

# Servizio Sanitario Regionale - Azienda USL Umbria n.1

**Delibera del Direttore Generale n. 652 del 11/06/2015**

**Oggetto:** Oggetto: Adozione regolamento di gestione dei Social Network per i dipendenti dell'Azienda USL Umbria 1: POLICY INTERNA, e per gli utenti/cittadini rispetto a tali luoghi digitali: POLICY ESTERNA

**Proponente:** STAFF Sviluppo Qualità e Comunicazione

## **IL DIRETTORE GENERALE**

Vista la proposta di delibera in oggetto di cui al num. Provv. 3329 del 29/05/2015 contenente:

il Parere del Direttore Amministrativo - Dr. Domenico BARZOTTI

il Parere del Direttore Sanitario - Dr. Diamante PACCHIARINI

## **DELIBERA**

Di recepire la menzionata proposta di delibera che allegata al presente atto ne costituisce parte integrante e sostanziale e di disporre quindi così come in essa indicato.

**IL DIRETTORE GENERALE**  
(Dott. Giuseppe LEGATO)\*

\* Questo documento è firmato digitalmente, pertanto ha lo stesso valore legale dell'equivalente documento cartaceo firmato autografo. I documenti perdono ogni valore legale quando vengono stampati, pertanto, nel caso fosse necessario inoltrare il documento ad un altro destinatario, è necessario copiarlo su supporto magnetico oppure inviarlo per posta elettronica.

## Servizio Sanitario Regionale - Azienda USL Umbria n.1

**Delibera del Direttore Generale n.            del    /04/2015**

**Oggetto:** Adozione regolamento di gestione dei Social Network per i dipendenti dell'Azienda USL Umbria  
1: POLICY INTERNA, e per gli utenti/cittadini rispetto a tali luoghi digitali: POLICY ESTERNA

**Proponente: Sviluppo Qualità e Comunicazione – Perugia**

### IL DIRETTORE GENERALE

Vista la proposta di delibera in oggetto di cui al num. Provv.            del    /04/2015 contenente:

il Parere del Direttore Amministrativo - Dott. Domenico BARZOTTI;  
il Parere del Direttore Sanitario - Dr. Diamante PACCHIARINI.

### DELIBERA

Di recepire la menzionata proposta di delibera che allegata al presente atto ne costituisce parte integrante e sostanziale e di disporre quindi così come in essa indicato.

**IL DIRETTORE GENERALE**  
**(Dott. Giuseppe LEGATO)\***

\* Questo documento è firmato digitalmente, pertanto ha lo stesso valore legale dell'equivalente documento cartaceo firmato autografo. I documenti perdono ogni valore legale quando vengono stampati, pertanto, nel caso fosse necessario inoltrare il documento ad un altro destinatario, è necessario copiarlo su supporto magnetico oppure inviarlo per posta elettronica.

\* Questo documento è firmato digitalmente, pertanto ha lo stesso valore legale dell'equivalente documento cartaceo firmato autografo. I documenti perdono ogni valore legale quando vengono stampati, pertanto, nel caso fosse necessario inoltrare il documento ad un altro destinatario, è necessario copiarlo su supporto magnetico oppure inviarlo per posta elettronica.

## DOCUMENTO ISTRUTTORIO

**Oggetto:** Adozione regolamento di gestione dei Social Network per i dipendenti dell'Azienda USL Umbria 1: POLICY INTERNA, e per gli utenti/cittadini rispetto a tali luoghi digitali: POLICY ESTERNA

