFICIO RELAZIONI CON
IL PUBBLICO—URP**

5 - LE STRUTTURE DELLA COMUNICAZIONE

Ai sensi della Legge n. 150/2000 e dell'art. 11 del D. Lgs. n. 165/2001 e s.m.i le Amministrazioni, per le attività di informazione e comunicazione dispongono delle seguenti strutture: Ufficio per le relazioni con il pubblico, Ufficio Stampa e Portavoce.

I - UFFICIO PER LE RELAZIONI CON IL PUBBLICO - URP

L'ASP individua nell'ambito della struttura U.O.S.D. "Prevenzione della Corruzione, Trasparenza e URP" l'Ufficio per le relazioni con il pubblico che provvede, anche mediante l'utilizzo di tecnologie informatiche:

- a) al servizio all'utenza per i diritti di partecipazione di cui al capo III della legge 7 agosto 1990, n. 241, e successive modificazioni ed integrazioni;
- b) all'informazione all'utenza relativa agli atti e allo stato dei procedimenti;
- c) alla ricerca ed analisi finalizzate alla formulazione di proposte all'Azienda sugli aspetti organizzativi e logistici del rapporto con l'utenza.

Il responsabile dell'ufficio per le relazioni con il pubblico e il personale da lui indicato possono promuovere iniziative volte, anche con il supporto delle procedure informatiche, al miglioramento dei servizi per il pubblico, alla semplificazione e all'accelerazione delle procedure e all'incremento delle modalità di accesso informale alle informazioni in possesso dell'amministrazione e ai documenti amministrativi.

Le funzioni dell'URP

All'URP sono assegnate funzioni di:

- Informazione sulle disposizioni normative, su temi di rilevante interesse pubblico e sociale, sulle attività e i servizi dell'Asp;
- Comunicazione esterna;
- Accesso agli atti;
- Comunicazione istituzionale on line, essenzialmente attraverso la promozione dell'adozione di sistemi di interconnessione telematica e il coordinamento delle reti civiche;
- Ascolto e misurazione della qualità dei servizi;
- Comunicazione interna;
- Comunicazione interistituzionale, attraverso l'istituzione di flussi informativi tra gli uffici per le relazioni con il pubblico delle varie amministrazioni, come ad esempio attraverso la costituzione di Reti di URP.
- attuazione di un sistema di gestione dei reclami e dei segnali di disservizio, al fine di utilizzare le segnalazioni come aiuto alla soluzione dei problemi.

L'Ufficio Relazioni con il Pubblico, secondo la Direttiva Frattini del 7 febbraio 2002 sulle attività di comunicazione delle Amministrazioni Pubbliche, deve contribuire, per il tramite del proprio Responsabile, al coordinamento delle funzioni di Comunicazione dell'Ente.

La Direttiva, inoltre, sottolinea l'importanza e la necessità di prevedere una struttura organizzativa formalmente riconosciuta, seppure non gerarchicamente sovraordinata, in cui il Responsabile URP, il Direttore dell'Ufficio Stampa e il Portavoce (dove presente), si coordinano reciprocamente e congiuntamente provvedono alla pianificazione delle attività di comunicazione dell'Ente, sostanzialmente attraverso la redazione del Piano di comunicazione.

E' possibile, dunque, suddividere le attività dell'URP in tre macroaree:

- a. l'area dell'informazione e della prestazione: comunicazione esterna, attività di informazione su disposizioni normative e sui servizi offerti dall'ente, garantire l'esercizio dei diritti di accesso, la partecipazione, promuovere informazioni su temi di interesse generale.
- b. l'area dell'ascolto e della verifica: attuazione dei processi di verifica della qualità dei servizi e della soddisfazione degli utenti, attraverso l'ascolto e indagini di customer Satisfaction.
- c. l'area dell'organizzazione: promozione di sistemi di interconnessione telematica, coordinamento delle reti civiche, sviluppo della comunicazione intra-istituzionale e inter-istituzionale.

