



---

## SOCIAL MEDIA POLICY

---



## Sommario

1. PREMESSA .....	3
2. FINALITÀ.....	3
3. MODALITÀ DI GESTIONE DI ACCOUNT AZIENDALI.....	4
4. PRODUZIONE E PUBBLICAZIONE DEI CONTENUTI .....	4
5. TEMPI E MODI DELLA CONVERSAZIONE.....	4
6. LINGUAGGIO E STILE .....	5
7. USO DI ACCOUNT PERSONALI .....	5



## 1. PREMESSA

Lem Carni S.r.l., via Merluzza, 24 – 40060 Toscanella di Dozza (BO), P.Iva 03825431202, telefono 0542 672364, e- mail [lem1971@lemcarni.it](mailto:lem1971@lemcarni.it) - [allo scopo di](#) coinvolgere sempre più persone nell'attività di comunicazione - per fini promozionali e commerciali è presente su Facebook, Instagram, LinkedIn e Youtube, con l'obiettivo di informare ed aprire un dialogo con gli utenti relativamente alle principali attività, ai progetti, alle iniziative e agli eventi promossi dall'Azienda. Questi comprendono, inoltre, comunicati stampa, pubblicazioni, news e promozioni.

La Social Media Policy Interna, fermo restando il diritto della persona alla libertà di espressione, fornisce le principali norme di comportamento che tutto il personale di Lem Carni S.r.l è tenuta ad osservare quando utilizza i social media e pubblica contenuti e commenti, sia che questo faccia parte del proprio lavoro e avvenga tramite un account aziendale, sia quando attraverso un account personale si parla direttamente o indirettamente dell'attività o del ruolo svolto all'interno della società.

## 2. FINALITÀ

Lem Carni S.r.l. utilizza i siti web e le piattaforme tecnologiche social (di seguito Social Media), con finalità di interesse generale per comunicare con gli utenti attraverso la rete, dare accesso a servizi erogati e promuovere le proprie attività. Le pagine/canali sociali sono, inoltre, utilizzati dal Titolare per favorire la partecipazione, il confronto, il dialogo con gli utenti in un'ottica di trasparenza e di condivisione.



### **3. MODALITÀ DI GESTIONE DI ACCOUNT AZIENDALI**

La gestione e l'organizzazione è amministrata esclusivamente da Lem Carni S.r.l. attraverso specifiche direttive ed istruzioni operative al personale a ciò espressamente addetto, rimanendo escluse iniziative individuali da parte dei singoli utenti o collaboratori. Personale specifico registra e amministra tutti i profili social dell'ente, anima quelli istituzionali e coordina l'animazione dei profili creati per progetti camerali.

### **4. PRODUZIONE E PUBBLICAZIONE DEI CONTENUTI**

Lem Carni S.r.l. promuove sui propri canali social contenuti testuali, fotografici e video, i quali dovranno rispettare i seguenti criteri:

- è possibile diffondere sulle piattaforme Social novità relative a progetti, eventi, servizi offerti dell'ente solo se di concreta utilità per gli utenti;
- è possibile procedere alla pubblicazione di notizie attuali, il cui contenuto social costituito da testi e/o immagini deve essere in grado di testimoniare l'accadere in tempo reale (es. un convegno, una conferenza stampa, ecc.) o il realizzarsi in breve tempo (una scadenza, un giveaway, un avviso al pubblico);
- il contenuto pubblicato dovrà contenere un link alla pagina del sito istituzionale, a cui reindirizzare l'utente per l'approfondimento del contenuto.

Inoltre sono ammessi contenuti relativi a informazioni che valorizzino il patrimonio dell'ente o particolari curiosità relative a Lem Carni S.r.l.

### **5. TEMPI E MODI DELLA CONVERSAZIONE**

Si raccomanda un trattamento dei contenuti che riguardano Lem Carni S.r.l. secondo le modalità del social utilizzato (retweet, like, ecc.) e una moderata e ponderata partecipazione alla conversazione social. Eventuali richieste di informazioni non pertinenti al messaggio diffuso, segnalazioni e reclami, anche se pervenuti attraverso messaggi privati veicolati tramite i sistemi di messaggistica integrati nelle diverse reti sociali, devono essere inoltrate immediatamente a [lem1971@lemcarni.it](mailto:lem1971@lemcarni.it)

Chiunque sia a vario titolo autorizzato a pubblicare sui social deve evitare litigi e non rispondere mai alle provocazioni.



## 6. LINGUAGGIO E STILE

Il linguaggio deve adeguarsi allo stile del social utilizzato. A titolo esemplificativo, si ricorda che su LinkedIn, il linguaggio è più elaborato e istituzionale, mentre su Facebook lo stile è più vicino al pubblico, senza perdere l'autorevolezza dell'istituzione. 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. Infine, vanno rispettate sempre le regole della buona educazione, in particolare sul web.

## 7. USO DI ACCOUNT PERSONALI

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

- 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 Società o che trattino argomenti riferiti all'attività istituzionale dell'ente, senza autorizzazione preventiva del Titolare;
  - non può utilizzare su account personali il marchio della Società 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 possedano 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. Il dipendente deve garantire la tutela della riservatezza e dignità delle persone; di conseguenza, non potrà comunicare o diffondere dati personali (quali dati anagrafici, immagini, video, suoni e voci) di colleghi e in genere collaboratori, se non con il preventivo personale consenso di questi, e comunque non potrà postare nei social media immagini, video, suoni e voci registrati all'interno dei luoghi di lavoro, se non con il preventivo consenso del Responsabile d'ufficio.

L'utilizzo scorretto dei canali social, infatti, può danneggiare anche gravemente l'immagine e la reputazione della Società e, di conseguenza, delle figure professionali che vi lavorano; la condivisione dei contenuti nei social media deve sempre rispettare e garantire la segretezza sulle informazioni considerate dalla Società riservate ed in genere, a titolo esemplificativo e non esaustivo, sulle informazioni inerenti attività, dati contabili, finanziari, progetti, procedimenti svolti o in svolgimento presso gli uffici. Inoltre, ogni comunicazione e divulgazione di contenuti dovrà essere effettuata nel pieno rispetto dei diritti di proprietà industriale e dei diritti d'autore, sia di terzi che della Società.

L'utente, nelle proprie comunicazioni, non potrà quindi inserire il nominativo e il logo dell'ente, né potrà pubblicare disegni, modelli od altro connesso ai citati diritti.

Ogni deroga a quanto sopra disposto potrà, peraltro, avvenire solo previa specifica autorizzazione del Titolare.