



Linea Amica

LADIDATTICA
FORMAZIONE ONLINE PER LA PA

COMUNICAZIONE WEB E SOCIAL

a cura di Andrea Marrucci



Formez PA

 **UNIONE EUROPEA**
Fondo Sociale Europeo
Fondo Europeo di Sviluppo Regionale

 *Agenzia per la
Coesione Territoriale*

 *Presidenza del Consiglio dei Ministri*
**Dipartimento della
Funzione Pubblica**

p4n **GOVERNANCE
E CAPACITÀ
ISTITUZIONALE
2014-2020**





SOCIAL MEDIA POLICY

**NE SONO NECESSARIE DUE!
SM POLICY INTERNA ED ESTERNA
DEVONO ESSERE DOCUMENTI CHIARI CHE
INFORMINO, SENSIBILIZZINO E
FORNISCANO STRUMENTI PRATICI D'USO
E' NECESSARIO CONDIVIDERE I
DOCUMENTI TRA UFFICI DI
COMUNICAZIONE, CON SETTORI LEGALE,
PERSONALE, INFORMATICA, E RENDERLI
ATTI FORMALI**



SOCIAL MEDIA POLICY

La social media policy interna regola il comportamento dei dipendenti che operano nel nome dell'azienda, per evitare situazioni di conflitto e determinare ruoli e funzioni nell'attività di gestione degli account



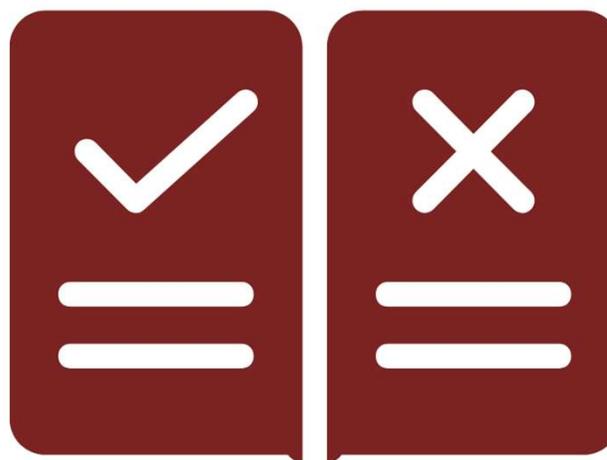
SOCIAL MEDIA POLICY

La social media policy esterna regola il rapporto tra l'ente e gli utenti, definendo e circoscrivendo il ruolo dei social media nelle modalità di relazione e comunicazione adottate



SOCIAL MEDIA POLICY ESTERNA

**E' IL DOCUMENTO CHE ILLUSTRRA ALL'UTENZA LE
REGOLE DI COMPORTAMENTO DA TENERE NEGLI SPAZI
SOCIAL DELL'ENTE E INDICA QUALI CONTENUTI E QUALI
MODALITÀ DI RELAZIONE ASPETTARSI IN TALI SPAZI**



SOCIAL MEDIA POLICY

**Deve fornire informazioni su:
Finalità perseguite nella presenza sui social media
materiali e contenuti pubblicati e pubblicabili
temi e argomenti che si possono dibattere**



SOCIAL MEDIA POLICY

**Comportamenti consentiti: quali argomenti e commenti sono accettati e con quale linguaggio come sono gestiti i commenti non coerenti con i temi trattati o che adottano un linguaggio inappropriato
orari di presidio e di moderazione**



SOCIAL MEDIA POLICY

**Tempi di risposta
regole di comportamento in materia di diritto di
autore e utilizzo di marchi e loghi dell'ente
qual è l'ufficio che gestisce gli account, con ruoli
e contatti**



SOCIAL MEDIA POLICY

**informazioni, ai sensi della normativa vigente, in
materia di riservatezza dei dati personali, le
modalità di uso della piattaforma**



SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

ELEMENTI CHIAVE

- 01** PERSONALE AUTORIZZATO A CREAZIONE E GESTIONE DEGLI ACCOUNT
- 02** PERSONALE CHE SI OCCUPA DELLA REDAZIONE DEI MATERIALE
- 03** GESTIONE DELLE CREDENZIALI DI ACCESSO
- 04** CONSIGLI DI COMPORTAMENTO DEL PERSONALE
- 05** REGOLE E NORME DA SEGUIRE