**LE STRUTTURE DELLA
COMUNICAZIONE
L'UFFICIO STAMPA**

II - UFFICIO STAMPA

Le attività di informazione dell'Azienda Sanitaria Locale di Potenza sono assicurate e curate dall'Ufficio Stampa e, nelle more della sua costituzione, dalla U.O.S.D. Prevenzione della Corruzione, Trasparenza e URP.

L'Ufficio Stampa assolve, in particolare, compiti istituzionali di comunicazione interna e esterna di informazione in collegamento con gli organi di informazione locali, regionali, nazionali a mezzo stampa, radiofonici, televisivi ed on line.

Il 10 novembre 2011 il Consiglio Nazionale dell'Ordine dei giornalisti ha approvato la Carta dei doveri dei giornalisti degli Uffici stampa. Nel documento ufficiale si definisce come attività di Ufficio Stampa: "una funzione d'informazione prettamente giornalistica, in quanto diffonde notizie per conto di aziende, organismi, enti privati o pubblici. Sono perciò esclusi dall'attività di Ufficio Stampa differenti aspetti della comunicazione, come relazioni pubbliche, relazioni con i cittadini, marketing e pubblicità".

Le funzioni

Le funzioni principali dell'Ufficio Stampa dell'Azienda Sanitaria sono quelle di selezionare, filtrare e veicolare il flusso delle informazioni provenienti dall'interno dell'Azienda verso gli organi di informazione.

I suoi principali interlocutori sono i mass media: quotidiani, radio, tv, riviste, agenzie di stampa, siti web, social network ecc. in grado di raggiungere precisi e circoscritti target di utenza così come il pubblico di massa in generale.

L'Ufficio stampa ha il compito di fornire informazione e creare una buona immagine dell'Azienda, e far sì che gli Organi di Stampa si indirizzi all'Ufficio come fonte attendibile anche in eventi di crisi.

I principali obiettivi dell'Ufficio Stampa sono:

- ottenere la maggiore visibilità possibile costante e mirata sui media;
- certificare ed avvallare la credibilità dei messaggi divulgati dall'ASP;
- veicolare messaggi complessi;
- creare un flusso continuo di informazioni;
- interessare gli Organi di Stampa;
- creare un'immagine positiva dell'ente;
- prevenire e risolvere situazioni pericolose e dannose per l'ASP (Comunicazione di crisi, evento avverso);
- accreditare il proprio Ente come fonte indispensabile su specifiche tematiche.

L'Ufficio Stampa svolge i seguenti compiti:

- redazione di comunicati stampa riguardanti l'attività dell'ASP e del suo vertice istituzionale, allo scopo di informare e promuovere i servizi offerti ai cittadini;
- programmazione e realizzazione di trasmissioni televisive e radiofoniche trasmesse da emittenti sia a carattere locale che regionale;
- organizzazione di conferenze stampa, incontri, eventi stampa e convegni;
- predisposizione della rassegna stampa, anche attraverso strumenti informatici;
- tenuta dell'archivio informativo dell'ASP (articoli di quotidiani e periodici, registrazioni audio/video che riguardano le strutture aziendali);
- promozione di azioni intese a valorizzare l'immagine dell'ente, anche mediante la produzione di opuscoli e materiale informativo adeguato allo scopo;
- direzione e coordinamento dell'attività connessa alla realizzazione del giornale aziendale o di altri prodotti editoriali promossi dall'ASP;
- collabora alla predisposizione e redazione di strumenti di comunicazione interna.
- cura l'informazione sui social network, cura l'aggiornamento dell'informazioni da riportare sul sito aziendale (comunicati, rassegna stampa ecc...) .

Flussi informativi

L'Ufficio Stampa è la sola struttura aziendale competente e titolata ad assicurare le informazioni e le relazioni con la stampa e i media e ciò al fine di evitare notizie frammentarie, occasionali e incoerenti rispetto alla "mission" aziendale. L'Ufficio stampa coordina l'informazione in stretto contatto con la Direzione Strategica Aziendale.

