

REGOLAMENTO SOCIAL MEDIA POLICY

MATRICE DELLE REVISIONI					
REVISIONE	DATA	DESCRIZIONE	REDAZIONE	VERIFICATA	APPROVATA
00	15.07.2022	1a emissione	SERVIZIO DI COMUNICAZIONE, RELAZIONI ESTERNE AZIENDALI, UFFICIO STAMPA (CREAUS)	Resp. CREAUS Sara SANSON	DG Direttore Generale Antonio POGGIANA

INDICE

ART. 1 SCOPO.....	3
ART. 2 AMBITO DI APPLICAZIONE	3
ART. 3 ACRONIMI E DEFINIZIONI.....	3
ART. 4 RIFERIMENTI NORMATIVI	3
ART. 5 CONTENUTI.....	4
ART. 6 REGOLE DI UTILIZZO.....	4
ART. 7 SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA.....	5
ART. 8 MODERAZIONE	5
ART. 9 TONO DI VOCE	6
ART. 10 PRIVACY	6
ART. 11 CONTATTI.....	6
ART. 12 INDICAZIONI SPECIFICHE PER FACEBOOK	6
ART. 13 NORME FINALI E TRANSITORIE	7

ART. 1 SCOPO

L'Azienda Sanitaria Universitaria Giuliano Isontina utilizza Internet e i social media per informare, comunicare, ascoltare e favorire anche la partecipazione, il confronto e il dialogo con i propri utenti. In questi spazi e con queste attività, l'Azienda intende perseguire finalità istituzionali e di interesse generale.

La presenza delle Istituzioni sui social network può avere molteplici finalità tra cui una maggiore conoscenza sull'operato dell'amministrazione, il rafforzamento dell'ascolto dei bisogni degli utenti la valutazione del livello di soddisfazione dei cittadini rispetto ai servizi e alle politiche dell'Ente, il potenziamento dei percorsi decisionali di tipo incisivo, l'ausilio alla gestione delle situazioni di crisi ed emergenza.

I social media contribuiscono in maniera determinante a costruire la reputazione aziendale. Sono una sorta di diario della vita aziendale e trasmettono non solo eventi, ma valori, novità, temi di organizzazione aziendale in genere.

Nel seguente regolamento vengono esplicate le regole di comportamento da tenere negli spazi attivati dall'ASUGI sui social media.

ART. 2 AMBITO DI APPLICAZIONE

Gli ambiti di applicazione della policy riguardano i canali gestiti direttamente dall'Azienda, che sono:

- Facebook;
- Twitter: sull'account Twitter dell'Azienda saranno retwittati contenuti relativi a tematiche di interesse territoriale sanitario, ad account istituzionali;
- Instagram: i canali social dell'Azienda pubblicano contenuti testuali, fotografie, infografiche, video ed altri materiali multimediali di proprietà dell'Azienda Sanitaria Universitaria Giuliano Isontina;
- YouTube.

ART. 3 ACRONIMI E DEFINIZIONI

ASUGI	Azienda Sanitaria Universitaria Giuliano Isontina
CREAUS	Servizio di Comunicazione, Relazione Esterne Aziendali, Ufficio Stampa
DG	Direttore Generale
URP	Ufficio Relazione col Pubblico

ART. 4 RIFERIMENTI NORMATIVI

- Regolamento (UE) 2016/679 GDPR e del D. Lgs. N. 196/2003 adeguato al Regolamento col D.lgs 101/2018;
- DCR 50 del 31/01/2017 Codice di Comportamento dell'Azienda Sanitaria Universitaria Giuliano Isontina, art 33 "Rapporti con i media e sondaggi di mercato"

ART. 5 CONTENUTI

Tramite i social media, l'Azienda Sanitaria Universitaria Giuliano Isontina informa i cittadini su servizi, progetti e iniziative.

I contenuti pubblicati riguardano:

- informazioni concernenti l'attività ed i servizi dell'Azienda;
- promozione di incontri ed eventi;
- diffusione di materiale informativo aziendale;
- diffusione di conoscenze ed informazioni che promuovono stili di vita corretti;
- opportunità di coinvolgimento e partecipazione attiva dei cittadini;
- comunicazioni aziendali;
- aggiornamenti in situazioni particolari.

