

SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Unioncamere Emilia-Romagna pubblica contenuti istituzionali sul sito web www.ucer.camcom.it, luogo virtuale dove sono depositate tutte le informazioni d'interesse pubblico e approfondite le attività offerte agli utenti dell'ente, imprese e cittadini, fruibili spesso anche direttamente on line.

Per coinvolgere sempre più persone nell'attività di comunicazione istituzionale, **Unioncamere ER** è anche presente sui social media (Twitter, Facebook, LinkedIn, YouTube, ecc.) secondo finalità istituzionali e di interesse generale, per ascoltare opinioni e per informare in tempo reale gli utenti delle iniziative e dei servizi offerti, che possono approfondire sul sito.

La Social Media Policy è il codice di condotta, adottato formalmente, che regola la relazione su internet, e in particolare sui social media, tra l'azienda e i suoi dipendenti (Social Media Policy Interna) e tra l'azienda e i suoi utenti (Social Media Policy Esterna).

La Social Media Policy Interna fornisce le principali norme di comportamento che tutto il personale di **Unioncamere ER** ed eventualmente i professionisti esterni incaricati sono tenuti ad osservare quando utilizzano i social media e pubblicano contenuti e commenti, sia che questo faccia parte del proprio lavoro e avvenga tramite un account aziendale sia quando attraverso un account personale si parla direttamente o indirettamente dell'attività di **Unioncamere ER** o del ruolo svolto all'interno dell'ente.

L'utilizzo scorretto dei canali social, infatti, può danneggiare anche gravemente l'immagine e la reputazione dell'ente e, di conseguenza, delle figure professionali che vi lavorano; può esporre a sospensioni o cancellazioni del profilo, nel caso non si rispettino i termini del servizio contratti con il social media stesso; può esporre anche a danni diretti come richieste di risarcimento, nel caso vengano pubblicati contenuti lesivi del diritto d'autore e di proprietà intellettuale. Una Social Media Policy chiara ed efficace deve quindi tutelare tutti, nella consapevolezza che nel web non esiste separazione tra pubblico e privato.

Anche se direttamente gestita da persone individuate dall'ente, la presenza sui social media di **Unioncamere ER** è responsabilità di tutti i dipendenti, dal momento che la strategia di comunicazione deve garantire:

- coerenza: la presenza sui social media deve essere integrata nei contenuti e nello stile con gli altri canali di comunicazione dell'ente, online (web, posta elettronica, ecc.) e offline (sportello, telefono, avvisi, ecc.)
- aggiornamento: utilizzare i social media implica il coinvolgimento di utenti e stakeholder camerali con informazioni aggiornate costantemente, anche più volte al giorno
- apertura: si invita a tenere con l'utenza on line lo stesso comportamento corretto, professionale ed empatico dovuto nei rapporti fisici. Gli utenti dei social media sanno di poter esprimere la loro opinione e quindi sono possibili commenti o critiche nei confronti dell'ente e delle sue iniziative. È quindi necessario un atteggiamento sia di ascolto da parte di chi utilizza gli account aziendali, che deve dare risposte in tempi rapidi secondo le modalità indicate nella presente policy, sia di collaborazione tra uffici nel fornire tempestivamente e in modo accurato le informazioni richieste.

Il presente documento di Social Media Policy interna dettaglia le modalità d'uso, aziendale o privato, dei social media, in particolare nei seguenti aspetti:

SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

1. modalità di gestione degli account di **Unioncamere ER**
2. regole e criteri da applicare nel processo di produzione e pubblicazione dei contenuti
3. tempistiche e modalità con cui moderare la conversazione
4. linguaggio e stile
5. gestione di argomenti aziendali con account/profili personali.

1. Modalità di gestione di account aziendali

Il Team Comunicazione registra e amministra tutti i profili social dell'ente, anima quelli istituzionali e coordina l'animazione dei profili creati per progetti camerali.

L'Ufficio Comunicazione web gestisce le abilitazioni, con particolare riguardo alle situazioni che coinvolgono account personali dei dipendenti (es. Facebook, LinkedIn) o che richiedono attivazione di uno specifico account Google afferente a **Unioncamere ER** allo scopo di mantenere la mappatura delle abilitazioni assegnate ai dipendenti e sapere quali siti/applicazioni debbano essere attivati sui PC camerali. Il Team Comunicazione web monitora i social media in cui è presente **Unioncamere ER** e la reputazione dell'ente e dei suoi rappresentanti.

