

## **SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA**

Rev.00 Approvata con deliberazione n. 12 del 20/02/2024.

### **1. Premessa**

Cremona Solidale utilizza i principali social media con finalità istituzionali e di interesse generale per consentire la comunicazione e l'interazione nel web con i propri stakeholder – cittadini, istituzioni, associazioni, organi di informazione ecc.

La diffusione dei contenuti attraverso i canali social non sostituisce l'attività di comunicazione di pubblicità e trasparenza sul sito web che rimane il principale depositario delle informazioni di interesse per gli utenti, interni ed esterni all'azienda.

Il personale può liberamente condividere sui propri profili privati i contenuti diffusi dai canali social di Cremona Solidale: informazioni su iniziative, progetti, video e immagini, fatto salvo quanto precisato nelle pagine successive.

È altresì preferibile, in un'ottica di efficacia comunicativa, che le informazioni e le iniziative di Cremona Solidale veicolati sui social media siano prima pubblicati sui canali ufficiali dell'Azienda, e solo dopo, condivisi eventualmente sui canali personali.

Il presente documento di Social Media Policy Interna fornisce le principali linee guida di comportamento per chi gestisce gli account di Cremona Solidale e per chi la rappresenta quando utilizza i social media, che lo faccia tramite account istituzionali o personali, che sia dipendente, collaboratore o esterno alla struttura.

Il presente documento viene periodicamente rivisto e aggiornato.

### **2. Obiettivi della Social Media Policy Interna**

Il Codice Etico è già parte integrante della normativa di Cremona Solidale; in esso è stabilito anche il codice di condotta per i dipendenti. Per integrare e aggiornare la disciplina, ivi prevista, soprattutto rispetto la gestione dei “nuovi” mezzi di comunicazione, Cremona Solidale intende adottare anche una Social Media Policy Interna il cui obiettivo principale è quello di tutelare tutti gli interlocutori, nella consapevolezza che nell'uso del web non esiste la separazione tra pubblico e privato. Gli obiettivi della Social Media Policy Interna sono dunque innanzitutto:

- Proteggere Cremona Solidale da possibili rischi di comunicazione e di immagine, tutelandone allo stesso tempo dipendenti e collaboratori, utenti interni ed esterni;
- Ottimizzare l'efficacia delle attività di Cremona Solidale sui social media, suggerendo modalità e tempi di interazione online, indicando i comportamenti più efficaci durante le crisi di comunicazione e supportando i rappresentanti di Cremona Solidale nella loro vita digitale.

La presenza sui social media di Cremona Solidale e l'immagine della stessa sono frutto dell'attività collettiva della community di Cremona Solidale. Pertanto, chiunque - sia esso dipendente,

collaboratore, eterno- è responsabile del risultato sia che scriva di Cremona Solidale e della sua community a titolo ufficiale o a titolo personale.

### **3. I rischi dell'utilizzo dei Social**

L'utilizzo dei canali social può comportare rischi e criticità. Un loro uso poco accorto può naturalmente, danneggiare l'immagine e la reputazione di Cremona Solidale e delle persone che lo rappresentano o ne fanno parte.

Ad esempio, l'utilizzo scorretto dei canali social, pubblicazioni o commenti poco accorti possono:

- Danneggiare gravemente l'immagine e la reputazione dell'azienda nonché, di conseguenza, delle figure professionali che vi lavorano, delle persone che rivestono cariche;
- Esporre a danni diretti, come richieste di risarcimento ecc., nel caso ad es. vengano divulgati contenuti in modo lesivo con violazione del diritto d'autore, della proprietà intellettuale, della privacy, ecc.;
- Esporre a responsabilità penale (per alcuni dei motivi suddetti, come la privacy, più altri specificamente penali, quali diffamazione, calunnia ecc.) l'editor del post/commento/condivisione e/o il titolare del profilo.

