

Allegato B

Linee guida "Polizie locali e social network"

Polizie locali e social network

Come aprire e gestire i profili social dei comandi

Di cosa parliamo...

Profili dedicati per le polizie locali

Utilizzare il profilo del comune? Quello dell'amministrazione? Del Sindaco? La soluzione può essere una sola: un profilo social dedicato al comando e gestito direttamente.
Pagina 2

Cosa comunicare

Le informazioni che possiamo diffondere sono varie ma occorre fare molta attenzione.
Pagina 3



Elenco delle attività

L'approdo sui social network e la gestione dei profili istituzionali non può essere frutto di improvvisazione, ma vanno organizzati rispettando una checklist di attività necessarie.
Pagina 4

Policies/piano operativo

La pianificazione è necessaria per ridurre i rischi e gli incidenti di percorso
Pagina 5



Elenco degli hashtag

Elenco non esaustivo degli hashtag selezionati a livello regionale suddivisi per categorie, per dare uniformità nella comunicazione del sistema regionale.
Pagina 6-7

Continuiamo insieme

Lavoriamo insieme per il futuro della rete regionale delle polizie locali sul web
Pagina 8



Da forza di polizia a servizio di polizia

La sicurezza delle nostre comunità è caratterizzata da due distinti livelli in stretta relazione tra loro. La sicurezza reale costituita dai concreti livelli di esposizione a rischi che gravano sulla comunità in un dato momento storico e la sicurezza percepita che, condizionata dalla prima, esprime il livello di timore che i cittadini manifestano rispetto alle proprie condizioni di vita. Al di là della propria esperienza individuale, influisce sul sentimento di sicurezza di ognuno di noi anche l'insieme di notizie, conoscenze, contatti che ci permettono di formarci un'opinione sul mondo che ci circonda; opinione che talvolta genera un allarme non pienamente giustificato dai rischi reali per la nostra incolumità.

In questo contesto gioca un ruolo fondamentale il sistema di comunicazione di cui ogni cittadino può disporre.

Nella società di oggi, il problema non è tanto quello di reperire informazioni, ma di individuare quelle più affidabili e mirate rispetto ai propri bisogni in una smisurata offerta di fonti classiche e nuovi media. Anche il modo di reperire

le informazioni è notevolmente mutato, dato che una parte sempre più rilevante della società utilizza quotidianamente nuove tecnologie e strumentazioni per lavoro, svago, ma soprattutto per la gestione della propria vita di relazione.

Cambia inoltre ogni giorno, e con grande velocità, il rapporto tra cittadini e istituzioni: sempre più numerosi sono i cittadini che, anche in forma organizzata, chiedono di partecipare in modo diretto alla gestione delle loro comunità, anche per garantire livelli di sicurezza migliori, come nei casi del volontariato civico e delle prime sperimentazioni di controlli di vicinato.

Oggi la polizia locale, seguendo la propria tradizione, è la polizia più vicina al cittadino, è "la polizia dell'ultimo metro".

Il ruolo richiesto alla polizia locale dagli stessi cittadini ci porta a ripensarne le attività non più in termini di "forza di polizia", ma di "servizio di polizia".

Se la centralità del lavoro di polizia locale sta in questo strettissimo

rapporto con le comunità, il suo ruolo di punto di riferimento deve necessariamente giocare anche attraverso la comunicazione e l'interazione sui social network.

Quattro parole d'ordine:

collaborazione, fiducia, trasparenza, affidabilità.

- * La percezione di insicurezza dei cittadini è anche dovuta alla mancanza di informazioni qualificate
- * Attraverso una comunicazione efficace la polizia locale può svolgere un ruolo di rassicurazione e rafforzare la fiducia dei cittadini nell'istituzione
- * Maggiore trasparenza migliora la prevenzione
- * Una migliore prevenzione rende più efficace l'attività di controllo e riduce le situazioni potenzialmente conflittuali
- * Dare informazioni di servizio, promuovere comportamenti corretti presso la cittadinanza, promuovere il ruolo della polizia locale, mostrare come sotto l'uniforme ci siano persone che svolgono con professionalità ed umanità un lavoro complesso ed importante.



Perché la polizia locale dovrebbe avere un proprio profilo sui social network?

Utilizzare il profilo del comune? Quello dell'amministrazione? Del Sindaco?

La soluzione può essere una sola: un profilo social dedicato al comando e gestito direttamente. Analizziamo le ragioni.

