8. WEB E SOCIAL

8. WEB E SOCIAL

8.1 Autorizzazione siti web e Social Network ufficiali

L'apertura e l'utilizzo di tutti i canali di comunicazione del Comitato CRI devono essere autorizzati dal Presidente territorialmente competente (Comitato Regionale).

I canali ufficiali possono essere creati da qualunque socio CRI preventivamente autorizzato dal Presidente territorialmente competente, tramite apposito modello.

Tale autorizzazione è necessariamente scritta e conservata per essere eventualmente esibita su richiesta.

Croce Rossa Italiana
Comitato di *Località*

Croce Rossa Italiana

AUTORIZZAZIONE CREAZIONE/GESTIONE DI CANALI DI COMUNICAZIONE A NOME DEL COMITATO CRI

Io sottoscritto/a _____, Presidente del Comitato Locale/Provinciale/Regionale CRI di _____ (____)

AUTORIZZA

il socio/dipendente CRI _____ alla creazione e gestione dei seguenti canali di comunicazione online (mettere una spunta):

- Pagina Facebook® Comitato CRI
- Profilo Twitter® Comitato CRI
- Profilo Google+® Comitato CRI
- Canale Youtube® Comitato CRI
- Account Instagram® Comitato CRI
- Pagina Facebook® Giovani CRI
- Profilo Twitter® Giovani CRI
- Profilo Google+® Giovani CRI
- Canale Youtube® Giovani CRI
- Account Instagram® Giovani CRI
- Altro:_____

- Sito web (www._____)
- Dominio web

Il sottoscritto assicura che venga rispettato il Manuale di Comunicazione Integrata CRI, le policy dei singoli social network e la social media policy adottata dal Comitato. Il Socio CRI nominato risponderà delle conseguenze derivanti la violazione delle normative interne ed esterne alla Croce Rossa Italiana. La comunicazione avrà come scopo promuovere positivamente all'esterno la Croce Rossa Italiana e le attività organizzate dal Comitato CRI.

_____ , li _____

Il Presidente

_____

Il socio CRI

_____

www.cri.it
Un'Italia che aiuta

via nomevia, nXX – 00000 - Nomecittà
tel. 071/2830021 mailistituzionale@cri.it

Modello di autorizzazione di apertura e gestione dei canali di comunicazione CRI

8.2 Social Network

L'utilizzo dei social network a nome dei Comitati della Croce Rossa Italiana deve essere volto a promuovere positivamente l'immagine dell'Associazione, pertanto non è consentita la pubblicazione di tutto ciò che non è in linea con i Principi e gli Ideali del Movimento, con il Codice Etico dell'Associazione, con i regolamenti e fonti normative interne e con le policy dei singoli social network.

Su tutti i canali dell'Associazione va assicurata una corretta, etica e puntuale risposta agli utenti che interagiscono con il canale.

È consigliabile sempre creare un canale unico per Comitato al fine di massimizzare l'impatto. La parcellizzazione delle pagine Facebook per distinguire i servizi dello stesso Comitato ha l'effetto controproducente di disperdere e confonder i fan della pagina.

Immagine principale e secondaria

Sui social network social network l'immagine identificativa deve essere necessariamente il marchio CRI, o dei Giovani CRI per le pagine dedicate ai Giovani.

L'immagine, generalmente denominata copertina o intestazione, deve essere in linea con l'Associazione, i Valori e i Principi del Movimento. Essa non deve necessariamente avere il marchio CRI.

I due marchi da utilizzare per identificare i canali di comunicazione social

Nomi e username

Per tutti i social network non normati nei successivi paragrafi, l'indicazione generale per la scelta del nome e dell'eventuale username è di privilegiare la dicitura Croce Rossa Italiana seguita dal nome del comitato. La sigla CRI è buona norma inserirla solo se i caratteri a disposizione non consentono l'inserimento del nome completo.

Gli hashtag ufficiali dell'Associazione sono #CroceRossa e #GiovaniCRI. Per particolari campagne di comunicazione possono essere utilizzati altri hashtag studiati e diffusi dal Comitato Nazionale, come ad esermpio #UnItaliaCheAiuta.

