

**TITOLO: SOCIAL MEDIA POLICY DELL'IRCCS
 BURLO GAROFOLO**

Codice identificazione file:

PRO_DGN_0003_02

F_DGN_0002_11_PRO_DGN_0001_05112021

versione definitiva

PROCEDURA

Pagina 1 di 13 09/03/2022

Rapporto e LG Garante in materia di trattamento dei dati personali nei servizi di social network

PRO_DGN_0003_02

PROCEDURA

TITOLO: SOCIAL MEDIA POLICY DELL'IRCCS BURLO GAROFOLO

versione definitiva

Data redazione:	09/03/2022
Da rivedere entro:	entro il 31/03/2025
Struttura emittente:	Direzione Generale
Process owner:	Dott.ssa Donatella Fontanot, Responsabile Ufficio Relazioni con Pubblico e Comunicazione
Process driver:	Dott.ssa Donatella Fontanot, Responsabile Ufficio Relazioni con Pubblico e Comunicazione
Process supporters:	Dott.ssa Patrizia Borzacchiello, Dott.ssa Sara Pastore, URP Dott.ssa Donatella Fontanot, Responsabile URP
Gruppo di redazione:	Dott.ssa Sara Pastore, URP Dott.ssa Patrizia Borzacchiello, URP
Gruppo di verifica dei contenuti:	Dott. Antonio Accardo, Servizi Informativi Dott. Graziano de' Petris, Data Protection Officer
Gruppo di verifica formale:	Dott.ssa Elisabetta Danielli, Responsabile Qualità aziendale
Pareri favorevoli:	Dott.ssa Paola Toscani, Direttore Sanitario; Dott.ssa Serena Sincovich, Direttore Amministrativo; Prof. Egidio Barbi, Direttore Scientifico ad interim
Gruppo di approvazione:	Dott. Stefano Dorbolò, Direttore Generale
Soggetti da informare:	Tutto il personale dell'Istituto
Modalità diffusione:	sito istituzionale www.burlo.trieste.it , account Twitter "@BurloGarofolo", account YouTube "IRCCS BURLO GAROFOLO", account Facebook "@BurloGarofolo", account LinkedIn
Parole chiave:	twitter, facebook, youtube, social network, media
Norme e standard applicabili:	<ul style="list-style-type: none"> - Reg. UE n.679/2016 ("GDPR") - D.lgs. 30 giugno 2003, n. 196 - D.lgs. 10 agosto 2018, n. 101 - D.lgs 82/2005 e s.m.i. amm digitale - D.lgs 190/2012 anticorruzione - D.lgs 33/2013 trasparenza PA - Rapporto e Linee Guida in materia di privacy nei servizi di social network "Memorandum di Roma" adottato in occasione del 43mo incontro, 3-4 marzo 2008 - DGR 3586/2004, DGR 1436/2011, DGR 1083/2012 - ISO 9001:2015 - Norme e provvedimenti del Garante per la Privacy specifiche per i trattamenti dei dati attraverso i social network (https://www.garanteprivacy.it/temi/social-network; video: https://www.garanteprivacy.it/connettilatesta; vademecum "Social Privacy – Come tutelarsi nell'era dei social network" [doc. web. n. 3140059]).

Documento firmato da:
DONATELLA FONTANOT
 24.03.2022 12:28:40 UTC

Documento firmato da:
STEFANO DORBOLO'
 17.05.2022 14:12:40 UTC



Obblighi di pubblicazione (Amministratraz.Trasparente): Garanzia della massima trasparenza nell'informare gli utenti (vedi Rapporto e Linee Guida in materia di privacy nei servizi di social network "Memorandum di Roma" adottato in occasione del 43mo incontro, 3-4 marzo 2008)
 La presente Politica è soggetta alla pubblicazione sulla sezione Amministrazione trasparente ex D.lgs n. 33/2013 (art. 12 commi 1 e 2) nella sezione Disposizioni Generali.