Innanzitutto il profilo rappresenta l'istituzione "polizia locale" che opera in quel territorio e deve essere nettamente distinta dagli



altri soggetti ad essa attigui. Questo servizio non può essere identificato come una mera emanazione operativa della politica e dell'amministrazione, in quanto, come spesso accade, verrebbe coinvolto nelle dinamiche del dibattito e della polemica tra le varie fazioni. Il servizio di polizia locale pur recependo le direttive opera in autonomia e nel rispetto della normativa vigente al servizio della comunità di riferimento. I profili sono pensati e animati per dare informazioni utili alla cittadinanza e per fornire supporto e al contempo un prolungamento del servizio prestato.

Anche rispetto al Comune in generale è utile che i profili siano personalizzati sulla polizia locale in quanto si

tratta di un soggetto che opera con modalità molto diverse rispetto al resto della macchina comunale. Siamo di fronte ad un organi di polizia che è alle dirette dipendenze non solo dell'amministrazione comunale ma anche dell'autorità giudiziaria, dell'autorità di pubblica sicurezza, al coordinamento prefettizio in materia di polizia stradale, ecc. È attivo in orari assai differenti rispetto agli altri uffici, essendo presente mattina, pomeriggio, sera (quasi sempre) ed anche di notte nelle realtà più organizzate, sia nei giorni feriali ma anche in quelli festivi.

La particolarità di questa istituzione fa sì che non la si possa confondere con altri soggetti analoghi ma molto differenti.

Il rischio? Fare confusione di ruoli e compiti, lasciare spazio alla polemica inutile e pretestuosa, creare equivoci alla base della disaffezione per le istituzioni, gettare i semi per luoghi comuni, qualunquismo, così da non cogliere l'enorme opportunità comunicativa offerta dai social media.



*I pionieri in regione
Profilo facebook del comando di Cesenatico e Instagram del Frignano*

Le informazioni che possiamo diffondere sono varie ma occorre fare molta attenzione

Prestare grande cura alla scelta dei contenuti e delle modalità con cui li pubblichiamo onde evitare di incorrere in palesi passi falsi, dalla risonanza indefinibile.

Innanzitutto occorre tenere in considerazione che i contenuti che pubblichiamo sono destinati ai cittadini e quindi debbono essere a loro utili, inoltre occorre avere consapevolezza che anche in quel momento si parla a nome del comando che si rappresenta, infine ogni cosa pubblicata sui social network e più in generale sul web non ne può più essere controllata la diffusione.

Una delle caratteristiche peculiari dei social network è la loro rapidità di diffusione delle informazioni, sono di fatto istantanei, in pochi attimi il materiale pubblicato raggiunge una moltitudine di destinatari, essendo classicamente fruiti sui mobile device, smartphone, tablet, ma anche su pc portatili, ecc.

Le tipologie di messaggi possono essere riassunte in 3 categorie ognuna delle quali ha specifiche caratteristiche: messaggi oggettivi, messaggi educativi e messaggi empatici.

È importante che i messaggi che comunichiamo tengano conto anche del principio della trasparenza amministrativa e che si evitino contenuti meramente autocelebrativi.

MESSAGGI OGGETTIVI

Descrivono cosa sta accadendo ad esempio incidenti stradali, disagi alla viabilità, informazioni su alcune attività di controllo, richieste di informazioni o collaborazione, ecc.

MESSAGGI EDUCATIVI

Promuovono comportamenti corretti, sensibilizzare su alcuni temi, rispetto delle norme di convivenza, suggerimenti per viabilità alternative, ecc.

MESSAGGI EMPATICI

Fanno emergere la professionalità, l'umanità, il legame di fiducia, ecc. tra cittadini e polizia locale

PAROLA CHIAVE

Affidabilità: le informazioni sono sempre verificate

PAROLA CHIAVE

Credibilità: essere prima di tutto l'esempio virtuoso, semplificando ma senza perdere di precisione

PAROLA CHIAVE

Coerenza/Vicinanza: l'immagine trasmessa deve corrispondere a ciò che si è e si fa ogni giorno "fuori dalla rete"

Caratteristiche dei tre social più diffusi in Italia

FACEBOOK



Social più diffuso in Italia, specialmente tra gli adulti.

Adatto ad una comunicazione allargata e per fare passare informazioni a medio termine e non per comunicazioni in tempo reale.

Molto aperto all'interazione e utilizzato per "discutere", si presta bene per comunicare messaggi educativi ed empatici.

