



Sede legale: via Venezia n.16 - 15121 Alessandria. Codice fiscale/Partita IVA: 01640560064.
Telefono: (0131) 206111- www.ospedale.al.it
info@ospedale.al.it - asoalelessandria@pec.ospedale.al.it (solo certificata)

DELIBERAZIONE DEL DIRETTORE GENERALE

N. 482 DEL 18/11/2020

OGGETTO: APPROVAZIONE LINEE DI INDIRIZZO RIFERITE ALLA SOCIAL MEDIA POLICY DELL'AZIENDA OSPEDALIERA

Struttura Proponente: Infrastruttura Ricerca Formazione ed Innovazione

Responsabile Struttura: Maconi Antonio

DIRETTORE GENERALE – Dott. Giacomo CENTINI
(Nominato dalla Regione Piemonte con D.G.R. n.20-6939 del 29.05.2018)

DIRETTORE AMMINISTRATIVO F.F. – Dott.ssa Patrizia NEBIOLO
(Nominato con Deliberazione del Direttore Generale n.248 del 12.06.2020)

DIRETTORE SANITARIO – Dott.ssa Daniela KOZEL
(Nominato con Deliberazione del Direttore Generale n.521 del 02.07.2018)

Atto firmato digitalmente, sostituisce il documento cartaceo e la firma autografa e conservato a norma di legge.

OGGETTO: APPROVAZIONE LINEE DI INDIRIZZO RIFERITE ALLA SOCIAL MEDIA POLICY DELL'AZIENDA OSPEDALIERA

IL DIRETTORE GENERALE

VISTO il D.Lgs. n.502/1992 e s.m.i.;

LETTA E VALUTATA la proposta allegata al presente provvedimento quale parte integrante e sostanziale con la quale si propone l'adozione dell'atto deliberativo di cui in oggetto;

PRESO ATTO che il soggetto proponente ed il responsabile del procedimento attestano la legittimità e la regolarità formale e sostanziale della citata proposta;

RITENUTO di condividere la sopra richiamata proposta, recependola integralmente, nei termini e per le motivazioni in essa indicate;

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

D E L I B E R A

- di approvare, per le motivazioni espresse in premessa, il documento contenente le linee d'indirizzo riferite alla *Social Media Policy* interna ed esterna dell'Azienda ospedaliera "SS. Antonio e Biagio e Cesare Arrigo" di Alessandria, allegato al presente provvedimento per farne parte integrante e sostanziale;
- di dare mandato alla Infrastruttura Ricerca, Formazione ed Innovazione, settore Comunicazione, di porre in essere i conseguenti adempimenti operativi;
- di pubblicare sul sito web aziendale il presente provvedimento, ai sensi del D.Lgs. 14.3.2013, n. 33;

IL DIRETTORE GENERALE

IL DIRETTORE AMMINISTRATIVO

IL DIRETTORE SANITARIO

Allegato n. 1

PROPOSTA N. 484 DEL 22.10.2020

OGGETTO: APPROVAZIONE LINEE DI INDIRIZZO RIFERITE ALLA SOCIAL MEDIA POLICY DELL'AZIENDA OSPEDALIERA.

Struttura proponente: SC Infrastruttura Ricerca Formazione ed Innovazione

VISTO il Regolamento UE 2016/679 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);

VISTO il D.P.R. 16 Aprile 2013, n. 62 "Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici";

VISTO il D.Lgs. 30 giugno 2003, n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali" e ss.mm.ii.;

VISTA la Legge 7 giugno 2000, n. 150 "Disciplina delle attività di informazione di comunicazione delle pubbliche amministrazioni" (Regolamento attuativo- Direttiva DPCM 21.09.2000);

VISTA la Nota del Ministero della Salute del 29 marzo 2017 "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;

VISTE le "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", pubblicate in Gazzetta Ufficiale n. 134 del 12 giugno 2014;

VISTE le "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" del 2 marzo 2011, pubblicate in Gazzetta Ufficiale n. 64 del 19 marzo 2011;

VISTA la Deliberazione n. 255 dell'11.8.2014 "Codice di comportamento dei dipendenti dell'Azienda Ospedaliera ``SS. Antonio e Biagio e C. Arrigo`` di Alessandria - modifiche agli artt. 8 e 10";

VISTA la Deliberazione n. 42 del 31.01.2014 “Codice di comportamento dei dipendenti dell'Azienda Ospedaliera “SS. Antonio e Biagio e C. Arrigo” di Alessandria”;

VISTO il D.Lgs 165/2001 e s.m.i.;

VISTO il vigente Atto Aziendale;

VISTO il regolamento vigente che disciplina le competenze per l'adozione degli atti amministrativi,

PREMESSO che, l'Azienda Ospedaliera “SS. Antonio e Biagio e C. Arrigo” di Alessandria pubblica contenuti istituzionali attraverso il sito web <https://www.ospedale.al.it>, che il sito è il principale depositario delle informazioni e delle comunicazioni d'interesse pubblico rivolte ai cittadini, che tali informazioni vengono rilanciate sui profili social dell'Azienda Facebook, Twitter, LinkedIn, e altre;

RILEVATO che le nuove tecnologie dell'informazione e della comunicazione possono rappresentare un importante strumento che consente nuove forme di dialogo coi cittadini condividendo informazioni e contenuti, nonché lo scambio di opinioni e conoscenze, e che i Social Network si sono ormai affermati nella società come piattaforme di contatto e dialogo offrendo la possibilità di un flusso costante di informazioni al loro interno;

