

SOCIAL MEDIA POLICY DELLA CAMERA DI COMMERCIO RIVIERE DI LIGURIA

Premessa

La Camera di Commercio Riviera di Liguria ha attivato i seguenti canali social:

Twitter (CCIAARIVLIG)

Facebook (CameradiCommercioRivierediLiguria)

Instagram (CCIAARIVLIG)

Youtube (CCIAA RIVIERE DI LIGURIA - IMPERIA LA SPEZIA SAVONA)

Google Plus (CCIAA RIVIERE DI LIGURIA - IMPERIA LA SPEZIA SAVONA)

Flickr (CCIAA RIVIERE DI LIGURIA IMPERIA LA SPEZIA SAVONA).

Per loro natura, i canali social si configurano come luoghi virtuali di coinvolgimento e scambio, per comunicare attraverso la Rete con i propri utenti e stakeholder: imprese, consumatori, associazioni imprenditoriali, professionali, sindacali e dei consumatori, enti e rappresentanti del mondo economico e istituzionale, nell'ottica di favorire la diffusione delle informazioni, la partecipazione ed il confronto.

I social network non sostituiscono i canali ufficiali predisposti dalla Camera di Commercio, ma sono strumenti volti ad amplificare la diffusione delle notizie a favore delle imprese e degli altri soggetti interessati.

Attraverso i propri account istituzionali, la Camera di Commercio diffonde informazioni e notizie sulle attività, provvedimenti, iniziative, progetti, da cui possono emergere opportunità di coinvolgimento e partecipazione degli utenti. Più precisamente, vengono pubblicati contenuti (notizie, fotografie, video, collegamenti, ecc.) attinenti alle funzioni svolte dall'Ente (a titolo di esempio bandi per l'accesso a contributi, scadenze amministrative, iniziative e progetti promossi in proprio o in collaborazione con altri soggetti, partecipazioni a manifestazioni, fiere ed eventi pubblici, comunicati stampa e/o articoli di stampa che riguardano l'Ente, iniziative del sistema camerale, iniziative promosse dai competenti ministeri, ecc.). Sui canali social dell'Ente, è inoltre possibile pubblicare contenuti riguardanti argomenti di attualità e/o di interesse per le attività economiche e comunque correlati alle funzioni istituzionali e/o alle attività svolte dalla Camera stessa.

In linea di principio i principali contenuti dei social network della Camera di Commercio sono:

- sintesi di notizie istituzionali (con link alla pagina del sito www.rivlig.camcom.gov.it)
- sintesi di notizie di iniziative delle aziende speciali della Camera di Commercio
- titoli o sintesi di comunicati stampa con link al testo pubblicato sul sito Internet
- notizie di eventi organizzati dalla Camera di Commercio o sostenuti con contributo o patrocinio
- segnalazioni di video, immagini, report di interesse camerale (ad es. campagne istituzionali di sistema ecc.)
- retweet di notizie retwittate del sistema camerale
- retweet di notizie dove la Camera di Commercio è citata (su agenzie di informazione, giornali, siti web ecc.)

La Camera di Commercio può condividere e rilanciare contenuti, messaggi di pubblico interesse e utilità, notizie su attività ed iniziative realizzate anche da soggetti terzi (altri enti, imprese, associazioni, soggetti della comunità economica dei territori rappresentati). Pur verificandone per quanto possibile la precisione e l'attendibilità, l'Ente non si assume alcuna responsabilità per eventuali informazioni errate o non aggiornate.

La presenza di spazi pubblicitari a margine dei contenuti pubblicati nelle pagine dei social network utilizzati dalla Camera di Commercio non è sotto il controllo dell'Amministrazione ma è gestita in autonomia dagli stessi social network.

Lo stile editoriale è volutamente semplice, è previsto l'utilizzo di immagini (foto e video), i testi sono brevi e concisi per favorire l'interattività con gli utenti.

Per postare i contenuti non vengono utilizzati automatismi: i contenuti sono realizzati e pubblicati esclusivamente dagli addetti preposti alla gestione dei canali social.

