

**Beschluss
der Landesregierung****Deliberazione
della Giunta Provinciale**

Nr. 282
Sitzung vom 27/03/2018
Seduta del

ANWESEND SIND

Landeshauptmann
Landeshauptmannstellvertr.
Landesräte

Generalsekretär

Arno Kompatscher
Christian Tommasini
Philipp Achammer
Waltraud Deeg
Florian Mussner
Arnold Schuler
Martha Stocker

Eros Magnago

SONO PRESENTI

Presidente
Vicepresidente
Assessori

Segretario Generale

Betreff:

Genehmigung der Leitlinien der Landesverwaltung bezüglich des Auftritts in sozialen Medien und der internen Social-Media-Policy.

Oggetto:

Approvazione delle linee di indirizzo della Amministrazione provinciale sulla presenza sui social media e della relativa policy interna.

Vorschlag vorbereitet von
Abteilung / Amt Nr.

GD.2

Proposta elaborata dalla
Ripartizione / Ufficio n.

Die Landesregierung nimmt zur Kenntnis:

Den Artikel 21 der Verfassung, betreffend das Recht zur freien Meinungsäußerung mittels Wort, Schrift oder durch jedes sonstige Mittel der Meinungsäußerung.

Das Gesetz Nr. 633/1941, "Schutz des Urheberrechts und verwandter Schutzrechte".

Das Gesetz Nr. 150/2000, "Regelung der Informations- und Kommunikations-tätigkeit der öffentlichen Verwaltung".

Das Gesetz Nr. 150/2000, Artikel 1, Komma 4, das die institutionellen Mitteilungen und institutionellen Informationsaktivitäten der öffentlichen Verwaltungen regelt, zum Zweck:

- Der Darstellung und Bekanntmachung der legislativen Maßnahmen, um deren Anwendung zu vereinfachen;
- Die Aktivitäten und Funktionsweise der Institutionen darzustellen;
- Den Zugang zu den öffentlichen Dienstleistungen durch die Bekanntmachung derselben zu fördern;
- Ein breitgefächertes und tiefgreifendes Wissen über Themen von sozialem und öffentlichem Interesse zu fördern;
- Interne Prozesse zu fördern, die der Vereinfachung der Verfahren und der Modernisierung des Verwaltungsapparats sowie der Kenntnis über Beginn und Verlauf der Verwaltungsverfahren dienlich sind;
- Das Image der Verwaltungen durch Bekanntmachung und Sichtbarkeit wichtiger Ereignisse auf lokaler, regionaler, nationaler und internationaler Ebene zu fördern.

Das Legislativdekret Nr. 196/2003, „Datenschutzkodex“.

Das Gesetz Nr. 4/2004, „Bestimmungen um den Zugang zu Informationstechnologien für Menschen mit Behinderung zu fördern“

La Giunta Provinciale prende atto:

L'articolo 21 della Costituzione, relativo al diritto di manifestare il proprio pensiero con la parola, con lo scritto e ogni altro mezzo di diffusione.

La legge n. 633/1941, "Legge a protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio".

La legge n. 150/2000, "Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle Pubbliche Amministrazioni".

La legge n. 150/2000 che, all'art. 1, comma 4, prevede le attività di informazione e comunicazione istituzionali delle pubbliche amministrazioni al fine di:

- illustrare e favorire la conoscenza delle disposizioni normative, al fine di facilitarne l'applicazione;
- illustrare le attività delle istituzioni e il loro funzionamento;
- favorire l'accesso ai servizi pubblici, promuovendone la conoscenza;
- promuovere conoscenze allargate e approfondite su temi di rilevante interesse pubblico e sociale;
- favorire processi interni di semplificazione delle procedure e di modernizzazione degli apparati, nonché la conoscenza dell'avvio e del percorso dei procedimenti amministrativi;
- promuovere l'immagine delle Amministrazioni, conferendo conoscenza e visibilità a eventi d'importanza locale, regionale, nazionale e internazionale.

Il D.Lgs. n. 196/2003, „Codice in materia di protezione dei dati personali“.

La legge n. 4/2004, "Disposizioni per favorire l'accesso dei soggetti disabili agli strumenti informatici".

Das Landesgesetz Nr. 17/1993, „Regelung des Verwaltungsverfahrens“.

Den Beschluss der Landesregierung vom 12.06.2006, Nr. 2004 „Neue Richtlinien für eine Vereinheitlichung des Erscheinungsbildes der Landesverwaltung und der Anstalten des Landes“.

Den Beschluss der Landesregierung Nr. 1006 vom 26. August 2014 „Neuer Internetauftritt der Landesverwaltung“, mit welchem die Neukonzeption des Webauftrittes und dessen Grundsätze genehmigt wurden.

Den neuen "Verhaltenskodex für das Personal und die Führungskräfte des Landes", von der Landesregierung mit Beschluss vom 29. Juli 2014, Nr. 938, genehmigt.

Den Beschluss der Landesregierung Nr. 1236 vom 27. Oktober 2015 „Digitale Agenda für Südtirol: Genehmigung des Strategiepapers Südtirol Digital 2020“.

Die jüngsten Informations- und Kommunikationstechnologien weisen die Richtung in ein Zeitalter wichtiger sozialer und kultureller Veränderungen, in dem Organisationen und Individuen sich mit einer Vielzahl neuer Instrumente und Kommunikationssprachen auseinandersetzen müssen.

Die öffentliche Verwaltung hat den Einfluss des Internets auf den Lebensstil der Menschen in den letzten Jahren verfolgt, im Bewusstsein, dass die digitale Welt, mit ihren Rhythmen, Kommunikationsmöglichkeiten und Vorzügen, dazu beitragen kann, den Abstand zwischen Bürgern und Institutionen zu verringern.