### **Premesso**

- che per effetto della Legge Regionale 18 del 12.11.2012 "Ordinamento del servizio Sanitario regionale", è stata costituita l'Azienda Unità Sanitaria Locale Umbria 1;
- che l'evoluzione che caratterizza l'attuale scenario dell'informazione e dell'interazione via Web sta profondamente modificando l'approccio del settore pubblico alla rete. Internet è oggi il canale di riferimento per comunicare con i cittadini. Con lo sviluppo delle reti sociali il Web è diventato soprattutto un luogo nel quale si svolgono conversazioni, si dialoga, si creano nuove opportunità di relazione tra le persone.
- che il rapporto tra la Pubblica Amministrazione e i cittadini sta vivendo una fase di profondo mutamento: i siti istituzionali non costituiscono più il principale punto di accesso alle informazioni. Sempre più spesso i cittadini cercano sul Web la soluzione ai propri problemi, si informano attraverso le proprie reti di relazioni, cercano il dialogo diretto con il proprio interlocutore, sia esso un'azienda o un ente pubblico, all'interno di spazi pensati per una comunicazione a due vie.
- che la Pubblica Amministrazione italiana deve costruire nuove modalità di interazione e partecipazione, rafforzando la percezione di trasparenza e di efficienza. In questo scenario, gli spazi di social networking rappresentano una grande opportunità per la PA, non solo per informare e comunicare in maniera efficace ma anche per costruire una relazione di fiducia, per ascoltare e monitorare il livello di soddisfazione dei cittadini.
- che attraverso una presenza consapevole e pianificata nei siti del Web sociale, la Pubblica Amministrazione può iniziare un nuovo percorso di avvicinamento e di apertura ai cittadini in grado di favorire lo sviluppo di processi virtuosi di collaborazione, stimolando la partecipazione e la cittadinanza attiva.
- che essere presenti e attivi nei siti di social networking è per la PA una scelta. Non esistono normative che obblighino o spingano in tale direzione gli organi della PA, tuttavia è sempre più alto il numero di amministrazioni che si muove in questo senso. Ciò dipende dal fatto che sviluppare una presenza attiva nei siti di social networking da una parte consente al cittadino di ricevere un servizio complessivamente migliore, dall'altra permette alla PA di innalzare il rapporto di efficienza/efficacia delle prestazioni erogate.
- che le stesse normative fissano criteri da utilizzare nella costruzione dei siti istituzionali e nella pubblicazione delle informazioni, con l'obiettivo di sviluppare, promuovere e diffondere un processo volto a consentire un accesso diretto, semplificato e qualitativamente valido per veicolare le informazioni sui servizi resi ai cittadini;
- che per tale scopo sono state emanate Linee Guida per i siti web della Pubblica Amministrazione che raccolgono tutta la normativa riguardante i siti web istituzionali emanata nel corso degli anni ed individuano nuove modalità di comunicazione attraverso l'uso di social media;

### **Dato atto**

- che ad oggi l'Azienda USL Umbria 1 è ufficialmente presente con un unico canale istituzionale sui social network su you-tube, secondo il dettato delle normative e delle Linee Guida vigenti;

### **Valutato**

- che presidiare canali articolati di comunicazione con il cittadino, come i *social media*, comporta per l'Amministrazione impatti organizzativi significativi.
- che la dimensione dinamica di questi contesti li rende infatti molto più complessi da gestire di quelli tradizionali, essendo l'ambito gestionale attinente non a un semplice *output* di tipo documentale (come una *brochure*, un sito web o una pubblicità), ma a un vero e proprio processo strutturato. Un processo che, nella PA, come e più di quanto non avvenga nelle aziende, va definito negli elementi chiave e nei comportamenti organizzativi di base.
- che è di particolare importanza definire tanto le regole di comportamento dei dipendenti e dell'organizzazione rispetto agli strumenti e ai contesti disponibili (*policy* interna), quanto quelle degli utenti e dei cittadini rispetto a tali luoghi digitali (*policy* esterna).
- che deve essere predisposto un regolamento che informi, sensibilizzi e fornisca strumenti pratici rivolti rispettivamente a:
  - o dipendenti, per evitare situazioni di conflitto e determinare ruoli e funzioni nella attività di gestione dei siti di *social networking*;
  - o cittadini, per comprendere il ruolo del *social network* nelle modalità di relazione e comunicazione adottate dall'Ente.
- che per questo è necessario condividere le responsabilità di pubblicazione, le modalità di presentazione e le caratteristiche dei testi, i formati di pubblicazione, la periodicità di aggiornamento, i tempi e modi di verifica con i servizi ed uffici competenti, prevedendo anche a tale scopo una formazione specifica;

**Stabilito**

- di adottare il regolamento allegato al presente provvedimento quale parte integrante sostanziale del presente atto;
- che contestualmente all'adozione del presente regolamento saranno attuate le seguenti misure atte a darne la massima diffusione:
  - o Predisposizione di una mail Everyone destinata a tutti gli operatori che avvisa dell'adozione dell'atto rimandando al sito intranet su cui rimarrà sempre pubblicato in un Box ben in evidenza
  - o Individuazione dei soggetti già presenti nei social network con caratteristiche riconducibili all'azienda e quindi regolamentate dal presente regolamento per regolarizzare la loro posizione secondo quanto disposto dal documento al paragrafo 1 "Uso in rappresentanza dell'ente dei siti di social networking da parte del personale".
  - o Pubblicazione su portale e social della "Policy Esterna"

**Precisato** che nel regolamento vengono definite:

- le modalità di presenza in Rete e alle regole di comportamento dei dipendenti nella gestione della presenza on-line dell'Ente, alle modalità di interazione con i cittadini, alle strategie di interazione generali, alla filosofia, ecc. ;
- le modalità di gestione degli account istituzionali, come le procedure, procedimenti autorizzativi, prassi amministrative e processi necessari alla creazione e gestione degli account nei diversi siti di social networking, ma anche ruoli e responsabilità nella gestione dei diversi account; il codice di comportamento del personale nelle attività di gestione dei profili dell'Ente, con le regole d'ingaggio nei rapporti con il pubblico e le modalità di risposta e lo stile di relazione;
- la gestione dei contenuti, con particolare riguardo all'individuazione di chi, all'interno dell'Ente, debba occuparsi della redazione dei materiali da declinare sui diversi siti di social networking. Per questa attività la social media policy interna specifica gli ambiti di responsabilità, dettaglia le caratteristiche dei contenuti da sviluppare nei loro elementi formali;

