



REGOLAMENTO INTERNO
PER L'UTILIZZO DEI SOCIAL MEDIA

YouTube, Facebook, Instagram e Twitter

Linee guida per amministratori di profili social media

– SOCIAL MEDIA POLICY (SMP) –

Chiasso, 19 settembre 2021

*** **

Art. 1. / Oggetto, scopo e campo di applicazione

Il presente “Regolamento interno per l’utilizzo dei social media”, o anche SMP (Social Media Policy), disciplina la gestione ed il funzionamento dei canali di comunicazione web quali YouTube, Facebook, Instagram e Twitter della SFG Chiasso, definendo le modalità di utilizzo, pubblicazione e di accesso alle informazioni in esso contenute. I contenuti pubblicati possono comprendere testi, fotografie, video, audio e altri materiali multimediali, informazioni di servizio, nonché opportunità di coinvolgimento e partecipazione degli utenti e/o dei propri associati.

Il presente Regolamento si applica a tutti coloro che hanno la facoltà di utilizzare i canali multimediali ufficiali della SFG Chiasso pubblicando contenuti in suo nome.

Art. 2. / Principi

La SFG Chiasso riconosce l’importanza dei social media quali strumenti fondamentali per trasmettere ogni notizia, informazione e/o comunicazione nonché iniziativa inerenti all’attività dei nostri soci e per l’attività svolta dalla nostra associazione sportiva. L’impiego di questi mezzi contribuisce a migliorare l’efficacia e la tempestività delle informazioni agevolando l’accesso alle informazioni e/o attività svolte e promosse dalla SFG Chiasso in maniera più capillare e tempestiva.

Vista l’importanza di tali mezzi di comunicazione, al fine di poter promuovere un’immagine unitaria della società, in conformità con lo scopo e gli obiettivi societari, il contenuto dei post e delle informazioni che vengono trasmesse e pubblicate su queste piattaforme virtuali, dovranno sottostare al presente regolamento, secondo le disposizioni definite negli articoli che seguono.

Art. 3. / Modalità d’accesso, sorveglianza sui contenuti e responsabilità

La SFG Chiasso ha creato per ogni social media, un relativo profilo. Tale profilo viene gestito dalla società che riporta le varie notizie e/o aggiornamenti in tempo reale inerenti le diverse attività e/o news legate alla società.

Il Comitato Direttivo, o anche singolarmente il Responsabile Marketing e Comunicazione, ha la facoltà di delegare la gestione corrente/quotidiana di uno o più social media a singole persone o membri societari. La persona incaricata dovrà strettamente attenersi alle disposizioni contenute nel presente Regolamento, in particolar modo in occasione della pubblicazione di aggiornamenti, news o nuovi contenuti. In qualsiasi caso è vietato l’utilizzo dei vari profili societari per pubblicazioni di contenuti privati o che non sono inerenti all’attività della società.

Ogni persona incaricata può accedere a ciascun canale social, previa autorizzazione da parte del Comitato Direttivo, rispettivamente del Responsabile Marketing e Comunicazione. Quest’ultimo fornirà le credenziali di accesso ai vari profili solo ed esclusivamente ad uso della persona delegata, se ritenuta idonea e comunque solo dopo che la persona incaricata ha firmato il presente documento.

Ogni persona incaricata è personalmente responsabile per il contenuto di quanto viene pubblicato. La pubblicazione dei contenuti è sottoposta a controlli sporadici/a campione da parte della Società che può modificare, rifiutare di inserire o rimuovere ogni materiale che viola le regole del presente Regolamento, che viene ritenuto contrario alle buone regole dell’educazione e del rispetto altrui, risulta inopportuno, inadeguato o offensivo.

In caso di violazione del presente Regolamento verrà emanato un richiamo formale e, nei casi più gravi, alla persona interessata verrà bloccato l’accesso a uno o più account escludendolo così da ogni tipo di interazione futura. Potranno inoltre anche essere adottate delle misure disciplinari conformemente a quanto previsto dagli Statuti Societari.