CONSIDERATO che, è interesse dell'Azienda Ospedaliera sfruttare le potenzialità offerte dai Social Media creando degli appositi profili e che la presenza dell'Azienda all'interno degli stessi, considerato il ruolo svolto, impone alcune attività preliminari quali l'adozione e la condivisione di linee d'indirizzo “Social Media Policy” interne ed esterne;

CONSIDERATO che, risulta pertanto opportuno definire regole di comportamento da tenere nei profili istituzionali e personali creati, nonché sulle pagine dell'Azienda;

ATTESO che, la proposta di Linee di indirizzo riferite alla Social media Policy , secondo il testo allegato quale parte integrante e sostanziale al presente provvedimento, corrisponde alle esigenze sopra rappresentate;

DATO ATTO, per quanto di competenza, della legittimità e della regolarità formale e sostanziale della presente proposta;

PROPONE

- di approvare, per le motivazioni espresse in premessa, le Linee di indirizzo riferite alla Social Media Policy interna ed esterna dell'Azienda Ospedaliera “SS. Antonio e Biagio e Cesare Arrigo” di Alessandria;
- di dare mandato alla Infrastruttura Ricerca Formazione e Innovazione – Settore Comunicazione di porre in

- essere i conseguenti adempimenti operativi;
- di pubblicare sul sito web aziendale il presente provvedimento, ai sensi del D.Lgs. 14.3.2013, n. 33;

IL DIRIGENTE RESPONSABILE **Infrastruttura Ricerca Formazione ed Innovazione.**
Maconi Antonio

IL RESPONSABILE DEL PROCEDIMENTO AMMINISTRATIVO
Dacquino Mariateresa

Social Media Policy
dell'Azienda ospedaliera Santi Antonio e Biagio e Cesare Arrigo

Indice

1. FINALITÀ DI UTILIZZO DEI SOCIAL MEDIA
2. SOCIAL MEDIA POLICY ESTERNA
 - 2.1. Cosa pubblichiamo sui social network
 - 2.2. Moderazione
 - 2.3. Cosa non pubblichiamo sui social network
 - 2.4. I social network dove siamo presenti
 - 2.5. Netiquette
 - 2.6. Privacy
 - 2.7 Contatti e suggerimenti
3. SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA
 - 3.1. Social media policy interna
 - 3.2. Apertura account da parte di singoli Servizi aziendali
 - 3.3. Uso di sistemi di messaggistica nell'ambito del processo diagnostico
 - 3.4. Utilizzo di profili istituzionali in rappresentanza dell'Azienda Ospedaliera
4. GLOSSARIO
5. NORMATIVA DI RIFERIMENTO

1. FINALITÀ DI UTILIZZO DEI SOCIAL MEDIA

L'Ufficio Comunicazione dell'Azienda Ospedaliera si occupa della comunicazione di tutte le attività dell'Azienda Ospedaliera di Alessandria e dei suoi professionisti. Per farlo utilizza tutti gli strumenti della comunicazione, da quelli più tradizionali, alla presenza su radio, tv e social media, oltre naturalmente al sito internet www.ospedale.al.it che rappresenta lo snodo di tutte le attività.

Attraverso i social network come Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram e YouTube, l'Azienda favorisce anche la partecipazione, il confronto e il dialogo con i propri interlocutori nell'ottica della trasparenza e della condivisione.

La nostra missione è di accrescere l'autorevolezza dell'Azienda Ospedaliera di Alessandria quale fonte primaria di fruizione delle informazioni di salute, di accesso ai servizi aziendali, favorendo la partecipazione dei cittadini e delle associazioni al dialogo e al processo di empowerment. I social network diventano strumento di interazione nel processo di erogazione di servizi, a partire dalla comunicazione aziendale per i dipendenti e verso l'esterno, nell'ottica di aumentare l'offerta proposta e veicolare ulteriori servizi.

Il punto d'arrivo resta sempre quello di fornire al cittadino risposte precise, tempestive e trasparenti, assecondando una domanda che si fa sempre più esigente.

Per questo motivo l'Azienda Ospedaliera ospita tutti i commenti e le opinioni sui canali social, una scelta che garantisce il diritto di informazione e di partecipazione all'attività della vita aziendale.

Le opinioni, le proposte e i suggerimenti dei cittadini sono un fondamentale contributo nel pieno rispetto delle diversità di pensiero di ciascuno. Sarà rimosso ogni commento offensivo o lesivo dei principi fondamentali sanciti nella Costituzione Italiana dell'immagine e dell'onorabilità dei terzi o che violi le disposizioni sulla privacy relative al trattamento dei dati personali.

Per chi dovesse violare queste condizioni o quelle contenute nelle policy degli strumenti adottati ci si riserva il diritto di usare il ban o il blocco per impedire ulteriori interventi e di segnalare l'utente ai responsabili della piattaforma ed eventualmente alle forze dell'ordine preposte.

I canali social vengono moderati dal lunedì al venerdì, dalle 8.30 alle 19.30, con un presidio negli orari serali e nei giorni festivi.

La social **media policy esterna** contiene le informazioni rivolte agli utenti circa le finalità, le tipologie di contenuti e i comportamenti consentiti sulle pagine/profilo istituzionali creati.

