



SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

La Camera di Commercio pubblica contenuti istituzionali sul sito www.pnud.camcom.it, in cui riporta tutte le informazioni d'interesse pubblico e le attività offerte agli utenti dell'ente, imprese e cittadini, fruibili in alcuni casi anche direttamente online. La Camera è anche presente sui social media per finalità istituzionali e di interesse generale, per ascoltare opinioni e informare in tempo reale gli utenti delle iniziative e dei servizi offerti. La **Social Media Policy (SMP) esterna** è il codice di condotta che regola le interazioni su Internet e social media tra l'ente e i suoi utenti, mentre la **SMP interna** di cui tratta questo documento si occupa delle interazioni tra l'ente e i suoi dipendenti sui social media. La SMP interna fornisce inoltre le principali norme di comportamento che il personale è tenuto a osservare quando utilizza i social media e pubblica contenuti e commenti, sia che ciò avvenga come parte del proprio lavoro tramite l'account dell'ente sia quando con l'account personale parli direttamente o indirettamente dell'attività dell'ente 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 o di altre norme di legge. La Social Media Policy mira a tutelare tutti, con la consapevolezza che sul web la separazione tra pubblico e privato è labile.

Anche se direttamente gestita da persone individuate dall'ente, **la presenza sui social media di Camera di Commercio è responsabilità di tutti i dipendenti**, poiché la strategia di comunicazione deve garantire coerenza tra i vari canali di comunicazione dell'ente, online e offline, aggiornamento, apertura all'utenza online con lo stesso comportamento corretto, professionale ed empatico dovuto nell'attività lavorativa offline. È necessario un atteggiamento di ascolto da parte di chi utilizza gli account aziendali, che deve dare risposte in tempi rapidi secondo le modalità indicate nei due documenti di SMP, sia di collaborazione tra uffici nel fornire tempestivamente e accuratamente le informazioni richieste.

Modalità di gestione degli account Camera di Commercio

I social media camerali sono gestiti e coordinati, sotto la responsabilità del Segretario generale, dall'Ufficio stampa, in collaborazione con l'Ufficio relazioni col pubblico e Comunicazione e con il supporto tecnico, ove necessario, dei servizi tecnico-informatici.

In particolare i soggetti sopra indicati gestiscono le abilitazioni, con riguardo alle situazioni che coinvolgono account personali dei dipendenti o che richiedono attivazione di uno specifico account afferente a Camera di Commercio e monitorano i social media in cui è presente la Camera di Commercio (secondo modalità, turni e tempi frutto dell'organizzazione interna) e la reputazione dell'ente e dei suoi rappresentanti.

Produzione e pubblicazione dei contenuti Camera di Commercio sui propri canali social

Contenuti testuali, fotografici e video devono rispondere ai 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;



- contenuti relativi a informazioni che valorizzino il patrimonio storico e architettonico dell'ente o particolari curiosità relative a Camera di Commercio;
- condivisione di iniziative di enti della rete delle Camere di Commercio italiane o di altre istituzioni, regionali, nazionali o internazionali verificate, ove di interesse per i destinatari della comunicazione camerale e pertinenti alle competenze e attività dell'ente;
- foto o video autoprodotti e, se invece reperiti sul web, liberi da copyright.

Gli uffici che desiderano una copertura sui canali social istituzionali, per programmare la presenza social della propria notizia, devono rivolgersi entro il giovedì della settimana precedente, e comunque non appena possibile, a urp@pnud.camcom.it a cui comunicheranno il proprio contenuto, creato in accordo e già approvato dalla Posizione Organizzativa o dal proprio responsabile, e il link della pagina nel sito istituzionale a cui fare eventualmente riferimento. Al contenuto verrà data 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.

Gli incaricati alla gestione dei social media fissano una riunione settimanale (anche attraverso canali digitali) per programmare le notizie da pubblicare sui social nella settimana successiva, calibrando le news delle due sedi territoriali, ed eventualmente i servizi aggiuntivi di “copertura social/web” di eventi in scaletta. I post vengono in una prima fase curati dall'ufficio stampa, in collaborazione ove necessario con Ufficio relazioni col pubblico e Comunicazione e servizi tecnico-informatici.

Preparazione del contenuto

Nel preparare i contenuti si deve ricordare che si sta parlando a nome di Camera di Commercio e che ci si rivolge a imprese, istituzioni e cittadini. Il messaggio espresso sui canali social dell'ente verrà automaticamente associato a una presa di posizione ufficiale dell'ente stesso.

Qualsiasi contenuto può essere commentato, criticato, richiamato anche a distanza di tempo e utilizzato contro l'autore: è necessario perciò accertarsi di pubblicare sempre contenuti inattaccabili. Il responsabile (Segretario generale), nei limiti delle sue possibilità, evita che notizie non rispondenti al vero quanto all'organizzazione, all'attività e ai dipendenti pubblici possano diffondersi. Il responsabile favorisce inoltre la diffusione della conoscenza di buone prassi e buoni esempi, al fine di rafforzare il senso di fiducia nei confronti dell'amministrazione.