Process controller: Dott.ssa Elisabetta Danielli, Responsabile Qualità aziendale	Documento firmato da: ELISABETTA DANIELLI 28.03.2022 10:57:19 UT	Documento firmato da: PAOLA TOSCANI 13.05.2022 12:44:04 UT	Documento firmato da: SERENA SINCOVICH 16.05.2022 12:29:44 UT	Documento firmato da: EGIDIO BARBI 29.03.2022 07:31:04 UTC
--	---	---	--	---



MODULO INDICI

1. INDICE

1. INDICE	2
2. STORIA DEL DOCUMENTO	3
MATRICE DELLE REVISIONI:	3
MODALITÀ DI CONSERVAZIONE E DI DISTRIBUZIONE:	3
PROPRIETÀ INTELLETTUALE E DIRITTI D'AUTORE:	3
3. SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE	4
RAZIONALE	4
OGGETTO	4
OBIETTIVI	4
CAMPO DI APPLICAZIONE	4
<i>Campo di applicazione - processo</i>	4
<i>Campo di applicazione - oggetto</i>	4
<i>Campo di applicazione – professionisti/ operatori</i>	4
<i>Campo di applicazione – stakeholders</i>	4
ESCLUSIONI	4
<i>Esclusioni – processi</i>	4
<i>Esclusioni – oggetti</i>	4
<i>Esclusioni – professionisti</i>	4
<i>Esclusioni - stakeholders</i>	4
4. SOCIAL MEDIA POLICY ESTERNA	5
PREMESSA	5
GESTIONE DEI SOCIAL MEDIA: I CONTENUTI	5
IL SOCIAL MEDIA TEAM	5
PRINCIPI E REGOLE (SOCIAL MEDIA TEAM)	6
IN CASO DI CRISI	7
PRINCIPI E REGOLE (UTENTI ESTERNI)	7
MODERAZIONE E CONSEGUENZE PER IL MANCATO RISPETTO DELLE REGOLE DI UTILIZZO	9
RISPOSTE AI MESSAGGI	9
CONTATTI	9
5. MEDIA POLICY INTERNA	10
PREMESSA	10
PRINCIPI E REGOLE	10
6. VALUTAZIONE DEI RISCHI ASSOCIATI AL PROCESSO	11
IDENTIFICAZIONE DEGLI AMBITI DI RISCHIO E AZIONI DI CONTENIMENTO:	11
<i>Rischi di corruzione/trasparenza/obblighi di pubblicazione:</i>	11
<i>Rischio di violazione dei dati personali (privacy):</i>	11
<i>Rischio di mancata conformità normativa:</i>	12
<i>Altri rischi e rischi organizzativi:</i>	12
7. CONTROLLO E VERIFICA PER LA CORRETTA APPLICAZIONE	12
QUESITI PER LA VERIFICA DELLA CONOSCENZA:	12
INDICATORI DI MISURAZIONE:	12
FORMAZIONE SUL DOCUMENTO:	12
VERIFICHE INTERNE (AUDIT):	12
VERIFICHE DA PARTE DI ENTI ESTERNI:	12
8. DEFINIZIONI	13
ABBREVIAZIONI E ACRONIMI:	13
GLOSSARIO:	13

9. DOCUMENTAZIONE CORRELATA E RIFERIMENTI	13
ALLEGATI AL DOCUMENTO:	13
ALTRI DOCUMENTI COLLEGATI AL DOCUMENTO:	13
RIFERIMENTI NORMATIVI:	13

2. STORIA DEL DOCUMENTO

Matrice delle revisioni:

Il documento riprende, sotto le sembianze di PRO_DGN_0003, i contenuti della Politica POL_DGN_0002_01 del 2020, declinandoli per gli aspetti organizzativi specifici. Per garantire una continuità nei contenuti dichiarati, conserva la storia delle revisioni e viene emesso in revisione 2.