La social **media policy interna** individua le principali norme di comportamento che i dipendenti dell'Azienda sono tenuti a osservare nel momento in cui accedono ai social network con i propri account personali.

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 (6).

Cosa pubblichiamo sui social network

I contenuti pubblicati comprendono comunicazioni sulle attività e i servizi erogati, comunicati stampa, pubblicazioni e documenti ufficiali, novità normative, informazioni su iniziative ed eventi,

immagini e video istituzionali. I canali social della Azienda Ospedaliera vengono utilizzati inoltre per raccogliere commenti, richieste, domande, critiche e suggerimenti, oltre che come ulteriore canale di accesso alle prenotazioni vaccinali.

L'Azienda può condividere e rilanciare contenuti e messaggi di pubblico interesse e utilità realizzate da soggetti terzi, verificando l'attendibilità della fonte, senza tuttavia certificarne i contenuti.

I canali social della AO producono propri contenuti testuali, fotografie, infografiche, video e altri materiali multimediali che sono da considerarsi in licenza Creative Commons CC BYND 3.0¹, possono essere scaricati, condivisi e riprodotti a condizione che non vengano modificati e che venga riconosciuta una menzione di paternità adeguata all'autore o al canale originale di riferimento.

L'eventuale presenza di spazi pubblicitari nei canali social utilizzati dalla AO non sono sotto il controllo dell'Amministrazione, ma gestiti in autonomia dal social network.

Moderazione

I canali social vengono moderati dal lunedì al venerdì, dalle 8.30 alle 19.30, con un presidio negli orari serali e nei giorni festivi.

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.

Ogni richiesta viene monitorata e presa in carico. La moderazione da parte dell'Amministrazione all'interno dei propri spazi avviene a posteriori, ovvero in un momento successivo alla pubblicazione, ed è finalizzata unicamente al contenimento di eventuali comportamenti contrari alle norme d'uso.

I tempi di risposta variano in base alla tipologia della richiesta. L'obiettivo è di rispondere alle richieste dei cittadini ogni volta che sia possibile o di indirizzare agli uffici competenti per fornire la risposta più pertinente, o di segnalare link a documenti che si ritengono utili a fornire una risposta nel più breve tempo possibile.

Non tutto può essere risolto attraverso i canali social, ma sarà fatto il possibile per indicare le soluzioni migliori.

Le pagine e gli account della AO non sono canali per raccogliere segnalazioni o reclami specifici, che invece vanno indirizzati all'Ufficio Relazioni con il Pubblico o al protocollo aziendale.

La AO non risponde a messaggi su proposte, programmi, prese di posizione di movimenti e partiti politici.

I canali social non possono essere utilizzati per pubblicare post e commenti/contenuti che siano discriminatori o offensivi nei confronti di altri utenti, presenti o meno alla discussione, di enti, associazioni, aziende o di chi gestisce e modera i canali social, per nessuna ragione.

Non saranno tollerati insulti, turpiloqui, minacce o atteggiamenti che ledano la dignità personale, i diritti delle minoranze e dei minori, i principi di libertà e uguaglianza.

In ogni caso, saranno rimossi dall'amministratore tutti i post, i commenti o i materiali multimediali che:

¹ <https://creativecommons.org/licenses/by-nd/3.0/it/deed.it>

- hanno un contenuto politico/propagandistico
- mirano a promuovere attività commerciali e con finalità di lucro
- presentano un linguaggio inappropriato e/o un tono minaccioso, violento, volgare o irrispettoso
- presentano contenuti illeciti o di incitamento a compiere attività illecite
- hanno contenuti offensivi, ingannevoli, allarmistici, o in violazione di diritti di terzi
- divulgano dati e informazioni personali o che possono cagionare danni o ledere la reputazione a terzi
- presentano contenuti a carattere osceno, pornografico o pedopornografico, o tali da offendere la morale comune e la sensibilità degli utenti
- hanno un contenuto discriminatorio per genere, razza, etnia, lingua, credo religioso, opinioni politiche, orientamento sessuale, età, condizioni personali e sociali
- promuovono o sostengono attività illegali, che violano il copyright o che utilizzano in modo improprio un marchio registrato
- contenuti classificabili come spam

La AO 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 degli strumenti adottati **ci si riserva il diritto di usare il BAN o il blocco per impedire ulteriori interventi e di segnalare l'utente ai responsabili della piattaforma ed eventualmente alle forze dell'ordine preposte.**

Cosa non pubblichiamo sui social network

- **In nessuno spazio digitale pubblico** della AO verranno trattati **casi medici specifici o personali**: questo tipo di informazioni è altamente riservato, e va discusso solo in privato con il personale sanitario
- **Informazioni su tematiche oggetto di controversie legali o su affermazioni che potrebbero essere utilizzate contro l'Azienda**
- **Informazioni riservate**, come la corrispondenza interna, informazioni di terze parti (a titolo esemplificativo non esaustivo istituzioni, utenti, stakeholder, etc...) o informazioni su attività lavorative, servizi, progetti e documenti non ancora resi pubblici, decisioni da assumere e provvedimenti relativi a procedimenti in corso, prima che siano stati ufficialmente deliberati e comunicati formalmente alle parti
- **Informazioni personali e dati sensibili**

I social network: dove siamo presenti

1. Il profilo Twitter dell'Azienda Ospedaliera di Alessandria

Il profilo twitter @AziendaOspAL è raggiungibile al link <https://twitter.com/aziendaospal/> ed è gestito dall'Ufficio Comunicazione.