Im Zeitalter des Internets bieten soziale Netzwerke den öffentlichen Institutionen die Möglichkeit, neue Wege des Dialogs mit dem Bürger aufzubauen und Informationen, Inhalte und Räume zu

La legge provinciale n. 17/1993 “Disciplina del procedimento amministrativo”.

La delibera della Giunta provinciale n. 2041, del 12.06.2006, “Nuove direttive per un coordinamento e una razionalizzazione della veste grafica dell’Amministrazione provinciale e degli Enti strumentali”.

La deliberazione della Giunta provinciale n. 1006 del 26 agosto 2014, “Nuova Presenza internet dell’Amministrazione provinciale“, con la quale è stata approvata una nuova concezione e i criteri di massima della presenza in internet dell’Amministrazione provinciale.

Il nuovo "Codice di comportamento per il personale ed i dirigenti della Provincia", approvato con delibera della Giunta provinciale 29 luglio 2014, n. 938.

La deliberazione della Giunta provinciale n. 1236 del 27 ottobre 2015 „ Agenda digitale per l'Alto Adige: Approvazione del documento strategico Alto Adige Digitale 2020“.

Le nuove tecnologie dell’informazione e della comunicazione ci proiettano verso un’epoca di importanti cambiamenti sociali e culturali in cui gli individui e le organizzazioni si devono confrontare con una molteplicità di nuovi strumenti e linguaggi comunicativi.

La Pubblica Amministrazione, nel corso degli ultimi anni, ha seguito la crescita di stili di vita associati al web, consapevole che il mondo digitale, i suoi ritmi, i suoi linguaggi e i suoi vantaggi possono contribuire a ridurre la distanza fra i cittadini e le Istituzioni.

Nell’era del web i social network offrono agli Enti Pubblici la possibilità di costruire col cittadino nuove forme di dialogo e di condividere con lui informazioni, contenuti e spazi per lo scambio di conoscenze e

teilen, um Wissen und Meinungen auszutauschen.

Die institutionelle Kommunikation muss sich den mit der Innovation verbundenen Herausforderungen stellen und sich mit derselben Geschwindigkeit weiterentwickeln, mit der sich die neuen Technologien, und mit ihnen Gesellschaft und Bürger, verändern.

Die öffentliche Verwaltung hat das Potential der sozialen Netzwerke erfasst, im Sinne von Kommunikation und Dienstleistung für die Bürger, Feedback über die Verwaltungstätigkeit, Transparenz und Imagegewinn für die Verwaltung selbst als auch das gesamte Territorium.

Um den Einsatz dieser Technologien im Hinblick auf die öffentliche Kommunikation zu optimieren, müssen von den Akteuren der sozialen Kommunikation gemeinsame Vorgehensweisen entwickelt und Handlungsmodelle entworfen werden, ausgehend von den eigenen Kenntnissen und Erfahrungen, aufgrund der Rückmeldungen der Bürger und Nutzer, im Bewusstsein der neuen technologischen Möglichkeiten und mit einem Gespür für die Beziehungen mit der Öffentlichkeit.

Eine besonders wichtige Rolle spielen die „Glaubwürdigkeit“ und die Ausbildung von Fachkräften mit breitgefächerten Kompetenzen, die notwendig sind um der Komplexität gerecht zu werden, die durch den Einsatz von Web-Technologien in der Verwaltung entsteht.

Die Landesverwaltung hat sich zum Ziel gesetzt, eine Strategie für die Kommunikation auf sozialen Netzwerken zu erarbeiten und umzusetzen, um sich mit den Bürgern verstärkt und direkt auszutauschen und neue Formen der Verständigung und des Dialogs aufzubauen.

Die „Leitlinien für Webseiten der öffentlichen Verwaltung“ gemäß Artikel 4 der Richtlinie Nr. 8 vom 26. November 2009 des Ministeriums für öffentliche

opinionen.

La comunicazione istituzionale deve saper raccogliere la sfida dell'innovazione ed evolversi con lo stesso ritmo con cui si evolvono le nuove tecnologie, e con esse la società e i suoi cittadini.

L'Amministrazione provinciale ha colto le potenzialità dei social network in termini di comunicazione e servizio alla cittadinanza, di feedback per l'attività amministrativa, di trasparenza, di ritorno di immagine per l'Ente nel suo complesso e per il suo territorio.

Per ottimizzare l'uso di queste piattaforme nella prospettiva della comunicazione pubblica occorre creare prassi condivise dagli operatori della comunicazione sociale, che costruiscono modelli d'azione a partire dalle proprie conoscenze ed esperienze, sulla base dei feedback dei cittadini-utenti, con la consapevolezza delle potenzialità dello strumento e la delicatezza delle relazioni aperte con il pubblico.

Diventa di fondamentale importanza la questione della “credibilità” e la formazione di figure professionali che abbiano le molteplici competenze necessarie per gestire la complessità che deriva dall'implementazione degli strumenti web all'interno della amministrazione.

L'Amministrazione provinciale si è data l'obiettivo di elaborare e attuare una strategia di comunicazione orientata all'utilizzo dei social network per comunicare, accrescere il confronto diretto con i cittadini e instaurare nuovi rapporti di dialogo.

Con le “Linee guida per i siti web della PA”, previste dall'art. 4 della Direttiva n. 8 del 26 novembre 2009 del Ministro per la pubblica amministrazione e l'innovazione

Verwaltung und Innovation, sehen für die öffentliche Verwaltung Leitlinien für die Rationalisierung der eigenen Internetseiten, für die Verwaltung, die Entwicklung und Aktualisierung der Inhalte und der Online-Dienste, für den Abbau von überholten Webseiten sowie für die Verbesserung der aktuellen Webseiten.