Come POL_DGN_0002 Social Media Polity

Revisione	Data	Modifiche
00	16/03/2017	Prima emissione Redattori: D. Fontanot; Verificatori: E. Danielli, B. Smedile; Approvatori: G. Scannapieco
01	29/04/2020	Prima revisione Redattori: D. Fontanot; P. Borzacchiello; V. Mallazzi; F. Persico Verificatori: E. Danielli, M. Bava Approvatori: P. Toscani, S. Sincovich, F. Barbone, S. Dorbolò

Come PRO_DGN_0003 (riprende i contenuti della POL_DGN_0002 e ne conserva la storia delle modifiche e revisioni)

Revisione	Data	Modifiche
02	09/03/2022	Seconda revisione

Modalità di conservazione e di distribuzione:

Una copia informatizzata del presente documento è conservata in area virtuale dedicata nell'archivio aziendale. L'archivio risiede sul server aziendale, con back up giornaliero. Il Responsabile Qualità aziendale ha in carico la gestione dell'archivio aziendale di tutta la documentazione istituzionale.

In caso di formalizzazione del documento, una copia protocollata dello stesso è inviata al Responsabile Qualità aziendale per l'inserimento nell'archivio. L'Ufficio Protocollo ne conserva un'ulteriore copia digitalizzata.

La distribuzione del documento avviene attraverso la rete intranet aziendale in sezione dedicata. La reperibilità del documento è coadiuvata dall'inserimento di parole chiave. In casi specifici, per maggiore diffusione e/o per finalità di promozione e formazione, il documento può essere fornito sia in versione informatizzata che cartacea agli operatori autorizzati.

Proprietà intellettuale e diritti d'autore:

Il contenuto del presente documento è di proprietà dell'IRCCS e pertanto sono riservati tutti i diritti. Nessuna parte di questo documento può essere riprodotta o usata in qualunque forma e con qualsiasi mezzo (comprese fotocopie, registrazioni magnetiche o quant'altro), senza previa autorizzazione e senza citarne la fonte.

MODULO CONTENUTI

3. SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE

Razionale	L'IRCCS "Burlo Garofolo", di seguito denominato "Istituto", identifica le regole di comportamento da tenere negli spazi attivati dall'Istituto sui social media.
Oggetto	Descrizione delle regole e della gestione dei social media utilizzati dall'IRCCS Burlo Garofolo.
Obiettivi	L'Istituto utilizza Internet e i social media per informare, comunicare, ascoltare e favorire anche la partecipazione, il confronto e il dialogo con le persone, con gli enti del territorio e altri soggetti che si occupano di salute e benessere. In questi spazi e con queste attività, l'Istituto intende perseguire finalità istituzionali e di interesse generale.
Campo di applicazione	Si vedano di seguito il campo di applicazione per processo, oggetti e soggetti coinvolti.
<i>Campo di applicazione - processo</i>	Processo di gestione dei social media
<i>Campo di applicazione - oggetto</i>	Social Media Facebook: https://www.facebook.com/BurloGarofolo Twitter: https://twitter.com/BurloGarofolo YouTube: https://www.youtube.com/channel/UCsZcCVWNOMGaBvpQBpct4fg LinkedIn: https://www.linkedin.com/company/burlogarofolo/
<i>Campo di applicazione - professionisti/ operatori</i>	Team dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione
<i>Campo di applicazione - stakeholders</i>	Utenti
Esclusioni	Si vedano di seguito le esclusioni per processo, oggetti e soggetti coinvolti.
<i>Esclusioni - processi</i>	Processi non compresi nel campo di applicazione
<i>Esclusioni - oggetti</i>	- Sito web - Canali social non gestiti direttamente dall'IRCCS.
<i>Esclusioni - professionisti</i>	Professionisti non coinvolti
<i>Esclusioni - stakeholders</i>	Nessuna

4. SOCIAL MEDIA POLICY ESTERNA

Premessa

L'Istituto utilizza i suoi canali per promuovere eventi, diffondere con tempestività informazioni e notizie attraverso una comunicazione diretta e interattiva, nell'ambito della propria mission istituzionale.

