

ALLEGATO n. 2

al Piano di Comunicazione 2020 – 2022
Azienda Ospedaliera di Perugia

SOCIAL MEDIA POLICY



Indice

1. Finalità di utilizzo dei social media	3
2. SOCIAL MEDIA POLICY ESTERNA	3
2.1. Regole di comportamento (netiquette) e moderazione	3
2.2. Comitato di Redazione	4
2.3. Gestione degli account	4
2.4. Cosa pubblichiamo	4
2.5. Privacy	5
3. SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA	5
3.1. Uso privato dei social media	5
3.2. Uso di profili istituzionali in rappresentanza della Azienda Ospedaliera di Perugia	5
4. Contatti e suggerimenti	7
5. Normativa di riferimento	7

1. Finalità di utilizzo dei social media

L'Azienda Ospedaliera di Perugia è presente nel web attraverso il sito istituzionale www.ospedale.perugia.it che è la principale fonte di informazioni e comunicazioni d'interesse pubblico rivolte ai cittadini.

L'Azienda Ospedaliera di Perugia intende altresì essere presente sui social media network, per informare, comunicare, ascoltare e orientare l'accesso ai servizi, favorendo la partecipazione, il confronto e il dialogo con i propri interlocutori, tenendo presente che questi strumenti integrano e non sostituiscono i tradizionali canali di comunicazione istituzionali attraverso i quali vengono rese disponibili le informazioni.

Ad oggi è attivo il solo account [Twitter @ospedaleperugia](https://twitter.com/ospedaleperugia) aperto nell'anno 2013 con n. 3.438 follower e n. 2.732 following.

2. SOCIAL MEDIA POLICY ESTERNA

La social media policy esterna illustra all'utenza le regole di comportamento da tenere nei profili istituzionali creati e indica quali contenuti e quali modalità di relazione ci si deve aspettare in tali spazi.

2.1 Regole di comportamento (netiquette) e moderazione

I social rappresentano uno spazio di partecipazione, tutti hanno il diritto di intervenire esprimendo liberamente la propria opinione attraverso commenti e post pubblicati, fermo restando che il requisito essenziale è l'interesse pubblico degli argomenti. A tutti gli utenti si chiede di utilizzare un linguaggio orientato al rispetto altrui. Qualsiasi interlocutore è responsabile dei messaggi che invia, dei contenuti che pubblica e delle opinioni che esprime. Gli utenti sono invitati a presentarsi sempre con nome e cognome. I commenti e i post rappresentano l'opinione dei singoli e non quella dell'Azienda, che non può pertanto essere ritenuta responsabile della veridicità di quanto viene postato da terzi.

Saranno moderati e rimossi i commenti e i post che violino le condizioni riportate in questo documento o in qualsiasi legge applicabile.

In particolare non sono ammessi:

- insulti, turpiloqui, minacce, qualsiasi forma di discriminazione e in generale atteggiamenti che ledano la dignità delle persone, i diritti delle minoranze e dei minori, i principi di libertà e uguaglianza;
- commenti o post che riportino dati personali (numero di telefono, casella email, indirizzo, ecc.) e che in generale non rispettino la privacy delle persone;
- contenuti che violino il diritto d'autore e l'utilizzo non autorizzato di marchi registrati,
- sollecitazioni commerciali e commenti che sostengano o incoraggino l'attività illecita;
- messaggi non pertinenti rispetto all'argomento pubblicato (*Off Topic*);
- messaggi a contenuto politico o propagandistico;
- scritti per disturbare la discussione o offendere chi gestisce e modera i canali social;
- contenuti che contengano spam;

Nei casi più gravi - e in modo particolare in caso di mancato rispetto delle regole condivise in questo documento - l'Azienda si riserva la possibilità di cancellare i contenuti, di valutare il ricorso al BAN, escludere l'accesso dell'utente alla pagina, alla segnalazione ai gestori della piattaforma social, nonché eventualmente alle forze dell'ordine.