Tutti gli account dei social media di SFG Chiasso devono essere legati esclusivamente al profilo di posta elettronica **sfg.chiasso@gmail.com** . Il Responsabile Stampa e Propaganda, o in alternativa gli altri membri di Comitato Direttivo, sono le uniche persone a poter avere accesso al sopracitato indirizzo e-mail.

Cambiamenti di password sono vietati da coloro che sottoscrivono il presente regolamento. Solo il Responsabile Stampa e Propaganda (oppure altri membri di Comitato Direttivo delegati) possono modificare la password di un account social di SFG Chiasso. Sarà responsabilità del Responsabile Stampa e Propaganda fornire le nuove credenziali di accesso ai vari profili social alle persone che sottoscrivono il presente regolamento.

Art. 4. / Regole e contenuti

I contenuti condivisi dovranno in ogni caso essere coerenti con l'identità, la missione, gli interessi, le opinioni e l'immagine dell'entità rappresentata (es. singolo gruppo), nonché della SFG Chiasso più in generale: i profili ufficiali sono infatti una pubblica espressione dell'associazione (analogamente a un sito web) che veicola, oltre all'entità di un singolo individuo o gruppo, anche l'immagine della SFG Chiasso nella sua totalità.

La/e persona/e incaricata/e dell'amministrazione dei profili ufficiali dei social SFG Chiasso sono liberi di scegliere i contenuti considerati più efficaci e appropriati per perseguire gli obiettivi comunicativi della Società, che rappresentano. In qualsiasi forma di espressione via social media vale la "*regola della televisione*", ovvero non dire nulla che non sareste disposti a dire anche in un'intervista in televisione, parlando a nome e per conto della SFG Chiasso. I social media sono finestre sul pubblico ed esprimersi sui social media tramite un canale ufficiale equivale di fatto a prendere una posizione pubblica. Prima di condividere e postare qualcosa, occorre riflettere sul contenuto del messaggio e/o foto, video che viene pubblicato: riflettere e usare il buon senso. Si deve considerare che tutto ciò che viene pubblicato, resterà pubblico a lungo, anche se si cercherà di rimuoverlo, cancellarlo o renderlo anonimo. Quello che si posta riflette l'immagine che gli altri avranno della società. Nel dubbio, non postare.

La persona incaricata della gestione deve distinguere gli interessi e le opinioni della SFG Chiasso (società che rappresenta) da quelli personali e mantenere un approccio corretto e conforme al presente Regolamento sia nei contenuti che nelle forme, nonché un tono comunicativo appropriato nella colloquialità, informalità e immediatezza che possono caratterizzare il messaggio/post/tweet sui social media.

I vari profili social dovranno essere aggiornati con regolarità, agendo secondo logiche e tempistiche proprie dei social media: individuare il target di persone a cui si indirizza il messaggio e il mezzo di comunicazione più adeguato e immediato, ascoltare la propria comunità, comunicare in modo chiaro, rispondere per tempo alle domande e mantenere sempre un comportamento rispettoso e un tono appropriato (tanto nel postare quanto nel rispondere).

La SFG Chiasso invita inoltre a condividere non solo informazioni sulla società, ma anche contenuti di altri utenti che rispecchiano i principi etici e societari e che sono legati alla sfera d'interesse della società.

I contenuti pubblicati sui profili social della SFG Chiasso, salvo indicazione contraria, sono di proprietà della SFG Chiasso e coperti da copyright. Possono essere utilizzati da terzi solo citandone la fonte di provenienza e senza che gli stessi vengano modificati e/o alterati.