Die Kommunikationsstrategie der Landesverwaltung für die Nutzung der sozialen Netzwerke, muss die Entwicklung der folgenden Aspekte gewährleisten:

- eine direkte Kommunikation mit den Bürgern,
- das Konzept der Transparenz nicht mehr im Sinne einer Regelungspflicht, sondern als Mittel der Beteiligung,
- eine größere Fähigkeit der Verwaltung, die wahren Bedürfnisse der Gesellschaft wahrzunehmen,
- ein Monitoring der Meinungen der Bürger über Themen, die in die Zuständigkeit der Verwaltung fallen,
- die Beteiligung und aktive Bürgerschaft,
- Präsenz auf relevanten Plattformen zeigen,
- die Marke „Land Südtirol“ in den sozialen Netzwerken positionieren,
- den Austausch zwischen Bürgerinnen und Bürgern und Verwaltung fördern,
- neue Feedback-Kanäle etablieren
- besondere (Multimedia-)Inhalte bereitstellen.

Es wird daher als notwendig erachtet, auf der Grundlage der oben genannten Leitlinien, einen Vorschlag zur „Externen und internen Social Media Policy“ auszuarbeiten. Die „Externe Social Media Policy“ soll die Nutzer über die Ziele, Inhalte und Nutzungsbedingungen der sozialen Netzwerke der Landesverwaltung informieren. Ziel der „Internen Social Media Policy“ ist die Festlegung der Regeln für die Verwaltung der sozialen

sono state fornite alla pubblica amministrazione linee guida per la razionalizzazione dei propri siti web, per la gestione, sviluppo e aggiornamento dei contenuti e servizi *online*, riduzione dei siti web pubblici obsoleti e miglioramento di quelli attivi.

La strategia di comunicazione dell'amministrazione provinciale per l'utilizzo dei social network deve essere capace di sviluppare:

- una comunicazione diretta con i cittadini,
- il concetto di trasparenza da obbligo normativo in strumento di partecipazione,
- una maggiore capacità da parte dell'Ente di cogliere le istanze reali della società,
- il monitoraggio delle opinioni dei cittadini sulle tematiche di competenza,
- la partecipazione e la cittadinanza attiva,
- la presenza nelle principali piattaforme,
- posizionare il marchio “Land Südtirol” nei media sociali,
- incentivare lo scambio tra cittadini e cittadine e amministrazione,
- attivare nuovi canali web,
- mettere a disposizione speciali contenuti multimediali.

Ritenuto necessario elaborare, sulla scorta delle linee guida di cui sopra una proposta di “Social media Policy esterna ed interna”. L'obiettivo della proposta di “Social media Policy esterna” è di informare gli utenti sulle finalità, i contenuti e le regole d'uso dei canali web, quello della proposta di “Social media Policy interna” di definire le principali regole di gestione dei social network della Amministrazione provinciale da parte delle

Netzwerke der Landesverwaltung von Seiten der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Zielgruppe des vorliegenden Leitfadens sind alle, die am Kommunikationsprozess der Landesverwaltung teilhaben, unabhängig von ihrer Rolle und Verantwortung, einschließlich der Mitarbeitenden die sich um die Einrichtung, Verwaltung und Wartung der Webseiten kümmern.

Beschließt

einstimmig in gesetzmäßiger Weise:

1. Die in den Prämissen genannten Leitlinien der Landesverwaltung in Bezug auf den Auftritt in sozialen Medien, sowie die Anlage 1 „Externe Social Media Policy“ und die Anlage 2 „Interne Social Media Policy“, die integrierenden Bestandteil des vorliegenden Beschlusses bilden, zu genehmigen.
2. Diesen Beschluss auf der Webseite des Landes, im Bereich „Transparente Verwaltung“, zu veröffentlichen.
3. Gegenständlicher Beschluss bringt keine Ausgaben zu Lasten des Landeshaushaltes mit sich.

DER LANDESHAUPTMANN

DER GENERALSEKRETÄR DER L.R.

proprie collaboratrici e collaboratori.

I destinatari del presente vademecum sono tutti coloro che, a vario titolo e con diverse responsabilità, partecipano al processo di comunicazione nell'Amministrazione provinciale. Tra questi rientrano anche tutti gli attori della creazione, gestione e manutenzione dei siti web.

Delibera

a voti unanimi legalmente espressi:

1. di approvare le linee di indirizzo della Amministrazione provinciale di cui in premessa, per quanto attiene alla sua presenza sui social media e gli allegati 1 “Social media - Policy Esterna” e 2 “Social media - Policy Interna”, che costituiscono parte integrante della presente deliberazione.
2. Di pubblicare la presente delibera nella sezione “Amministrazione trasparente” del sito istituzionale dell'Amministrazione provinciale.
3. La presente deliberazione non comporta spese a carico del bilancio provinciale.

IL PRESIDENTE DELLA PROVINCIA

IL SEGRETARIO GENERALE DELLA G.P.

Social-Media-Leitlinien des Landes Südtirol

Für die **Autonome Provinz Bozen - Südtirol**, in der Folge Land Südtirol, ist es wichtig, den Umgang mit den **Neuen Medien** und neuen Kommunikationsformen verbindlich zu regeln. Über die Social-Media-Accounts des Landes Südtirol werden kontinuierlich – in der Regel mehrmals wöchentlich – aktuelle Informationen über neue Dienste, Entscheidungen der Landesregierung, Ausschreibungen und Veranstaltungen in Text- und/oder Bildform veröffentlicht. Die Texte, Bilder, Infografiken, Videos und andere Multimediainhalte unterliegen der Creative-Commons-Lizenz CC BY.

Auf den folgenden Seiten finden Sie die Leitlinien, an die alle Mitarbeiter gebunden sind, die die Sozialen Netzwerke des Landes Südtirol nutzen und die Social-Media-Kanäle betreuen. Bitte beachten Sie die Leitlinien, wenn Sie Social-Media-Aktivitäten planen und umsetzen, denn sie bieten für die berufliche Nutzung Sicherheit und Orientierung.