All'interno dei propri social media, l'Istituto può condividere e rilanciare occasionalmente contenuti e messaggi di pubblico interesse e utilità realizzate da soggetti terzi (altri enti, soggetti o cittadini), verificandone l'attendibilità della fonte, senza tuttavia certificarne i contenuti, se le finalità di informazione rientrano nella propria mission istituzionale.

Gestione dei social media: i contenuti

I contenuti pubblicati riguardano i principali filoni editoriali:

- informazioni concernenti le attività assistenziali e di ricerca scientifica, ed i servizi erogati dall'IRCCS;
- promozione di servizi online di pubblica utilità per il cittadino, predisposti dalla Direzione Centrale Salute della Regione FVG (come, ad esempio, la piattaforma SESAMO per la gestione del Fascicolo Sanitario Elettronico), o da organi di governo preposti (Istituto Superiore della Sanità, Ministero della Salute, altri Ministeri...), o da organi internazionali (Organizzazione Mondiale della Sanità...)
- promozione di incontri ed eventi organizzati o patrocinati dall'Istituto (convegni, incontri, seminari, corsi di formazione, ecc.);
- opportunità di coinvolgimento e partecipazione dei cittadini;
- comunicazioni aziendali e documenti ufficiali;
- aggiornamenti in situazioni particolari;
- racconto istituzionale su: "cosa fa l'Istituto" attraverso post, immagini e video;
- comunicati stampa;
- campagne di comunicazione;
- promozione di progetti e iniziative di prevenzione e di promozione della salute;
- promozione di progetti di ricerca scientifica o di pubblicazioni su riviste scientifiche.

Il piano editoriale redatto con cadenza mensile dal Responsabile URP e Comunicazione viene preventivamente autorizzato dalla Direzione Strategica.

In caso di necessità e urgenza, in particolare su temi inerenti informazioni di servizio e/o pubblica utilità, l'autorizzazione alla pubblicazione del post viene delegata al Social Media Manager.

Si è scelto di impostare la comunicazione sui social network secondo modalità più informali rispetto a quelle seguite sul sito web istituzionale, sia per avvicinare un pubblico di non specialisti, meno avvezzo a terminologie settoriali, sia per adattarsi alle modalità consolidate di comunicazione sui social network improntate alla conversazione e allo scambio.

Il Social Media Team

La gestione dei canali social dell'Istituto è affidata al Social Media Team, a capo del quale troviamo il Social Media Manager. Il Social Media Manager è il Responsabile

dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione (URP) dell'Istituto, il Social Media Team è composto da personale afferente all'Ufficio Relazioni con il Pubblico e Comunicazione (URP) dell'Istituto ma con compiti distinti da questo.

Inoltre, il Social Media Team si avvale della collaborazione del personale dell'Ufficio Sistema Informativo per la gestione tecnica dei canali social e del Responsabile per la Protezione dei Dati (DPO) per quanto di competenza. Ulteriori figure possono essere coinvolte su tematiche specifiche.

Fra i compiti del Social Media Team rientrano:

- l'individuazione e la confezione dei contenuti da pubblicare;
- la gestione del piano editoriale;
- la conversazione e l'interazione con gli utenti;
- il monitoraggio dell'andamento dei canali;
- la gestione delle segnalazioni di eventuali problematiche o criticità.

Il Social Media Manager:

- propone la linea editoriale alla Direzione Generale e, se del caso, alla Direzione scientifica;
- individua i componenti del gruppo;
- valida l'attività di selezione dei contenuti da segnalare sui canali social dell'Istituto;
- supervisiona le conversazioni che si sviluppano con gli utenti sui canali social;
- monitora l'andamento generale dei canali;
- cura l'impostazione e il monitoraggio di eventuali campagne di promozione dei contenuti pubblicati.