L'Ufficio Stampa acquisisce e riceve ovvero chiede informazioni su questioni/fatti/eventi che abbiano rilevanza ed incidono sull'immagine dell'Azienda Sanitaria Locale di Potenza direttamente e/o su indicazione ai Direttori delle Strutture Dipartimentali, ai Direttori Sanitari dei Presidi ospedalieri, ai Direttori dei Distretti della Salute, ai Direttori delle SIC, al Direttore del DeU 118 ed ai Responsabili delle Unità Operative non afferenti a Dipartimenti, al responsabile dei contenuti del sito ASP .

In tale contesto, i Direttori delle Strutture Dipartimentali, i Direttori Sanitari dei Presidi ospedalieri, i Direttori dei Distretti della Salute, i Direttori delle SIC, il Direttore del DEU 118 ed i Responsabili delle Unità Operative non afferenti a Dipartimenti, sia su propria iniziativa, sia su impulso dell'Ufficio Stampa a seguito di indicazione della Direzione Strategica, fanno avere relazioni di merito sugli accadimenti, dopo averne acquisito tutti gli elementi utili. A tale scopo, i singoli Direttori /Responsabili delle strutture afferenti alle Direzioni di cui sopra, hanno l'obbligo di fornire tutti gli elementi necessari per permettere la predisposizione delle relazioni sopraindicate.

In occasione di eventi di crisi o eventi eccezionali per i quali non vi è tempo di informare la Direzione Strategica o l'Ufficio stampa, i suddetti Direttori di Dipartimento, Direttori di Presidi Ospedalieri e il Direttore del DEU 118, possono dare informazioni agli organi di stampa in assenza di autorizzazione, avvisando contestualmente la Direzione Strategica. Gli eventi di crisi sono indicati dalle Linee guida per gestire e comunicare gli Eventi Avversi in sanità del Ministero della Salute del Giugno 2011.

L'Ufficio Stampa inoltre è l'unica fonte istituzionale riconosciuta dai Direttori e Redattori degli Organi di informazione; è attraverso di esso che vengono acquisite o verificate notizie relative ai servizi sanitari e alle strutture dell'Azienda Sanitaria Locale di Potenza. Tutte le informazioni che vengono date agli Organi di stampa senza che l'Ufficio preposto ne sia a conoscenza e di rimando la Direzione Strategica, possono essere oggetto di smentita e possono formare oggetto di procedimento disciplinare e/o di giudizio nell'ambito dei processi di valutazione dei dirigenti.

Organizzazione

Il Responsabile e il personale dell'Ufficio stampa per la rilevanza dell'attività, fa riferimento direttamente alla Direzione Generale; a livello organizzativo invece, fa riferimento al Responsabile alla Struttura di Staff U.O.S.D. Prevenzione della Corruzione, Trasparenza e URP.

L'esercizio delle attività di informazione nell'ambito dell'Ufficio Stampa è subordinato, oltre al possesso dei titoli culturali previsti dai vigenti ordinamenti in materia di accesso agli impieghi nelle pubbliche amministrazioni, al possesso del requisito della iscrizione negli elenchi dei professionisti e dei pubblicisti dell' Albo nazionale dei Giornalisti.

Nell'Ufficio Stampa dovranno essere previsti i seguenti ruoli:

Capo ufficio stampa: È il responsabile delle strategie e delle strutture di informazione verso i mass-media: organizza e dirige l'ufficio stampa, progetta strumenti informativi a stampa o elettronici, cura l'immagine dell'ente, mantiene i rapporti con le redazioni giornalistiche e coordina le attività d'informazione che amministratori e uffici indirizzano al sistema dei media.

Addetto stampa: È incaricato di gestire un'attività o settore dell'ufficio stampa. Può coordinare l'organizzazione delle conferenze stampa, svolgere funzioni di caporedattore dell'house organ aziendale, o delle pubblicazioni istituzionali, gestire campagne di informazione o seguire specifiche attività editoriali.

