



Modulo 4

La Social Media Policy interna





Obiettivi

- ✓ **Applicazione della policy ai dipendenti**
- ✓ **Regole per l'uso dei social in rappresentanza dell'Ente**
- ✓ **Identificazione chiara del proprio ruolo di dipendente**
- ✓ **Segreto d'ufficio e riservatezza**





CODICE DI COMPORTAMENTO DEI DIPENDENTI PUBBLICI

D.P.R 62/2013 - art. 11-ter (Utilizzo dei mezzi di informazione e dei social media)



- **Responsabilità individuale:** nell'utilizzare i social media, il dipendente deve fare attenzione a non collegare le proprie opinioni o giudizi alla pubblica amministrazione di appartenenza.



- **Tutela dell'immagine:** è vietato qualsiasi intervento o commento che possa danneggiare il prestigio, il decoro o l'immagine dell'amministrazione (sia di appartenenza sia della PA in generale).



- **Riservatezza delle comunicazioni:** le comunicazioni di servizio non devono avvenire tramite conversazioni pubbliche sui social media, a meno che l'utilizzo di tali piattaforme non sia richiesto per esigenze istituzionali.





CODICE DI COMPORTAMENTO DEI DIPENDENTI PUBBLICI

D.P.R 62/2013 - art. 11-ter (Utilizzo dei mezzi di informazione e dei social media)



- **Social media policy:** le amministrazioni possono adottare, all'interno dei propri codici di comportamento, una "social media policy" per ciascuna tipologia di piattaforma digitale. La SMP deve definire le condotte che possono danneggiare la loro reputazione, graduandole in base al livello gerarchico e di responsabilità dei dipendenti.



- **Divieto di divulgazione:** è vietata la divulgazione o diffusione di documenti e informazioni di cui i dipendenti abbiano la disponibilità per ragioni estranee al loro rapporto di lavoro e in difformità alle disposizioni di legge.





SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

La Social Media Policy interna **definisce dei criteri guida per i propri dipendenti quando essi utilizzano i social media**, sia in rappresentanza dell'Ente sia nell'uso privato.

Chiarisce come comportarsi online, cosa pubblicare, in modo da **tutelare l'immagine dell'amministrazione**, promuovendo un comportamento digitale responsabile e allineato ai valori del proprio ente di appartenenza.





SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

- **Uso personale dei social:** i dipendenti, anche quando usano i propri profili personali, rappresentano in qualche modo l'immagine del comune e devono agire di conseguenza. Regole chiare sulla condivisione di informazioni riservate o sensibili, vietandone la divulgazione non autorizzata
- **Utilizzo responsabile dei social media:** promuove un uso responsabile e consapevole dei social media, in modo da evitare che siano pubblicati commenti o contenuti che possano danneggiare la reputazione del comune o della Pubblica Amministrazione in generale
- **Netiquette interna:** può stabilire regole di comportamento per le interazioni online tra colleghi, promuovendo un ambiente di lavoro rispettoso e professionale anche sui social media.





SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

- **Uso dei social media in rappresentanza dell'Ente:** è necessario identificarsi chiaramente come dipendenti (no logo del Comune nei propri profili personali, disclaimer in cui si comunica che le proprie opinioni non sono necessariamente quelle del proprio ente); condividere contenuti in linea con la mission e i valori dell'Ente; rispettare il segreto d'ufficio e la riservatezza delle informazioni.
- **Tutelare la reputazione della propria amministrazione:** il dipendente deve evitare di pubblicare contenuti offensivi, discriminatori o che possano ledere la reputazione del Comune o di altri dipendenti; è necessario separare chiaramente l'attività personale da quella professionale.





Applicazione della Social Media Policy ai dipendenti pubblici





SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Ambito di applicazione



L'art. 2 comma 3 del D.P.R. 62/2013 (regolamento recante codice di comportamento dei dipendenti pubblici) stabilisce che: *«Le pubbliche amministrazioni di cui all'articolo 1, comma 2, del decreto legislativo n. 165 del 2001 estendono, per quanto compatibili, gli obblighi di condotta previsti dal presente codice a tutti i **collaboratori o consulenti**, con qualsiasi tipologia di contratto o incarico e a qualsiasi titolo, ai titolari di organi e di incarichi negli uffici di diretta collaborazione delle autorità politiche, nonché nei confronti dei collaboratori a qualsiasi titolo di imprese fornitrici di beni o servizi e che realizzano opere in favore dell'amministrazione...»*





SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

La Social Media Policy si applica, pertanto, a:



- **Dipendenti** dell'amministrazione
- **Collaboratori e consulenti**
- **Titolari di organi e di incarichi negli uffici di diretta collaborazione delle autorità politiche**
(uffici di staff)
- **Collaboratori a qualsiasi titolo di imprese**
fornitrici di beni o servizi e che realizzano opere in favore dell'amministrazione





SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

In che modo si può applicare a consulenti o collaboratori esterni?

Per consulenti o collaboratori esterni è possibile prevedere, in fase di attribuzione degli incarichi o nei contratti che definiscono il rapporto tra aziende esterne e amministrazione, **sanzioni per il mancato rispetto dei codici di comportamento (generale e dell'ente)** che possono arrivare, teoricamente, anche alla risoluzione del contratto con il collaboratore o con l'azienda.





SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Rappresenta un impegno per tutti i dipendenti

- La Social Media Policy **si applica a tutti i dipendenti**, indipendentemente dal ruolo o dalla posizione
- L'uso dei social media, sia per scopi professionali che personali, può avere un **impatto sull'immagine dell'ente**
- È fondamentale che ogni dipendente si senta **responsabile e sia consapevole delle conseguenze delle proprie azioni online** (oltre naturalmente di quelle “offline”)





SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Uso dei social per scopi personali e professionali da parte del dipendente

La policy non si limita alle attività online svolte durante l'orario di lavoro ma si estende alla sfera privata ed è quindi fondamentale che i dipendenti comprendano che, **anche al di fuori dell'orario di lavoro, sono percepiti come rappresentanti del Comune.**





SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Promuovere formazione e sensibilizzazione tra i dipendenti

Può essere utile organizzare **sessioni di formazione periodiche interne all'Ente per illustrare la Social Media Policy a tutti i dipendenti**, chiarendo anche le implicazioni legali del proprio comportamento online e fornendo esempi pratici di comportamenti corretti.



Diventa strategico promuovere una **cultura della responsabilità digitale**, incoraggiando i dipendenti a riflettere sulle conseguenze delle proprie azioni online.





Uso dei social in rappresentanza dell'Ente





SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Uso dei social in rappresentanza dell'Ente



- Precisare che **solo i dipendenti autorizzati possono creare o utilizzare i profili social istituzionali**. In molti casi gli account sono legati ai profili personali e quindi va definita una **policy per la conservazione delle credenziali di accesso**
- Organizzare **confronti frequenti tra uffici di comunicazione e di staff** (che gestiscono i profili social dei rappresentanti politici), in modo da mantenere una coerenza sul tono di voce, lo stile di comunicazione e le procedure di approvazione dei contenuti.





SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Uso dei social in rappresentanza dell'Ente

È molto importante definire un processo chiaro per l'**autorizzazione all'utilizzo dei profili social istituzionali**, individuando i ruoli e le responsabilità ma anche prevedere direttamente nella Social Media Policy (o mediante linee guida specifiche) una procedura per la creazione di pagine e profili social verticali o tematici, in modo da **evitare il proliferare di profili inutili o poco seguiti**.





SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Definire criteri chiari per l'apertura di nuovi profili:

- **Necessità e obiettivi:** ogni nuovo profilo deve avere uno scopo ben definito e deve integrarsi con la strategia di comunicazione complessiva dell'Ente
- **Target di riferimento:** identificare il pubblico specifico a cui si rivolge il profilo e valutare se è già raggiunto da altri canali esistenti
- **Risorse umane e finanziarie:** valutare la disponibilità di personale qualificato per la gestione del profilo
- **Monitoraggio e valutazione periodica:** verificare regolarmente l'efficacia dei profili esistenti
- **Chiusura dei profili inattivi o inutili:** prevedere una procedura per la chiusura dei profili che non rispettano i criteri di efficacia o che sono diventati obsoleti.





Identificazione chiara del proprio ruolo di dipendente





SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Identificazione chiara del proprio ruolo di dipendente

Quando si utilizzano i social media per esprimere opinioni personali, è importante **chiarire che non si sta parlando a nome della propria amministrazione**. È sempre opportuno evitare di pubblicare contenuti che possano creare confusione o ambiguità sul proprio ruolo e mantenere un comportamento rispettoso e professionale, anche nei profili social personali.



Ricordare sempre che **le azioni online** (commenti, like ma anche condivisioni e reazioni!) **possono avere ripercussioni sulla reputazione dell'ente**.





SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Come comportarsi? Distinguere la persona dal ruolo

- Evitare di pubblicare contenuti che possano creare **confusione o ambiguità sul proprio ruolo di dipendente pubblico**
- Proteggere la propria **reputazione online**, evitando di pubblicare contenuti che possano compromettere la credibilità della propria amministrazione
- Saper distinguere le situazioni in cui è necessario **astenersi dal commentare per via del proprio ruolo**.
- Incoraggiare i dipendenti a **utilizzare disclaimer** nei loro profili social personali, specificando che le opinioni espresse non riflettono necessariamente quelle della propria amministrazione
- Evitare di utilizzare il **logo o altri simboli ufficiali dell'Ente** nei profili personali.





Rispetto del segreto d'ufficio e riservatezza





SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Rispetto del segreto d'ufficio e riservatezza

Il Codice di comportamento dei dipendenti pubblici prevede in modo chiaro all'art. 11ter (Utilizzo dei mezzi di informazione e dei social media) al comma 3 che: *«Al fine di garantirne i necessari profili di riservatezza, le comunicazioni afferenti direttamente o indirettamente il servizio, non si svolgono, di norma, attraverso conversazioni pubbliche mediante l'utilizzo di piattaforme digitali o social media. Sono escluse da tale limitazione le attività o le comunicazioni per le quali l'utilizzo dei social media risponde ad una esigenza di carattere istituzionale».*





SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Rispetto del segreto d'ufficio e riservatezza

Il Codice di comportamento dei dipendenti pubblici stabilisce poi all'art. 12 (Rapporti con il pubblico) al comma 5 che: *«Il dipendente osserva il segreto d'ufficio e la normativa in materia di tutela e trattamento dei dati personali e, qualora sia richiesto oralmente di fornire informazioni, atti, documenti non accessibili tutelati dal segreto d'ufficio o dalle disposizioni in materia di dati personali, informa il richiedente dei motivi che ostano all'accoglimento della richiesta...».*





SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Qualche esempio di post o commenti che possono violare la riservatezza o diffondere informazioni riservate



"Non crederete mai a chi è stato scelto per il nuovo appalto del verde pubblico! Vi do solo un indizio: è un'azienda con 'conoscenze'..."

"Sapete che il signor Bianchi ha ricevuto una multa salatissima? Se lo merita, è sempre stato un problema..."



"Sono iniziate le assunzioni per i nuovi agenti di polizia locale. Ci sono alcuni candidati che non mi convincono per niente..."

Una foto della scrivania con documenti riservati in bella vista. Un video girato durante una riunione interna, dove si sentono discussioni confidenziali.