**Visti:**

- La Legge n. 633/1941, Legge a protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio Copyright, Diritto d'autore, Titolarità dei contenuti e dei dati pubblici

- La Legge n. 150/2000, Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni Comunicazione Pubblica, URP
- Il D. Lgs. n. 196/2003, Codice in materia di protezione dei dati personali Privacy, Sicurezza
- La Legge n. 4/2004 Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici Accessibilità
- Il D. Lgs. n. 82/2005, Codice dell'Amministrazione Digitale Diritto dei cittadini all'uso delle tecnologie, e-democracy, e-participation, Titolarità dei dati pubblici, Servizi on line
- Il D. Lgs. n. 163/2006 Codice dei contratti pubblici in materia di lavori, servizi e forniture Contratti, Condizioni e termini d'uso
- Il D. Lgs. 33 del 14.3.2013 "Riordino della disciplina riguardante gli obblighi di pubblicità, trasparenza e diffusione di informazioni da parte delle pubbliche amministrazioni", che continua l'opera intrapresa dalla L.190/2012 e che, attraverso una maggiore trasparenza di tutte le Pubblica Amministrazione, si pone come obiettivi fondamentali: favorire la prevenzione della corruzione, attivare un nuovo tipo di controllo sociale, sostenere il miglioramento delle performance, migliorare l'accountability delle amministrazioni pubbliche ed infine abilitare nuovi meccanismi di partecipazione e di collaborazione tra Pubblica Amministrazione e cittadini;
- La Direttiva PCM 24.03.2004 del Ministro per l'innovazione delle tecnologie e del Ministro per la funzione pubblica del 27.07.2005 in materia di customer satisfaction;
- La Direttiva 24.10.2005 del Ministro per la funzione pubblica sulla semplificazione del linguaggio delle pubbliche amministrazioni;
- La Direttiva 18 novembre 2005 del Ministro per l'innovazione e tecnologie sulle linee guida per la pubblica amministrazione digitale;
- Il D.lgs. 82/2005 Codice dell'amministrazione digitale
- Le Linee guida per i siti Web della pubblica amministrazione anno 2011 (art 4 della direttiva n. 8/2009 del Ministro per la pubblica amministrazione e l'innovazione)
- La Direttiva N. 8 del 26.11.2009 del Ministro per la pubblica amministrazione e l'innovazione sui siti Web delle pubbliche amministrazioni e per il miglioramento della qualità dei servizi delle informazioni on-line al cittadino
- Il D.lgs. 27 ottobre 2009, N. 150 attuazione della legge 4.03.2009, N. 15, in materia di ottimizzazione della produttività del lavoro pubblico e di trasparenza delle pubbliche amministrazioni;

### **Considerata**

La proposta della dirigente dell'U.O. Sviluppo Qualità e Comunicazione, che, anche in qualità di responsabile del procedimento, attesta la regolarità tecnica e la legittimità del presente provvedimento;

### **Dato atto**

che dal presente provvedimento non discendono oneri per l'Azienda;

### **Tutto ciò premesso si propone di adottare la seguente Delibera:**

- di adottare per le motivazioni espresse in premessa, il regolamento di gestione dei Social Network per i dipendenti dell'Azienda USL Umbria 1: POLICY INTERNA, e per gli utenti/cittadini rispetto a tali luoghi digitali: POLICY ESTERNA, allegato al presente provvedimento quale parte integrante e sostanziale (all. 1)
  - di demandare alla U.O. Sviluppo Qualità e Comunicazione gli adempimenti conseguenti all'adozione del presente regolamento;
  - di stabilire che il presente regolamento ha decorrenza immediata;
  - di dare atto che dal presente provvedimento non discendono oneri per l'azienda;
  - di trasmettere il presente provvedimento per gli adempimenti di competenza a:
    - o Responsabile Aziendale della Trasparenza
- ed ai Dirigenti Responsabili di:
- o UO Sviluppo Qualità e Comunicazione;
  - o UO Affari Generali;
  - o UO Tecnologie Informatiche Telematiche;
  - o Servizi di staff ed Amministrativi dell'Area Centrale;
  - o Distretti;

- o Presidi ospedalieri;
- o Dipartimento di Prevenzione.

Dare atto che il presente provvedimento è soggetto a pubblicazione integrale ai sensi delle vigenti normative in tema di riservatezza.