Il personale operante presso l'Ufficio stampa della Azienda Sanitaria Locale di Potenza, nell'esercizio della propria attività si richiama alla Legge professionale n. 69 del 1963, alla Legge sulla Stampa n. 47 del 1948, alla Carta dei Doveri del Giornalista (Anno 1993) , alla Carta dei doveri dell'Ufficio Stampa (Anno 2010), alla Carta di Perugia "Informazione e Malattia" (Anno 1995) alla Direttiva sulle Attività di Comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni 7 febbraio 2002, alle “Linee guida per gestire e comunicare gli Eventi Avversi in Sanità del Ministero della Salute e alla DDG ASP n. 131 del 23/02/2016 “Nuovo Regolamento dell'Ufficio Stampa – Approvazione”.

**LE STRUTTURE DELLA
COMUNICAZIONE
IL PORTAVOCE**

III - PORTAVOCE

La Direzione Strategica dell'ASP può essere coadiuvata da un Portavoce, anche esterno all'amministrazione, con compiti di diretta collaborazione ai fini dei rapporti di carattere politico-istituzionale con gli organi di informazione.

Il Portavoce, incaricato dalla Direzione Strategica, non può, per tutta la durata del relativo incarico, esercitare attività nei settori radiotelevisivo, del giornalismo, della stampa e delle relazioni pubbliche (art. 7 Legge n. 150/2000).

Non è compatibile lo svolgimento contemporaneo, nell'ambito della stessa struttura, del ruolo di portavoce e di componente dell'ufficio stampa (Titolo V art. 33 del Codice Deontologico delle Giornaliste e dei Giornalisti approvato dal Consiglio Nazionale l'11 dicembre 2024).

Al Portavoce è attribuita una indennità determinata dall'organo di vertice nei limiti delle risorse disponibili appositamente iscritte in bilancio dall'Azienda per le medesime finalità.

**IL RESPONSABILE
DELLA PREVENZIONE,
DELLA CORRUZIONE
E DELLA TRASPARENZA (RPCT)**

6 - IL RESPONSABILE DELLA PREVENZIONE DELLA CORRUZIONE E DELLA TRASPARENZA – RPCT

Il D. Lgs. n. 33 del 2013 all'art. 43 dispone che: "All'interno di ogni amministrazione il Responsabile della prevenzione della corruzione e della trasparenza, di cui all'art. 1 comma 7 della Legge n. 190/2012, svolge di norma le funzioni di Responsabile per la Trasparenza, il suo nominativo è indicato nel Programma triennale per la trasparenza e l'integrità".

Il RPCT svolge stabilmente un'attività di controllo sull'adempimento da parte dell'amministrazione degli obblighi di pubblicazione previsti dalla normativa vigente, assicurando la completezza, la chiarezza e l'aggiornamento delle informazioni pubblicate.

L'art 1, co. 8, L. 190/2012 stabilisce che il RPCT predispone – in via esclusiva (essendo vietato l'ausilio esterno) – il Piano triennale di prevenzione della corruzione e della trasparenza (PTPCT) e lo sottopone all'Organo di indirizzo per la necessaria approvazione.