Netiquette und Umgangsformen

Das Land Südtirol lädt alle Nutzer dazu ein, sich aktiv am Dialog der Neuen Medien des Landes Südtirol zu beteiligen. Das Land Südtirol moderiert die Kommentare und Diskussionen auf seinen Social-Media-Kanälen und behält sich vor:

- » auf unangemessene Kommentare nicht zu antworten
- » unangemessene und anstößige Kommentare zu löschen
- » die Profile von Usern, die wiederholt unangemessene Beiträge abgeben, zu sperren bzw. zu löschen
- » schwerwiegende Verstöße gegen die vorliegende Social-Media-Leitlinien zur Anzeige zu bringen.

Leitlinien für das Verhalten auf den offiziellen Plattformen des Landes:

- 01** Die User sind dazu angehalten, ihren Vor- und Nachnamen zu nennen; anonyme Kommentare sind unzulässig.
- 02** Die Kommentare müssen Bezug zu einem auf den Social-Media-Kanälen des Landes enthaltenen Inhalt aufweisen.
- 03** Jeder User trägt die Verantwortung für den Inhalt seiner Beiträge. Die geltenden Gesetze sind zu beachten, die Äußerungen müssen den guten Sitten entsprechen.
- 04** Persönliche Angriffe, Drohungen, Beschimpfungen und Beleidigungen sowie ruf- und geschäftsschädigende Äußerungen werden nicht akzeptiert.
- 05** Diskriminierende und diffamierende Beiträge, insbesondere rassistische, sexistische, antisemitische, eine Religion oder sexuelle Identität herabwürdigende und Gruppen pauschal verurteilende Äußerungen sowie Postings, die gegen Gruppen hetzen oder zu Gewalt aufrufen, dürfen nicht veröffentlicht werden.
- 06** Schimpfwörter, Fäkalsprache, rohe, doppeldeutige und obszöne Begriffe sind nicht zugelassen.
- 07** Die veröffentlichten Inhalte dürfen die Rechte Dritter und die Privatsphäre von Personen nicht verletzen.
- 08** Inhalte, die Urheber- oder Markenrechte Dritter verletzen, sind nicht zugelassen.
- 09** Werbung oder Spam werden nicht akzeptiert und umgehend entfernt.



Leitlinien für Social-Media-Redakteure

Die Social-Media-Redakteurinnen und -Redakteure, die im Namen des Landes handeln, müssen sich an alle Verhaltensregeln der öffentlich Bediensteten halten, sei es gegenüber dem Land als auch gegenüber den Usern. Jede Verletzung dieser Verpflichtung kann die Einleitung eines Disziplinarverfahrens zur Folge haben.

Alle Social-Media-Seiten des Landes müssen öffentlich sein und dürfen ausschließlich über offizielle, von der Webredaktion bzw. Steuerungsgruppe genehmigte Accounts betreut werden. Es ist folglich nicht erlaubt, Seiten und Profile des Landes Südtirol über private Accounts einzurichten. Wer Social-Media-Kanäle bedient, muss die Zugangsdaten der Zentralredaktion mitteilen.

Wer die Social-Media-Kanäle des Landes Südtirol betreut, muss Folgendes beachten:

- 01** Respekt, Toleranz, Ehrlichkeit und Offenheit kennzeichnen den Umgang mit den Arbeitskollegen und mit den Bürgerinnen und Bürgern. Diese Umgangsformen gelten selbstverständlich auch für das Internet und die Social Media. Deshalb: Es ist darauf zu achten, wie etwas formuliert wird. Dabei gilt: respektvoll handeln, immer höflich und sachlich bleiben.
- 02** Offizielle Statements, Erklärungen und Publikationen des Landes Südtirol werden auch im Internet und in den Sozialen Netzwerken nur von dazu autorisierten Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern veröffentlicht
- 03** Was veröffentlicht wird, ist für alle sichtbar. Auch wenn Inhalte gelöscht oder korrigiert werden, hinterlassen sie Spuren. Daher muss immer sehr genau darauf geachtet werden, was in welcher Form veröffentlicht wird.
- 04** Wer Social-Media-Kanäle bedient, ist für die veröffentlichten Inhalte verantwortlich.
- 05** Bestehende Gesetze gelten natürlich auch im Internet.
- 06** Auf die Einhaltung des Copyrights ist sehr genau zu achten. Es dürfen nur Inhalte, Bilder und Fotos veröffentlicht werden, die der Landesverwaltung gehören bzw. über deren Nutzungsrechte das Land Südtirol verfügt.
- 07** Alle vertraulichen Informationen und Amtsgeheimnisse des Landes Südtirol sind streng vertraulich zu behandeln.
- 08** Interne Kritik ist erlaubt und erwünscht, soll sich aber nicht an Außenstehende richten, sondern intern bleiben. Dies gilt für die Social-Media-Redakteure in der Landesverwaltung, aber auch bei Stellungnahmen zum Land Südtirol in den Sozialen Netzwerken.
- 09** Wer nicht als autorisierter Angestellter, sondern als Privatperson in den Sozialen Netzwerken Aussagen zum Land Südtirol veröffentlicht, ist angehalten offenzulegen, dass er für das Land Südtirol tätig ist. Zu schreiben ist in der Ich-Form, um deutlich zu machen, dass es sich um eine private Meinung handelt.
- 10** Missverständliche, fehlerhafte oder provozierende Beiträge müssen unverzüglich richtig gestellt werden. Landesangestellte die auf entsprechende Kommentare aufmerksam werden, haben die Webredaktion darüber zu informieren.
- 11** In Krisensituationen ist jegliche Kommunikation nach außen – sowohl in den klassischen als auch in den Neuen Medien – vorab mit der Landespresseagentur (LPA) und der Webredaktion abzusprechen.
- 12** Die Nutzung des Landeslogos auf privaten Seiten ist verboten, lediglich Mitglieder der Landesregierung sind dazu befugt, die Logos auf ihren offiziellen Seiten zu verwenden. Dies, solange sie diese Funktion innehaben.