Ad ogni modo, non sono ritenuti adeguati e conformi al presente regolamento, commenti o contenuti che presentano le seguenti caratteristiche (elenco non esaustivo):

- non pertinenti allo scopo societario;
- linguaggio o contenuti offensivi, di insulto, denigratori, minacciosi o atteggiamenti che possano ledere il rispetto dei diritti degli utenti;
- contengano messaggi o riferimenti a link a contenuti sessuali;
- incoraggino o contengano sollecitazioni al commercio;
- abbiano contenuti offensivi e denigratori delle persone;
- abbiano contenuti contrari ai principi e agli scopi societari;
- abbiano contenuti che violino l'interesse di una proprietà legale o di terzi;
- incoraggino a conduzione di attività illecite;
- contengano informazioni che possano compromettere l'immagine e la reputazione della SFG Chiasso;
- commenti o post scritti di disturbo o offensivi contro i soci o chi gestisce e modera i canali social;
- contenuti spam.

Gestione delle critiche

È consigliato essere preparati alla possibilità che qualche utente posti commenti negativi e critiche. Davanti a casi concreti è bene rispondere in modo tempestivo, chiaro, trasparente e argomentato, **senza eliminare eventuali post negativi e senza scadere in toni bassi, accesi o polemici**: un dialogo – anche se problematico – è segno di forza e di apertura. Considerate inoltre il possibile aiuto che potreste ricevere da altri utenti. Solo nel caso di commenti ingiuriosi, razzisti o che nuocciano all'integrità e dignità delle persone è meglio eliminare il commento e rispondere privatamente all'autore avvisandolo che il commento è stato cancellato, spiegandogli le motivazioni e invitandolo a condividere la sua opinione in modo corretto e rispettoso.

Art. 5. / Entrata in vigore e validità

Il presente Regolamento è stato approvato nell'Assemblea Generale Ordinaria della SFG Chiasso nella seduta del 24/09/2021 e verrà, se ritenuto necessario, prontamente rivisto e aggiornato. La modifica del presente Regolamento deve essere approvata dal Comitato Direttivo della SFG Chiasso a maggioranza semplice.

Il presente Regolamento entra in vigore il 01/10/2021, è soggetto a *copyright* e sarà consultabile per tutti i soci e sostenitori della SFG Chiasso sul sito internet della società www.sfgchiasso.ch.

In fede:

Il Presidente SFG Chiasso

Il Responsabile Stampa e Propaganda

ALLEGATI

Al presente Regolamento vengono inoltre allegati gli Inserti da 1 a 4, che ne diventano parte integrante.

- Insetto 1 – *YouTube*
 - Insetto 2 – *Facebook*
 - Insetto 3 – *Instagram*
 - Insetto 4 – *Twitter*
-

ALLEGATO / Insetto 1 - YOUTUBE

YouTube fornisce un'ambiente visivo che permette agli utenti di creare contatti, comunicare, condividere informazioni, idee, progetti e arte, tramite l'utilizzo di video. La comunicazione visiva è per eccellenza il mezzo più efficace per attirare l'attenzione e l'interesse della gente. YouTube fa sì che la condivisione di video su internet sia facile e veloce. I video possono facilmente essere incorporati nei blogs, Wikipedia o condivisi su altri social networks. Un titolo attraente e/o tags del video possono catturare l'attenzione necessaria di molti utenti, e grazie al motore di ricerca, il video potrà essere facilmente raggiunto dal target audience.

Il profilo principale per i video della Società di ginnastica di Chiasso è il canale "SFG Chiasso".

Come proporre video per il canale ufficiale YouTube della SFG Chiasso

Tutti i video da caricare sul canale ufficiale della SFG Chiasso devono essere sottoposti al Responsabile Stampa e Propaganda o a una persona di sua fiducia e scelta. La SFG Chiasso si riserva il diritto di negare qualsiasi richiesta di pubblicazione che non segua le linee guida riguardanti la qualità o che non faccia fede alle regole generali della Società sui social media.

Tutti i video presentati devono sottostare alle direttive indicate nel Regolamento interno per l'utilizzo dei social media e rispettare gli standard di qualità e i criteri di corporate identity della SFG Chiasso.