Il personale che partecipi a convegni e attività di interesse, anche all'estero, è invitato a segnalarlo con anticipo per l'opportuna programmazione a urp@pnud.camcom.it, a cui invierà foto e testimonianze dell'evento, con la proposta di un breve testo che potrà essere rielaborato per una tempestiva diffusione sui social. Le fotografie, almeno tre, devono possedere alcune caratteristiche di base per essere efficacemente pubblicate sui social:

- orientamento possibilmente verticale;
- buona illuminazione e colori brillanti;
- evitare controluce, sale buie e soggetti in movimento;
- inquadratura completa e rappresentativa della situazione ripresa.

In caso contrario saranno usate foto di archivio.

Gli uffici stampa e relazione col pubblico e comunicazione sono a disposizione di tutti gli uffici per fornire eventuali indicazioni/formazione a supporto.



Eventi live

Ove possibile e concordato, verranno effettuati live degli eventi nelle forme ritenute più idonee (streaming video o Facebook);

Tempi e modi della conversazione sui canali social istituzionali

Pubblicazione e copertura con video/foto/post degli eventi e delle attività di moderazione/monitoraggio vengono organizzate con una programmazione settimanale. L'ufficio stampa si impegna a moderare i social dalle 08:30 alle 18:30, rendendolo noto agli utenti tramite pubblicazione della SMP esterna sui social e sul sito istituzionale. Negli altri orari sarà effettuato un mero monitoraggio, fatte salve eventuali emergenze/situazioni critiche. Si raccomanda un trattamento dei contenuti che riguardano Camera di Commercio secondo le modalità del social utilizzato (retweet, like, ecc.) e una ponderata partecipazione alla conversazione social.

Se si è in dubbio, non pubblicare nulla, ma confrontarsi con l'Ufficio stampa. Chiunque sia a vario titolo autorizzato a pubblicare sui social deve evitare litigi e non rispondere mai alle provocazioni: è compito del personale incaricato della gestione dei social media moderare contenuti inappropriati o diffamatori, postati da utenti privati sui canali istituzionali, nei casi e sempre secondo le modalità evidenziate anche nella SMP esterna.

Stile e linguaggio sui social

Va adeguato al tipo di social utilizzato: in particolare su Facebook lo stile è più vicino al pubblico, si dà del Lei ma chiamando la persona per nome proprio nei commenti, senza perdere l'autorevolezza dell'istituzione. Su Twitter il linguaggio è più professionale e va dritto alla notizia. I principi restano validi per la redazione web di qualunque testo: utilizzare un italiano corretto e rileggere per evitare refusi, scrivere solo fatti sicuri e verificati, non mancare di rispetto a persone o aziende, gruppi o categorie di persone e istituzioni. Vanno dunque rispettate sempre le regole della buona educazione e della SMP esterna.

Uso di account privati di personale di Camera di Commercio

Nella configurazione, utilizzo e gestione dei propri account privati sui social media il personale dell'ente è tenuto a rispettare alcune norme di comportamento di base, tese a garantire la salvaguardia dell'ente e delle persone che vi lavorano e nell'alveo di quanto disposto anche nel Codice di comportamento. 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 sono in alcun modo di responsabilità dell'ente. Il personale può liberamente condividere sui propri profili privati i contenuti diffusi dai canali social di Camera di Commercio: informazioni su servizi, iniziative, progetti, video, immagini e/o infografiche. Va evitata invece la diffusione sul proprio profilo privato di contenuti o eventi di Camera di Commercio non precedentemente già pubblicati e segnalati sui canali web/social ufficiali o su altro sito istituzionale di riferimento.

Il personale è tenuto a osservare un comportamento pubblico rispettoso dell'organizzazione in cui lavora. Nello specifico il personale di Camera di Commercio:

- si astiene dal 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, il personale deve essere consapevole di poter esprimere eventuali contrarietà e perplessità sull'attività e le iniziative dell'ente



utilizzando innanzitutto i canali classici di incontri, riunioni e colloqui con dirigente, posizioni organizzative e coordinatori. Si astiene tanto più dalla trasmissione e diffusione via social di messaggi minatori o ingiuriosi, commenti e dichiarazioni pubbliche offensive o denigratorie nei confronti dell'ente e degli amministratori, 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;

- ricorda che i contenuti di ciascuno, anche se privati, una volta in rete possono avere risonanza globale;
- rispetta la privacy dei colleghi, evitando riferimenti all'attività lavorativa svolta, fatte salve le informazioni di dominio pubblico;
- a 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'autorizzazione delle strutture e delle persone coinvolte;
- non può aprire blog, pagine o altri canali a nome di Camera di Commercio Pordenone-Udine o che trattino argomenti riferiti all'attività istituzionale dell'ente, senza autorizzazione preventiva del Segretario generale;
- non utilizza su account personali il marchio di Camera di Commercio Pordenone-Udine 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.