1. L'art 1, co. 7, L. n. 190/2012 stabilisce che il RPCT segnala all'organo di indirizzo e all'Organismo Indipendente di Valutazione (OIV) le "disfunzioni" inerenti all'attuazione delle misure in materia di prevenzione della corruzione e di trasparenza e indica agli uffici competenti all'esercizio dell'azione disciplinare i nominativi dei dipendenti che non hanno attuato correttamente le misure in materia di prevenzione della corruzione e di trasparenza.
2. L'art. 1 co. 9, lett. c), L. n. 190/2012 dispone che il PTPC preveda «obblighi di informazione nei confronti del RPC chiamato a vigilare sul funzionamento e sull'osservanza del Piano», con particolare riguardo alle attività ivi individuate.
3. L'art 1, co. 10, L. 190/2012 stabilisce che il RPCT verifica l'efficace attuazione del PTPC e la sua idoneità e propone modifiche dello stesso quando sono accertate significative violazioni delle prescrizioni ovvero quando intervengono mutamenti nell'organizzazione o nell'attività dell'amministrazione. La richiamata disposizione assegna al RPCT anche il compito di verificare, d'intesa con il dirigente competente, l'effettiva rotazione degli incarichi negli uffici maggiormente esposti ai reati di corruzione nonché quello di definire le procedure appropriate per selezionare e formare i dipendenti destinati ad operare nelle aree a rischio corruzione.
4. L'art. 1, co. 14, L. 190/2012 stabilisce che il RPCT redige la relazione annuale recante i risultati dell'attività svolta tra cui il rendiconto sull'attuazione delle misure di prevenzione definite nei PTPC.

5. L'art. 43 del D. Lgs. n 33/2013 e s.m.i. assegna al RPCT, di norma, anche le funzioni di Responsabile per la trasparenza, attribuendo a tale soggetto “un'attività di controllo sull'adempimento da parte dell'amministrazione degli obblighi di pubblicazione previsti dalla normativa vigente, assicurando la completezza, la chiarezza e l'aggiornamento delle informazioni pubblicate, nonché segnalando all'organo di indirizzo politico, all'Organismo indipendente di valutazione (OIV), all'Autorità nazionale anticorruzione e, nei casi più gravi, all'ufficio di disciplina i casi di mancato o ritardato adempimento degli obblighi di pubblicazione”.
6. L'art. 5, co. 7, del D. Lgs. n 33/2013 e s.m.i. attribuisce al RPCT il compito di occuparsi dei casi di riesame dell'accesso civico: “Nei casi di diniego totale o parziale dell'accesso o di mancata risposta entro il termine indicato al comma 6, il richiedente può presentare richiesta di riesame al responsabile della prevenzione della corruzione e della trasparenza, che decide con provvedimento motivato, entro il termine di venti giorni”.
7. L'art. 5, co. 10, del D. Lgs. n 33/2013 e s.m.i. . 33/2013 precisa poi che nel caso in cui la richiesta di accesso civico riguardi dati, informazioni o documenti oggetto di pubblicazione obbligatoria, il RPCT ha l'obbligo di effettuare la segnalazione all'Ufficio di disciplina di cui all'art.43, comma 5 del d.lgs. 33/2013.
8. L'art. 15, co. 3 del d.P.R. 16 aprile 2013 n. 62 stabilisce che il RPCT cura la diffusione della conoscenza dei Codici di comportamento nell'amministrazione, il monitoraggio annuale della loro attuazione, la pubblicazione sul sito istituzionale e la comunicazione all'ANAC dei risultati del monitoraggio.
9. L'art. 6 del D.L. n. 80/2021 convertito con modificazioni dalla L. 6 agosto 2021, n. 113 prevede che le pubbliche amministrazioni di cui all'articolo 1, comma 2, del decreto legislativo 30 marzo 2001, n. 165, entro il 31 gennaio di ogni anno adottano il Piano integrato di attività e organizzazione, di seguito denominato PIAO nel quale confluisce il Piano triennale di prevenzione della corruzione e della trasparenza (PTPCT).

PROPOSTE COMUNICATIVE

7 - PROPOSTE DI COMUNICAZIONE 2025/2026

L'Azienda Sanitaria Locale di Potenza – ASP con il Piano Integrato per l'Etica della Comunicazione Pubblica dell'Azienda Sanitaria Locale di Potenza 2025/2027 si propone l'obiettivo di rinsaldare un rapporto di fiducia tra utenti e Azienda puntando sui valori della trasparenza, della partecipazione e dell'accessibilità al fine di rafforzare l'immagine dell'ente e il senso di appartenenza e identità territoriale.