SOCIAL MEDIA POLICY

CI E' UTILE PER

- 01** DEFINIRE RUOLI E RESPONSABILITA'
- 02** GARANTIRE LA SICUREZZA DELLA NOSTRA PRESENZA SOCIAL
- 03** AFFRONTARE EVENTUALI CRISI
- 04** RISPETTARE LEGGI E TERMINI DI SERVIZI
- 05** AIUTARE I CITTADINI E I DIPENDENTI A STARE BENE SUI SOCIAL

Cosa serve



Patti chiari (SMP esterna)
Regole e organizzazione
(SMP interna)
Garantire interazione
e aggiornamenti attraverso
il presidio costante dei canali
Lavoro di squadra

Tono



Meglio indicare cosa è consentito piuttosto che esplicitare una lista infinita di divieti, infatti lo scopo della policy è quello di educare gli utenti ad utilizzare nel modo corretto e attivamente i canali social

Confronto



E' bene armonizzare la SMP con altri documenti, se presenti, ovvero altri regolamenti interni come il codice etico, il codice comportamentale, la privacy policy...

Visibilità



La policy interna deve essere sempre visionabile e posta in un luogo ben definito in azienda, server, intranet o luogo fisico.

La policy esterna deve essere resa consultabile facilmente dagli utenti

Formazione



Può essere utile formare i dipendenti sulle conseguenze che potrebbe generare un comportamento che violi quanto indicato nella policy e le implicazioni che invadono la sfera legale

Policy

Con la DDG n. XXXX del 19/12/2021 è stato approvato il regolamento relativo alla presenza nei Social network:

- per i dipendenti, collaboratori e consulenti: POLICY INTERNA
- per gli utenti/cittadini: POLICY ESTERNA

Scarica il pdf della Social Media Policy....

Policy

La Policy Interna definisce e illustra le regole di comportamento che gli amministratori devono tenere per la gestione delle pagine social istituzionali dell'Azienda e le principali regole di comportamento che i dipendenti, i collaboratori e i consulenti dell'Azienda sono tenuti ad osservare nei propri profili personali.

Policy

Infatti, i confini tra pubblico e privato, tra personale e professionale sono molto sfumati nelle reti sociali online. Se ci si identifica come dipendenti della USL XXXX 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.

Policy

A tal fine il documento raccomanda che si metta in chiaro che si sta scrivendo a titolo personale e per proprio conto, e che, come da normativa vigente, si rispetti l'obbligo di proteggere immagini e informazioni riservate dell'azienda e in generale la privacy di colleghi, utenti, pazienti.

Policy

La Policy Esterna illustra all'utenza le regole di comportamento (netiquette) da tenere nei profili istituzionali creati e indica quali contenuti e quali modalità di relazione e moderazione ci si deve aspettare in tali spazi.

I social rappresentano uno spazio di partecipazione in cui tutti hanno il diritto di intervenire esprimendo liberamente la propria opinione attraverso la pubblicazione di commenti e post, fermo restando che il requisito essenziale è l'interesse pubblico degli argomenti.

Policy

A tutti gli utenti si chiede di utilizzare un linguaggio orientato al rispetto altrui.

Qualsiasi interlocutore è responsabile dei messaggi che invia, dei contenuti che pubblica e delle opinioni che esprime.

Gli utenti sono invitati a presentarsi sempre con nome e cognome; i commenti e i post rappresentano l'opinione dei singoli e non quella dell'Azienda, che non può pertanto essere ritenuta responsabile della veridicità di quanto viene postato da terzi.

Policy

Saranno moderati e rimossi i commenti e i post che violino le condizioni riportate in questo documento o in qualsiasi legge applicabile.

Policy

Saranno moderati e rimossi i commenti e i post che violino le condizioni riportate in questo documento o in qualsiasi legge applicabile.

In particolare non sono ammessi....

Policy

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, di valutare il ricorso al BAN, escludere l'accesso dell'utente alla pagina, alla segnalazione ai gestori della piattaforma social, nonché eventualmente alle forze dell'ordine.

