



## SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Il Policlinico di Milano è favorevole all'utilizzo dei canali social, sia quelli ufficiali, sia quelli personali, nel rispetto del regolamento aziendale.

Secondo principi di trasparenza e partecipazione, i siti/social istituzionali sono utilizzati dalla Fondazione per favorire la condivisione delle azioni intraprese, il confronto e il dialogo con i diversi target di riferimento (cittadini, pazienti, professionisti interni, etc).

Raccontare online l'impegno, la ricerca, l'offerta sanitaria, la cura e la professionalità dell'Ospedale e di tutto lo staff è un'importante occasione in termini di reputazione della Fondazione e di sviluppo personale del dipendente.

Questa parte del regolamento ha lo scopo di fornire principi, regole e comportamenti che devono essere osservati dal personale in servizio in Fondazione per un uso sicuro e consapevole dei social media, tutelando da un uso inappropriato della rete l'immagine dell'Ospedale nel suo complesso.

Obiettivo del documento è quindi fornire uno strumento per migliorare la presenza professionale digitale e per avere a disposizione linee guida utili se si volesse aprire un gruppo Facebook o un profilo LinkedIn legato alla propria attività lavorativa in Policlinico.

## QUANDO PARLI DEL TUO LAVORO ONLINE

Se vuoi farti portavoce della tua attività professionale in Policlinico ricorda di aggiornare i tuoi profili social personali inserendo nella sezione *'luogo di lavoro'* i riferimenti alle pagine ufficiali dell'Ospedale e prediligi una foto che inquadri il viso.

### 1) Scrivere un post/tweet coinvolgente sul tuo lavoro

- **Parlare in prima persona.** I post/tweet che raccontano storie e usano la prima persona singolare sono i più coinvolgenti.
- **Usare un linguaggio semplice.** Farsi capire aiuta ad arrivare a più persone. È possibile spiegare cose complesse in modo semplice senza essere superficiali.
- **Usare un'immagine.** Scegliere immagini che raccontano l'evento dal tuo punto di vista, nitide e luminose, meglio se con volti di persone. Anche i *selfie* vanno bene, l'importante è avere il consenso di tutte le persone ritratte.
- **Taggare il Policlinico e le altre realtà coinvolte.** Le menzioni aumentano il successo del post/tweet e consentono di raggiungere più persone.
- **Rispondere** ad eventuali commenti per aumentare la curva di engagement del post.

### 2) Condividere la partecipazione a un convegno/evento di lavoro



In caso di evento online o in presenza ti invitiamo a segnalarlo con anticipo al Team di Comunicazione [comunicazione@policlinico.mi.it](mailto:comunicazione@policlinico.mi.it).

Indicare date, titolo dell'evento, modalità di partecipazione e una breve testo di presentazione per consentire l'eventuale condivisione sui canali dell'Ospedale.

### 3) **Aprire un gruppo Facebook per avere un rapporto più diretto con i pazienti**

Per ragioni legali e di brand non è possibile aprire profili privati o pagine a nome - o contenenti il nome - del Policlinico di Milano o dei suoi reparti/dipartimenti. È possibile creare delle community di pazienti, quando opportuno, per condividere esperienze ed informazioni. In questo caso contatta l'Ufficio Comunicazione per studiare una linea editoriale condivisa: potresti sfruttare i numerosi canali che la Fondazione già possiede o costituire una redazione decentrata per lanciare una nuova linea di prodotto.

#### **Istruzioni operative per creare un gruppo**

##### **- COMUNICAZIONE INZIALE**

1) Inviare mail a [comunicazione@policlinico.mi.it](mailto:comunicazione@policlinico.mi.it) contenere le seguenti informazioni:

- Nome del gruppo;
- Nome, cognome, mail e numero di telefono di due amministratori del gruppo che saranno responsabili dei contenuti pubblicati e della moderazione, in accordo con il Direttore di Struttura, a cui il Team di Comunicazione può fare riferimento per eventuali comunicazioni;
- Motivazioni e temi trattati;
- Due/tre proposte di immagine di copertina e del profilo se disponibili

2) Scelta nome del gruppo

Il nome del gruppo dovrà contenere al suo interno la dicitura "Policlinico di Milano". Per esempio il gruppo "trapianti di cuore" sarà "Trapianti di Cuore - Policlinico di Milano".