Impressum

Datenschutz

Das Land Südtirol hält sich an die Richtlinien der jeweiligen Sozialen Netzwerke. Sensible Daten in Beiträgen von Nutzerinnen und Nutzern werden vom Land Südtirol entfernt. Sensible Daten, die das Land Südtirol als „private Nachrichten“ erreichen, werden entsprechend dem Datenschutzkodex behandelt.

Ansprechpartner

Die Landespresseagentur (LPA) bzw. die Webredaktion informieren die Öffentlichkeit über die Tätigkeit von Landesregierung und Landesverwaltung. Dazu bedienen sie sich möglichst vieler Kanäle, darunter der Sozialen Netzwerke. Über die Webredaktion des Landes werden die Social-Media-Kanäle des Landes koordiniert und monitoriert.

User der Social-Media-Kanäle des Landes können Ihre Anfragen, Hinweise und Vorschläge an folgende Adresse richten:

Webredaktion des Landes
Landespresseagentur (LPA)

Silvius-Magnago-Platz 1
39100 Bozen
Telefon 0471 412210
web@provinz.bz.it

Diese Leitlinien beruhen auf dem Beschluss der Landesregierung Nr. XX vom XX.2017. Dieser Beschluss beinhaltet die interne Social-Media-Policy und die externe Social Media Policy des Landes Südtirol. Der Beschluss samt Anlagen kann hier heruntergeladen werden.



LINEE GUIDA PER I SOCIAL MEDIA DELLA PROVINCIA DI BOLZANO

Per la **Provincia Autonoma di Bolzano**, denominata di seguito Provincia, è importante regolamentare in maniera chiara l'utilizzo dei **nuovi media** e delle più moderne forme di comunicazione. Sui profili social network della Provincia vengono pubblicate con continuità nel corso della settimana informazioni sulle attività e sulle decisioni della Giunta, nonché testi e immagini riguardanti manifestazioni e iniziative. Tutto il materiale pubblicato, compresi video, infografiche e contributi multimediali, si avvale della Licenza Creative Commons CC BY.

Nelle pagine seguenti troverete le linee guida indirizzate a tutti i collaboratori che gestiscono i profili social all'interno della Provincia e curano i diversi media. Si prega di seguire le linee guida durante la pianificazione e l'organizzazione delle attività sui social media, in quanto forniscono un chiaro e sicuro orientamento per l'uso professionale di questi moderni mezzi di comunicazione.



LINEE GUIDA

REGOLE E CODICI DI COMPORTAMENTO

La Provincia invita tutti i suoi collaboratori a partecipare attivamente al dialogo nei nuovi media della Provincia, modera i commenti e le discussioni sui suoi canali social e si riserva, in qualsiasi momento, il diritto di:

- » non rispondere a commenti inappropriati
- » eliminare commenti inappropriati e offensivi
- » bloccare o eliminare i profili di utenti che ripetutamente inviano post inappropriati
- » segnalare gravi violazioni rispetto alle linee guida sui social media.

LINEE GUIDA SULLE PIATTAFORME SOCIAL DELLA PROVINCIA

- 01** Gli utenti sono tenuti a fornire il loro nome e cognome; non sono ammessi commenti anonimi.
- 02** Ogni post deve essere collegato ad un tema presente sui canali dei social network della Provincia.
- 03** Ogni utente è responsabile per il contenuto del suo messaggio. Devono essere osservate le leggi in vigore e i commenti devono sempre mantenere toni rispettosi.
- 04** Attacchi personali, minacce, abusi verbali e insulti lesivi della reputazione nei confronti delle persone e delle attività dell'Amministrazione non saranno in nessun modo accettati.
- 05** Contenuti e insulti discriminatori, in particolare di stampo razzista, sessista, antisemita o riguardanti l'identità sessuale di persone o gruppi, messaggi di stampo radicale da parte di gruppi incitanti alla violenza, non potranno essere pubblicati.
- 06** Sui social network non è ammesso un linguaggio volgare, turpiloquio, insulti, messaggi crudi, ambigui e termini osceni.
- 07** I contenuti pubblicati non devono violare i diritti di terzi e la sfera personale degli individui.
- 08** Non è permessa la pubblicazione di contenuti che violano diritti di copyright o marchi di terzi.
- 09** Pubblicità o spam non saranno accettati e verranno prontamente rimossi.



SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

I responsabili dei contenuti dei social media, che lavorano per la Provincia, devono attenersi a tutte le regole di comportamento che riguardano i dipendenti pubblici, sia nei confronti dell'amministrazione che degli utenti. Ogni mancanza può portare all'avvio di misure disciplinari.

Tutte le pagine dei social media della Provincia devono essere ufficiali e approvate dalla redazione web e dal Comitato guida. Non è quindi consentito utilizzare pagine e profili della Provincia tramite account privati. Se si utilizzano canali social media, i dati di accesso vanno tempestivamente comunicati alla redazione web della Provincia.