Policy

Sommario

1. Introduzione	Pag. 3
a. Perché i Social Media	
b. Perché una Policy: obiettivi e ambiti di applicazione	
c. La normativa di riferimento	
d. La metodologia utilizzata	
2. Carta dei principi	Pag. 9
3. La gestione dei Social Media	Pag. 9
a. Analisi del contesto	
b. (CHI) Il Social Media Team	
c. (COME) Le regole per il Social Media Team	
d. (COSA) I contenuti	
e. (QUANDO) Gli orari del Social Media Team	
f. (DOVE) La sede di lavoro del Social Media Team	
g. Gestione delle richieste	
4. Socialmedia policy per i dipendenti	Pag. 15
a. Principi generali	
b. Decalogo: i consigli di comportamento online	
c. Il regolamento: cosa non fare (e perché)	
d. Quando e dove usare i Social Media	
e. Segnalazione di non conformità	
5. Socialmedia policy per esterni	Pag. 19
a. Introduzione e contatti	
b. Finalità	
c. Contenuti pubblicati	
d. Moderazione	
e. Privacy e diritto d'autore	
6. Le sanzioni previste	Pag. 22

Policy

DIPENDENTI (compresi i componenti del SMT)

COMPORTAMENTI NON ADEGUATI

Publicazione di contenuti irriverenti verso il proprio responsabile o colleghi

Publicazione di contenuti dove sembra che l'opinione sia attribuita al Comune

Utilizzo non approvato o deformazione (se approvato l'utilizzo) del logo del Comune

Publicazione di contenuti in cui si parla male di un concorrente, anche indiretto.

Divulgazione di informazioni riservate o interne

Commento in merito a informazioni sul Comune

Apertura di un profilo legato al Comune senza autorizzazione

Publicazione di un commento dal profilo personale che contenga turpiloquio o volgarità

Publicazione di contenuti illeciti e illegali (es: pedopornografia)

Policy

UTENTI ESTERNI

COMPORAMENTI NON ADEGUATI

SANZIONE

Pubblicazione di un commento o post discriminatorio per genere, razza, etnia, lingua, credo religioso, opinioni politiche, orientamento sessuale, età, condizioni personali e sociali;

Eliminazione diretta del commento. Al quinto caso, blocco dell'utente

Pubblicazione di un commento o post con insulti o turpiloquio: per definirlo è sufficiente che sia presente una bestemmia.

Eliminazione diretta del commento. Al secondo caso, blocco dell'utente

Pubblicazione che abbia un contenuto 1 politico/propagandistico 2. Commerciale 3. Violento e volgare 4. Ingannevole o in violazione di diritti di terzi

Eliminazione diretta del commento

Pubblicazione di contenuti illeciti e illegali (es: pedopornografia)

Eliminazione diretta del commento e blocco immediato dell'utente. Segnalazione alle forze dell'ordine preposte

COMMUNITY

UNA COMMUNITY È UN INSIEME DI PERSONE CHE CONDIVIDONO QUALCOSA: UNA PASSIONE, UN IDEALE, UNA PERSONA O UN NEMICO. HANNO IN COMUNE QUALCOSA CHE LI UNISCE AL DI LÀ DEI LIMITI GEOGRAFICI, INFATTI NELLE COMMUNITY ONLINE LO SPAZIO VIRTUALE DIVENTA IL LUOGO D'INCONTRO E DI DIALOGO TRA QUESTE PERSONE.



PAROLE CHIAVE

STRATEGIA

INTERAZIONE

ASCOLTO

STORYTELLING



MESSAGGI

I MESSAGGI PRIVATI SONO IL CANALE PIÙ INTIMO E DIRETTO CON CHI TI SEGUE: PROVA AD INSTAURARE UNA BREVE CONVERSAZIONE, INVECE DI LIMITARTI A RISPONDERE ALLA DOMANDA VALUTA L'UTILIZZO DEI MESSAGGI VOCALI



RUBRICHE

CHIARISCI QUALI SONO I TEMI PIÙ INTERESSANTI PER IL TUO PUBBLICO, E CREA UNA RUBRICA CHE SI RIPETE A CADENZA FISSA?



DIRETTE

**I VIDEO IN DIRETTA SONO UNO STRUMENTO UTILISSIMO
PERCHÉ PERMETTONO L'INTERAZIONE IN TEMPO REALE CON I
FOLLOWERS**



CHALLENGE

LE CHALLENGE SONO PICCOLE SFIDE DA LANCIARE AI FOLLOWER CHE RUOTANO INTORNO A UN TEMA BEN PRECISO: QUALCOSA DA IMPARARE, UN ASPETTO SU CUI MIGLIORARE O QUALCOSA DA FARE INSIEME



CALL TO ACTION

FAI PARTECIPARE LA TUA COMMUNITY... NON DIRE SOLTANTO QUELLO CHE FAI MA INVITA TUTTI A COMPIERE UN'AZIONE...