Formati Supportati

3gp telefoni cellulari; AVI – Windows Media Video; MOV (Mac); MP4 (Ipod/PSP); MPEG; FLV (Adobe Flash); MKV (H.264) .

Criteri per i video

Il video dovrà essere nel formato originale e della più alta qualità audio e video possibile. Video di bassa qualità, non verranno caricati. La lunghezza dell'audio e del video devono essere uguali. I video con interferenze e problemi nella parte dell'immagine e/o in quella audio non verranno caricati.

Descrizione e tag

Ogni progetto dovrà essere consegnato con un titolo e una breve descrizione. I tag non sono obbligatori, ma grazie a loro il vostro video apparirà più facilmente nel motore di ricerca. I tag dei video dovranno essere inerenti al contenuto del video da caricare. Più tag vengono inseriti, maggiori sono le possibilità che il video venga visualizzato nei canali di ricerca. Un breve consiglio per la creazione dei tag: **pensate al contenuto del video e cercate di anticipare le parole chiave che un utente potrebbe inserire per cercare quel contenuto.** Tenete presente che le parole nel titolo del video sono già considerate come tag.

Restrizioni e Copyright

I contenuti dei video dovranno essere strettamente legati all'attività della SFG Chiasso. I contenuti dei video caricati dovranno sottostare alle regole generali sui social media della società e descritte nel Regolamento interno per l'utilizzo dei social media. Per qualsiasi altro dubbio riguardo ai contenuti o domande, è possibile fare riferimento alle linee guida della comunità di YouTube (http://www.youtube.com/t/community_guidelines). Copyright: tutti i video, immagini e audio non possono violare le leggi internazionali del copyright. Il materiale prodotto da terzi non sarà pubblicato senza il permesso del legittimo proprietario. Per ulteriori domande riguardo alle leggi sul copyright è possibile consultare questa pagina: http://www.youtube.com/t/copyright_education .

ALLEGATO / Insero 2 - FACEBOOK

Facebook è un social network che connette persone, aziende ed organizzazioni. Consente di condividere ogni genere di contenuto, commentare i contributi degli altri utenti e articolare con loro conversazioni pubbliche o private.

La pagina ufficiale della SFG Chiasso è "SFG Chiasso": questa pagina costituisce il riferimento principale di tutte le singole attività e/o news inerenti all'attività della ginnastica di Chiasso. Qualsiasi nuova pagina o gruppo o profilo inerente all'attività svolta dalla SFG Chiasso, dovrà contenere l'acronimo "SFG Chiasso - " seguita dal nome del singolo gruppo / attività che si intende promuovere, al fine di evidenziare l'appartenenza societaria e di favorirne il reperimento.

Al fine di continuare ad aumentare i propri contatti è utile dare alla vostra pagina massima visibilità anche al di fuori di FB, per esempio nelle firme di posta elettronica.

Utilizzare al meglio una pagina Facebook

Condividere contenuti di diversa natura (immagini, storie, link, musica, filmati) relativi alle attività della SFG Chiasso. È importante interagire con il pubblico, rivolgere domande e rispondere alle sollecitazioni di altri utenti, senza ritardi ed evitando tempi di attesa troppo lunghi. La notizia che si riporta deve essere attuale e non datata più di 2 giorni.

Quando si fa un aggiornamento dello status, è bene essere succinti, chiari e andare dritti al punto. È bene essere coerenti con il proprio registro e continuare nel tempo con il «tono» scelto.

Gestione del profilo

È auspicabile che altri utenti possano scrivere sulla bacheca della SFG Chiasso ed è quindi opportuno controllare regolarmente – almeno una volta al giorno – la pagina ufficiale, rispondendo ad eventuali domande, animando la conversazione ed eliminando eventuali contenuti inappropriati o frutto di spam commerciale.

È importante non pubblicare informazioni solo sull'attività della SFG Chiasso, ma commentare e condividere contenuto anche di altri utenti o profili di associazioni che perseguono e condividono scopi sociali comuni a quelli della SFG Chiasso.