Chiunque gestisca dei canali di social network della Provincia deve attenersi a quanto segue:

- 01** Rispetto, tolleranza, onestà e apertura caratterizzano la gestione dei rapporti tra colleghi di lavoro e, naturalmente, tra l'Amministrazione e i cittadini. Queste linee guida vanno applicate anche a internet e ai social network. È importante dunque prestare sempre la massima attenzione alle frasi che si formulano. La regola fondamentale è: agire con rispetto ed essere sempre cortesi ed oggettivi.
- 02** Dichiarazioni, chiarimenti e pubblicazioni ufficiali della Provincia vengono pubblicate su internet e sui social network solamente dal personale autorizzato.
- 03** Ciò che viene pubblicato è visibile a tutti. Anche se il contenuto viene eliminato o corretto possono comunque rimanere delle tracce. Pertanto deve sempre essere prestata molta attenzione a ciò che viene pubblicato e in quale forma.
- 04** Chi si occupa e chi cura i social network è anche responsabile dei contenuti pubblicati.
- 05** Le leggi esistenti, naturalmente, si applicano anche su internet.
- 06** È molto importante prestare attenzione al rispetto del copyright. Possono essere pubblicati solo i contenuti, le foto e le immagini di proprietà dell'Amministrazione provinciale, o materiale i cui diritti e il cui uso appartengono alla Provincia.
- 07** Tutte le informazioni riservate e i segreti d'ufficio della Provincia devono essere mantenuti strettamente riservati.
- 08** La critica interna è ammessa e auspicata, ma non dovrebbe essere diretta all'esterno, bensì rimanere interna. Questo vale per i dipendenti dell'Amministrazione provinciale che si occupano di social network, ma anche nel caso di post e commenti sulle piattaforme social della Provincia.
- 09** Chi non è un dipendente autorizzato, bensì come persona privata riporta dichiarazioni sui social network della Provincia, deve chiarire che lavora per l'Amministrazione provinciale e specificare che la sua è una semplice opinione personale.
- 10** I contributi non chiari, errati o provocatori devono essere immediatamente corretti. I dipendenti della Provincia che sono a conoscenza di determinati commenti devono immediatamente mettersi in contatto con la Redazione web.
- 11** Ogni comunicazione verso l'esterno in situazione di crisi, sia nella metodologia classica che attraverso le nuove forme di comunicazione, va concordata con la Redazione web e con l'Agenzia di stampa e comunicazione della Provincia.
- 12** Non si possono utilizzare il logo o l'immagine della Provincia su account privati, possono utilizzarli invece i rappresentanti della Giunta provinciale nella loro pagina personale, fintanto che rimangono in carica.

NOTE LEGALI

PROTEZIONE DEI DATI

La Provincia aderisce alle linee guida dei rispettivi social network. I dati sensibili contenuti in commenti o interventi all'interno dei profili sociali verranno rimossi. I dati condivisi dagli utenti attraverso eventuali messaggi privati saranno conservati esclusivamente per il tempo necessario allo svolgimento del servizio.

CONTATTO DI RIFERIMENTO

L'Agenzia di stampa e comunicazione della Provincia diffonde le informazioni sulle attività della Giunta e dell'Amministrazione provinciale tramite l'utilizzo dei diversi canali di comunicazione, compresi i social network, definendo gli obiettivi di comunicazione ed informazione. La Redazione web della Provincia coordina e monitora i diversi canali dei social media dell'Amministrazione provinciale. Gli utenti dei vari canali possono indirizzare le loro richieste e suggerimenti al seguente indirizzo:

Redazione web della Provincia
Agenzia di stampa e comunicazione

Piazza Silvius Magnago 1
39100 Bolzano
Telefono 0471 412210
web@provincia.bz.it

Le linee guida fanno riferimento alla delibera della Giunta provinciale nr. del ... Questa delibera contiene la social-media-policy interna ed esterna della Provincia. La delibera con tutti gli allegati può essere scaricata qui.





Gegenstand / Oggetto	Kriterien für neue Social-Media-Kanäle	Datum / Data	
Antragsteller			

1. Kriterien

Primäre Kriterien	Die primären Kriterien müssen beide erfüllt sein, von den sekundären mindestens zwei der drei.
Wie hoch waren die Zugriffe auf die Webseiten des Dienstes im Jahr 2017?*	
<i>*Social-Media-Kanal nur interessant, falls Zugriffe auf Webseiten zu den Top 20 der Webstatistiken des Landes gehört</i>	
Ist das Thema von aktueller Relevanz?	
Sekundäre Kriterien:	
Handelt es sich um ein „Querschnittsthema“: nicht nur für eine Zielgruppe bestimmt, sondern zielgruppenübergreifend?	
Ist das Thema langfristig relevant?	
Ist eine starke „Interaktion“ zwischen User/Webseite gegeben?	

2. Zielsetzung und Zielgruppen

Welche Ziele liegen dem geplanten Social-Media-Projekt zugrunde?	Mehrfachnennungen sind möglich
Erhöhung des Verbreitungs- und Bekanntheitsgrades von Angeboten des Dienstes	
Imagesteigerung	
Verbesserte Informationsbasis für die Umsetzung von Projekten	
Verbreitung aktueller Informationen an die Bürger	
Verbesserung des Angebotes	
Verbesserung des Dienstleistungen	
Verwaltungsinterner Wissensaustausch	
Einholen von Meinungen zu einem bestimmten Thema (Abfragen von Stimmungsbildern)	
Diskussion zu aktuellen Themen und Projekten	
Sonstige Ziele:	



Wer soll konkret mit dem Social-Media-Projekt angesprochen werden?	Mehrfachnennungen sind möglich
Südtiroler Bürger	
Nicht-Südtiroler wie z.B. Urlaubsgäste, Migranten oder Asylantragsteller	
Südtiroler Unternehmen	
Nicht-Südtiroler Unternehmen	
Mitarbeiter der Landesverwaltung	
Sonstige Zielgruppen:	