VISUAL

**CREA DELLE GRAFICHE CHE TUTTI POSSONO RIUTILIZZARE E
STIMOLALI A USARLI**



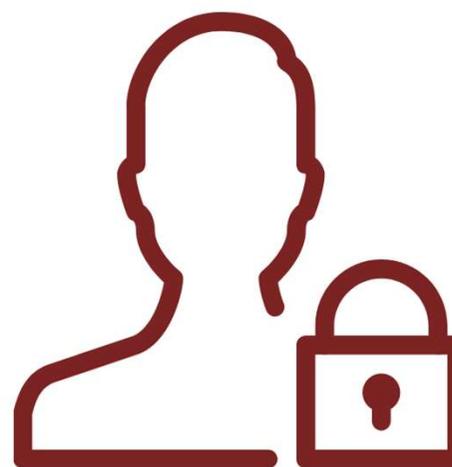
CONDIVISIONE

**GUARDA COSA FANNO I TUOI FANS E CREA INSIEME A LORO
ALCUNI CONTENUTI DA DIVULGARE**



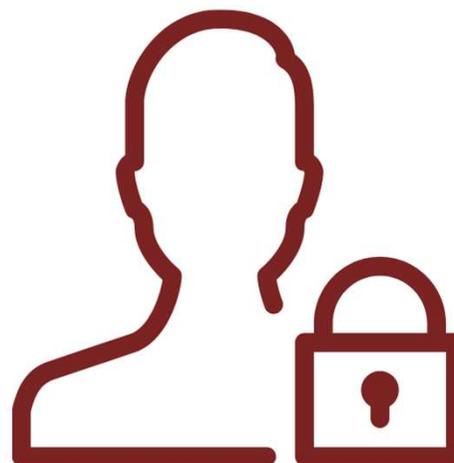
PRIVACY

LA SOCIAL MEDIA POLICY, DEVE CONTENERE INDICAZIONI SU COME SARANNO TRATTATE LE INFORMAZIONI DEGLI UTENTI NEL RISPETTO DEL REG. UE 2016/679, SULLE REGOLE DI MODERAZIONE E LE INFORMAZIONI SULLE LICENZE RELATIVE AI CONTENUTI E AL MATERIALE MULTIMEDIALE PRESENTE SUI TUOI SOCIAL.



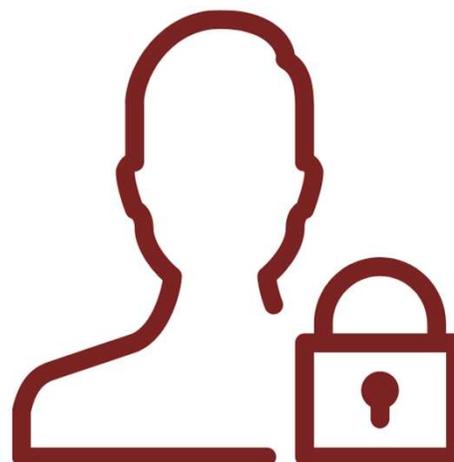
ESEMPIO

IL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI DEGLI UTENTI RISPONDE ALLE POLICY IN USO SULLE PIATTAFORME UTILIZZATE. I DATI PERSONALI O SENSIBILI INSERITI IN COMMENTI O POST PUBBLICI ALL'INTERNO DEI CANALI SUI SOCIAL MEDIA DELLE ISTITUZIONI POTRANNO ESSERE RIMOSSI SE NON RISPETTANO