#CroceRossa #GiovaniCRI

Cosa non creare

Non è consentita la creazione di canali di comunicazione riconducibili alla Croce Rossa Italiana senza l'autorizzazione scritta del Presidente territorialmente competente.

Al fine di compattare l'immagine e massimizzare l'impatto comunicativo all'esterno, non è devono essere creati canali di comunicazione dedicati a singole attività, corsi specifici, iniziative, riconducibili alla Croce Rossa Italiana nel nome o nei contenuti (ad esempio "Soccorsi piste sci", "Manovre di disostruzione pediatriche", "Attività di Educazione Stradale", "Attività per l'emergenza", "Volontari CRI" ecc).

Segnalazioni d'aiuto e minacce di atti anticonservativi

In un mondo in cui si comunica sempre più attraverso i nuovi media, anche le richieste d'aiuto possono arrivare attraverso mezzi di comunicazione come i social network.

In caso di richieste d'aiuto pervenute o lette tramite una qualsiasi tipologia di interazione dei social network (ad esempio un messaggio in bacheca, un commento ecc), si consiglia la segnalazione all'Ufficio competente.

La segnalazione dovrà riportare il testo del messaggio d'aiuto, uno screenshot, il link dell'account del soggetto richiedente aiuto e qualunque altra informazione utile alla sua identificazione.

In caso di richieste di minore rilevanza, o per le quali non c'è un imminente rischio per la persona (es. richiesta pacchi viveri), il Comitato CRI è tenuto a considerare la richiesta pervenuta tramite i social network in maniera analoga alle richieste pervenute tramite i canali tradizionali. In questi casi è necessario quindi attivarsi per valutare la situazione e intervenire secondo le normali procedure.

8. WEB E SOCIAL

8.3 Facebook®

Questo paragrafo norma l'utilizzo del social network Facebook® per quanto riguarda la creazione di "Pagine Ufficiali" riportanti il nome Croce Rossa Italiana.

Se nel tempo parti di questo paragrafo non saranno più applicabili a causa di ammodernamento della piattaforma del social network, si dovrà far riferimento ai principi generali del paragrafo 8.3.

Cosa creare

Il vigente regolamento di Facebook proibisce la creazione di *Profili* e *Gruppi* per persone giuridiche. Pertanto, se un Comitato a qualsiasi livello volesse essere presente su Facebook, dovrà creare una "*Pagina Ufficiale*".

La pagina deve essere categorizzata come "Azienda e organizzazioni" e impostata come "Organizzazione no profit".

Informazioni della pagina

Nel campo "informazioni brevi" è buona norma inserire le informazioni inerenti il Comitato, con eventuali rimandi ad altri social network, siti o contatti.

Dicitura standard

Il nome delle pagine ufficiali deve seguire lo standard:

- Croce Rossa Italiana – Comitato di *Località*
- Croce Rossa Italiana – Comitato Regionale *Regione*
- Giovani della Croce Rossa Italiana - *Località / Regione*

La dicitura "Croce Rossa Italiana" non può essere sostituita dalla sigla CRI.

Pagine non conformi

Non possono essere usate altre diciture oltre a quelle elencate precedentemente.

I passi per la creazione di una pagina su Facebook

Non è consentita la creazione di pagine di attività, corsi, iniziative, eventi, riconducibili in qualunque modo alla Croce Rossa Italiana (vedere “Cosa non creare” nella sezione “social network”).

Le pagine esistenti non conformi a quanto specificato sopra, dovranno migrare su pagine in linea con le disposizioni precedenti successivamente chiuse. In alternativa è possibile richiedere a Facebook la modifica del nome o l'unione con le pagine ufficiali. Qualora si venga contattati dal centro di supporto di Facebook sarà necessario inviare tutta la documentazione che si renderà necessaria per giustificare la modifica del nome.

Nel caso in cui il Comitato sia presente su Facebook sottoforma di Profilo, quest’ultimo devono essere convertito in pagina oppure chiuso.

URL della pagina

All’atto di creazione della pagina, l'indirizzo URL è di default una stringa di numeri e lettere casuali. È possibile personalizzare l’URL rispettando quanto più possibile lo standard “cri.località” (modificabile dal link:www.facebook.com/username). La dicitura per le pagine locali aggiungerà la sigla del Comitato dopo un punto. Se l'URL scelto non è disponibile bisognerà cercarne uno il più simile possibile allo standard.