I contenuti presenti sul canale possono essere i seguenti

- Notizie, foto, video e comunicati stampa sulle attività della AO
- Discorsi e dichiarazioni del Direttore Generale, dei Dirigenti Apicali e delle Istituzioni che collaborano con l'Azienda

- Retweet di informazioni pubblicate dalla Regione Piemonte, Governo e Ministeri e da altre Aziende Sanitarie
- Segnalazioni di articoli sulle attività della AO
- Resoconti di attività in corso di svolgimento

La decisione di seguire un altro profilo Twitter non implica alcun tipo di approvazione sui contenuti che vi sono postati. Eventuali profili Twitter del personale sono gestiti esclusivamente a titolo personale in totale autonomia. Ciascun utente si assume la responsabilità del proprio comportamento e si esprime a titolo personale, secondo le indicazioni della social media policy interna.

Messaggi diretti

Esaminiamo tempestivamente tutte le menzioni che riceviamo. La brevità imposta dal formato di comunicazione di Twitter rende però difficile fornire una risposta completa e utile, pertanto quando possibile segnaliamo link a documenti che riteniamo utili a fornire una risposta.

La funzionalità "messaggi diretti" non è utilizzata per rispondere agli utenti. Per segnalazioni e richieste articolate si consiglia di usare le risorse indicate nella pagina dei contatti del sito.

2. Il profilo Twitter della Biblioteca Biomedica dell'Azienda Ospedaliera di Alessandria

Il profilo twitter @BiblioOspAL è gestito dall'Ufficio Comunicazione ed è finalizzato in particolare a diffondere i lavori scientifici, le pubblicazioni e più in generale le attività di ricerca del personale aziendale.

I contenuti presenti sul canale possono essere i seguenti

- Segnalazioni di articoli scientifici dei professionisti della AO
- Notizie, foto, video e comunicati stampa sulle attività della AO
- Discorsi e dichiarazioni del Direttore Generale, dei Dirigenti Apicali e delle Istituzioni che collaborano con l'Azienda
- Retweet di informazioni collegate ad attività di documentazione (linee guida, ecc) presenti in letteratura (pubmed, medline, cochrane, ecc.)
- Resoconti di attività in corso di svolgimento

La decisione di seguire un altro profilo Twitter non implica alcun tipo di approvazione sui contenuti che vi sono postati. Eventuali profili Twitter del personale sono gestiti esclusivamente a titolo personale in totale autonomia. Ciascun utente si assume la responsabilità del proprio comportamento e si esprime a titolo personale, secondo le indicazioni della social media policy interna.

3. Pagina Facebook dell'Azienda Ospedaliera di Alessandria

La pagina Facebook @aoalessandria è raggiungibile al link

<https://www.facebook.com/aoalessandria/> ed è gestito dall'Ufficio Comunicazione.

Sulla pagina vengono pubblicati:

- Notizie, foto, video e comunicati stampa sulle attività della AO
- Discorsi e dichiarazioni del Direttore Generale, dei Dirigenti Apicali e delle Istituzioni che collaborano con l'Azienda
- Condivisioni di informazioni pubblicate dalla Regione Piemonte, Governo e Ministeri e da altre Aziende Sanitarie
- Segnalazioni di articoli sulle attività dell'AO

- Resoconti di attività in corso di svolgimento

La decisione di seguire altre pagine non implica alcun tipo di approvazione sui contenuti che vi sono postati. Eventuali profili Facebook del personale sono gestiti esclusivamente a titolo personale in totale autonomia. Ciascun utente si assume la responsabilità del proprio comportamento e si esprime a titolo personale, secondo le indicazioni della social media policy interna.

Messaggi diretti

Esaminiamo con elevata tempestività tutti i messaggi che riceviamo. La percentuale di risposte è pari al 100%. Quando possibile segnaliamo link a documenti che riteniamo utili a fornire una risposta. Per segnalazioni e richieste articolate ci confrontiamo direttamente con il servizio di riferimento. In orario notturno il cittadino che si rivolge alla chat con messaggio diretto riceve comunque questa risposta “Grazie di averci inviato un messaggio. Cercheremo di risponderti il prima possibile. Ricordati che l'orario istituzionale di alcuni servizi della AO è dalle 8 alle 17.30 dal lunedì al venerdì. A presto!”.

Inoltre sono presenti altre pagine Facebook a supporto. L’Azienda Ospedaliera opera attraverso i suoi tre presidi:

- Ospedale “Santi Antonio e Biagio”, Via Venezia 16, Alessandria
- Ospedale Infantile “Cesare Arrigo”, Spalto Marengo 46, Alessandria
- Ospedale “Teresio Borsalino”, Piazzale Ravazzoni 4, Alessandria

Viste le caratteristiche dei presidi aziendali, distinti per attività e missione, anche se strettamente connessi sotto il profilo multidisciplinare, sono stati richiesti a Facebook e resi ufficiali per monitorarne le attività i singoli profili, che risultano ufficiali, ma sui quali non viene effettuata una attività:

- <https://www.facebook.com/OspedaleCivileAlessandria/> - collegato all’Ospedale Civile di Alessandria, che viene riconosciuto come luogo fisico da Facebook
- <https://www.facebook.com/infantilealessandria/> - collegato all’Ospedale Infantile di Alessandria, che viene riconosciuto come luogo fisico da Facebook;
- <https://www.facebook.com/ospedaleBorsalino/> - collegato al presidio Riabilitativo Teresio Borsalino di Alessandria, che viene riconosciuto come luogo fisico da Facebook

Il monitoraggio di questi profili consente di verificare le registrazioni degli utenti ed eventuali commenti negativi, che vengono utilizzati ai fini di indagine di soddisfazione.