La forte interazione richiesta da Facebook rende necessaria grande cautela nel suo utilizzo, nel modo in cui ci si presenta e si risponde.

TWITTER



Meno diffuso di Facebook è comunque utilizzato da una fascia di età adulta, soprattutto di intellettuali, politici e giornalisti.

Adatto ad una comunicazione mirata a soggetti che possono amplificare il nostro messaggio (es. mass media)

Molto semplice nell'utilizzo e poco aperto all'interazione, si presta particolarmente per la comunicazione in tempo reale (es. viabilità) e per le dirette.

INSTAGRAM



Tra i social "tradizionali" è quello più utilizzato da giovani e giovanissimi, in grande crescita e diffusione in Italia anche tra gli adulti.

Utilizza soltanto la condivisione di immagini e scarni commenti; fondamentale l'utilizzo di hashtag.

La sua natura di social "delle immagini" lo rende un canale molto utile per la comunicazione educativa, empatica e in generale per l'impatto emotivo sul pubblico.

L'approdo sui social network e la gestione dei profili istituzionali non può essere frutto di improvvisazione

- * Verificare le eventuali indicazioni dell'Ente sull'utilizzo dei social network. Verificare se esiste un Piano della Comunicazione dell'Ente e prendere contatti con gli uffici preposti.
- * Mettersi in contatto con la struttura regionale competente in materia di polizia locale, per lavorare in rete con le altre esperienze in Regione.
- * Predisporre un piano comunicativo da condividere con la struttura regionale competente in materia di Polizia Locale (es. cosa comunicare, chi lo fa, ogni quanto, con quali regole e modalità, ecc.).
- * Produrre gli atti interni necessari a formalizzare le procedure (es. una delibera di Giunta, una determina del dirigente, una disposizione operativa diretta agli operatori, ecc.).
- * Prevedere un piano organizzativo per la gestione dell'attività:
 - ➔ individuare un gruppo di operatori incaricati di inserire i contenuti, partendo da una ristretta selezione su base volontaria;
 - ➔ ampliare progressivamente il gruppo al resto del comando, evitando così la centralizzazione su pochi;
 - ➔ stabilire un calendario di incontri periodici del gruppo degli editor con cui valutare l'andamento e condividere strategie e proposte innovative.
- * Organizzare le giornate formative dirette agli operatori incaricati dell'inserimento dei contenuti sui profili social. La formazione deve avere in oggetto:
 - ➔ le finalità dell'attività
 - ➔ le modalità operative/tecniche di gestione dei profili
 - ➔ le tipologie delle comunicazioni da veicolare (messaggi oggettivi, messaggi educativi, messaggi empatici)
 - ➔ la *netiquette*, cioè le regole generali di comportamento da parte degli utenti internet
 - ➔ gli accorgimenti per evitare effetti negativi della comunicazione (cosa fare, ma anche cosa non fare).
- * Prevedere un percorso di comunicazione/informazione interna per sensibilizzare anche chi, nel comando, non si occuperà direttamente dell'attività.
- * Partire con un solo social alla volta e eventualmente attivarne di nuovi in modo progressivo soltanto dopo avere acquisito una buona dimestichezza con il primo. Non collegare comunque i social tra loro, ma inserire i contenuti utilizzando le specifiche modalità di ognuno di essi e adattare lo stile di comunicazione ad ogni social utilizzato.
- * Per facebook aprire una pagina e non un profilo omonimo; la pagina viene aperta attraverso il profilo personale dell'amministratore che la crea. E' utile prevedere almeno due amministratori della pagina.
- * Procedere all'apertura del profilo twitter o della pagina facebook. Per mantenere uniformità a livello regionale, è necessario usare:
 - ➔ il profilo/pagina attivato deve essere "Pubblico"
 - ➔ per Twitter: PLNomeDelComando (oPLNomeEnte) (es. PLdelFrignano, PLCesenatico, ecc.)
 - ➔ per Facebook: Polizia Locale Nome del Comando (o Nome Ente) (es. Polizia Locale Corpo Unico del Frignano, Polizia Municipale di Cesenatico) e nelle informazioni indicare "Pagina ufficiale della Polizia Locale di.....".
- * Come immagine del profilo, usare il logo personalizzato del comando o dell'Ente.
- * Inserire le informazioni ordinarie di contatto del comando.
- * Prevedere nei profili una dicitura che chiarisca che non si tratta di un canale da utilizzare nelle emergenze o per segnalazioni formali e invio di esposti.
- * Specificare i canali di contatto per emergenze, segnalazioni ed esposti.
- * Pubblicare in un'area ben definita e facilmente visualizzabile la Policy Esterna approvata con specifico atto. Un modello di policy con queste finalità è pubblicata sul nostro sito e scaricabile a [questo link](#).
- * Organizzare una conferenza stampa come lancio dell'attività e per spiegarne le finalità o anche solo inviare dei comunicati stampa.
- * Dotarsi di un archivio di immagini proprie, operative e non, da utilizzare quando serve a corredo del testo. Alimentare di foto l'archivio per dare un'immagine sempre attuale. Le foto devono riportare data e luogo dello scatto.
- * Utilizzare prioritariamente gli # definiti a livello regionale.
- * In caso di contenuti da diffondere già pubblicati da altri comandi, rilanciare quelli anziché fare nuove pubblicazioni.
- * Promuovere periodicamente l'app "Pronto polizia locale"
- * Monitorare periodicamente l'andamento dell'efficacia della comunicazione e condividere i risultati del monitoraggio con gli operatori incaricati dell'inserimento dei contenuti nei profili attivati.
- * Raccordarsi periodicamente con la struttura regionale competente in materia di Polizia Locale.