Istruttore  
Comunicazione  
P.O. Daniela Bovo

Il Responsabile Staff Qualità e  
dr.ssa Daniela Ranocchia

### **Allegato alla deliberazione:**

## **REGOLAMENTO DI GESTIONE DEI SOCIAL NETWORK PER I DIPENDENTI DELL'AZIENDA USL UMBRIA 1: POLICY INTERNA, E PER GLI UTENTI/CITTADINI RISPETTO A TALI LUOGHI DIGITALI: POLICY ESTERNA**

### **Indice**

#### **Azienda USL Umbria 1: SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA**

• Scopo.....	1
• Articolazione.....	1
1. Uso in rappresentanza dell'ente dei siti di social networking da parte del personale.....	2
2. Uso privato dei siti di social networking da parte del personale.....	3
• Essere attenti a come ci si presenta nelle reti sociali online.....	4
• Rispettare il "pubblico" ed i vostri colleghi.....	4
• Rispettare la privacy dei colleghi.....	4
• Rispettare la privacy degli utenti. ....	4
• Utilizzare un disclaimer (dichiarazione di esclusione di responsabilità).....	4
• Proteggere le informazioni riservate in possesso della USL. ....	5
• Rispetto del copyright, per un uso o utilizzo leale, equo o corretto.....	5
• Speculare su Rumors.....	5
• Dipendenti e siti personali.....	5
• Non utilizzare la posta elettronica Aziendale ("Zimbra") per uso personale.....	6
Glossario.....	6

#### **Azienda USL Umbria 1: SOCIAL MEDIA POLICY ESTERNA**

• Scopo.....	7
• Articolazione.....	7
1. Regole di comportamento da tenere negli spazi di presidio dell'ente.....	8
• La moderazione.....	8
• Saranno rimossi.....	9
• Verranno inoltre moderati.....	9
• Risposte a quesiti o messaggi.....	9
2. Contatti.....	10

# Azienda USL Umbria 1:

## SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

### SCOPO:

*“La social media policy interna definisce le principali regole di gestione degli strumenti implementati, nell’ambito della strategia di comunicazione, attraverso i social media da parte dell’Ente”\**.

**Questo documento è destinato a tutti i dipendenti dell’Azienda USL Umbria1, e per quanto compatibile, a tutti i collaboratori o consulenti, aventi qualsiasi tipologia di contratto od incarico, nonché alle imprese fornitrici di opere o servizi ed è volto a regolare la gestione dei social media nell’ambito del rapporto di lavoro con l’Azienda.**

Il documento intende fornire due tipi di indicazioni:

1. **generali**, attinenti alle modalità di presenza in Rete e alle regole di comportamento dei dipendenti nella gestione della presenza on-line dell’Ente, alle modalità di interazione con i cittadini, alle strategie di interazione generali, alla filosofia, ecc. ;
2. **specifiche**, che attengono alle regole di gestione dei singoli siti come Facebook, Twitter, YouTube: “il documento fornisce indicazioni sulla tipologia di contenuti pubblicabili e sul tipo di licenza, sul soggetto che si deve occupare di gestire i profili specifici di ogni sito di social networking, sulle modalità di gestione del feedback in ogni contesto ecc.”\*.

### ARTICOLAZIONE:

Nel documento vengono definite:

- **le modalità d’uso dei siti di social networking da parte del personale**, tanto nell’attività professionale (uso in rappresentanza dell’Ente) che nella propria vita privata in relazione al rapporto di lavoro in essere con l’Azienda (uso privato).
- **le modalità di gestione degli account istituzionali**: procedure, procedimenti autorizzativi, prassi amministrative e processi necessari alla creazione e gestione degli account nei diversi siti di social networking, ma anche ruoli e responsabilità nella gestione dei diversi account; il codice di comportamento del personale nelle attività di gestione dei profili dell’Ente, con le regole d’ingaggio nei rapporti con il pubblico e le modalità di risposta e lo stile di relazione;
- **la gestione dei contenuti**, con particolare riguardo all’individuazione di chi, all’interno dell’Ente, debba occuparsi della redazione dei materiali da declinare sui diversi siti di social networking. Per questa attività la social media policy interna specifica gli ambiti di responsabilità, dettaglia le caratteristiche dei contenuti da sviluppare nei loro elementi formali e ne definisce la licenza di distribuzione”\*.

\*Vademecum “Pubblica Amministrazione e social media” Parte II - La PA sui social media in:

[http://www.funzionepubblica.gov.it/media/982042/vademecum\\_pubblica\\_amministrazione\\_e\\_social\\_media.pdf](http://www.funzionepubblica.gov.it/media/982042/vademecum_pubblica_amministrazione_e_social_media.pdf)

Sono, quindi, distinti due casi d’uso specifici:

1. **USO IN RAPPRESENTANZA DELL'ENTE:** è il caso in cui l'individuo, autorizzato dall'Amministrazione, accede a un sito di social networking con account istituzionale e attraverso esso agisce in nome e per conto dell'Ente;
2. **USO PRIVATO:** è il caso in cui l'individuo accede a un sito di social networking con un account personale per i propri interessi. In questo caso va considerato che la persona può essere comunque identificata dagli altri utenti dello stesso social network come un dipendente della Pubblica Amministrazione. Quindi, se ci si identifica come un dipendente USL, le persone possono confondere le opinioni personali con quelle aziendali. Per evitare questo problema è necessario mettere in chiaro che si sta scrivendo a titolo personale e per proprio conto, e non per l'Az. USL Umbria 1. Come minimo, si consiglia vivamente di includere un *disclaimer* simile al seguente: "le opinioni su questo sito sono mie e non rappresentano le opinioni o le posizioni dell'Azienda USL Umbria 1."