Programmazione dei contenuti

Facebook offre la possibilità di programmare i post in anticipo, in modo da poter organizzare la propria attività social quando non si ha la possibilità di connettersi in tempo reale. Alcuni utili consigli alla pagina: <https://www.facebook.com/business/a/online-sales/page-post-tips> .

ALLEGATO / Insetto 3 - INSTAGRAM

Instagram fornisce un'ambiente visivo che permette agli utenti di creare contatti, comunicare, condividere informazioni, idee, progetti e arte, tramite l'utilizzo di immagini/foto e di video. La comunicazione visiva è un eccellente mezzo per attirare l'attenzione e l'interesse delle persone. Grazie a Instagram (e ad applicazioni collegate, per esempio Repost), la condivisione di foto è rapida e facile. I contenuti possono essere "likati" o commentati. Grazie agli hashtag (#), questi contenuti possono essere ricercati tramite un motore di ricerca interno all'applicazione permettendo di promuovere in maniera più capillare e specifica l'immagine e l'attività della SFG Chiasso.

Il profilo ufficiale SFG Chiasso è "sfgchiasso". Eventuali profili dei singoli gruppi all'interno della SFG Chiasso dovranno essere approvati dal Comitato Direttivo, seguire e condividere il profilo principale della società. Al fine di evidenziare l'appartenenza societaria dei singoli profili di gruppo e di favorirne il reperimento, gli altri profili dovranno contenere l'acronimo "SFG Chiasso" come prima parola, seguita dalle specifiche del caso.

Utilizzare al meglio un profilo Instagram

È importante monitorare e aggiornare regolarmente i contenuti, in particolare postando stories in tempo reale dell'attività che viene svolta per la SFG Chiasso e/o le news.

Uso dei tag e dei repost

Descrivere e definire con precisione gli hashtag nella creazione di contenuti. “#” è da porre senza spazi prima di una parola di particolare rilievo tematico o relazionale con il post. È una funzione che facilita la ricerca da parte di altri utenti, costituendo infatti lo strumento per la ricerca secondo parole chiave in Instagram.

Per la creazione di hashtag e tag: occorre pensare al contenuto e cercare di anticipare le parole chiave che un utente potrebbe inserire per cercare quel contenuto. Inoltre, la ricerca di hashtag frequenti può anche fornire delle idee. Più tag vengono inseriti, maggiori sono le possibilità di visualizzazione nel motore di ricerca. Per ogni post deve essere sempre utilizzato perlomeno l'hashtag ufficiale della SFG Chiasso quando si pubblicano contenuti inerenti. Oltre agli hashtag, la funzione “@” (mention) è da tenere in considerazione per i post che si riferiscono al profilo SFG Chiasso ufficiale e quindi alla società in generale. @sfgchiasso raggruppa tutte le foto collegate al profilo della SFG Chiasso e permette ai gestori del profilo di essere aggiornati sulle pubblicazioni e di valutare la possibilità di fare un Repost.

Se il contenuto di un altro profilo è ritenuto rilevante, la SFG Chiasso può fare un Repost. Il segno @ è da porre direttamente senza spazi davanti all'username di un altro utente. Per favorire questo tipo di azione, è importante scrivere “sfgchiasso e #sfgchiasso nella descrizione.

Followers e profili followed

La rete della SFG Chiasso cresce anche in misura del fatto che si decida di seguire altri utenti, invitandoli a loro volta a ricambiare. Con il crescere della comunità si pone presto la domanda se sia opportuno o meno diventare follower di tutti i propri contatti. Se da un lato è bene non porre vincoli e incentivare il “follow back” (ovvero se tu mi segui, io ti seguio), dall'altro è anche segno di forza avere più follower che following, consentendo in questo modo anche la creazione di comunità più specifiche e rilevanti. Tuttavia, è importante per ogni singolo profilo ufficiale di seguire @sfgchiasso.