2.2 Comitato di Redazione social

Il Comitato di redazione (CdR) è composto da un referente della direzione generale, dal referente della Comunicazione e dagli operatori che si occupano di comunicazione web e social. Il CdR assicura le seguenti funzioni:

- Stabilisce il piano editoriale aziendale per l'adeguata presenza sui social media;
- Valuta le richieste di apertura di account istituzionali, di concerto con la Direzione Aziendale;
- Effettua la supervisione dell'attività degli amministratori delle pagine social attive;
- Valuta i suggerimenti, le richieste e le segnalazioni pervenute per il miglioramento delle attività delle pagine social istituzionali;
- Adegua la presenza dell'Azienda sui social media sulla base degli obblighi normativi

2.3 Gestione degli account

Le pagine dei social network vengono gestite e presidiate dagli amministratori appositamente individuati, sette giorni su sette, dalle 9 alle 19. Gli amministratori delle pagine sono responsabili dei contenuti pubblicati. Il Comitato di Redazione effettua una supervisione a posteriori dell'attività degli amministratori delle pagine social. Tutti i quesiti e i messaggi vengono letti dall'amministratore della pagina. Eventuali risposte a quesiti posti, vengono fornite nel più breve tempo possibile, sulla base della tipologia della richiesta. Nel caso in cui i canali social non siano lo strumento adeguato per soddisfare la richiesta, si provvederà ad indicare il corretto canale di comunicazione a cui rivolgersi.

In nessun caso le pagine social possono essere utilizzate per reclami o segnalazioni, per i quali sé attivo l'Ufficio Relazioni con il Pubblico dell'Azienda Ospedaliera di Perugia.

Per avere informazioni specifiche sui servizi aziendali si raccomanda di non utilizzare le pagine social, ma di consultare il sito istituzionale www.ospedale.perugia.it oppure rivolgersi al centralino telefonico al numero 075 5781 o al NUS (Numero Umbria Sanità) 800.63.63.63.

Pubblicando un commento o altro materiale su uno spazio dell'Azienda Ospedaliera di Perugia, si accetta che l'azienda abbia il diritto irrevocabile di riprodurre, distribuire, pubblicare, modificare e utilizzare il contributo in ogni circostanza – in qualsiasi forma e su qualsiasi mezzo di comunicazione.

2.4 Cosa pubblichiamo

I contenuti pubblicati sui nostri canali social, come tutti i contenuti della comunicazione istituzionale riguardano prevalentemente:

- Informazioni riguardanti le attività ed i servizi dell'azienda.
- Promozione di incontri ed eventi.
- Diffusione di materiali informativi.
- Accesso ai servizi pubblici e loro funzionamento.



- Azioni di coinvolgimento e partecipazione dei cittadini.
- Messaggi di pubblico interesse di altre istituzioni (ad es. Ministeri, Agenas, Regione, ecc.).
- Eventuali comunicazioni aziendali inerenti.
- Notizie inerenti all'Azienda, ai propri professionisti e operatori nell'espletamento del proprio lavoro.

2.5 Privacy

5

Il trattamento dei dati particolari degli utenti è regolato dalle policy dei diversi social media utilizzati. In ogni caso i dati sensibili contenuti in commenti o interventi all'interno dei nostri profili social verranno rimossi. I dati condivisi dagli utenti attraverso eventuali messaggi privati spediti direttamente alla struttura che gestisce i profili social saranno trattati nel rispetto della normativa sulla privacy e conservati esclusivamente per il tempo necessario allo svolgimento del servizio richiesto dall'Utente.

3. SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

La social media policy interna definisce le principali regole di comportamento che i dipendenti della Azienda Ospedaliera di Perugia e sono tenuti ad osservare sui social media con i propri profili personali e sulle pagine dell'azienda.