2. Produzione e pubblicazione dei contenuti

Unioncamere ER promuove sui propri canali social contenuti testuali, fotografici e video, che nel momento della pubblicazione devono rispondere sempre a tutti i seguenti criteri:

- diffusione di novità relative a progetti, eventi, servizi dell'ente, di concreta utilità per gli utenti
- attualità della notizia a cui il contenuto social deve riferirsi, con testi e/o immagini che ne testimonino o l'accadere in tempo reale (es. un convegno, una conferenza stampa, una fiera, ecc.) o il realizzarsi in breve tempo (una scadenza, un avviso al pubblico)
- link a pagina del sito istituzionale o, dove esistenti, ai siti di progetto, dove si fa riferimento o si approfondisce il contenuto.

Inoltre sono ammessi contenuti relativi a informazioni che valorizzino il patrimonio storico e architettonico dell'ente o particolari curiosità relative a **Unioncamere ER**.

I Servizi che desiderano una copertura sui canali social istituzionali, per programmare la presenza della propria notizia devono rivolgersi con una settimana di anticipo, e comunque non appena possibile, al Team Comunicazione a cui comunicheranno il proprio contenuto, creato sotto la supervisione della Posizione Organizzativa o del proprio responsabile, e il link della pagina nel sito istituzionale a cui fare riferimento. Il Team Comunicazione darà al contenuto una forma di testo coerente con il social di destinazione e rispettoso dei principi qui enunciati.

Chi produce il contenuto garantisce che non ci siano dati personali, materiali aziendali o informazioni riservate o protette da copyright.

Nel preparare i contenuti va ricordato sia che si sta parlando a nome di **Unioncamere ER** sia chi sono i principali interlocutori, cioè imprese, cittadini, istituzioni. Qualunque messaggio espresso verrà accostato ad una presa di posizione ufficiale dell'ente: per questo ci si impegna a dire sempre il vero e a trasmettere valori positivi.

SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Bisogna anche tener sempre presente che Internet non dimentica e che qualsiasi contenuto può essere "riportato alla luce" e utilizzato contro l'autore: quindi accertarsi sempre di pubblicare contenuti inattaccabili.

Il Dirigente, nei limiti delle sue possibilità, evita che notizie non rispondenti al vero quanto all'organizzazione, all'attività e ai dipendenti pubblici possano diffondersi. Il Dirigente favorisce inoltre la diffusione della conoscenza di buone prassi e buoni esempi, al fine di rafforzare il senso di fiducia nei confronti dell'amministrazione.

Chi si reca a convegni e iniziative di interesse, anche all'estero, è invitato a segnalarlo con anticipo per l'opportuna programmazione al Team Comunicazione esclusivamente all'indirizzo comunicazione@rer.camcom.it, a cui invierà foto e testimonianze dell'evento, con la proposta di un breve testo di accompagnamento per la tempestiva diffusione. Le fotografie, almeno tre, devono possedere alcune caratteristiche tecniche di base per rendere efficace la diffusione sul social (in particolare: orientamento possibilmente orizzontale; buona illuminazione e colori brillanti; evitare controluce, sale buie e soggetti in movimento; riprendere persone vicine, ma non in gruppi ampi, riconoscibili e possibilmente in posa); in caso contrario saranno usate foto di repertorio.

Ove possibile il Team Comunicazione effettuerà live degli eventi nelle forme ritenute più idonee (Twitter, Facebook, video); occorrerà pertanto comunicare tempestivamente gli eventi rilevanti per l'Ente allo stesso Team.

3. Tempi e modi della conversazione

I canali social istituzionali sono gestiti dal Team Comunicazione Web secondo una programmazione settimanale, affiancata da una programmazione giornaliera quando necessario. In caso di eventi fuori orario di lavoro verrà di volta in volta verificata la disponibilità del Team Comunicazione alla partecipazione.

Si raccomanda un trattamento dei contenuti che riguardano **Unioncamere ER** secondo le modalità del social utilizzato (retweet, like, ecc.) e una moderata e ponderata partecipazione alla conversazione social.