I contenuti testuali, fotografie, infografiche, video e altri materiali multimediali della Camera di Commercio pubblicati sui canali social sono da considerarsi in licenza Creative Commons CC BYND 3.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/3.0/it/>); possono essere riprodotti liberamente, ma devono sempre essere accreditati al canale originale di riferimento.

1. SOCIAL MEDIA POLICY ESTERNA

Con la social media policy esterna, la Camera di Commercio definisce e descrive le regole di comportamento che gli utenti devono osservare quando interagiscono con le pagine e i profili istituzionali dell'Ente sui social network. Il documento è quindi destinato all'utenza esterna ed è pubblicato sul sito web www.rivlig.camcom.gov.it cui riferiscono appositi link inseriti nelle pagine e nei profili istituzionali sui social network.

Interazione con gli utenti - comportamenti consentiti, non consentiti e moderazione

Principi comuni a tutti i canali social

I canali social media della Camera di Commercio rappresentano anzi tutto una modalità di interazione con un'esclusiva finalità informativa e promozionale.

La Camera di Commercio invita gli utenti a una conversazione educata, pertinente e rispettosa. Sui canali social della Camera di Commercio tutti possono intervenire per esprimere la propria libera opinione, sempre seguendo le buone regole dell'educazione e del rispetto altrui.

A maggiore specificità di quanto evidenziato per i singoli canali, si segnala che non sono tollerati insulti, turpiloquio, minacce o atteggiamenti che ledano la dignità delle persone e il decoro delle Istituzioni, i diritti delle minoranze e dei minori, i principi di libertà e uguaglianza.

In particolare:

- 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 sessuali o link a contenuti sessuali;
- sollecitazioni al Commercio;
- conduzione o incoraggiamento di attività illecite;
- informazioni che possono tendere a compromettere la sicurezza o la sicurezza dei sistemi pubblici;
- 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.

Sono inoltre scoraggiati e comunque soggetti a moderazione commenti e contenuti dei seguenti generi:

- commenti non pertinenti a quel particolare argomento pubblicato (off topic);
- osservazioni pro o contro campagne politiche o indicazioni di voto;
- linguaggio o contenuti offensivi;
- commenti e i post scritti per disturbare la discussione o offendere chi gestisce e modera i canali social;
- spam;
- interventi inseriti ripetutamente.

A fronte di comportamenti contrari alle regole descritte in questa policy, gli amministratori degli account istituzionali della Camera di Commercio sui social network hanno la facoltà di eliminare, senza alcun preavviso, i contenuti non conformi.

Gli utenti che interagiscono con gli account istituzionali della Camera di Commercio sui social network sono tenuti ad identificarsi con nome e cognome; non è ammesso l'utilizzo di nickname anonimi. Nel caso di utilizzo di nickname anonimi gli amministratori valutano se nell'ambito della discussione ci siano validi motivi per mantenere la condizione di anonimato; qualora tali motivi non sussistano, i commenti anonimi saranno rimossi.

A seguito di reiterati comportamenti non rispettosi delle regole descritte in questa policy, l'utente responsabile potrà essere bloccato ("bannato") e i contenuti e/o i comportamenti non conformi, se necessario, saranno segnalati alle autorità competenti.

I commenti e i post degli utenti rappresentano l'opinione dei singoli e non quella della Camera di Commercio, che non può essere ritenuta responsabile di ciò che viene postato sui propri canali da terzi.

Principi specifici relativi ai canali social

Facebook

Gli utenti che interagiscono con la pagina Facebook della Camera di Commercio su Facebook possono:

- apprezzare i contenuti (post) pubblicati nel diario della Camera di Commercio cliccando "Mi Piace" o esprimere un proprio giudizio anche tramite gli appositi emoticon;
- condividere nel proprio diario i contenuti (post) pubblicati nel diario della Camera di Commercio.

Agli utenti Facebook non è consentito pubblicare autonomamente contenuti nella bacheca della pagina istituzionale della Camera di Commercio.

Gli eventuali commenti postati dagli utenti rappresentano l'opinione dei singoli e non quella della Camera di Commercio che inoltre non può essere ritenuta responsabile di ciò che viene postato sui canali da terzi.