Per questi motivi, si consigliano alcune buone pratiche nel rispetto della reputazione online dell'Azienda:

- Evitare di divulgare, attraverso i social media, informazioni riservate, come la corrispondenza, informazioni di terze parti di cui si è a conoscenza o informazioni su attività lavorative, prima che siano stati ufficialmente deliberati e comunicati formalmente;
- Rispettare la privacy di interlocutori, colleghi, ospiti o rappresentanti di Cremona Solidale evitando riferimenti diretti a fatti o a dettagli privi di rilevanza pubblica e che ledano la sfera personale, ed evitando altresì di taggare persone in fotografie o post senza aver prima richiesto la loro autorizzazione e di pubblicare foto o video di eventi a porte chiuse o eventi senza l'autorizzazione delle persone riprese e/o degli organizzatori. Inoltre, è vietata la pubblicazione di dati personali (e-mail, numero di telefono, codice fiscale etc.) e di dati particolari;
- È vietato aprire blog, pagine o altri canali di Cremona Solidale o di organi di Cremona Solidale, che trattino argomenti riferiti all'attività istituzionale o ai progetti di Cremona Solidale, senza informare preventivamente il CDA che ne valuta e autorizza l'eventuale apertura;
- Verificare che i contenuti siano corretti prima di pubblicarli. Se si è in dubbio su risposte a utenti o contenuti da pubblicare, è consigliabile confrontarsi prima con la direzione di riferimento, le aree tecniche competenti per l'argomento, o con il TEAM di riferimento.

### **4. Destinatari**

La Social Media Policy Interna si rivolge a:

- Rappresentanti di Cremona Solidale nelle comunicazioni relative alla loro carica o cariche e sui profili personali;
- Incaricati dell'azienda che gestiscono gli account ufficiali;
- Il personale e i collaboratori di Cremona Solidale;

- Utenti che scelgono di manifestare la propria appartenenza a Cremona Solidale sui profili social personali.

Gli ambiti di applicazione della Social Media Policy Interna si possono riassumere in:

- Utilizzo degli account istituzionali, poiché la voce di Cremona Solidale online, esattamente come offline, deve essere soggetta a linee guida e procedure chiare e condivise;
- Utilizzo degli account social personali dei dipendenti e dei responsabili per fare in modo che la comunicazione sia sempre coerente, con l'obiettivo di:
  - evitare che le posizioni espresse da singoli possano essere erroneamente considerate come le "posizioni ufficiali" di Cremona Solidale;
  - scongiurare danni d'immagine, anche involontari e indiretti;
  - scongiurare l'insorgere di responsabilità civili e/o penali.

## 5. Regole e criteri del processo di produzione e pubblicazione dei contenuti

Cremona Solidale 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 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 o il realizzarsi in breve tempo
- Contenuti che valorizzano l'immagine e l'attività di Cremona Solidale.

Il linguaggio deve adeguarsi allo stile del social utilizzato.

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. Vanno comunque rispettate sempre le regole della buona educazione.

## 6. Uso di account personali

Il presente paragrafo è rivolto a dipendenti e assimilati di Cremona Solidale nonché ai consulenti e collaboratori.

Cremona Solidale rispetta e non scoraggia l'uso dei social da parte di personale e collaboratori, ma invitano a essere attenti e consapevoli. Cremona Solidale invita in particolare a rispettare il Codice Etico e il Regolamento del Personale e, in generale a far quello che si farebbe nel "mondo reale", riflettere e usare il buon senso; inoltre ricorda che:

- Tutto ciò che si pubblica, posta, commenta, resterà pubblico a lungo, anche se si cercherà di rimuoverlo, cancellarlo o renderlo anonimo;
- Quello che si pubblica, posta, commenta, rifletterà l'immagine e l'opinione che tutti gli altri avranno dell'autore, che ciò avvenga su profili personali o istituzionali, immagine e opinione da parte dei colleghi e vertici di Cremona Solidale, di enti pubblici e pubbliche amministrazioni, di politici, consiglieri, assessori, delle associazioni sindacali, dei fornitori di Cremona Solidale, ecc;
- La responsabilità della propria attività social è personale, dunque: sui social, anche quando si parla di Cremona Solidale, si sta agendo a titolo personale. È opportuno identificarsi

sempre con la prima persona singolare. Quando si postano contenuti o si partecipa a discussione che hanno o possono avere ad oggetto anche Cremona Solidale è preferibile la trasparenza: fornire e chiarire il proprio nome e se del caso il proprio ruolo, e se del caso ancora, sottolineare che benché si lavori per Cremona Solidale non si è portavoce.