A tal fine, il Piano si propone di realizzare la cornice quadro all'interno della quale sviluppare vari progetti di comunicazione quali, a titolo esemplificativo:

1. Diffusione della Rassegna Stampa a tutti i Direttori delle Strutture Dipartimentali, i Direttori Sanitari dei Presidi ospedalieri, i Direttori dei Distretti della Salute, i Direttori delle SIC, il Direttore del DEU 118 ed i Responsabili delle Unità Operative non afferenti a Dipartimenti quale strumento indispensabile per conoscere il clima e la percezione che gli utenti hanno dell'Azienda e monitorare i flussi di comunicazione verso l'esterno.
2. Una Newsletter medico-utente. Il sistema comunicazione esterna dovrebbe prevedere la possibilità dell'utente di interrogare gli specialisti sulle patologie con la possibile lettura dei soli referti così da ridurre le liste di attesa.
3. Campagne stampa:
 - vaccinazioni antinfluenzali;
 - in occasione delle giornate mondiali (ad es. Giornate mondiali contro il cancro, delle malattie rare, contro l'HPV, igiene delle mani, ipertensione, del Rene; Giornata del fiocchetto lilla (DNA Disturbi della nutrizione e Alimentazione), Obesity Day (DNA) Prevenzione del fumo; Prevenzione dell'alcol; Prevenzione della ludopatia; La piramide alimentare, settimane mondiali, mesi di sensibilizzazione (Si allega elenco)
 - Allattamento al seno;
 - e tutte le tematiche di prevenzione proposte dai responsabili dei servizi per il miglioramento degli stili di vita.
4. Partecipazione – acquisizione spazi su TV a titolo gratuito su tv locali (previa manifestazione di interesse)
5. Spazio Rai nel programma Buongiorno Regione: partecipazione di un giorno a settimana alla trasmissione della TGR Basilicata “Buongiorno Regione”, in onda al mattino dalle ore 7:30 alle ore 8:00, su argomenti in materia sanitaria oggetto di prevenzione e promozione degli stili di vita, attivazione di servizi sanitari, promozione campagne stampa. E' prevista la partecipazione della Direzione Strategica o di soggetto delegato competente nella materia oggetto di partecipazione tv.
6. Campagne di comunicazione in concomitanza con le giornate mondiali, le settimane e i mesi di sensibilizzazione in materie di salute e sanità.

**Elenco mesi, settimane e giornate
dedicate alla prevenzione**

Elenco mesi, settimane e giornate dedicate alla prevenzione, le date cambiano a seconda dell'anno.

Gennaio

Mese della consapevolezza della salute della tiroide

Ultima domenica di gennaio

Giornata mondiale della lebbra

Febbraio

Giornata mondiale del cancro

Giornata mondiale del malato e della sofferenza

Giornata internazionale delle malattie rare

Marzo

Giornata internazionale dell'udito

Giornata del panico

Giornata europea del cervello

Giornata mondiale del rene

Giornata mondiale della sindrome di Down

Giornata mondiale delle persone con disabilità

Giornata mondiale del sonno sano

Giornata mondiale della tubercolosi

Giornata mondiale dell'epilessia

Giornata nazionale di sensibilizzazione sui DNA

Aprile

Mese della prevenzione alcolologica

Mese di sensibilizzazione sul cancro orale, della gola e della testa e di sostegno ai pazienti oncologici