I componenti del Social Media Team:

- sono il punto di riferimento delle strutture per comunicare sui canali social attività e iniziative;
- collaborano alla definizione delle linee editoriali del settore;
- garantiscono la proposta e/o la redazione di contenuti adeguati alle caratteristiche specifiche del canale attraverso cui saranno diffusi;
- garantiscono la conversazione e l'interazione con gli utenti nelle materie di competenza della struttura di riferimento, relazionandosi con i responsabili delle materie oggetto di commenti o di domande e fornendo le necessarie risposte; assicurano l'allineamento di tutti i canali di comunicazione social attivi;
- verificano che l'interazione con gli utenti si svolga nel rispetto delle normative vigenti anche in materia di Privacy;
- gestiscono gli aspetti tecnici e informatici dei canali social.

Principi e regole (Social Media Team)

I membri del Social Media Team svolgono l'attività di progettazione, stesura e pubblicazione dei contenuti e di moderazione dei canali.

Nella gestione dei canali social, ai componenti del Social Media Team è consentito:

- condividere e citare i contenuti dei profili istituzionali, regionali o extra-
-

regionali, che si occupano di tematiche di interesse attinenti alla mission aziendale;

- condividere e citare i contenuti di profili non istituzionali, regionali o extra-regionali, purché si occupino in modo diretto di tematiche di interesse in linea con la strategia editoriale dell'Istituto;
- condividere e citare i contenuti di organi di informazione, purché abbiano rilevanza in merito a tematiche di interesse in linea con la strategia editoriale dell'Istituto;
- sostenere, con le proprie pubblicazioni, iniziative di rilevanza nazionale e internazionale a cui l'Istituto aderisce o che siano in linea con le strategie dell'Istituto.

Non è invece consentito:

- condividere contenuti pubblicati dall'account personale di uno dei componenti del Social Media Team;
- condividere contenuti pubblicati dall'account personale o dalla pagina fan (nel caso di Facebook) di esponenti politici, partiti politici, organizzazioni sindacali, a meno di deroghe da parte del Direzione Generale giustificate dalla natura del messaggio;
- utilizzare i canali dell'Istituto per promuovere attività ed eventi che non siano di effettivo interesse dell'Istituto oppure organizzati da uno o più membri del Social Media Team senza autorizzazione da parte dell'Ufficio Relazioni con il Pubblico;
- modificare in alcun modo l'uso del logo dell'Istituto o utilizzarlo in modo improprio per promuovere proprie iniziative personali non autorizzate;
- pubblicare opinioni personali che non riflettano la posizione ufficiale dell'Istituto.

In caso di crisi

Qualora vengano pubblicati commenti o avviate conversazioni e interazioni da parte di altri utenti che possono rappresentare una possibile minaccia all'immagine e all'attività dell'Istituto, i membri del Social Media Team sono tenuti a comunicarlo in modo tempestivo al Social Media Manager. Le decisioni in merito alle modalità di gestione di eventuali situazioni problematiche vengono prese dalla Direzione Generale che, decise le azioni da intraprendere, le comunica al Social Media Manager.

Principi e regole (Utenti esterni)

L'Istituto si impegna a gestire spazi di comunicazione e dialogo all'interno dei propri profili nei diversi social media, chiedendo ai propri interlocutori il rispetto di alcune regole.

- 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.
 - 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.

- Non sono tollerati insulti o atteggiamenti che ledano la dignità delle persone. In particolare saranno rimossi dall'amministratore tutti i post, i commenti o i materiali multimediali che contengono:
 - contenuti che promuovono, favoriscono, o perpetuano la discriminazione sulla base del sesso, della razza, della lingua, della religione, delle opinioni politiche, credo, età, stato civile, status in relazione alla pubblica assistenza, nazionalità, disabilità fisica o mentale o orientamento sessuale;
 - contenuti politici o propagandistici;
 - contenuti sessuali o link a contenuti sessuali;
 - contenuti che mirano a promuovere attività commerciali e con finalità di lucro;
 - contenuti che promuovono attività illecite; che violano il copyright o che utilizzano in modo improprio un marchio registrato;
 - contenuti che violino l'interesse di una proprietà legale o di terzi;
 - commenti o post che presentino dati sensibili in violazione della Legge sulla privacy;
 - commenti gratuitamente polemici, insulti, volgarità, offese, minacce e, in generale, atteggiamenti violenti;
 - contenuti classificabili come spam;
 - immagini e contenuti ritraenti minori anche in presenza di espressa autorizzazione da parte di entrambi i genitori conformemente alla politica aziendale volta alla massima tutela del minore conformemente anche alla Carta di Treviso:

art. 3.: *“Va evitata la pubblicazione di tutti gli elementi che possano con facilità portare alla sua identificazione, quali le generalità dei genitori, l'indirizzo dell'abitazione o della residenza, la scuola, la parrocchia o il sodalizio frequentati, e qualsiasi altra indicazione o elemento: foto e filmati televisivi non schermati, messaggi e immagini on-line che possano contribuire alla sua individuazione”*
 - contenuti di natura pubblicitaria e più in generale che utilizzino i messaggi a scopo commerciale (promozione, sponsorizzazione e vendita di prodotti).
 - commenti non pertinenti a quel particolare argomento pubblicato (off topic);
 - commenti e post scritti per disturbare la discussione o offendere chi gestisce e modera i canali social
 - interventi inseriti ripetutamente.

L'Istituto si riserva inoltre il diritto di rimuovere qualsiasi contenuto che venga ritenuto in violazione di questa policy o di qualsiasi legge applicabile.

Per chi dovesse violare queste condizioni 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.

In nessun spazio digitale pubblico verranno trattati casi medici specifici o personali: questo tipo di informazioni è altamente riservato e va discusso solo in privato col personale sanitario.

Moderazione e conseguenze per il mancato rispetto delle regole di utilizzo

La moderazione da parte dell'Istituto 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'Istituto si riserva la possibilità di cancellare i contenuti, allontanare gli utenti dai propri spazi e segnalarli ai filtri di moderazione del social media ospitante.

In ogni caso vi è possibilità/ obbligo di segnalazione all'Autorità giudiziaria dei comportamenti illeciti che integrano ipotesi di reato.

Risposte ai messaggi

I canali istituzionali dell'IRCCS "Burlo Garofolo" vengono presidiati, di regola, dal lunedì al venerdì, dalle 9:00 alle 13:00.

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

Si precisa che le pagine e gli account sui social media non sono canali per raccogliere segnalazioni o reclami specifici, che invece vanno indirizzati all'Ufficio Relazioni con il Pubblico come da procedura aziendale per segnalazioni/elogi/reclami.

La funzionalità "messaggi diretti" non è utilizzata per rispondere agli utenti. Per segnalazioni e richieste articolate si consiglia di usare le risorse indicate sopra alla voce "contatti".

Contatti

Gli utenti possono inoltre inviare le loro segnalazioni (ad esempio per segnalare abusi) all'Ufficio Relazioni con il Pubblico – URP, contattandolo ai recapiti seguenti:

telefono: 040 3785 461

email: urp@burlo.trieste.it

Via dell'Istria 65/1

Orari: dal lunedì al venerdì dalle 10.00 alle 12.00 e su appuntamento dalle 13.00 alle 15.00

5. MEDIA POLICY INTERNA

Premessa

Nella social media policy interna sono descritte le principali norme di comportamento che i dipendenti, tutti i collaboratori e consulenti aventi qualsiasi tipologia di contratto, nonché le imprese fornitrici di opere o servizi, studenti, tirocinanti e specializzandi, sono tenuti ad osservare quando accedono ai social network (Facebook, Twitter, YouTube, LinkedIn, ecc.) con i loro account personali, nonché alcune precauzioni da adottare nell'uso dei servizi di messaggistica a scopo professionale.

Principi e regole

Si tratta, in generale, di indicazioni tese a garantire tanto la salvaguardia dell'Istituto, 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'IRCCS "Burlo Garofolo", citando inoltre l'account istituzionale dell'Istituto qualora fosse presente sullo stesso social network, specificando che le opinioni espresse hanno carattere personale e non impegnano in alcun modo la responsabilità dell'Istituto.