- È auspicabile un uso proattivo, corretto e positivo dei social: può svolgere un ruolo importante e utile e costituire un contributo da parte di ognuno dei dipendenti. I Social media danno a tutti i dipendenti l'opportunità di contribuire a delineare la reputazione di Cremona Solidale, a dare un'immagine obiettiva all' "uomo della strada" di quello che l'azienda svolge realmente.
- Ricordare sempre che nella comunicazione scritta il tono che si utilizza può essere interpretato in modi diversi: quando nella propria attività social si parla di Cremona Solidale, è sempre bene sostituire a commenti e opinioni, anche emotivi, i fatti ricordando inoltre che la fiducia è l'elemento chiave per instaurare relazioni costruttive on-line.
- Quando il personale utilizza un canale social con un account privato, deve sempre tenere presente che può essere sempre e comunque, salvo l'uso di profili anonimi, identificato dagli altri utenti del social come un dipendente/ un collaboratore di Cremona Solidale e, come tale, deve mantenere un comportamento corretto, rispettoso e responsabile, sia nei confronti degli altri utenti che nei confronti del proprio datore di lavoro, dei colleghi e dei terzi;
- Il personale può liberamente condividere sui propri profili privati i contenuti diffusi dai canali social di Cremona Solidale: informazioni su servizi, iniziative, progetti;
- La diffusione sul proprio profilo privato di contenuti o eventi di Cremona Solidale non precedentemente segnalati sui canali social ufficiali o comunque non presenti sul sito di Cremona Solidale o su un altro sito istituzionale di riferimento non è autorizzato;

Si ricorda che sono pienamente applicabili all'utilizzo dei social le norme generali dell'ordinamento italiano, comprese quelle che prevedono responsabilità civili e penali verso terzi oltre che verso il datore di lavoro, ad esempio in caso di diffusione di notizie false, diffamatorie o affermazioni ingiuriose o minacciose o discriminatorie o comunque altrimenti tali da ledere diritti e interessi altrui.

La violazione di tali regole di comportamento può dunque innanzitutto essere fonte di responsabilità penale, civile, amministrativa e contabile in capo all'autore nei confronti di terzi e nei confronti del datore di lavoro.

Può inoltre essere fonte di responsabilità disciplinare lavorativa, accertata all'esito del procedimento disciplinare, nel rispetto dei principi di gradualità e proporzionalità delle sanzioni, secondo il diritto del lavoro vigente.

## **7. Linee guida per foto, video e audio**

Ogni opera dell'ingegno - comprese immagini, video e audio - salvo esplicite indicazioni da parte del creatore, è per legge protetta da copyright per un certo numero di anni. In quel periodo solo il detentore del copyright (in genere l'autore, suoi eredi o l'editore) può autorizzarne la riproduzione o consentirne determinati usi.

Così come per i testi, chi usa un'immagine, un video o un audio senza esserne autorizzato dall'autore o dal titolare dei diritti di utilizzazione economica, commette un illecito civile e penale.

Sui social media non possono essere utilizzati liberamente video e immagini dei quali non si riesca a stabilire lo status giuridico, indipendentemente dal fatto che siano già stati pubblicati (ad esempio su un sito web), a meno che non rientrino in uno dei seguenti casi:

- siano di pubblico dominio, quindi privi di copyright e utilizzabili senza alcuna restrizione;
- non possiedano i requisiti per essere soggetti a copyright;
- siano stati prodotti da organizzazioni che non prevedono il copyright (ad esempio tutte le immagini realizzate dal governo federale degli Stati Uniti sono di pubblico dominio);
- il loro copyright sia scaduto (ad esempio, in Italia opere il cui autore sia morto da almeno 70 anni);
- il loro autore abbia rinunciato ai diritti;
- abbiano una licenza Creative Common che ne autorizza la diffusione a determinate condizioni;
- nel caso in cui le fotografie non portino le indicazioni relative al nome del fotografo, data dell'anno della fotografia, il nome dell'autore dell'opera d'arte fotografata, la loro riproduzione non è considerata abusiva e non sono dovuti i compensi di utilizzazione economica, salvo che il fotografo non provi la malafede del riproduttore. In tale caso è consigliabile riprodurre il seguente disclaimer: “Le immagini fotografiche per le quali non è stato possibile risalire al nome dell'autore, del titolare di utilizzazione economica dell'opera, ovvero all'anno di produzione, si intendono riprodotte in buona fede ai sensi dell'art. 90 della legge 633/1941; qualora i proprietari dei legittimi diritti ne facciano richiesta la riproduzione sarà sospesa immediatamente.

Lo screen shot di opere la cui riproduzione è espressamente riservata, ad esempio foto di articoli di giornale o immagini tratte da rassegne stampa, non è consentita.

## 8. Specifiche per la tutela della privacy

In generale occorre tenere a mente che il web è spesso raccontato come un luogo senza regola, un “Far West” dove ogni utente può dire o fare ciò che vuole. In realtà non è così: le stesse regole di civile convivenza, così come le norme che tutelano, ad esempio, dalla diffamazione, dalla violazione della dignità, valgono nella vita reale come nei social network, in chat o sui blog. Non esistono zone franche né dalle leggi né dal buon senso.

Dal punto di vista della privacy è bene ricordare che stiamo mettendo in atto una condotta potenzialmente lesiva della privacy altrui ogni volta che:

- riportiamo opinioni o pubblichiamo scritti/post di altri, ad esempio incollandoli e taggandone l'autore
- tagghiamo qualcuno in una foto o in una geolocalizzazione o anche quando riferiamo attività svolte con altre
- riportiamo o raccontiamo attività svolte con altri, anche non legate alla sfera lavorativa
- riportiamo informazioni relative ad altri, senza verificare che questi le abbiano manifestate pubblicamente in un post o nelle informazioni del profilo o in altri social, siti, ecc.

Ancora, è bene sempre ricordare che, quando inseriamo i nostri dati personali, e poi le nostre immagini, i nostri contenuti e informazioni, ecc. su un sito di social network, in un modo o nell'altro, ne “perdiamo il controllo”. Tutti quei dati, informazioni e contenuti, possono essere

registrati da tutti i nostri contatti e da tutti i componenti dei gruppi a cui abbiamo aderito, rielaborati, diffusi, ecc., anche a distanza di anni. In alcuni casi, al momento di entrare in un social network, l'utente concede al fornitore del servizio la licenza di usare senza limiti di tempo il materiale inserito on line: foto, chat, scritti, opinioni. Inoltre, quando si decide di uscire da un social network, spesso, o perché non è data tra le opzioni o non viene usata, spesso si “disattiva” soltanto il proprio profilo, non lo si cancella: i dati e i materiali messi on line fino a quel momento, potrebbero essere comunque conservati nei server, archivi informatici, ecc., del fornitore del servizio.

Ugualmente, è opportuno controllare con attenzione anche le frequenti modifiche che vengono introdotte unilateralmente dal fornitore del servizio: capita spesso che i social network comunichino – spesso brevemente e solo alla fine di una lunga nota- di aver cambiato gli effettivi livelli di privacy/riservatezza corrispondenti a quelli della o delle opzioni che era state selezionate per il proprio profilo.

## **9. Vademecum per gli editor dei social istituzionali**

- Rispettare sempre gli altri utenti
- Leggere l'informativa e gestire le impostazioni privacy delle pagine
- Prestare attenzione alle informazioni che si intendono pubblicare
- Non pubblicare foto, video ed informazioni di altre persone senza il loro consenso o aver acquistato il copyright
- Ricordarsi che qualsiasi informazione pubblicata difficilmente può essere eliminata definitivamente dal web
- Preferire l'utilizzo delle liste broadcast ai gruppi sulle app di messaggistica
- Gestire correttamente le password ed i profili di accesso ai social
- Prestare attenzione ai profili fake e ai virus