3. Nutzen des Social-Media-Projektes

Mit welchem Nutzen für die Zielgruppen ist das Social-Media-Projekt verbunden?	Mehrfachnennungen sind möglich
Umfangreichere, aktuellere und verbesserte Informationen aus der Verwaltung	
Bereitstellung einer Diskussionsplattform	
Neuer Kommunikationskanal zwischen Verwaltung und Zielgruppe	
Kurzfristiger Wissensaustausch zu aktuellen Themen mit Fachexperten der Verwaltung	
Direkte Anmeldung zu Veranstaltungen (Vorträge, Kurse)	
Sonstiger Nutzen:	

4. Idee/Vorhaben

Bitte beschreiben Sie kurz mit eigenen Worten Ihre Idee bzw. Ihr Vorhaben in den Social Media



5. Social-Media-Toolauswahl

Welche Tools sind für die Umsetzung der Idee bzw. des Vorhabens vorgesehen?	Mehrfachnennungen sind möglich
Facebook	
Twitter	
Youtube	
Instagram	
Soundcloud	
Snapchat	
Sonstige Tools:	

6. Elemente des Social-Media-Kanals*

* werden mehrere Tools verwendet, muss diese Tabelle für jedes Tool ausgefüllt werden

Einheitlicher Auftritt und Wiedererkennbarkeit	
Icon/Profilbild enthält das Landeslogo ohne Schriftzug („Landesadler“) * * bitte Bilddatei in nebenstehenden Kasten einfügen	
Name des Accounts/Profils* * es ist sicherzustellen, dass sowohl im Namen als auch im Benutzernamen der Bezug zur Südtiroler Landesverwaltung erkennbar ist	
Verifizierung* * es ist ratsam, den eigenen Account „verifizieren“ zu lassen. Die Verifizierung kommt einem Gütesiegel gleich	

7. Ressourceneinsatz

Welche personellen Ressourcen sind für die Umsetzung und den Betrieb des Projektes vorgesehen?	
Personelle Ressourcen:	VZÄ
Namen der Mitarbeiter, die den Social-Media-Auftritt betreuen:	Name und VZÄ:
	Name und VZÄ:
	Name und VZÄ:
	Name und VZÄ:
	Name und VZÄ:



Redaktionsplan: Typologie der Inhalte	Mehrfachnennungen sind möglich
Texte in deutscher Sprache	
Texte in italienischer Sprache	
Texte in ladinischer Sprache	
Texte in einer anderen Sprache (<i>Sprache bitte anführen</i>)	
Bilder	
Videos	
Audiodateien	
Umfragen	

Redaktionsplan: Inhalte	Antragsteller erstellt eine Liste/Tabelle mit den Inhalten
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

Redaktionsplan: Häufigkeit der Aktualisierung	
Wie oft wird die Seite (Inhalte) aktualisiert?	
Aus welchem Grund passiert die Aktualisierung?	
Gibt es eine gesetzliche Verpflichtung zur regelmäßigen/ständigen Veröffentlichung von Daten?	

8. Verantwortliche und unterstützende Stellen

Von welcher Organisationseinheit soll das Social-Media-Projekt verantwortlich umgesetzt werden? Wer steht als Ansprechpartner für das gesamte Projekt zur Verfügung?
Organisationseinheit
Name
Dienstsitz
Telefon
Email

Sollen neben der verantwortlichen Stelle weitere unterstützende Stellen eingebunden werden?
Organisationseinheit
Organisationseinheit
Organisationseinheit



9. Antragverfahren für einen neuen Social-Media-Kanal

1.	Anfrage von Seiten des Antragstellers an die Internetredaktion der Landespresseagentur
2.	Eigenbewertung des Antragstellers anhand der vorliegenden Kriterien (ggf. mit Unterstützung aus der Internetredaktion)
3.	Überprüfung und Genehmigung der Anfrage durch die Zentralredaktion (Treffen aller Mitglieder)
4.	Zustimmung durch die Steuerungsgruppe



Gegenstand / Oggetto	Criteri per i nuovi canali social-network	Datum / Data	
Richiedente			

1. Criteri

Criteri primari	Entrambi i criteri primari devono essere soddisfatti, per i secondari almeno due su tre.
Quanti sono stati gli accessi sul sito web del servizio nell'anno 2017?*	
<i>*Il canale social media assume rilevanza solo se collocato nella top-20 degli accessi secondo le statistiche web provinciali</i>	
Il tema ha una rilevanza attuale?	
Criteri secondari	
Si tratta di un "tema trasversale" non solo per un gruppo target, ma tra tutti i gruppi target?	
Il tema è rilevante a lungo termine?	
Esiste una forte "interazione" tra utente e sito web?	

2. Obiettivi e gruppi target

Quali sono gli obiettivi del progetto social media pianificato?	Sono possibili risposte multiple
Aumento della diffusione e della consapevolezza delle offerte del servizio	
Ottimizzazione delle immagini	
Miglioramento delle informazioni di base per l'attuazione dei progetti	
Diffusione di informazioni attuali ai cittadini	
Miglioramento delle offerte	
Miglioramento delle prestazioni dei servizi	
Scambi di conoscenze amministrative	
Raccolta di opinioni su un argomento specifico	
Discussione di progetti e temi attuali	
Altri obiettivi:	



Chi dovrebbe essere contattato nello specifico per il progetto di social media?	Sono possibili risposte multiple
Cittadini altoatesini	
Non altoatesini: ad esempio turisti, profughi o richiedenti asilo	
Imprenditori altoatesini	
Imprenditori non altoatesini	
Collaboratori dell'Amministrazione provinciale	
Altri gruppi target:	

3. Utilizzo dei progetti social-media

Con quale utilizzo per i gruppi target è collegato il progetto sui social media?	Sono possibili risposte multiple
Informazioni dall'Amministrazione più complete, aggiornate e migliorate	
Creazione di una piattaforma di discussione	
Nuovo canale di comunicazione tra cittadini e Amministrazione	
Scambio di conoscenze in breve su argomenti di attualità con esperti dell'Amministrazione	
Registrazione diretta per eventi (lezioni, corsi)	
Altri utilizzi:	