4. Il profilo Instagram della Azienda Ospedaliera di Alessandria

Il profilo Instagram @aoalessandria è raggiungibile al link

<https://www.instagram.com/aoalessandria/> ed è gestito dall’Ufficio Comunicazione.

La AO non utilizza alcun meccanismo di pubblicazione automatica per diffondere contenuti su Instagram, utilizza tuttavia una replicazione diretta dei contenuti della pagina facebook.

Seguendo @aoalessandria ci si può aspettare di trovare regolarmente photosharing riguardanti:

- Notizie, foto, video e informazioni sulle attività della AO
- Discorsi e dichiarazioni del Direttore Generale, dei Dirigenti Apicali e delle Istituzioni che collaborano con l’Azienda
- Repost

- Segnalazioni di articoli sulle attività del AO
- Resoconti di attività in corso di svolgimento

La decisione di seguire un altro profilo Instagram non implica alcun tipo di approvazione sui contenuti che vi sono postati. Eventuali profili Instagram del personale sono gestiti esclusivamente a titolo personale in totale autonomia. Ciascun utente si assume la responsabilità del proprio comportamento e si esprime a titolo personale, secondo le indicazioni della social media policy interna.

Messaggi diretti

Esaminiamo tempestivamente tutte le menzioni che riceviamo. La brevità imposta dal formato di comunicazione di Instagram rende però difficile fornire una risposta completa e utile, pertanto quando possibile segnaliamo link a documenti che riteniamo utili a fornire una risposta.

La funzionalità "messaggi diretti" non è utilizzata per rispondere agli utenti. Per segnalazioni e richieste articolate si consiglia di usare le risorse indicate nella pagina dei contatti del sito.

5. La pagina aziendale LinkedIn dell'Azienda Ospedaliera di Alessandria

La pagina aziendale LinkedIn Azienda Ospedaliera SS Antonio e Biagio e Cesare Arrigo di Alessandria è raggiungibile al link <https://it.linkedin.com/company/aoalessandria> ed è gestita dall'Ufficio Comunicazione.

Seguendo ci si può aspettare di leggere regolarmente post riguardanti:

- Notizie, foto, video e informazioni sulle attività della AO
- Discorsi e dichiarazioni del Direttore Generale, dei Dirigenti Apicali e delle Istituzioni che collaborano con l'Azienda
- Repost di informazioni pubblicate dalla Regione Piemonte, Governo e Ministeri, da altre Aziende Sanitarie
- Segnalazioni di articoli sulle attività della AO AL
- Resoconti di attività in corso di svolgimento

La decisione di seguire un altro profilo o pagina LinkedIn non implica alcun tipo di approvazione sui contenuti che vi sono postati. Eventuali profili LinkedIn del personale aziendale sono gestiti esclusivamente a titolo personale in totale autonomia. Ciascun utente si assume la responsabilità del proprio comportamento e si esprime a titolo personale, secondo le indicazioni della social media policy interna.

Messaggi diretti

Esaminiamo tempestivamente tutte le menzioni che riceviamo. Quando possibile segnaliamo link a documenti che riteniamo utili a fornire una risposta. La funzionalità "messaggi diretti" non è utilizzata per rispondere agli utenti. Per segnalazioni e richieste articolate si consiglia di usare le risorse indicate nella pagina dei contatti del sito.

6. Il canale YouTube dell'Azienda Ospedaliera di Alessandria

Il canale aziendale YouTube Ospedale Alessandria è raggiungibile al link https://www.youtube.com/channel/UCU9FkJ4IE-iJ_f1Qi3XnCMw ed è gestito dall'Ufficio Comunicazione.

Sul canale vengono pubblicati i video di conferenze stampa, eventi, interviste, videomessaggi prodotti ad hoc per la fruizione in rete, e campagne di comunicazione istituzionale, che vengono

condivisi anche su altri social network. Non sono consentiti commenti ai video. Dei video pubblicati su YouTube è consentito l'embed su siti e blog.

La AO non è responsabile dei contenuti, delle descrizioni e dei commenti dei video delle categorie "related" e "promoted" che la piattaforma autonomamente suggerisce e visualizza ai navigatori in correlazione ai contenuti del canale.

I contenuti multimediali pubblicati rispondono ai requisiti tecnici della piattaforma generale di YouTube, ragion per cui - non essendo YouTube soggetto a specifici obblighi di legge - allo stato non risultano totalmente compatibili con i requisiti di accessibilità a cui la Pubblica Amministrazione è tenuta sulla base delle linee guida per l'abbattimento delle barriere informatiche presenti nella normativa nazionale.

7. Il canale Telegram dell'Azienda Ospedaliera di Alessandria

Il canale aziendale Telegram aaolessandria è gestito dall'Ufficio Comunicazione.