ALLEGATO / Insetto 4 - TWITTER

Twitter è un social media ideato per la condivisione rapida di brevi messaggi di testo, fotografie, filmati o presentazioni. Presuppone un utilizzo molto frequente, così come un'interazione agile e quasi istantanea con la propria comunità di riferimento, profilandosi come uno strumento piuttosto impegnativo e dispendioso in termini di risorse necessarie.

Il profilo account ufficiale della SFG Chiasso è S.F.G. Chiasso @SFGChiasso.

“Bio” è lo spazio in cui Twitter richiede di inserire una breve descrizione (massimo 280 caratteri). Per favorire il reperimento del profilo ed evidenziare il legame con la SFG Chiasso, nel testo dovrebbe essere presente il nome completo della società e il link alla propria pagina di riferimento del sito web della società. Per il resto, il testo più efficace è una breve ed incisiva presentazione dell'istituzione responsabile del profilo.

Utilizzare al meglio un profilo Twitter

dato lo spazio limitato a 280 caratteri, è utile inserire link ad approfondimenti nel proprio post, utilizzando strumenti che consentano di abbreviare gli stessi link. Sebbene Twitter proponga abbreviazioni automatiche, è consigliato utilizzare un servizio esterno a scelta (come ad esempio <https://bitly.com>), in modo da consentire metriche ed analisi specifiche sui click ricevuti. È bene prestare molta attenzione a cliccare a propria volta su link abbreviati, in quanto possono essere utilizzati per mascherare siti illegali o pericolosi.

Il tag “@”

la funzione “@” è da porre direttamente senza spazi davanti all'username di un altro utente. In questo modo, il tweet interessato comparirà direttamente nel wall dell'utente scelto. È uno strumento utile per inviare messaggi e allo stesso tempo condividere il proprio tweet con tutti i follower dell'utente scelto. È una funzione che richiede una certa fantasia nell'individuare le organizzazioni o i singoli utenti più vicini al tema e potenzialmente più rilevanti per il contesto. È importante non abusare di questa funzione, utilizzandola solo in caso si conosca bene l'altro utente o si condividano reciprocamente interessi.

Il tag “#”

è da porre senza spazi prima di una parola contenuta nel proprio tweet, di particolare rilievo tematico o relazionale. È una funzione che facilita la ricerca del proprio tweet da parte di altri utenti, costituendo infatti lo strumento per la ricerca secondo parole chiave in twitter. Ponendo per esempio “#sfgchiasso” nel proprio testo si consentirà a tutti gli utenti che stanno cercando informazioni sulla società di Chiasso di arrivare al proprio profilo. È una funzione molto importante, che richiede una visione di insieme sul senso ultimo delle proprie attività.

Retweeting

una delle operazioni più semplici e utili consente di “girare” alla propria comunità di riferimento il tweet di un altro utente, considerato di particolare interesse. È utile farlo in quanto costruisce un legame tra utenti, contribuendo alla costruzione della comunità. Si potrebbe dire che i retweet costituiscono i mattoni di twitter e che uno degli scopi ultimi di aprire un profilo sia quello di essere retweetati. Per fare in modo che questo accada è utile iniziare a farlo e per ottimizzare ulteriormente l'effetto è possibile e utile aggiungere al retweet una considerazione personale, un giudizio o un invito rivolto alla comunità o al primo mittente.

Followers e profili followed

La propria rete cresce anche in misura del fatto che si decida di seguire altri utenti, invitandoli a loro volta a ricambiare. Con il crescere della comunità si pone presto la domanda se sia opportuno o meno diventare follower di tutti i propri contatti. Se da un lato è bene non porre vincoli e incentivare il “follow back” (ovvero se tu mi segui, io ti seguo), dall’altro è anche segno di forza avere più follower che following, consentendo in questo modo anche la creazione di comunità più specifiche e rilevanti.

Visibilità

Per massimizzare i contatti è possibile inserire il nome del proprio profilo su altri supporti comunicativi, come le firme automatiche dell’e-mail, i bigliettini da visita, il proprio sito web ecc.