---

## 1. **USO IN RAPPRESENTANZA DELL'ENTE DEI SITI DI SOCIAL NETWORKING DA PARTE DEL PERSONALE**

L'Azienda USL Umbria 1 utilizza i social media per informare i cittadini sui servizi, perseguendo finalità istituzionali e di interesse generale. I contenuti diffusi dall'Ente attraverso i social network non costituiscono gli obblighi istituzionali di pubblicità e trasparenza. La creazione e la gestione degli account nei diversi siti di socialnetworking, così come la definizione dei ruoli e delle responsabilità devono essere conformi a quanto disposto da:

- DLgs 30 giugno 2003, n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali"
- DPR 16 Apr. 2013 n. 62 "Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici"
- DDG n.914/2014 "Codice di Comportamento"
- "Linee guida per i siti web della PA - Vademecum Pubblica Amministrazione e Social media" del Ministero della Funzione Pubblica.
- "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)
- "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)

---

\*Vademecum "Pubblica Amministrazione e social media" Parte II - La PA sui social media in:  
[http://www.funzionepubblica.gov.it/media/982042/vademecum\\_pubblica\\_amministrazione\\_e\\_social\\_media.pdf](http://www.funzionepubblica.gov.it/media/982042/vademecum_pubblica_amministrazione_e_social_media.pdf)

Ogni volta che un servizio voglia ottenere un account per la gestione di un social Network con finalità istituzionali dovrà inoltrare formale richiesta alla U.O. Sviluppo Qualità e Comunicazione specificando:

- Obiettivi
- Modalità
- Tempi
- Ruoli e responsabilità nella gestione
- Contenuti
- Ecc.

La U.O. procederà alla valutazione della richiesta e inoltrerà la stessa alla Direzione Generale per l'autorizzazione, mantenendo una costante supervisione sull'attività approvata.

L'Azienda provvederà a tutelarsi riservandosi di prendere tutte le misure necessarie a proteggere le proprie informazioni riservate ed al pieno rispetto delle informazioni riservate di altri. Come risultato, l'Azienda USL Umbria 1, si aspetta che tutti i dipendenti si assumano la responsabilità della protezione di queste fonti di informazioni riservate. Come dipendenti non è vietato divulgare informazioni riservate (dati sensibili, informazioni personali, di salute, ecc.) ad un utente esterno.

Ogni contenuto non dovrà fare riferimento a posizioni politiche, religiose, sindacali garantendo equità, ed evitando qualunque discriminazione di genere, razza, confessione, posizione politica.

Inoltre, i contenuti informativi dovranno rispondere alle seguenti caratteristiche di qualità:

- **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 da prove adeguate, con una chiara attribuzione delle fonti scientifiche di riferimento e del loro aggiornamento (riferimenti bibliografici e data)
- **Trasparenza:** più chiari possibile, fornendo un indirizzo e-mail al quale gli utilizzatori possono chiedere ulteriori dettagli o supporto
- **Complementarietà:** destinati ad incoraggiare, e non a sostituire, le relazioni esistenti tra paziente e medico, utenti e personale sanitario, ecc.

## 2. USO PRIVATO DEI SITI DI SOCIAL NETWORKING DA PARTE DEL PERSONALE

Come dipendenti dell'Azienda USL Umbria 1, oltre a quanto previsto dal D.P.R. 16 aprile 2013, n. 62 – "Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici", se si sceglie di creare o partecipare a un blog, wiki, social network on-line o di qualsiasi altra forma di editoria on-line o di discussione, questa decisione resta una scelta personale.

In generale, quello che ognuno fa nel suo tempo libero non è di pertinenza dell'Azienda.

Tuttavia, le attività che influenzano le prestazioni di lavoro, le prestazioni di altri dipendenti, o gli interessi dell'Azienda, sono regolati da politiche aziendali, Codici di comportamento e Linee Guida.

Questo vale se ci si impegna in queste attività dentro o fuori del lavoro e ci si identifica come dipendente dell'Az. USL Umbria 1.

Se si sceglie di partecipare a questo tipo di attività online, è importante che si capisca ciò che è raccomandato, previsto e richiesto, sia durante le ore di lavoro che nel tempo libero.

Per questo, l'Az. USL Umbria 1 ha sviluppato le seguenti linee guida per i dipendenti da seguire durante la pubblicazione di un blog o di qualche altra forma di social media come ad esempio You-tube, Facebook, MySpace, Twitter, LinkedIn o altro.