Seguendo aaolessandria ci si può aspettare di trovare:

- Notizie, foto, video e informazioni sulle attività della AO
- Informazioni sull'accesso ai servizi della AO
- Materiali di alfabetizzazione sanitaria

Il profilo Twitter del progetto Mai Da Soli dell'Azienda Ospedaliera di Alessandria

Il profilo twitter @MaidasoliAL è gestito dall'Ufficio Stampa in collaborazione con l'Infrastruttura Ricerca Formazione e Innovazione e la SSD Mesotelioma ed è finalizzato ad informare i pazienti e i familiari in merito alle patologie asbesto correlate e a diffondere i lavori scientifici, le pubblicazioni e le attività di ricerca del personale sull'argomento.

I contenuti sul mesotelioma presenti sul canale sono verticali e possono essere i seguenti:

- segnalazioni di articoli scientifici dei professionisti della AO in particolare sul mesotelioma e sulle patologie correlate all'asbesto;
- notizie, foto, video e comunicati stampa sulle attività della AO;
- discorsi e dichiarazioni del Direttore Generale, dei Dirigenti Apicali e delle Istituzioni che collaborano con l'Azienda;
- retweet di informazioni collegate ad attività di documentazione (linee guida, ecc) presenti in letteratura (pubmed, medline, cochrane, ecc.) e retweet di informazioni pubblicate dalla Regione Piemonte, Governo e Ministeri, da altre Aziende Sanitarie;
- resoconti di attività in corso di svolgimento.

La decisione di seguire un altro profilo Twitter non implica alcun tipo di approvazione sui contenuti che vi sono postati. Eventuali profili twitter del personale sono gestiti esclusivamente a titolo personale in totale autonomia. Ciascun utente si assume la responsabilità del proprio comportamento e si esprime a titolo personale, secondo le indicazioni della social media policy interna.

Pagina Facebook del progetto Mai da Soli

La pagina è raggiungibile al <https://www.facebook.com/progetto.maidasoli/> ed è gestito dall'Ufficio Stampa, in collaborazione con l'Infrastruttura Ricerca Formazione e Innovazione e la SSD

Mesotelioma ed è finalizzato ad informare i pazienti e i famigliari in merito alle patologie asbesto correlate e a diffondere i lavori scientifici, le pubblicazioni e le attività di ricerca del personale sull'argomento.

I contenuti presenti sul canale sono verticali sul mesotelioma, possono essere i seguenti

- segnalazioni di articoli scientifici dei professionisti della AO in particolare sul mesotelioma e sulle patologie correlate all'asbesto;
- notizie, foto, video e comunicati stampa sulle attività della AO;
- discorsi e dichiarazioni del Direttore Generale, dei Dirigenti Apicali e delle Istituzioni che collaborano con l'Azienda;
- condivisioni di informazioni pubblicate dalla Regione Piemonte, Governo e Ministeri, da altre Aziende Sanitarie;
- resoconti di attività in corso di svolgimento.

La decisione di seguire un altro profilo Twitter non implica alcun tipo di approvazione sui contenuti che vi sono postati. Eventuali profili twitter del personale sono gestiti esclusivamente a titolo personale in totale autonomia. Ciascun utente si assume la responsabilità del proprio comportamento e si esprime a titolo personale, secondo le indicazioni della social media policy interna.

2.5. Netiquette

Le "regole di conversazione" (Netiquette) con i nostri interlocutori in rete. **Qualsiasi interlocutore è responsabile dei messaggi che invia, dei contenuti che pubblica e delle opinioni che esprime.** Non saranno comunque tollerati insulti, volgarità, offese, minacce, e in generale, atteggiamenti violenti. A tutti si chiede di esporre la propria opinione con correttezza e misura e di rispettare le opinioni altrui. L'interesse pubblico degli argomenti è un requisito essenziale: non è possibile utilizzare questi spazi per affrontare casi personali. **Non è tollerata alcuna forma di pubblicità, spam o promozione di interessi privati o di attività illegali.**

Nei social network i contenuti pubblicati devono **rispettare la privacy delle persone**. Vanno evitati riferimenti a fatti o a dettagli privi di rilevanza pubblica, atteggiamenti violenti, offensivi o discriminatori rispetto al genere, orientamento sessuale, età, religione, convinzioni personali, orientamenti politici, origini etniche, disabilità. Va altresì evitata la pubblicazione di informazioni personali o dati sensibili (caselle email, numeri di telefono, numeri di conto corrente, indirizzi), in caso contrario i contenuti postati saranno rimossi per tutelare le persone interessate. Non sono ammessi contenuti che violino il diritto d'autore né l'utilizzo non autorizzato di marchi registrati.

Non è ammessa la pubblicazione di informazioni su tematiche oggetto di controversie legali o su affermazioni che possono essere utilizzate contro l'Azienda Ospedaliera.

2.6. Privacy

Il trattamento dei dati personali degli utenti segue le policy in uso nelle diverse piattaforme utilizzate. In ogni caso i dati sensibili contenuti in commenti o interventi all'interno dei profili social attivati dalla Azienda Ospedaliera 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 (1) e conservati esclusivamente per il tempo necessario allo svolgimento del servizio richiesto dall'Utente.