Eventuali richieste di informazioni non pertinenti al messaggio diffuso, segnalazioni e reclami, anche se pervenuti attraverso messaggi privati veicolati tramite i sistemi di messaggistica integrati nelle diverse reti sociali, devono essere inoltrate immediatamente a comunicazione@rer.camcom.it. Se si è in dubbio, non pubblicare nulla, ma confrontarsi immediatamente con i coordinatori del Team Comunicazione.

Chiunque sia a vario titolo autorizzato a pubblicare sui social deve evitare litigi e non rispondere mai alle provocazioni: è compito del Team Comunicazione moderare contenuti inappropriati o diffamatori, postati da utenti privati sui canali istituzionali.

4. Linguaggio e stile

Il linguaggio deve adeguarsi allo stile del social utilizzato.

SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

A titolo esemplificativo, si ricorda che su Twitter il linguaggio è telegrafico e professionale e l'obiettivo è informare sulla notizia, su LinkedIn è più elaborato e istituzionale, mentre su Facebook lo stile è più vicino al pubblico, senza perdere l'autorevolezza dell'istituzione.

Rimangono valide le regole per la redazione web di qualunque altro testo: scrivere in un italiano corretto, scrivere solo fatti certi e verificati, non mancare di rispetto a persone e/o aziende (pubbliche o private), gruppi o categorie di persone e istituzioni.

Infine vanno rispettate sempre le regole della buona educazione, in particolare sul web la "[netiquette](#)" (Galateo della Rete)

5. Uso di account personali

Il personale di **Unioncamere ER**, nella configurazione, utilizzo e gestione dei propri account privati sui social media è tenuto a rispettare alcune norme di comportamento, tese a garantire la salvaguardia dell'ente e delle persone che vi lavorano.

Il dipendente che sceglie di rendere nota la sua attività lavorativa, è tenuto a specificare nelle informazioni biografiche personali che le opinioni espresse hanno carattere personale e non impegnano in alcun modo la responsabilità dell'ente.

Il personale può liberamente condividere sui propri profili privati i contenuti diffusi dai canali social di Unioncamere ER: informazioni su servizi, iniziative, progetti, video, immagini e/o infografiche. È da evitare invece la diffusione sul proprio profilo privato di contenuti o eventi di **Unioncamere ER** non precedentemente segnalati sui canali social ufficiali o comunque non presenti sul sito di **Unioncamere ER** o su un altro sito istituzionale di riferimento.

Allo stesso tempo il personale è tenuto ad osservare un comportamento pubblico rispettoso dell'organizzazione presso cui lavora.

Nello specifico il personale di **Unioncamere ER**:

- non può divulgare attraverso i social media 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, è bene che si astenga dalla trasmissione e diffusione di messaggi minatori o ingiuriosi, commenti e dichiarazioni pubbliche offensive nei confronti dell'Amministrazione, riferiti alle attività istituzionali dell'ente e più in generale al suo operato, che per le forme e i contenuti possano comunque nuocere all'Amministrazione, ledendone l'immagine o compromettendone l'efficienza
- deve sempre ricordarsi che i propri contenuti anche se privati, una volta messi in rete possono avere risonanza globale
- deve rispettare la privacy dei colleghi, evitando riferimenti all'attività lavorativa svolta, fatte salve le informazioni di dominio pubblico

SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

- ad eccezione di eventi pubblici che si svolgono nella sede di lavoro non può divulgare foto, video, o altro materiale multimediale, che riprenda locali e personale senza l'esplicita autorizzazione delle strutture e delle persone coinvolte
- non può aprire blog, pagine o altri canali a nome di **Unioncamere ER** o che trattino argomenti riferiti all'attività istituzionale dell'ente, senza autorizzazione preventiva del Segretario Generale
- non può utilizzare su account personali il marchio di **Unioncamere ER** e i marchi di progetti camerali registrati (fatta eccezione per LinkedIn).

La violazione di tali regole di comportamento è fonte di responsabilità disciplinare, accertata all'esito del procedimento disciplinare, nel rispetto dei principi di gradualità e proporzionalità delle sanzioni.

I dipendenti abilitati all'utilizzo dei social istituzionali, che possiedano anche account di tipo personale, sono chiamati alla massima attenzione nell'utilizzo dei profili adottando tutte le accortezze necessarie, anche tecniche, per evitare lo scambio dei profili durante l'utilizzo degli strumenti.