Sfruttando le opportunità tipiche di questi servizi, l'Azienda può condividere e rilanciare occasionalmente contenuti e messaggi di pubblico interesse e utilità realizzate da soggetti terzi (altri enti, soggetti o cittadini). Pur verificandone per quanto possibile la precisione e l'attendibilità, l'Azienda non si assume alcuna responsabilità per eventuali informazioni errate o non aggiornate.

I canali social dell'ASUGI utilizzano inoltre immagini, video e grafica di propria produzione e acquistati sui siti stock con licenza royalty-free.

La presenza di spazi pubblicitari a margine dei contenuti pubblicati nelle pagine dei social media utilizzati, non è sotto il controllo dell'Azienda, ma è gestita in autonomia dagli stessi social media.

ART. 6 REGOLE DI UTILIZZO

L'Azienda Sanitaria si impegna a gestire gli spazi di comunicazione e dialogo all'interno dei propri profili nei diversi social media, chiedendo ai propri interlocutori - che hanno la possibilità di partecipare attivamente attraverso forme di interazione come i commenti, i messaggi o l'auto-pubblicazione di contenuti - il rispetto di alcune regole. Dette regole sono chiaramente indicate nelle istruzioni agli utenti presenti sui profili social e fanno riferimento alla presente policy.

A tutti si chiede di esporre la propria opinione con correttezza e misura, basandosi per quanto possibile su dati di fatto verificabili, e di rispettare le opinioni altrui.

Nei social media ognuno è responsabile dei contenuti che pubblica e delle opinioni che esprime. Non saranno comunque tollerati comportamenti gratuitamente polemici, insulti, volgarità, offese, minacce e, in generale, atteggiamenti violenti.

I contenuti pubblicati devono rispettare sempre la privacy delle persone. Vanno evitati riferimenti a fatti o a dettagli privi di rilevanza pubblica e che ledano la sfera personale di terzi.

L'interesse pubblico degli argomenti è un requisito essenziale: non è possibile in alcun modo utilizzare questi spazi per affrontare casi personali.

Ogni discussione è legata a un tema specifico e di interesse generale: i commenti devono essere pertinenti. Si chiede a tutti i partecipanti di rispettare il tema affrontato, evitando di allargare il confronto in modo generico e indiscriminato.

Non sarà tollerata alcuna forma di pubblicità, spam o promozione di interessi privati o di attività illegali.

Non sono ammessi contenuti che violino il diritto d'autore né l'utilizzo non autorizzato di marchi registrati.

ART. 7 SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Il personale dipendente della Azienda Sanitaria, nella configurazione, utilizzo e gestione dei propri account privati sui social network è tenuto a rispettare alcune norme di comportamento. Si tratta, in generale, di indicazioni tese a garantire tanto la salvaguardia dell'Azienda, quanto delle persone che vi lavorano.

Il personale può liberamente condividere sui propri profili privati i contenuti diffusi dai canali social dell'Azienda Sanitaria: informazioni su iniziative, progetti, campagne, video, immagini e/o infografiche.

Allo stesso tempo è tenuto ad osservare un comportamento pubblico rispettoso dell'organizzazione presso cui lavora, conformemente a quanto disposto del DCR 50 del 31/01/2017 Codice di Comportamento dell'Azienda Sanitaria Universitaria Giuliano Isontina, art 33 "Rapporti con i media e sondaggi di mercato".

Nello specifico:

- I dipendenti, pertanto, fatti salvi i diritti di opinione e di critica costruttiva e di diffusione delle informazioni a tutela dei diritti sindacali, si astengono da dichiarazioni pubbliche, da commenti o giudizi pubblici, compresi i like, le condivisioni e i tag riferentisi a commenti denigratori sull'Azienda, che possano andare a detrimento del prestigio e dell'immagine della stessa;
- I dipendenti non intrattengono rapporti con i media in merito alle attività istituzionali e informano tempestivamente la Direzione Aziendale nel caso in cui siano destinatari di richieste di informazioni o chiarimenti da parte di organi di informazione, salvo che ne siano direttamente incaricati o autorizzati;
- Ciascun dipendente, nell'ambito della propria sfera di competenza, segnala alla Direzione Aziendale gli articoli di stampa o le comunicazioni sui media di cui sia venuto a conoscenza che appaiano ingiustamente denigratori dell'organizzazione o dell'azione dell'Azienda al fine di agevolare, se necessaria e/o opportuna, una tempestiva risposta con le adeguate precisazioni o chiarimenti. I dipendenti sono tenuti a segnalare, altresì, i casi di buone prassi o i risultati positivi ottenuti dall'Azienda affinché ne sia data notizia anche sul sito internet ed intranet aziendale;
- Il dipendente non partecipa ad indagini di mercato o a qualsivoglia rilevazione (telefonica, telematica ecc.) sull'attività dell'Azienda, se non previa autorizzazione della stessa.