### **Essere attenti a come ci si presenta nelle reti sociali online.**

---

I confini tra pubblico e privato, tra personale e professionale sono molto sfumati nelle reti sociali online. Se ci si identifica come dipendenti dell'Az. USL Umbria 1 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.

### **Rispettare il “pubblico” ed i vostri colleghi.**

---

È importante ricordare che un'Azienda Sanitaria 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 se stessi, ma va fatto con rispetto. Questo include non solo le cose più ovvie (assenza di insulti etnici, personali, oscenità, ecc.) ma anche argomenti che possono essere considerati offensivi o infamatori. È sempre bene usare il buon senso, ma in caso di dubbi e per ulteriori indicazioni su ciò che costituisce comunicazioni inappropriate è possibile consultare l'U.O. Sviluppo Qualità e Comunicazione.

### **Rispettare la privacy dei colleghi.**

---

Blog, wiki, social network e altri strumenti non devono essere utilizzati per le comunicazioni interne tra i colleghi. È bene per i dipendenti dell'Az. USL Umbria 1 non nascondere il disaccordo, ma non è possibile utilizzare il blog esterno o altri social media online per gestire eventuali divergenze. È raccomandabile non discutere con i colleghi di lavoro senza il loro permesso e chiedere sempre il permesso prima di inviare le loro foto (vedi D. Lgs. n. 196/2003 Codice in materia di protezione dei dati personali). 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. 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. Ulteriori indicazioni su questo aspetto sono contenute nella legge sulla Privacy (D. Lgs. n. 196/2003 Codice in materia di protezione dei dati personali).

### **Utilizzare un *disclaimer* (dichiarazione di esclusione di responsabilità).**

---

Quando l'Az. USL Umbria 1 vuole comunicare pubblicamente ha i suoi mezzi già stabiliti per farlo. Solo le persone designate ufficialmente dall'Azienda hanno l'autorità di parlare a nome della stessa. Tuttavia, se ci si identifica come un dipendente USL, le persone possono confondere le opinioni personali con quelle aziendali. Per evitare questo problema è necessario mettere in chiaro che si sta scrivendo a titolo personale e per proprio conto, e non per l'Az. USL Umbria 1. Come minimo, si consiglia vivamente di

includere un *disclaimer* simile al seguente: "le opinioni su questo sito sono mie e non rappresentano le opinioni o le posizioni dell'Azienda USL Umbria 1."

### **Proteggere le informazioni riservate in possesso della USL.**

---

Ogni dipendente dell' Az. USL Umbria 1 ha l'obbligo di proteggere le informazioni riservate dell'Azienda. Tale obbligo è stabilito in diversi luoghi, tra cui il DLgs 30 giugno 2003, n. 196 "Codice in materia di protezione dei dati personali" e il DPR 16 Apr. 2013 n. 62 "Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici".

Ad esempio, non è possibile parlare di qualsiasi informazione Aziendale riservata, comprese le prestazioni del vostro servizio, la tempistica ecc.

Inoltre, è vietato pubblicare immagini dei servizi (dalle sale d'attesa agli ambulatori, dai mezzi di trasporto –ambulanze- e tutti quei luoghi che non sono generalmente resi pubblici). Infine, non si può pubblicare o divulgare documenti interni informali e non ancora deliberati. Tali documenti sono destinati ad un uso interno all'Azienda e non per la diffusione pubblica.

### **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 alla U.O. Sviluppo Qualità e Comunicazione.

### **Speculare su Rumors:**

---

E' opportuno evitare di speculare su qualsiasi evento o notizia che l' Az. USL Umbria 1 non abbia ufficialmente annunciato. Se un utente insiste per ottenere un parere personale. Fughe d'informazioni potenzialmente in grado di ledere gli interessi Aziendali non saranno permesse.

Ogni dipendente quando è stato assunto all'Azienda USL Umbria 1, ha sottoscritto ed accettato il contratto di lavoro che recepisce il DPR 16 Apr. 2013 n. 62 "Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici".

Quindi, bisogna essere molto prudenti nelle conversazioni con altri dipendenti sui social network, non confermando o negando qualsiasi informazione o facendo riferimento a siti web non istituzionali come fonti di informazione.

### **Dipendenti e siti personali:**

---

Ogni dipendente della Az. USL Umbria 1, rappresenta l'Azienda, quindi non debbono essere inviati messaggi o commenti su servizi aziendali o collegabili all'azienda stessa, se ci si identifica come un dipendente.

### **Non utilizzare la posta elettronica Aziendale ("Zimbra") per uso personale.**

---

L' indirizzo e-mail "[@uslumbria1.it](mailto:@uslumbria1.it)" è stato assegnato per essere usato sul posto di lavoro. Pertanto, non si deve usare su blog personali o durante la pubblicazione su siti di

social network. È importante ricordare che ci possono essere conseguenze anche legali per ciò che si posta o pubblica on-line, se si adotta un comportamento che l'Azienda ritiene inadeguato o lesivo in quanto viola la politica aziendale. Ogni volta che si è in procinto di pubblicare qualcosa e c'è incertezza su come seguire queste linee guida, è possibile discuterne con l'U.O. Sviluppo Qualità e Comunicazione prima di postare.