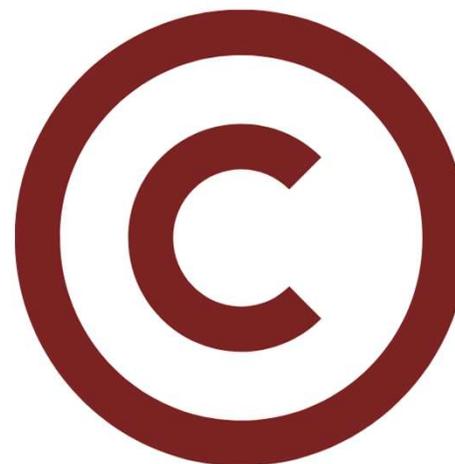
ESEMPIO

**LE REGOLE DI NETIQUETTE DEFINITE DALL'ENTE
I DATI CONDIVISI DAGLI UTENTI ATTRAVERSO MESSAGGI
PRIVATI SPEDITI DIRETTAMENTE AI GESTORI DEI CANALI
SARANNO TRATTATI NEL RISPETTO DELLE NORME VIGENTI
SULLA PROTEZIONE DEI DATI PERSONALI E DELLA PRIVACY
POLICY DELL'ISTITUZIONE.**



COPYRIGHT

**QUANDO SI PUBBLICA QUALSIASI TIPO DI CONTENUTO SU UN
SITO, UN CANALE SOCIAL, UNA NEWSLETTER, UNO STRUMENTO
ONLINE IN GENERALE BISOGNA ACCERTARSI DI AVERNE IL
DIRITTO.**



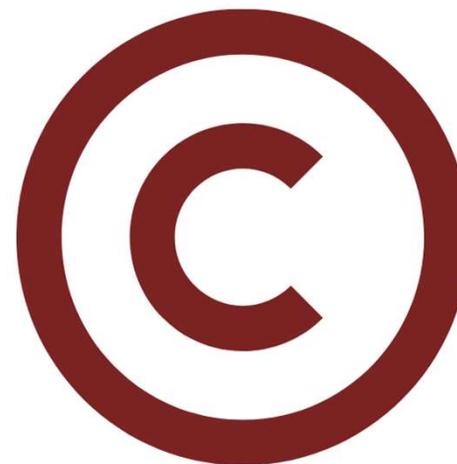
COPYRIGHT

TUTTE LE IMMAGINI, I VIDEO E I FILE AUDIO, SALVO DIVERSA INDICAZIONE, SONO COPERTI DA COPYRIGHT, OVVERO DA DIRITTO D'AUTORE SULLE IMMAGINI (INCLUSI I CONTENUTI SU CANALI COME YOUTUBE, FACEBOOK, TWITTER, INSTAGRAM ETC.).



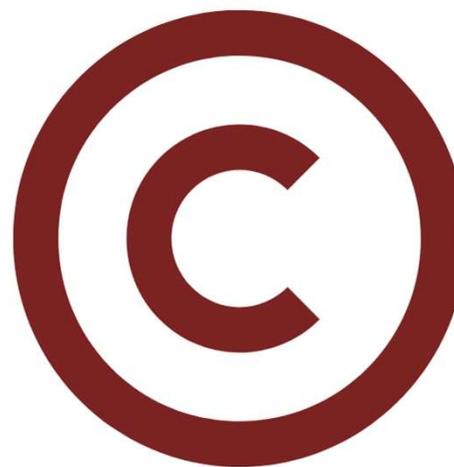
COPYRIGHT

SE SI UTILIZZANO CONTENUTI PROTETTI DA COPYRIGHT E RILASCIATI CON UNA LICENZA NON APERTA, BISOGNA CHIEDERE L'AUTORIZZAZIONE AL PROPRIETARIO E CONOSCERE I TERMINI D'USO CONCESSI. IN QUESTO CASO L'ATTRIBUZIONE DEL COPYRIGHT SOTTO IL CONTENUTO PUBBLICATO DIPENDE DAL TIPO DI LICENZA ACQUISITA.



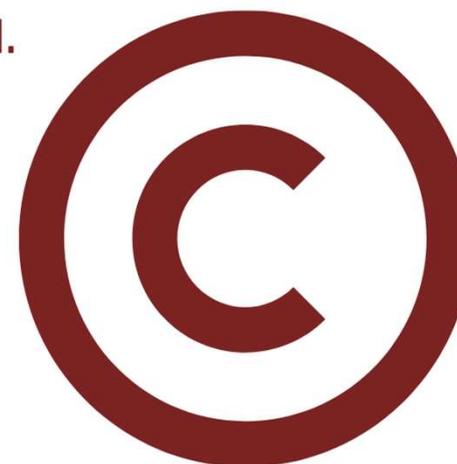
COPYRIGHT

**ALCUNI CONTENUTI SONO PUBBLICATI ONLINE CON LICENZA
CREATIVE COMMONS (CC), UN MODO STANDARDIZZATO PER
DEFINIRE A QUALI DIRITTI L'AUTORE RINUNCIA E QUALI SI
RISERVA.**