ART. 8 MODERAZIONE

La moderazione da parte dell'Azienda all'interno dei propri spazi avviene a posteriori, ovvero in un momento successivo alla pubblicazione, ed è finalizzata unicamente al contenimento, nei tempi e nei modi ragionevolmente esigibili, di eventuali comportamenti contrari alle norme d'uso. 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, allontanare gli utenti dai propri spazi e segnalarli ai filtri di moderazione del social media ospitante.

ART. 9 TONO DI VOCE

La comunicazione sui social network dell'Azienda sarà impostata secondo modalità più informali a quella utilizzata sul sito web istituzionale, per avvicinare un pubblico di non specialisti, meno avvezzo a terminologie settoriali, e per adattarsi alle modalità consolidate di comunicazione sui social network improntate alla conversazione e allo scambio.

Non saranno tollerati insulti, turpiloquio, minacce o atteggiamenti che ledano la dignità delle persone, il decoro dell'ASUGI, i diritti delle minoranze e dei minori, i principi di libertà ed eguaglianza.

Sono scoraggiati e comunque soggetti a moderazione commenti non pertinenti a quel particolare argomento pubblicato, linguaggio o contenuti offensivi, commenti e post scritti per disturbare la discussione o offendere chi gestisce e modera i canali social, spam.

Sono scoraggiati inoltre la diffusione o la promozione sui canali social dell'ASUGI di contenuti o informazioni di terze parti non appropriati o non pertinenti il tema pubblicato.

L'Azienda Sanitaria Universitaria Giuliano Isontina si riserva il diritto di rimuovere qualsiasi contenuto che venga ritenuto in violazione di questa social media policy o di qualsiasi legge applicabile.

Per chi dovesse violare queste condizioni o quelle contenute nelle policy dei social media utilizzati ci si riserva il diritto di usare il ban o il blocco per impedire ulteriori interventi e di segnalare l'utente ai gestori delle piattaforme ed eventualmente alle forze dell'ordine preposte.

ART. 10 PRIVACY

I trattamenti delle informazioni e dei dati personali postati dall'utente risponderà anche alle policy in uso sulle piattaforme utilizzate (Facebook, Twitter, Instagram e YouTube).

I messaggi inviati attraverso la messaggistica di Facebook, Messenger, saranno trattati nel Rispetto del Regolamento (UE) 2016/679 GDPR e del D.Lgs. 196/2003 adeguato al Regolamento col D.lgs 101/2018.

ART. 11 CONTATTI

Gli utenti possono inviare le loro segnalazioni (ad esempio per segnalare abusi) all'Ufficio Relazioni con il Pubblico.

ART. 12 INDICAZIONI SPECIFICHE PER FACEBOOK

Si invitano tutti a leggere le normative Facebook (Dichiarazione dei diritti e delle responsabilità, Normativa sull'utilizzo dei dati, Standard della comunità). In particolare si ricorda che i contenuti delle Pagine sono sempre "pubblici", ossia le informazioni sono sempre visibili a tutti. Ciò comporta che anche i commenti ai post sono sempre "pubblici", ovvero si concede a tutti, anche alle persone non iscritte a Facebook, di accedere a tali informazioni e di visualizzarle.

I canali istituzionali dell'Azienda vengono presidiati, di regola, dal lunedì al venerdì, dalle 8:00 alle 17.30.

I tempi di risposta possono variare in base alla tipologia di richiesta. Gli account social dell'Azienda, non sono i canali ufficiali per l'inoltro di segnalazioni o reclami, ma verranno monitorati ed inoltrati agli uffici di competenza.

ART. 13 NORME FINALI E TRANSITORIE

Il presente regolamento ha effetto dalla data di pubblicazione del decreto di approvazione e contestualmente vengono disapplicati i precedenti regolamenti in materia.