Giornata mondiale della consapevolezza dell'autismo

Giornata mondiale della salute

Giornata mondiale del Parkinson

Giornata mondiale della sarcoidosi

Giornata mondiale dell'emofilia

Giornata europea dei diritti del malato

Settimana mondiale ed europea delle vaccinazioni

Giornata mondiale della malaria

Giornata mondiale per la sicurezza e la salute sul lavoro

Maggio

Giornata mondiale dell'asma

Giornata europea del melanoma

Giornata mondiale dell'ipertensione

Giornata internazionale della sclerosi multipla

Giornata internazionale di azione per la salute delle donne

Giornata mondiale senza tabacco

Giornata mondiale del donatore di sangue

Giornata internazionale contro l'abuso e il traffico di droga

Giornata mondiale delle allergie

Giornata mondiale dell'epatite

Agosto

Settimana mondiale di sostegno all'allattamento al seno

Settembre

Giornata mondiale della fisioterapia

Giornata mondiale del primo soccorso

Giornata mondiale della salute orale

Giornata mondiale della sepsi

Giornata mondiale dell'Alzheimer

Giornata mondiale del cuore

Ottobre

Mese della salute delle donne e della consapevolezza del cancro al seno e alla cervice uterina

Giornata mondiale della salute mentale

Giornata europea della depressione

Giornata mondiale della vista

Giornata mondiale del controllo del dolore

Giornata mondiale del reumatismo

Giornata mondiale degli hospice e delle cure palliative

Giornata mondiale dell'alimentazione

Giornata mondiale della obesità

Giornata mondiale della colonna vertebrale

Giornata mondiale della menopausa

Giornata mondiale dell'osteoporosi

Giornata mondiale della psoriasi

Novembre

Mese della consapevolezza della salute maschile e della prevenzione delle malattie della prostata + Cancro alla prostata + ingrossamento della prostata

Giornata mondiale della polmonite

Giornata mondiale del diabete

Giornata mondiale della prematurità

Giornata mondiale della broncopneumopatia cronica ostruttiva

Giornata europea di sensibilizzazione sugli antibiotici

Giornata internazionale senza fumo

Giornata europea della fibrosi cistica

Giornata mondiale dell'AIDS

Giornata internazionale delle persone con disabilità

Dicembre:

Giornata Mondiale contro l'AIDS

Giornata internazionale delle persone con disabilità

Normativa di riferimento

- ♦ Legge n. 150 del 07 giugno 2000 Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione nelle pubbliche amministrazioni";
- ♦ DPR n.422/2001 "Regolamento recante norme per la determinazione dei titoli per l'accesso alle attività di informazione e comunicazione delle pubbliche amministrazioni";
- ♦ D. Lgs. 165/2001 e s.m.i. Norme generali sull'ordinamento del lavoro alle dipendenze delle amministrazioni pubbliche;
- ♦ Direttiva 7 Febbraio 2002 emanata dal Consiglio dei Ministri-Dipartimento della Funzione Pubblica" Attività di comunicazione delle pubbliche amministrazioni
- ♦ Regolamento Ufficio relazioni con il Pubblico del Ministero della Salute;
- ♦ Linee Guida per gestire e comunicare gli eventi avversi in sanità del Ministero della Salute;
- ♦ La Legge professionale n. 69 del 1963, la Legge sulla Stampa n. 47/1948;
- ♦ Codice Deontologico delle Giornaliste e dei Giornalisti (Approvato dal Consiglio Nazionale l'11 dicembre 2024);
- ♦ DDG ASP 131 del 23/02/2016 avente ad oggetto: Nuovo Regolamento dell'Ufficio Stampa Approvazione;
- ♦ La Carta dei Doveri del Giornalista (Anno 1993);
- ♦ La Carta di Perugia "Informazione e Malattia" (Anno 1995);
- ♦ La Carta dei doveri dell'Ufficio Stampa (Anno 2010);
- ♦ “La Carta di Torino” 2001 Medici e Giornalisti per la deontologia dell’informazione
- ♦ Decreto Trasparenza D.LGS n. 33/2013;
- ♦ Sito della Pubblica Amministrazione di Qualità <http://qualitapa.gov.it/sitoarcheologico/relazioni-con-i-cittadini/comunicare-e-informare/index.html>;
- ♦ Linee guida per i siti internet e i servizi digitali della PA (AGID 27/07/2022)
- ♦ Il D. Lgs. n. 82 e s.m.i. del 07/03/2005 - Codice dell’Amministrazione Digitale (CAD) e, in particolare, l’art. 53.