Il personale può liberamente condividere sui propri profili privati i contenuti diffusi dai canali social dell'Istituto: 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 nel Regolamento Europeo 679/2016 e D. Lgs. 196/2003 come modificato dal D.Lgs 101/2018, D.P.R. 16 Apr. 2013 n. 62 "Regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici" e nel Codice di comportamento dei dipendenti, collaboratori e consulenti dell'Istituto. 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, ecc.) 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;
- fermo 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'IRCCS "Burlo Garofolo", riferiti alle attività istituzionali e, più in generale, al suo operato, che per le forme e i contenuti possano comunque nuocere all'Istituto, 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 dell'IRCCS "Burlo Garofolo", fatte salve le informazioni di dominio pubblico, pena l'avvio di una segnalazione di violazione (data breach) al garante per la Privacy;
- 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 preventiva esplicita autorizzazione delle strutture e delle persone coinvolte;

- non può utilizzare il logo o l'immagine dell'IRCCS "Burlo Garofolo" su account personali;
- deve evitare di speculare su qualsiasi evento o notizia che l'IRCCS "Burlo Garofolo" non abbia ufficialmente annunciato. Fughe d'informazioni potenzialmente in grado di ledere agli interessi aziendali non saranno permesse.

6. VALUTAZIONE DEI RISCHI ASSOCIATI AL PROCESSO

Identificazione degli ambiti di rischio e azioni di contenimento:

Sono di seguito identificati i rischi specifici e i controlli o misure attive (già in essere) per il loro contenimento/ mitigazione/ abbattimento. Le informazioni sotto descritte sono utili al processo di valutazione dei rischi residui e al calcolo dell'Indice di Priorità degli Interventi, quando necessario.

Sono contemplati i seguenti macroambiti di rischio:

- Rischi legati alla lotta della corruzione e alla trasparenza dei dati
- Rischi legati al trattamento dei dati personali (privacy)
- Rischi legati alla conformità normativa
- Rischi organizzativi (R org)/Altri rischi

Rischi di corruzione/trasparenza/obblighi di pubblicazione:

I social media rappresentano un mezzo per raggiungere più rapidamente il cuore della missione pubblica: la "citizen satisfaction".

I social media sono forse il principale strumento della trasparenza totale introdotta dal decreto 97/2016. Se usati correttamente, i social media offrono indubbi vantaggi per la prevenzione della corruzione e per l'assunzione di responsabilità (accountability), grazie alla tempestività con cui sono gestite le comunicazioni parallelamente alla pubblicazione annuale sul sito dell'Istituto del Piano triennale per la prevenzione della corruzione e della trasparenza (ptpct 2020-2022) <https://www.burlo.trieste.it/content/prevenzione-della-corruzione>

RISCHIO CORRUZIONE/TRASPARENZA	MISURE IN ESSERE PER ABBATTERLO
<i>Mancata trasparenza delle informazioni</i>	<i>Rispetto della normativa in materia di trasparenza e lotta alla corruzione; nomina Responsabile trasparenza/anticorruzione; obiettivi annuali con monitoraggi e relazione annuale, assolvimento obblighi di pubblicazione)</i>

Rischio di violazione dei dati personali (privacy):

Il trattamento dei dati personali degli utenti avviene nel rispetto delle normative vigenti (Reg. UE 679/2016, d.lgs. 196/2003 come novellato dal d.lgs. 101/2018); risponde inoltre alle policy in uso sulle piattaforme utilizzate (Twitter, Facebook, YouTube, LinkedIn, ecc.).

Si richiamano, con i dovuti adeguamenti successivi, il "Rapporto e Linee-Guida in materia di privacy nei servizi di social network" e la "Risoluzione sulla tutela della privacy nei servizi di social network", adottate entrambe nel 2008 e pubblicate sul sito del Garante per la protezione dei dati personali www.garanteprivacy.it.

