



**SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA  
DELL'ISTITUTO PER LE PIANTE DA LEGNO E L'AMBIENTE  
I.P.L.A. S.p.A.**

*Versione 1906\_01*



Corso Casale, 476 – 10132, Torino  
Tel. +39.011.432.04.01 – Fax +39.011.432.04.90  
[www.ipla.org](http://www.ipla.org) – [ipla@ipla.org](mailto:ipla@ipla.org)  
Capitale Sociale € 187.135,52 – C.F. e P. IVA 02581260011

## **SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA**

### **Premessa**

L'IPLA SpA utilizza il sito web e i principali social media per svolgere attività di informazione e comunicazione istituzionale ai cittadini riguardo ai servizi, alle attività, alle iniziative dell'Istituto.

I social media sono anche un modo per comunicare e interagire con le persone in maniera più diretta e veloce, e per ascoltare e monitorare le richieste dei cittadini e il livello di soddisfazione.

La social media policy interna è un documento rivolto ai dipendenti dell'Ente per definire il codice di comportamento quando utilizzano e pubblicano contenuti sui social media, sia dagli account istituzionali (uso in rappresentanza dell'ente) sia dagli account personali (uso privato).

Il presente documento è periodicamente rivisto e aggiornato.

### **I Social network utilizzati**

IPLA ha profili istituzionali sui canali Facebook, Youtube, Twitter (situazione aggiornata a maggio 2019).

I profili istituzionali sui social media sono una risorsa che si aggiunge ai tradizionali canali di comunicazione e devono garantire:

coerenza: la presenza sui social deve essere integrata, per contenuti e stile, con gli altri canali di comunicazione dell'Ente, tradizionali e online (sito, posta elettronica ecc.);

aggiornamento costante dei contenuti: indispensabile per mantenere vivi e seguiti i canali social;

relazione: mantenere con l'utenza dei social lo stesso atteggiamento che si ha con l'utenza fisica, di apertura e di ascolto con risposte in tempi rapidi.

### **Regole di gestione degli account pubblici sui vari profili**

I profili social in capo all'IPLA SpA sono gestiti direttamente da personale dell'Ente su mandato dell'Istituto.

Ogni canale social deve contenere la pubblicazione della social media policy esterna.

I profili social possono ampliare e migliorare la comunicazione ma non sostituiscono, né per valenza legale, né per valenza informativa, il sito web istituzionale o altri siti dell'ente, dove i contenuti devono comunque essere pubblicati.

I dipendenti designati come amministratori o editor dei profili social sono responsabili in prima persona delle loro credenziali di accesso e dei contenuti divulgati e dovranno seguire le regole di pubblicazione che sono elencate nei paragrafi successivi.

## **Produzione e pubblicazione dei contenuti**

Le regole di produzione e pubblicazione dei contenuti valgono per tutti i profili social in capo all'IPLA SpA, quindi devono essere osservate da tutti gli amministratori di profilo incaricati.

I contenuti pubblicati sulle piattaforme di social networking riguardano le attività, i servizi e le iniziative che coinvolgono l'Azienda. Gli eventi organizzati da privati o singoli o associazioni sono diffusi e pubblicizzati solo se hanno ottenuto patrocinio e/o collaborazione dell'IPLA.

I contenuti pubblicati sono di interesse generale e rispettano la privacy delle persone e le informazioni riservate e/o protette da copyright.

Non sono pubblicati i seguenti contenuti: di natura commerciale, di propaganda politica ed elettorale, di divulgazione religiosa, informazioni su attività lavorative, servizi e progetti non ancora resi pubblici informazioni personali e dati sensibili e giudiziari (secondo quanto indicato dalla normativa).

## **Risposte e interazione con i cittadini**

L'interazione sui profili istituzionali dell'IPLA da parte dei cittadini è limitata a:

pubblicazione di commenti ai post;

manifestazioni di "like" o reazioni tramite gli appositi pulsanti;

invio di messaggi privati.

Gli utenti possono commentare in forma critica o propositiva, ma sempre con moderazione e correttezza, attenendosi alle regole di netiquette del web. I commenti ai post saranno rimossi dagli amministratori se: utilizzano un linguaggio scurrile, offensivo, di natura propagandistica e che violi le norme della privacy o non sono pertinenti al tema trattato nel post. Nei casi più gravi, oltre a cancellare il commento, IPLA si riserva anche la possibilità di bloccare l'utente e segnalarlo ai filtri di moderazione del social network ospitante.