2.7. Contatti e suggerimenti

Gli utenti possono rivolgere le loro segnalazioni (ad esempio abusi o violazioni del copyright) a: comunicazione@ospedale.al.it

3. SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

3.1. Social media policy interna

Nella social media policy interna sono descritte le principali norme di comportamento che i dipendenti sono tenuti ad osservare quando accedono ai social network (Facebook, Twitter, ecc...) con i loro account personali e sulle pagine dell'azienda (6), nonché alcune precauzioni da adottare nell'uso dei servizi di messaggistica a scopo professionale.

I destinatari della presente sezione sono tutti i dipendenti dell'Azienda Ospedaliera, e per quanto compatibile, tutti i collaboratori o consulenti, aventi qualsiasi tipologia di contratto, nonché le imprese fornitrici di opere o servizi.

Il personale della AO, 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 che sceglie di rendere nota la sua attività lavorativa è tenuto a indicare la qualifica rivestita all'interno dell'Azienda, citando inoltre l'account istituzionale della Azienda qualora fosse presente sullo stesso social network, **specificando che le opinioni espresse hanno carattere personale e non impegnano in alcun modo la responsabilità dell'Azienda**.

Il personale può liberamente condividere sui propri profili privati i contenuti diffusi dai canali social della AO: 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 (1)(3)(9).

Nello specifico:

- non può trattare sui social network casi medici specifici o personali, né può divulgare attraverso essi informazioni riservate, come la corrispondenza interna, informazioni di terze parti di cui è a conoscenza (ad esempio partner, istituzioni, utenti, stakeholder, etc...) o informazioni su attività lavorative, servizi, progetti e documenti non ancora resi pubblici, decisioni da assumere e provvedimenti relativi a procedimenti in corso, prima che siano stati ufficialmente deliberati e comunicati formalmente alle parti interessate;
- fermi restando il corretto esercizio delle libertà sindacali e del diritto di critica, deve astenersi dalla trasmissione e diffusione, mediante qualsivoglia strumento ovvero canale di comunicazione a sua disposizione, di messaggi minatori ovvero ingiuriosi, commenti e dichiarazioni pubbliche offensive nei confronti dell'Azienda, riferiti alle attività istituzionali e, più in generale, al suo operato, che per le forme e i contenuti possano comunque nuocere alla AO, ledendone l'immagine o il prestigio o compromettendone l'efficienza;
- deve rispettare la privacy dei colleghi, evitando riferimenti al lavoro che stanno seguendo o in generale all'attività svolta nell'ambito del AO, fatte salve le informazioni di dominio pubblico;

- ad eccezione di eventi pubblici che si svolgono presso la sede di lavoro non può divulgare foto, video, o altro materiale multimediale, che riprenda locali aziendali e personale senza l'esplicita autorizzazione delle strutture e delle persone coinvolte;
- non può aprire blog, pagine o altri canali a nome della AO o che trattino argomenti riferiti all'attività istituzionale dell'Azienda, senza autorizzazione preventiva;
- non può utilizzare il logo o l'immagine della AO su account personali;
- 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.

Sintesi indicazioni per i dipendenti - Cosa fare e non fare sui social network

- **Tieni sempre presenti i principi etici aziendali, così come sono esplicitati nel Codice di comportamento (9), specialmente se rendi evidente sui tuoi profili social dove lavori. Se appartieni ad una specifica categoria professionale (medico, infermiere, ecc.) tieni conto delle indicazioni espresse dal tuo Ordine di riferimento su questa tematica;**
- **Non pubblicare foto o post che non mostreresti volentieri ai tuoi genitori o al tuo responsabile;**
- **Indica chiaramente che le idee e le opinioni espresse sono tue. Parla sempre in prima persona e non parlare a nome dell'Azienda Ospedaliera;**
- **Non utilizzare il marchio aziendale, se non dopo esplicita richiesta all'Ufficio stampa e successiva autorizzazione.**
- **Condividi le tue conoscenze, le tue capacità e il tuo talento, ma non divulgare mai informazioni interne né riguardanti i pazienti o i tuoi colleghi e non pubblicare foto che ti immortalano al lavoro, in particolare se sei in divisa e se insieme a te ci sono altri colleghi o pazienti (5).**
- **Evita di pubblicare dichiarazioni, foto e notizie che possono nuocere all'immagine dell'azienda o possono mettere in cattiva luce l'operato di chi vi lavora. Se hai critiche o suggerimenti per migliorare, parlane con il tuo superiore o con la Direzione o con il responsabile del servizio in questione.**
- **Non provocare liti.**
- **Non pubblicare materiali diffamanti, volgari, osceni o intimidatori.**
- **Rispetta sempre la privacy di tutti coloro che frequentano l'ospedale. Non citare colleghi e/o pazienti e non pubblicare nulla che li riguardi senza la loro esplicita autorizzazione (5).**
- **Non dare consigli sanitari tramite i social network.**
- **Non utilizzare i social network mentre stai lavorando.**
- **Osserva le leggi sul diritto d'autore durante la pubblicazione di contenuti.**

3.2. Visibilità e sito da parte dei singoli servizi

Alla luce della presenza di numerosi profili istituzionali dell'Azienda e per evitare il proliferare delle pagine percepite all'esterno come non attendibili, l'indicazione è quella di evitare l'apertura di nuovi canali. In casi di elevata rilevata rilevanza strategica aziendale, è possibile segnalare la necessità all'Ufficio Stampa la verifica di pagine temporanee sul sito internet e la contestuale valorizzazione social, sempre con finalità, specificando:

- Obiettivi
- Modalità
- Tempi
- Contenuti

L'Ufficio Stampa procederà alla valutazione della richiesta e inoltrerà la stessa, corredata di parere, alla Direzione Generale per l'autorizzazione, mantenendo comunque la responsabilità nella gestione.