Twitter

Gli utenti che interagiscono con il profilo Twitter della Camera di Commercio su Twitter possono:

- scrivere, utilizzando il proprio account personale, messaggi pubblici (tweet) destinati alla Camera di Commercio (non è necessario essere follower della Camera di Commercio);
- scrivere, utilizzando il proprio account personale, messaggi privati all'account della Camera di Commercio (è necessario essere follower della Camera di Commercio);
- inoltrare ("retwittare") ai propri follower i messaggi (tweet) pubblicati dalla Camera di Commercio con il proprio account istituzionale;
- rispondere ai Tweet.

Gli eventuali messaggi degli utenti rappresentano l'opinione dei singoli e non quella della CCIAA che inoltre non può essere ritenuta responsabile di ciò che viene ritwittato sui canali da terzi.

Youtube

Gli utenti che interagiscono con il canale Youtube della Camera di Commercio su Youtube possono:

- esprimere i propri giudizi circa i video pubblicati sul canale della Camera di Commercio cliccando "Mi Piace" o non "Mi piace";
- condividere i video pubblicati nel diario della Camera di Commercio.

Agli utenti Youtube non è consentito pubblicare autonomamente video sul canale istituzionale, né effettuare commenti.

Flickr

La Camera di Commercio ha attivato un account sulla piattaforma Flickr per mettere a disposizione degli utenti gallerie fotografiche degli eventi realizzati dall'Ente. Le foto presenti sul canale possono essere realizzate direttamente dalla redazione o da soggetti terzi per conto della Camera di commercio e sono scaricabili citando la fonte.

Instagram

La Camera di Commercio ha attivato un account Instagram per mettere a disposizione degli utenti fotografie degli eventi e delle attività realizzate dall'Ente. Le foto presenti sul canale possono essere realizzate direttamente dalla redazione o da soggetti terzi per conto della Camera di commercio e sono scaricabili citando la fonte. Gli utenti possono commentare le immagini ("Mi piace"/"Non mi piace") e scrivere direttamente alla redazione.

Google Plus

Gli utenti che interagiscono con la pagina Google+ della Camera di Commercio possono:

- apprezzare i contenuti (post) pubblicati nel diario della Camera di Commercio o esprimere un proprio giudizio;
- condividere nel proprio diario i contenuti (post) pubblicati nel diario della Camera di Commercio.

Agli utenti Google+ non è consentito pubblicare autonomamente contenuti nella bacheca della pagina istituzionale della Camera di Commercio.

Gli eventuali commenti postati dagli utenti rappresentano l'opinione dei singoli e non quella della Camera di Commercio che inoltre non può essere ritenuta responsabile di ciò che viene postato sui canali da terzi.

Presidio

I canali social media della Camera di Commercio vengono presidiati e moderati, di norma, dal lunedì al venerdì, secondo gli orari di ufficio. In occasione di iniziative ed eventi di particolare rilievo, il presidio dei social media può avvenire anche in altri orari o nei giorni festivi.

Per ciò che concerne le informazioni fornite dai moderatori delle pagine dei social media della Camera di Commercio si precisa che non esistono tempi minimi o massimi di risposta, e che le stesse vanno intese come elementi di facilitazione all'accesso ai canali informativi ufficiali e non possono essere considerate esaustive non potendo, attraverso un social, accedere ai dati dell'utente o alla sua pratica. In conseguenza di ciò, e per evidenti ragioni di tutela della privacy, non potranno essere trattati casi personali relativi a procedimenti amministrativi specifici, ma saranno fornite e ribadite informazioni generali di interesse comune.

Per ogni altra informazione il referente rimane quello individuato per ogni singolo canale informativo ufficiale indicato che può trattare ogni questione nel dettaglio, verificando l'identità del soggetto richiedente e l'eventuale documentazione a sostegno della sua richiesta. Ogni richiesta di informazione e segnalazione degli utenti viene valutata e trasmessa agli uffici competenti o, se opportuno e possibile, gestita direttamente dalla redazione social.