## GLOSSARIO

---

**Social media:** 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.

**Feedback:** Il significato letterale della traduzione dal termine inglese è *retroazione*, ovvero l'effetto di un atto, di un comportamento, su colui che l'ha provocato. Nel marketing e quindi nelle strategie aziendali di comunicazione attuare un *feedback* significa più propriamente verificare e controllare i risultati ottenuti in seguito a scelte e strategie specifiche. La parola è molto usata anche nel linguaggio comune spesso al posto del concetto espresso in italiano dalle parole "risposta a uno stimolo". In ogni disciplina o contesto comunque un Feedback è una reazione, positiva o negativa, nei confronti di qualcosa o di qualcuno.

Il termine è molto utilizzato in rete per invitare gli utenti a lasciare un commento su una qualsiasi attività.

**Blog:** Nel gergo di Internet, un **blog** ([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, concetto assimilabile o avvicinabile ad un articolo di giornale. Il termine *blog* è la contrazione di *web-log*, ovvero "diario in rete".

**Wiki:** Sito web che permette a ciascuno degli utenti di aggiungere nuovi contenuti o di modificare quelli già esistenti. Si tratta in altre parole di una raccolta di documenti ipertestuali che viene aggiornata dai suoi stessi utilizzatori e i cui contenuti sono sviluppati in collaborazione da tutti coloro che vi hanno accesso (contenuto generato dagli utenti), memorizzati normalmente su un database. La modifica dei contenuti è aperta, nel senso che il testo può essere modificato da tutti gli utenti (a volte soltanto se registrati, altre volte anche anonimi) contribuendo non solo per aggiunte, come accade solitamente nei forum, ma anche cambiando e cancellando ciò che hanno scritto gli autori precedenti. Ogni modifica è registrata in una cronologia che permette in caso di necessità di riportare il testo alla versione precedente; lo scopo è quello di condividere, scambiare, immagazzinare e ottimizzare le informazioni in modo collaborativo.

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

## Azienda USL Umbria 1: SOCIAL MEDIA POLICY ESTERNA

### SCOPO:

“La social media policy esterna illustra all’utenza le regole di comportamento da tenere negli spazi di presidio dell’Ente e indica quali contenuti e quali modalità di relazione ci si deve aspettare dall’Ente in tali spazi. In altri termini, **è un documento destinato al cittadino e volto a regolare il rapporto tra esso e l’Ente nell’ambito dei social media** [...] per aiutare e rendere più semplice e trasparente la gestione di questi spazi, riducendo al minimo il rischio di critiche e malintesi relativi all’interazione con i cittadini-utenti” <sup>1</sup>.

L'uso dei Social media rientra tra le attività di comunicazione dell'Azienda USL Umbria 1. L'Azienda utilizza il Web (sito internet <http://www.uslumbria1.gov.it/> e i Social media <https://www.youtube.com/user/AUSL2> ) per informare, comunicare, ascoltare e dare accesso ai servizi. Attraverso i Social media in particolare l'Azienda vuole favorire anche la partecipazione, il confronto e il dialogo con i propri interlocutori.

In questi spazi e con queste attività, l'Azienda intende perseguire finalità istituzionali e di interesse generale.

Va comunque specificato che non vi è alcun obbligo normativo per la Pubblica Amministrazione a essere presente con un proprio presidio istituzionale su uno o più siti social e che questi strumenti **integrano e non sostituiscono** i tradizionali canali di comunicazione attraverso i quali l'Azienda rende disponibili le informazioni e i propri servizi al cittadino.

### ARTICOLAZIONE:

Attraverso i Social media, l'Azienda informa i cittadini su servizi, progetti e iniziative.

I contenuti pubblicati on-line riguardano:

- informazioni riguardanti l'attività ed i servizi dell'Azienda
- promozione di incontri ed eventi
- promozione di materiale informativo prodotto dall'Azienda o dalla Regione Toscana
- diffusione di conoscenze ed informazioni che promuovono stili di vita corretti
- azioni di coinvolgimento e partecipazione dei cittadini
- comunicazioni aziendali
- aggiornamenti in situazioni particolari e di emergenza.

Sfruttando le opportunità tipiche di queste piattaforme, l'Azienda può condividere e rilanciare occasionalmente sulle proprie bacheche Social contenuti e messaggi di pubblico interesse e utilità realizzate da soggetti terzi (altri enti, istituzioni). Possono essere veicolate attraverso i Social media dell'Azienda le iniziative e/o i progetti che abbiano richiesto e ottenuto il patrocinio dell'Azienda.