I canali social sono presidiati dal lunedì al venerdì di norma dalle 9.00 alle 17.00. La risposta sarà data in media entro un giorno lavorativo.

## **Linguaggio e stile di comunicazione degli amministratori**

Il linguaggio e lo stile devono essere adeguati al social utilizzato, tenendo fermi alcuni capisaldi:

- scrivere in italiano corretto e rispettoso, usando un linguaggio amichevole e informale ma adeguato al ruolo istituzionale di una società pubblica;
- essere sintetici e abbreviare i link;
- utilizzare con moderazione gli hashtag;

- utilizzare immagini di proprietà dell'Ente o libere da copyright;
- assicurare una adeguata qualità tecnica dell'informazione fornita;
- rispondere sempre alla richiesta d'informazione presente nei post;
- non eliminare nessun commento con l'esclusione dei casi previsti nella Social media policy esterna;
- aggiornare con cadenza periodica e costanza i social utilizzati.

### **Uso degli account personali**

Per aprire il profilo pubblico sui vari social, i dipendenti amministratori dovranno usare il proprio profilo privato. Quindi, anche sul proprio profilo personale i dipendenti dovranno rispettare regole di buon comportamento. Dal proprio profilo social, infatti, possono essere identificati come dipendenti dell'IPLA e sono chiamati, pertanto, a rispettare il Codice di comportamento dell'Istituto.

I dipendenti amministratori devono prestare particolare attenzione nell'utilizzo dei profili, adottando tutte le accortezze necessarie per evitare lo scambio dei profili (pubblico e personale) durante la pubblicazione di contenuti sui social.

I dipendenti possono liberamente condividere, sui propri profili privati, i contenuti pubblici dell'IPLA mentre non possono diffondere quelli riservati o in via di approvazione non ancora pubblicati sul sito dell'Istituto o su altri strumenti istituzionali.

Il personale, in particolare, è tenuto a:

- non divulgare informazioni riservate dell'Azienda: corrispondenza interna, informazioni di terze parti di cui è a conoscenza (ad es.: partner, istituzioni, utenti, stakeholder), decisioni/progetti da assumere e provvedimenti relativi a procedimenti in corso prima che diventino ufficiali;
- non diffondere messaggi minatori o ingiuriosi, commenti o dichiarazioni pubbliche offensive nei confronti dell'Azienda e del suo operato, recando danno alla stessa;
- ricordare che i propri contenuti, anche se privati, una volta messi in rete possono avere risonanza globale;
- rispettare la privacy dei colleghi, evitando riferimenti all'attività lavorativa svolta, fatte salve le informazioni di dominio pubblico;
- non divulgare foto, video, materiale multimediale che riprenda luoghi e personale all'interno dell'Istituto, senza autorizzazione preventiva della Direzione ad eccezione di eventi pubblici che si svolgono nella sede di lavoro;
- non aprire blog, pagine o altri canali a nome dell'IPLA senza autorizzazione esplicita;

- non utilizzare il logo dell'IPLA SpA su account personali.

Violare le regole di comportamento comporta un procedimento disciplinare e le conseguenti sanzioni, nel rispetto dei principi di gradualità e proporzionalità delle sanzioni.

## **Privacy**

Il trattamento dei dati personali segue le policy in uso sui social utilizzati.

I dati sensibili postati in commenti o in post pubblici sui social media saranno rimossi.

I dati condivisi dagli utenti attraverso eventuali messaggi privati spediti direttamente al gruppo che gestisce i profili social saranno trattati nel rispetto della normativa.

Per quanto riguarda le fotografie che ritraggono persone, è possibile pubblicare immagini di maggiorenni durante eventi pubblici, purché non ritraggano nel dettaglio le singole persone; se l'evento non è pubblico è necessario che la persona ritratta autorizzi la diffusione dell'immagine. Nel caso di minorenni è preferibile pubblicare immagini in cui i singoli non siano riconoscibili, anche se nell'ambito di eventi pubblici. Se il minore è riconoscibile occorre il consenso dei genitori e, per i minori di età superiore ai 14 anni, è necessario anche il loro consenso.