4. Idee/progetti

Descrivi brevemente la tua idea o progetto per quanto riguarda i social media



5. Selezione strumenti per i social media

Quali strumenti sono forniti per ottimizzare il lavoro e il progetto?	Sono possibili risposte multiple
Facebook	
Twitter	
Youtube	
Instagram	
Soundcloud	
Altri strumenti:	

6. Elementi dei canali social media *

** se vengono utilizzati più tools, questa tabella deve essere compilata per ogni strumento*

Interfaccia unico e riconoscibile	
<p>L'icona / immagine del profilo contiene il logo della Provincia senza caratteri ("Landesadler") *</p> <p><i>* per favore inserisci un file di immagine nella casella adiacente</i></p>	
<p>Nome dell'account / profilo*</p> <p><i>* Occorre garantire che il riferimento all'Amministrazione provinciale possa essere riconosciuto sia nel nome che nel nome utente</i></p>	
<p>Verifica*</p> <p><i>* Si consiglia di "verificare" il proprio account. La verifica è equivalente a un marchio di qualità</i></p>	

7. Utilizzo delle risorse

Quali risorse umane sono previste per l'implementazione e il funzionamento del progetto?	
Risorse umane	ETP
Nome del collaboratore che si occupa di social media	Nome e ETP:
	Nome e ETP:
	Nome e ETP:
	Nome e ETP:



Piano della redazione: tipologia dei contenuti	Sono possibili risposte multiple
Testi in lingua tedesca	
Testi in lingua italiana	
Testi in lingua ladina	
Testi in un'altra lingua (<i>inserire la lingua prescelta</i>)	
Foto	
Video	
File Audio-video	

Piano della redazione: contenuti	<i>Il richiedente crea una lista / tabella con i contenuti</i>
1.	
2.	
3.	
4.	
5.	

Piano della redazione: frequenza di aggiornamento	
Quanto frequentemente viene aggiornata la pagina (contenuti)?	
Per quali motivi viene aggiornata la pagina?	
Esiste un requisito legale per la pubblicazione regolare / permanente dei dati?	

8. Organi responsabili e di supporto

Da quale unità organizzativa dovrebbe essere implementato il progetto sui social media? Chi è disponibile come contatto per l'intero progetto?
Unità organizzativa
Nome
Sede di lavoro
Telefono
Email

Dovrebbero essere coinvolti altri organismi di supporto oltre all'organo responsabile?
Unità organizzativa
Unità organizzativa
Unità organizzativa



9. Procedura di applicazione per un nuovo canale social media

1.	Richiesta da inoltrare alla Redazione internet dell’Agenzia stampa e comunicazione della Provincia
2.	Autovalutazione del richiedente sulla base dei criteri attuali (eventualmente con il supporto della redazione internet)
3.	Revisione e approvazione della richiesta da parte della Redazione centrale (riunione di tutti i membri)
4.	Approvazione da parte del Comitato guida (Steuerungsgruppe)

Sichtvermerke i. S. d. Art. 13 L.G. 17/93
über die fachliche, verwaltungsgemäße
und buchhalterische Verantwortung

Visti ai sensi dell'art. 13 L.P. 17/93
sulla responsabilità tecnica,
amministrativa e contabile

Der Amtsdirektor 22/03/2018 12:34:52 Il Direttore d'ufficio
NOGLER PATRIZIA

Der Generaldirektor 22/03/2018 14:18:31 Il Direttore generale
STAFFLER HANSPETER

Laufendes Haushaltsjahr

Esercizio corrente

La presente delibera non dà luogo a
impegno di spesa.
Dieser Beschluss beinhaltet keine
Zweckbindung

zweckgebunden

impegnato

als Einnahmen
ermittelt

accertato
in entrata

auf Kapitel

sul capitolo

Vorgang

operazione

Der Direktor des Amtes für Ausgaben 23/03/2018 09:36:41 Il direttore dell'Ufficio spese
NATALE STEFANO

Der Direktor des Amtes für Einnahmen Il direttore dell'Ufficio entrate

Diese Abschrift
entspricht dem Original

Per copia
conforme all'originale

Datum / Unterschrift

data / firma

Abschrift ausgestellt für

Copia rilasciata a



Der Landeshauptmann
Il Presidente

KOMPATSCHER ARNO

27/03/2018

Der Generalsekretär
Il Segretario Generale

MAGNAGO EROS

27/03/2018

Es wird bestätigt, dass diese analoge Ausfertigung, bestehend - ohne diese Seite - aus 28 Seiten, mit dem digitalen Original identisch ist, das die Landesverwaltung nach den geltenden Bestimmungen erstellt, aufbewahrt, und mit digitalen Unterschriften versehen hat, deren Zertifikate auf folgende Personen lauten:

nome e cognome: Arno Kompatscher

Si attesta che la presente copia analogica è conforme in tutte le sue parti al documento informatico originale da cui è tratta, costituito da 28 pagine, esclusa la presente. Il documento originale, predisposto e conservato a norma di legge presso l'Amministrazione provinciale, è stato sottoscritto con firme digitali, i cui certificati sono intestati a:

nome e cognome: Eros Magnago

Die Landesverwaltung hat bei der Entgegennahme des digitalen Dokuments die Gültigkeit der Zertifikate überprüft und sie im Sinne der geltenden Bestimmungen aufbewahrt.

Ausstellungsdatum

27/03/2018

Diese Ausfertigung entspricht dem Original

L'Amministrazione provinciale ha verificato in sede di acquisizione del documento digitale la validità dei certificati qualificati di sottoscrizione e li ha conservati a norma di legge.

Data di emanazione

Per copia conforme all'originale

Datum/Unterschrift

Data/firma