**Pur verificandone, per quanto possibile, la precisione e l'attendibilità dei messaggi, l'Azienda non si assume alcuna responsabilità per eventuali informazioni errate o non aggiornate.**

---

<sup>1</sup> \*Vademecum “Pubblica Amministrazione e social media” Parte II - La PA sui social media in: [http://www.funzionepubblica.gov.it/media/982042/vademecum\\_pubblica\\_amministrazione\\_e\\_social\\_media.pdf](http://www.funzionepubblica.gov.it/media/982042/vademecum_pubblica_amministrazione_e_social_media.pdf)

L'eventuale presenza di spazi pubblicitari a margine dei contenuti pubblicati nelle pagine dei Social media utilizzati dall'Azienda è gestita in autonomia dagli stessi Social network e non è riconducibile al controllo dell'Azienda.

#### **1. REGOLE DI COMPORTAMENTO DA TENERE NEGLI SPAZI DI PRESIDIO DELL'ENTE:**

Il Web 2.0 consente una relazione più diretta con cittadini, per questo l'Azienda USL Umbria 1 ha recentemente attivato un canale dedicato su Youtube ed intende aprire una pagina ufficiale su Facebook e un account su Twitter.

L'Azienda si impegna a gestire spazi di comunicazione e dialogo all'interno dei propri profili dei 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:

1. 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;
2. 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;
3. 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.
4. l'interesse pubblico degli argomenti è un requisito essenziale: non è possibile in alcun modo utilizzare questi spazi per affrontare casi personali.
5. 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.
6. non sarà tollerata alcuna forma di pubblicità, spam o promozione di interessi privati o di attività illegali.
7. non sono ammessi contenuti che violino il diritto d'autore né l'utilizzo non autorizzato di marchi registrati.

#### **La moderazione:**

---

La moderazione dei canali social dell'Azienda 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.

Tutti hanno il diritto di intervenire nei canali social dell'Azienda esprimendo la propria opinione, fermo restando che il requisito essenziale è l'interesse pubblico degli argomenti; non è possibile in alcun modo utilizzare gli spazi social dell'Azienda per casi personali; in tali spazi valgono le normali regole di correttezza, rispetto delle opinioni altrui e privacy.

Commenti e post degli utenti, che sono invitati a presentarsi sempre con nome e cognome, 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.

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.

#### **Saranno rimossi:**

---

commenti e post discriminatori, offensivi, violenti o inappropriati nei confronti di altri utenti, presenti o meno alla discussione, di enti, associazioni, aziende o di chi gestisce e modera i canali social;  
insulti, turpiloquio, minacce o atteggiamenti che ledano la dignità personale, i diritti delle minoranze e dei minori, i principi di libertà e uguaglianza;  
i dati sensibili postati in commenti o post pubblici all'interno dei canali sui social;  
i messaggi pubblicitari e qualsiasi tipo di propaganda elettorale.

### **Verranno inoltre moderati:**

---

i commenti fuori argomento rispetto alla discussione di un determinato post (off topic);  
gli interventi inseriti ripetutamente;  
i commenti e i post scritti per disturbare la discussione (cosiddetti "trolling" o "flame").

L'Azienda si riserva il diritto di usare il ban o il blocco nei confronti di utenti con account palesemente falsi, di chi viola ripetutamente queste condizioni o quelle contenute nelle policy degli strumenti adottati e si riserva inoltre di effettuare eventualmente la segnalazione ai responsabili della piattaforma e alle forze dell'ordine.

### **Risposte a quesiti o messaggi:**

---

Tutti i quesiti e messaggi vengono letti dalla Redazione Web. Quando richiesto viene sempre fornita risposta nel più breve tempo possibile.

I canali dell'Azienda vengono presidiati, di regola, dal lunedì al venerdì dalle 9.00 alle 13.00, per rispondere alle richieste dei cittadini direttamente, se possibile, o trasferendole alle Strutture competenti.

I tempi di risposta variano in base alla tipologia di richiesta; nel caso in cui i canali social non siano lo strumento adeguato per soddisfare la richiesta, gli operatori dell'Azienda (Redazione Web) provvederanno a informare sulle corrette modalità o sulle Strutture cui rivolgersi.

Le pagine e gli account Az. USL sui social network sono canali informali, quindi, per avere informazioni o inviare segnalazioni o reclami si raccomanda di rivolgersi agli Uffici Relazioni col Pubblico all'indirizzo <http://www.uslumbria1.gov.it/pagine/urp> o agli indirizzi di posta elettronica certificata.

Publicando un commento o altro materiale su uno spazio dell'Azienda USL Umbria 1, 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. CONTATTI:**

Azienda USL Umbria 1 Perugia  
U.O. Sviluppo Qualità e Comunicazione  
Redazione Web  
Via Guerriero Guerra n. 19, 06100 Perugia  
Email: [comunicazione@uslumbria1.it](mailto:comunicazione@uslumbria1.it)  
Telefono 0755412073