Protezione dei dati personali

Il trattamento dei dati personali degli utenti risponde alle policy in uso sulle piattaforme utilizzate. I dati sensibili postati in commenti o post pubblici all'interno dei canali social della Camera di Commercio verranno rimossi. I dati condivisi dagli utenti attraverso messaggi privati spediti direttamente ai canali della Camera di Commercio saranno trattati nel rispetto della normativa in materia di privacy. I messaggi pubblici contenenti dati personali (indirizzi e-mail, numeri di telefono, codici fiscali, numeri di conto corrente, indirizzi, numeri di protocollo o pratica, estremi o contenuto della medesima riservati o in qualsiasi altra forma tutelati etc.) verranno rimossi a tutela delle persone interessate e dell'Ente.

Contatti

Suggerimenti e segnalazioni relativi alla gestione dei canali social camerali possono essere inviati all'indirizzo email: social@rivlig.camcom.it.

2. SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

La Social media policy interna definisce le regole di comportamento che tutto il personale della Camera di commercio Riviera di Liguria è tenuto ad osservare nell'utilizzo dei propri account personali.

Eventuali profili del personale camerale, collaboratori e consulenti sono gestiti a titolo personale e in autonomia, nel rispetto del Codice di comportamento dei dipendenti pubblici e delle indicazioni riportate in questo documento.

Se l'appartenenza alla Camera di Commercio è dichiarata o desumibile dal profilo dell'utente o dal contenuto di un intervento, è buona prassi specificare che quanto pubblicato rispecchia opinioni personali e rimandare a un profilo ufficiale dell'Ente.

In ogni caso il personale può liberamente rilanciare i contenuti diffusi dai canali social della Camera di commercio, mentre non può diffondere notizie e informazioni di cui sia a conoscenza in ragione del proprio ufficio né dichiarazioni offensive nei confronti dell'amministrazione, dei colleghi e collaboratori.

Modalità di gestione degli account della Camera di Commercio

Tutti i profili social dell'ente sono gestiti dal Servizio Comunicazione che gestisce le abilitazioni, monitora i social media in cui è presente la Camera di Commercio e la reputazione dell'ente e dei suoi rappresentanti.

Produzione e pubblicazione dei contenuti

La Camera di Commercio promuove sui propri canali social contenuti testuali, fotografici e video, che nel momento della pubblicazione 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.

Inoltre sono ammessi contenuti relativi a informazioni che valorizzino il patrimonio storico e architettonico dell'ente o particolari curiosità relative alla Camera di Commercio.

I Servizi e gli Uffici che desiderano una copertura sui canali social istituzionali, per programmare la presenza della propria notizia, devono rivolgersi con un congruo anticipo, e comunque non appena possibile, al Servizio 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 Servizio Comunicazione darà al contenuto una forma di testo coerente con il social di destinazione e rispettoso dei principi qui enunciati.

Nel produrre il contenuto, occorre veri garantisce che non ci siano dati personali, materiali aziendali o informazioni riservate o protette da copyright.

Chi si reca a convegni e iniziative di interesse, anche all'estero, è invitato a segnalarlo con anticipo per l'opportuna programmazione al Servizio Comunicazione esclusivamente all'indirizzo social@rivlig.camcom.it, a cui invierà foto e testimonianze dell'evento, con la proposta di un breve testo di accompagnamento per la tempestiva diffusione. Il materiale fotografico da inserire sui social dovrà rispondere ad 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). Potranno in ogni caso essere utilizzate foto di repertorio.

Uso di account personali

Il personale della Camera di Commercio, 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 della Camera di Commercio: informazioni su servizi, iniziative, progetti, video, immagini e/o infografiche. È da evitare invece la diffusione sul proprio profilo privato di contenuti o eventi della Camera di Commercio non precedentemente segnalati sui canali social ufficiali o comunque non presenti sul sito della Camera di Commercio 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 della Camera di Commercio:

- 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
- 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 della Camera di Commercio o che trattino argomenti riferiti all'attività istituzionale dell'ente, senza autorizzazione preventiva del Segretario Generale
- non può utilizzare su account personali il marchio della Camera di Commercio 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.