I destinatari del presente documento sono tutti i dipendenti dell'Azienda Ospedaliera di Perugia, il personale convenzionato dell'Università di Perugia in servizio c/o l'Azienda, e per quanto compatibile, tutti i collaboratori o consulenti, aventi qualsiasi tipologia di contratto, nonché le imprese fornitrici di opere o servizi.

3.1 Uso privato dei social media

Eventuali profili del personale dipendente, di collaboratori e consulenti, sono gestiti a titolo personale e in autonomia, nel rispetto del Codice di comportamento aziendale e delle indicazioni presenti in questo documento.

In ogni caso, vanno sempre tenute presenti le seguenti regole comportamentali:

- Essere attenti a come ci si presenta

I confini tra pubblico e privato, tra personale e professionale sono molto sfumati nelle reti sociali online. Se ci si identifica come dipendenti della Azienda Ospedaliera di Perugia o si è noti per essere tali, questo renderà facile il collegamento all'azienda per cui si lavora, sia da parte dei collaboratori e dirigenti che da parte dagli utenti ed è, quindi, necessario assicurarsi che il contenuto associato al dipendente non sia lesivo dell'immagine aziendale. Per evitare questo problema è necessario mettere in chiaro che si sta scrivendo a titolo personale e per proprio conto, e non per l'Azienda Ospedaliera di Perugia. Come minimo, si consiglia vivamente di includere un disclaimer simile al seguente: "le opinioni su questo profilo sono mie e non rappresentano le opinioni o le posizioni dell'Azienda Ospedaliera di Perugia".

-Salvaguardare l'immagine dell'Azienda

Ogni dipendente deve evitare di diffondere informazioni, commenti o immagini, volutamente atti a ledere l'immagine o l'onorabilità dell'Azienda, di cittadini, di colleghi, di superiori gerarchici o dell'amministrazione in generale.

- Rispettare tutti gli utenti e i colleghi

È importante ricordare che un'Azienda è un'organizzazione complessa i cui dipendenti e utenti riflettono un insieme diversificato di costumi, valori e punti di vista. Non bisogna avere paura di essere sé stessi, ma è opportuno esprimersi con rispetto. Questo include non solo i comportamenti più ovvi (assenza di insulti etnici, personali, oscenità, ecc.) ma anche argomenti che possono essere considerati offensivi o infamatori.

- Rispettare la privacy dei colleghi

I social media e gli altri strumenti online non devono essere utilizzati per le comunicazioni interne tra i colleghi né per la gestione di disaccordi o divergenze né possono essere divulgate foto che identifichino persone senza il loro permesso. Anche in questo modo si contribuisce a mantenere l'ambiente di lavoro confortevole e professionale.

- Rispettare la privacy degli utenti

Rispettare la privacy dei nostri utenti è una priorità aziendale, come previsto dall'apposita normativa. È vietato utilizzare o discutere nei social network eventuali informazioni riguardanti gli utenti per qualsiasi scopo, evitando anche di contattarli per motivi legati al servizio. Nel rispetto della privacy dei pazienti e degli operatori, è necessario evitare ogni forma di spettacolarizzazione delle attività di lavoro, attraverso la pubblicazione di fotografie o selfie, soprattutto in ambito clinico, come ricordato dall'apposita Nota del Ministero della Salute.

- Proteggere le informazioni e immagini riservate in possesso dell'Azienda Ospedaliera di Perugia

Come da normativa vigente ogni dipendente dell'Azienda Ospedaliera di Perugia ha l'obbligo di proteggere le informazioni riservate dell'azienda. È vietato rendere pubbliche informazioni aziendali riservate, né pubblicare o divulgare documenti interni informali e non ancora deliberati.