Si richiama inoltre la sezione appositamente dedicata dal Garante ai social network e i video/documenti messi a disposizione:

<https://www.garanteprivacy.it/temi/social-network>;

video: <https://www.garanteprivacy.it/connettilatesta>;

vademecum "Social Privacy – Come tutelarsi nell'era dei social network" [doc. web. n. 3140059]).

In ogni caso, i dati particolari e i dati giudiziari (art. 9 e art. 10 del Reg. UE 679/2016) contenuti in commenti o interventi all'interno dei profili social attivati dall'Istituto verranno rimossi.

RISCHIO PRIVACY	MISURE IN ESSERE PER ABBATTERLO
Esposizione di dati personali o giudiziari	Monitoraggio e rimozione

Rischio di mancata conformità normativa: Processo conforme alla normativa vigente.

Altri rischi e rischi organizzativi: Eventuali male prassi organizzative sul processo di autorizzazione alla pubblicazione dei contenuti sono scongiurate da una puntuale valutazione.

MODULO DI VERIFICA

7. CONTROLLO E VERIFICA PER LA CORRETTA APPLICAZIONE

Quesiti per la verifica della conoscenza: Quali sono i principi su cui posa la social media policy esterna? E quali quella interna?
 Qual è l'iter di approvazione dei contenuti pubblicati sui social media?
 Chi è il Social Media Manager? E quali sono i suoi compiti?
 Cosa non è consentito al Social Media Team?
 Quali sono i principi e regole della social media policy interna?

Indicatori di misurazione: N° non conformità annuali

Formazione sul documento: La condivisione dei contenuti di questo documento è effettuata attraverso incontri specifici e continua formazione sul campo.

Verifiche interne (audit): Il processo può essere oggetto di audit interni.

Verifiche da parte di enti esterni: Il processo rientra in quelli verificati nel corso delle verifiche ispettive da parte degli enti preposti.

L'Istituto è soggetto a verifiche periodiche da parte di:

- Ministero della Salute (site visit) ai fini del riordino degli IRCCS;
- Direzione Centrale Salute al fine dell'autorizzazione e accreditamento delle aziende sanitarie pubbliche
- altri enti di sorveglianza o autorità (INAIL, AIFA, ACCREDIA, altri enti di certificazione e accreditamento, Centro Nazionale Trapianti, Centro Nazionale Sangue, European Society for Blood and Marrow Transplantation, NAS, Garante della privacy, Prefettura, Magistratura, Corte dei Conti,), per percorsi o esigenze specifiche,
- altri enti sanitari e società scientifiche nell'ambito di specifici percorsi di cura o di confronto organizzativo e gestionale.

MODULO RIFERIMENTI

8. DEFINIZIONI

Abbreviazioni e acronimi: URP Ufficio per le Relazioni con il Pubblico e Comunicazione

Glossario: Social media è un'espressione generica che indica tecnologie e pratiche on line che le persone adottano per condividere contenuti testuali, immagini, video e audio.

9. DOCUMENTAZIONE CORRELATA E RIFERIMENTI

Allegati al documento: /

Altri documenti collegati al documento: /

Riferimenti normativi:

- Reg. UE n.679/2016 ("GDPR")
- D.lgs. 30 giugno 2003, n. 196
- D.lgs. 10 agosto 2018, n. 101
- D.lgs 82/2005 e s.m.i. amm digitale
- D.lgs 190/2012 anticorruzione
- D.lgs 33/2013 trasparenza PA
- Rapporto e Linee Guida in materia di privacy nei servizi di social network
"Memorandum di Roma" adottato in occasione del 43mo incontro, 3-4 marzo 2008
- DGR 3586/2004, DGR 1436/2011, DGR 1083/2012
- ISO 9001:2015

Norme e provvedimenti del Garante per la Privacy specifiche per i trattamenti dei dati attraverso i social network (<https://www.garanteprivacy.it/temi/social-network>; video: <https://www.garanteprivacy.it/connettilatesta>; vademecum "Social Privacy – Come tutelarsi nell'era dei social network" [doc. web. n. 3140059]).