COPYRIGHT

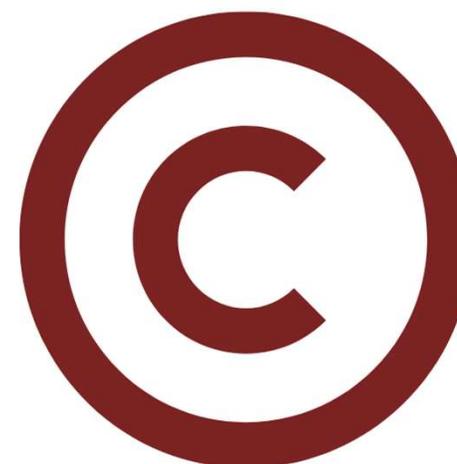
**I CONTENUTI CON LICENZA CC POSSONO ESSERE UTILIZZATI
LIBERAMENTE A SECONDA DEL TIPO DI LICENZA ESPRESSA
(UTILIZZO COMMERCIALE O NON COMMERCIALE, POSSIBILITÀ DI
MODIFICA DEL CONTENUTO, ECC.), PURCHÉ CI SIA
L'ATTRIBUZIONE AL PROPRIETARIO DEI DIRITTI.**



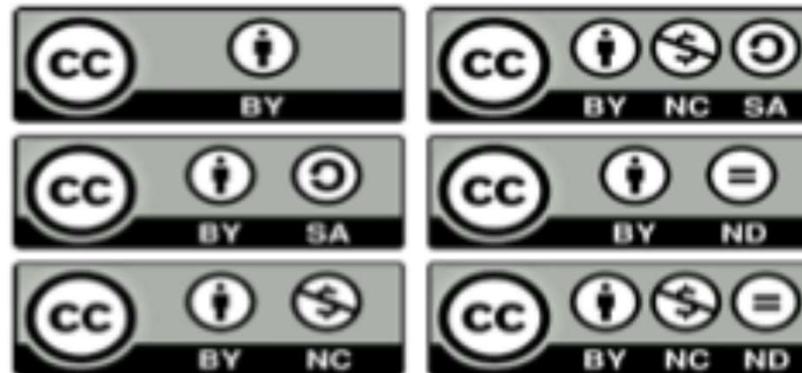
COPYRIGHT

AD ESEMPIO:

**[CONTENUTO] DI [NOME AUTORE], PUBBLICATO SOTTO LICENZA
[INDICARE LICENZA CREATIVE COMMONS]**



**LE LICENZE CREATIVE COMMONS SONO CONTRATTI
ATTRAVERSO I QUALI IL TITOLARE DEI DIRITTI D'AUTORE
CONCEDE AD UNA GENERALITÀ DI SOGGETTI INDEFINITI
L'AUTORIZZAZIONE ALL'USO DELL'OPERA. IL LICENZIANTE,
DUNQUE, NON CEDE I PROPRI DIRITTI MA NE CONCEDE IL
GODIMENTO A TERZI (LICENZIATARI) A DETERMINATE
CONDIZIONI.**



LE LICENZE CC SI BASANO SUL CONCETTO DI "SOME RIGHTS RESERVED", IN BASE AL QUALE, IL TITOLARE DECIDE QUALI DIRITTI RISERVARE E QUALI CONCEDERE IN USO. ALLA STREGUA DELLE CONDIZIONI GENERALI DI CONTRATTO, LE LICENZE CREATIVE COMMONS, SEPPURE PREDISPOSTE DA UN TERZO (OSSIA DALLA OMONIMA ORGANIZZAZIONE NO -PROFIT) E NON DA UNO DEI CONTRAENTI, ESPLICANO LA LORO EFFICACIA E QUINDI SI RITENGONO REGOLARMENTE CONCLUSE AL MOMENTO DELL'UTILIZZO DELL'OPERA SECONDO I TERMINI DETTATI DALLA SPECIFICA LICENZA ADOTTATA DAL TITOLARE DEI DIRITTI.