- Rispetto del copyright, per un uso o utilizzo leale, equo o corretto

Per la protezione dei dipendenti e dell'azienda, è fondamentale che ci si attenga a tutte le leggi in materia di copyright. Questo significa che non si deve utilizzare il logo o immagini aziendali per uso personale. Inoltre, non è consentito copiare, digitalizzare, modificare o distribuire qualsiasi parte di un lavoro protetto da copyright senza aver prima ottenuto l'autorizzazione scritta del proprietario del copyright. Per ulteriori informazioni si prega di fare riferimento all'Ufficio Comunicazione.

- Evitare di speculare su Rumors:

È opportuno evitare di speculare su qualsiasi evento o notizia che l'Azienda Ospedaliera di Perugia non abbia ufficialmente annunciato. Fughe d'informazioni potenzialmente in grado di ledere gli interessi Aziendali non saranno permesse. Ogni dipendente quando è stato assunto dall'Azienda Ospedaliera di Perugia o dall'Università di Perugia, ha sottoscritto ed accettato il contratto di lavoro che recepisce il DPR 16 Aprile 2013 n. 62 "Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici".

3.2 Uso di profili istituzionali in rappresentanza della Azienda Ospedaliera di Perugia

È il caso in cui un dipendente o altro soggetto autorizzato dall'Azienda, accede ad un social media con account istituzionale e attraverso di esso agisce in nome e per conto dell'Azienda Ospedaliera di Perugia.

I contenuti informativi dovranno rispondere alle seguenti caratteristiche:

- **Riconoscibilità:** tutte le pagine dovranno essere riconoscibili come Azienda Ospedaliera di Perugia attraverso la presenza di: logo aziendale, link alla policy, contatti del servizio di riferimento;
- **Pertinenza:** attinenti alla tematica specifica per cui l'account è stato previsto;
- **Validità scientifica e documentazione:** le informazioni debbono essere fornite da professionisti qualificati ed essere scientificamente giustificate, con una chiara attribuzione delle fonti scientifiche di riferimento e del loro aggiornamento (riferimenti bibliografici e data);
- **Trasparenza:** le informazioni dovranno essere più chiare possibili, fornendo possibilmente i recapiti ai quali gli utilizzatori possono chiedere ulteriori approfondimenti;
- **Complementarietà:** destinati ad incoraggiare, e non a sostituire, le relazioni esistenti sia tra utenti e personale medico-sanitario, e gli altri canali di comunicazione.

Le regole di comportamento da osservare all'interno degli account istituzionali sono le stesse definite ai punti 2.1 e 3.1.

4. Contatti e suggerimenti

Gli utenti possono inviare suggerimenti e segnalazioni al Comitato di Redazione della policy: comunicazione@ospedale.perugia.it

5. Normativa di riferimento

- 1) Regolamento Europeo 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)
- 2) Legge 7 giugno 2000 n. 150 "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni"
- 3) Decreto del Presidente della Repubblica 16 Aprile 2013 n. 62 "Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici"
- 4) "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, <http://www.formez.it/notizie/social-media-e-pa-dalla-formazione-ai-consigli-luso.html>
- 5) 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.
- 6) "Linee guida per i siti web della PA - Vademecum Pubblica Amministrazione e Social media" del Ministero della Funzione Pubblica, <http://www.formez.it/notizie/online-il-vademecumpubblica-amministrazione-e-social-media.html>
- 7) "Linee guida in materia di trattamento di dati personali contenuti anche in atti e documenti amministrativi, effettuato da soggetti pubblici per finalità di pubblicazione e diffusione sul web 2 marzo 2011 (Gazzetta Ufficiale n. 64 del 19 marzo 2011)
- 8) "Linee guida in materia di trattamento di dati personali, contenuti anche in atti e documenti amministrativi, effettuato per finalità di pubblicità e trasparenza sul web da soggetti pubblici e da altri enti obbligati" (Pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n. 134 del 12 giugno 2014)
- 9) "Codice di Comportamento", delibere del Direttore Generale n. 257 del 24/02/2014 e n. 2271 del 16/11/2017