3) Descrizione del gruppo

La descrizione del gruppo dovrà contenere, per ragioni legali, anche la seguente dicitura:

*'Il presente gruppo fa parte delle redazioni decentrate del Policlinico di Milano, a cui si rimanda per un'informazione completa e corretta ([www.policlinico.mi.it](http://www.policlinico.mi.it))'.*

4) Immagine di copertina

Sarà inserito logo e grafica del Policlinico di Milano sull'immagine condivisa.

5) Privacy e copyright

Nulla deve essere riconducibile ai pazienti. Massima attenzione deve essere posta ai dati diffusi, alle foto e ai video pubblicati e condivisi nel rispetto delle norme su dati sensibili, privacy e copyright.





### - *GESTIONE DEL FLUSSO DI INFORMAZIONI*

Gli amministratori del gruppo hanno la responsabilità di quanto viene condiviso e della moderazione. I contenuti (testo, immagini, audio, video) devono essere avallati dal Direttore di Struttura che ne è responsabile. Nell'arco di massimo 24 ore dalla pubblicazione di un contenuto, gli amministratori del gruppo si impegnano a segnalare eventuali commenti critici, richieste di aiuto, segnalazioni o qualsiasi elemento possa avere un'importanza per la corretta gestione della reputazione della Fondazione. Mensilmente inviare per mail un breve report che segnali tutti gli eventi controversi, i commenti critici e le richieste speciali.

*Verrà fornito un documento di Q&A, domande e risposte, riportante le domande più frequenti rilevate online e le risposte approvate che potrai fornire più rapidamente.*

### - *CALENDARIO EDITORIALE*

Inviare mensilmente un calendario editoriale con la programmazione dei contenuti (testi e immagini) previsti nel mese successivo. Una pubblicazione costante e condivisa consente di alimentare la community e dimostra una partecipazione attiva e attenta.

Essere a conoscenza di quanto verrà condiviso permetterà alla redazione centrale di mettere in programma eventuali ricondivisioni.

*Saremmo contenti se volessi condividere sul tuo gruppo le iniziative o gli eventi delle pagine ufficiali e in generale le attività di rilievo dell'Ospedale, come le campagne 5x1000 e di promozione della salute.*

## **4) Come gestire il proprio comportamento online**

I dipendenti possono commentare e condividere liberamente sui propri profili privati i contenuti diffusi dai canali social del Policlinico. Tuttavia nella gestione e utilizzo dei propri account social è necessario rispettare le seguenti norme di comportamento:

- non divulgare attraverso i social network informazioni riservate, come la corrispondenza interna, informazioni di terze parti (*soggetti privati, altri dipendenti, altre Pubbliche Amministrazioni*) o informazioni su attività lavorative, servizi, progetti e documenti non ancora resi pubblici, decisioni da assumere e provvedimenti relativi a procedimenti in corso;
- astenersi dalla trasmissione e diffusione di messaggi o dichiarazioni pubbliche offensive nei confronti dell'Amministrazione, dei suoi dipendenti e in generale delle attività della Fondazione;
- rispettare la privacy dei colleghi;
- non divulgare foto, video, o altro materiale multimediale, rappresentate colleghi, reparti, pazienti, visitatori, senza l'esplicita autorizzazione delle persone e strutture coinvolte;



- non aprire pagine e profili social a nome dell'Ospedale e delle sue strutture/dipartimenti se non nel rispetto del Regolamento aziendale;
- non utilizzare il logo del Policlinico su account personali.

La violazione di tali regole di comportamento determinerà l'applicazione di sanzioni disciplinari come da regolamento aziendale *'Regolamento Web e Social. Gestione dei prodotti e dei contenuti digitali'*.