La pianificazione è necessaria per ridurre i rischi e gli incidenti di percorso

Ogni buona operazione deve prevedere un adeguato piano di dettaglio delle attività da svolgere. Anche lo sbarco sui social network deve essere ben pianificato in modo da ridurre i rischi e gli incidenti di percorso in cui si potrebbe incorrere.

Il *PIANO OPERATIVO* dovrà contenere:

- * gli obiettivi che con l'uso di questi canali comunicativi ci si pone;
- * la tipologia dei contenuti che si vogliono comunicare (informativi, educativi, empatici) e loro caratteristiche;
- * elencazione canali social attivati e loro caratteristiche salienti;
- * identificazione di # (hashtag) standard, utilizzando prioritariamente quelli identificati nelle linee guida regionali;
- * disciplinare le modalità organizzative del comando per l'uso dei social (chi, quando e come lo si fa);
- * individuare una frequenza minima e massima delle comunicazione da fare giornalmente per ogni canale social attivato;
- * policy interna ed esterna.

Il piano operativo va periodicamente verificato ed aggiornato alle criticità ed esigenze progressivamente emerse.

POLICY INTERNA per l'utilizzo degli strumenti

- * Individuare puntualmente le regole di accesso ed uso dei social attivati, indicare chi ha accesso, chi può pubblicare le informazioni, chi è incaricato di moderare i post.
- * Definire le modalità di pubblicazione delle informazioni e le regole di comportamento a cui dovranno attenersi i componenti del comando.
- * Prevedere eventuali livelli diversi di accesso e di pubblicazione da parte degli operatori, in base alla tipologia delle informazioni da diffondere.
- * Specificare quali comunicazioni vanno pubblicate, quali no e a quale livello di dettaglio.
- * Individuare i canali alternativi dove i cittadini potranno acquisire/fare informazioni, segnalazioni, documenti, atti, ecc. in modo da evitare un uso distorto e controproducente di questo strumento.

POLICY ESTERNA per l'uso da parte dei cittadini

- * Vanno individuate e schematizzate quelle poche ma essenziali regole a cui ogni soggetto esterno al comando si deve attenere.
- * Le regole d'uso devono essere pubblicate e rese sempre disponibili, richiamate ogni qualvolta qualcuno le trasgredisce in maniera puntuale e senza mediazioni.
- * I social non sono il luogo dove tutto è permesso e dove vige la sola regola del più spregiudicato. (Almeno i luoghi da noi presidiati non lo saranno).
- * Anche la piazza virtuale necessita del presidio di un soggetto autorevole come la polizia locale e di regole per la civile convivenza da rispettare.
- * Specificare che non si tratta di canali da utilizzare per le emergenze, né per segnalazioni formali o esposti.