3.3. Uso di sistemi di messaggistica nell'ambito del processo diagnostico

Riguardo all'utilizzo dei sistemi di messaggistica (WhatsApp, Facebook Messenger, Skype ecc), si ricorda che le informazioni scambiate con tali sistemi sono assimilabili a quelle trasmesse tramite una normale telefonata, così come la trasmissione di immagini e dati (immagini diagnostiche, refertazioni, ecc.) **non è da considerarsi affidabile, in quanto non è tracciabile e non garantisce la sicurezza dei dati sensibili del paziente stesso.**

L'uso di tali strumenti nell'ambito del processo diagnostico è quindi sconsigliato, deve limitarsi a casi di assoluta necessità e, comunque, se si sceglie di ricorrere a tali sistemi, lo si fa sotto la propria responsabilità.

3.4. Utilizzo di profili istituzionali in rappresentanza dell'Azienda Ospedaliera

È questo il caso in cui un individuo, autorizzato dall'Amministrazione, accede ad un social media con account istituzionale e attraverso di esso agisce in nome e per conto dell'Azienda Ospedaliera.

Ogni volta che l'azienda ravveda un interesse nella creazione di un account social, verrà avviato il percorso che prevede la richiesta formale all'Ufficio Stampa. La richiesta sarà valutata di concerto con la Direzione Generale ed eventualmente approvata.

I contenuti informativi dovranno rispondere alle seguenti caratteristiche:

- **Riconoscibilità:** tutte le pagine dovranno essere riconoscibili come Azienda Ospedaliera "SS: Antonio e Biagio e C. Arrigo" di Alessandria 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 in precedenza.

4. GLOSSARIO

Policy: repertorio di limiti e di linee di condotta che, se stabiliti in un regolamento, sono legati al rispetto delle leggi e delle normative vigenti. Social media – Social network: gruppo di applicazioni Internet basate sui presupposti ideologici e tecnologici del Web 2.0, che consentono la creazione e lo scambio di contenuti generati dagli utenti per condividere contenuti testuali, immagini, video e audio.

Account: Un account, in informatica, indica quell'insieme di funzionalità, strumenti e contenuti attribuiti ad un nome utente in determinati contesti operativi, spesso in siti web o per usufruire di determinati servizi su Internet.

Embed (codice): codice che, copiato dalla pagina web contenente un video o un documento, consente di incorporarlo e incollarlo nel proprio sito o blog.

Blog: Il termine blog è la contrazione di web-log, ovvero "diario in rete". Nel gergo di Internet, un blog è un particolare tipo di sito web in cui i contenuti vengono visualizzati in forma cronologica. In genere un blog è gestito da uno o più blogger che pubblicano, più o meno periodicamente, contenuti multimediali, in forma testuale o in forma di post.

Related e Promoted (categorie): post promossi che vengono visualizzati da coloro che accedono ad una pagina di canali social. Tali post recano l'etichetta "Sponsorizzato".

Link: è una parola inglese dal significato di catena, collegamento, legame. Nel web, sta a indicare un collegamento tra pagine diverse (collegamento ipertestuale).

Copyright: termine di lingua inglese che letteralmente significa diritto di copia, è l'equivalente del diritto d'autore.

Stakeholder: portatore di interessi. Tutti i soggetti, individui od organizzazioni che abbiano legittime attese nei confronti di un'impresa. In sanità gli stakeholders principali sono i cittadini, i familiari, le organizzazioni di rappresentanza dei cittadini, le associazioni di volontariato, gli enti locali, il personale e i dirigenti delle aziende sanitarie, i sindacati e le assicurazioni ecc

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) Deliberazione n.42/14 e 255/14 “Codice di comportamento dei dipendenti dell'Azienda Ospedaliera ``SS. Antonio e Biagio e C. Arrigo`` di Alessandria

Deliberazione del DIRETTORE GENERALE n. **482** del **18/11/2020** (ai sensi della D.G.R. n.20- 6939 del 29/05/2018)

Oggetto APPROVAZIONE LINEE DI INDIRIZZO RIFERITE ALLA SOCIAL MEDIA POLICY DELL'AZIENDA OSPEDALIERA

CERTIFICATO DI PUBBLICAZIONE

La presente deliberazione viene pubblicata all'Albo Pretorio on-line dell'Azienda Ospedaliera "SS. Antonio e Biagio e C. Arrigo" per 15 giorni consecutivi a decorrere dal 19/11/2020

Esecutiva dal: 29/11/2020

Questo atto è stato firmato digitalmente da:

Maconi Antonio - Direttore F. F. Infrastruttura Ricerca Formazione ed Innovazione

Nebiolo Patrizia - Direttore Amministrativo F. F.

Kozel Daniela - Direttore Sanitario

Centini Giacomo - Direttore Generale

Tinelli Maria Franca - Incaricato alla pubblicazione Delibere

Redatto da Dacquino Mariateresa