#VIABILITÀ

#lavorincorso	Cantieri previsti e percorsi alternativi
#infotrafficolocalità	Notizie immediate su problematiche legate al traffico
#viabilitàmodificatalocalità	Modifiche permanenti o di lungo periodo
#viabilitàemergenzalocalità	Problematiche legate al traffico in occasione di eventi emergenziali
#controlliviabilitàlocalità	Segnalazione di controlli in corso
#sinistrostradale	Informazioni immediate in caso di incidenti

#PROTEZIONECIVILE

- #allertameteolocalità
- #pienanomefiume
- #terremotolocalità
- #protezionecivileER
- #puntodiraccoltalocalità

#MANIFESTAZIONI

#EVENTI

- #fieralocalità
- #mercatolocalità
- #festalocalità
- #nomeevento

#ANIMALI

Segnalazione di problematiche relative agli animali e indicazioni utili per la loro gestione:

- #animaliproprietà
- #animalesmarrito
- #animalitrasporto
- #animaliconvivenza

#RITROVAMENTI

Segnalazioni di beni o di persone ritrovate:

- #cercaetrovalocalità
- #beniritrovatilocalità
- #biciritrovatelocalità
- #personeritrovatelocalità
- #chiè?
- #storielietafine

#CONTATTOCOLCITTADINO

Segnalazioni di punti di controllo o appuntamenti pubblici:

- #dovesiamosullastrada
- #dovetrovarciPL
- #postidicontrollo
- #calendarioincontri

#STRUMENTAZIONIPL

Da utilizzare per chiarire il funzionamento di strumentazioni, procedure tecniche, iter amministrativi:

- #comefunziona
- #velox
- #etilometro
- #fotored
- #videosorveglianza

#ALLERTASICUREZZA

Segnalazione di fenomeni in corso e indicazioni utili su come comportarsi in caso di determinati fenomeni:

- #truffelocalità
- #veicolospettolocalità
- #accattonaggiolocalità
- #personospettelocalità
- #furti
- #cortei

#EDUCAZIONE #PLASCUOLA

#direfarecircolare	Per le attività di educazione stradale nelle scuole
#ancheiopilota	Per le attività di educazione stradale con prove pratiche
#agenteperungiorno	Per la visita al comando e le simulazioni
#PLamica	Per le campagne di promozione della fiducia

#RUOLOPL #ATTIVITÀPL

- #PLchisiamo Definire caratteristiche, qualità e competenze
- #PLfacciamo #PLEducazionestradale #PLscuole
#PLinfortunistica #PLcommercio #PLEdilizia
#PLcontrollostradale #PLambiente Informazioni relative a specifiche attività
- #direttaPL #PLdinotte Da utilizzare in caso di dirette in genere e di turni di notte

#RICERCHE

Segnalazione di ricerche in corso di varia natura:

- #ricercaveicoli
- #ricercapersone
- #ricercatestimoni

#DICONODINOI

Da utilizzare per chiarire temi spesso oggetto di attenzione dell'opinione pubblica e smentire i luoghi comuni:

- #losaicheivigili
- #perchéquestamulta
- #pernonfarecassa

#PLPERTUTTI

- #consigliutili *hashtag* generico per informazioni utili da associare ad *hashtag* più specifici
- #cinture Norme per il trasporto di persone/ cose in auto
- #falacosagiusta Cosa fare in caso di ritrovamento beni, incidente, reato e per l'educazione alla legalità...
- #buonesempio Indicazione di comportamenti corretti
- #iorispettoleregole Promozione del rispetto di norme di vario genere (animali, strada...)
- #vaipiano *hashtag* generico per la guida da associare ad *hashtag* di diverse tipologie
- #iononrischio Promozione di comportamenti "sicuri" (es. incidenti stradali, furti, truffe...)
- #segnalaPL Come fare e quali segnalazioni inviare alla PM
- #allaguidasiguida Evitare le distrazioni al volante
- #sicurinauto Suggerimenti su dotazioni per la sicurezza al volante
- #seguilaPL Per suggerire gli altri canali di comunicazione della PM
- #possiamoaiutarvi Promuovere il contatto con la PM in situazioni di bisogno o disagio
- #nuovenorme Informazioni su novità normative
- #consumatori *hashtag* generico per la tutela dei consumatori da associare ad *hashtag* più specifici
- #rispettalambiente *hashtag* generico per la tutela dell'ambiente da associare ad *hashtag* più specifici
- #degrado *hashtag* generico per promuovere comportamenti di tutela dello spazio pubblico
- #noicisiamo *hashtag* molto utilizzato dalle PL per documentare la propria presenza
- #plinforma *hashtag* generico per dare informazioni, da associare ad altri specifici
- #accadeora da utilizzare per sottolineare l'informazione in tempo reale