Esempi:
www.facebook.com/cri.latina
www.facebook.com/cri.lazio

Una pagina con un URL personalizzato è più facilmente condivisibile perciò si consiglia fortemente di modificare l’URL.

Finalità e gruppi

Le “Pagine Ufficiali” hanno la finalità di promuovere positivamente l'immagine della Croce Rossa Italiana all'esterno dell'Associazione. Ciò implica che le comunicazioni interne rivolte unicamente ai volontari devono essere veicolate con i canali associativi interni. Per la comunicazione e il coordinamento interno è però possibile creare dei “Gruppi”, impostandoli come “segreti”. Le informazioni che possono essere scambiate nei gruppi sono per esempio relative allo scambio di dettagli utili ai servizi, ai turni, alle informazioni logistiche e agli aggiornamenti.

Viste le finalità del gruppo, non ne possono far parte persone esterne alla Croce Rossa o non direttamente interessate al gruppo.

Eventi Facebook

Per promuovere iniziative, corsi e attività, è possibile e utile creare un “evento”. Tale funzionalità permette di invitare i fan della pagina a partecipare all'evento e tenere aggiornati i partecipanti riguardo l'andamento dell'iniziativa.

Nei dettagli dell'evento possono essere specificati il nome dell'evento e le informazioni aggiuntive come luogo, la data e l'ora.

8.4 Twitter®

Questo paragrafo disciplina l'utilizzo del social network Twitter ® per quanto riguarda la creazione di account riportanti il nome Croce Rossa Italiana o la sigla CRI.

Se nel tempo parti di questo paragrafo non saranno più applicabili a causa di ammodernamento della piattaforma del social network, si dovrà far riferimento ai principi generali del paragrafo 8.3.

Dicitura standard nome utente

Su Twitter® il nome utente, o nickname, è il nome che identifica univocamente l'account e segue il carattere speciale "@". Nell'username non è possibile inserire spazi.

La sigla "CRI" o "CroceRossa" possono sostituire la dicitura "Croce Rossa Italiana".

Lo standard per il nome utente è:

crocerossacittà / regione
giovaniCRIcittà / regione

Se il nome del comitato è eccessivamente lungo, può essere abbreviato utilizzando la sigla CRI al posto di "Croce Rossa Italiana". Qualora il nome utente corretto secondo lo standard sia già usato da un altro account si può provare a utilizzare nel nickname il trattino basso "_" o il punto.

Dicitura standard del nome

Il nome, tecnicamente diverso dal nome utente, deve essere quanto più simile a quest'ultimo. Per il nome sono disponibili più caratteri e si possono utilizzare gli spazi. I nomi di comitato troppo lunghi possono essere abbreviati mantenendo però la sigla "CRI" iniziale. Per i nomi di comitato corti, si consiglia di utilizzare la scritta "Croce Rossa" al posto della sigla "CRI" (es. Croce Rossa Rho, non CRI Rho che sarebbe poco comprensibile).

Account non conformi

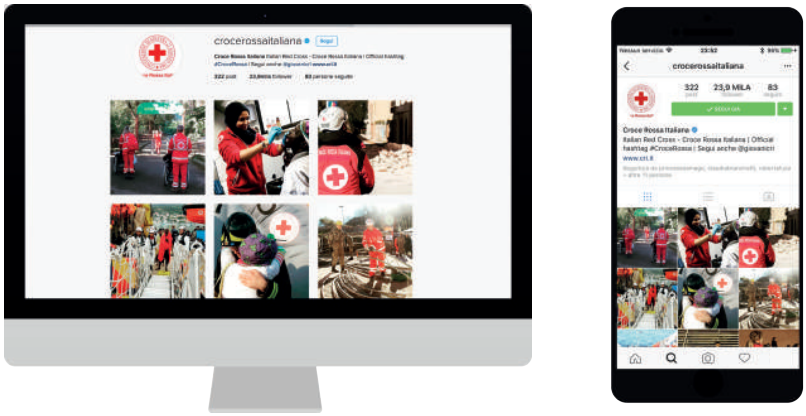
Non è consentita la creazione di account di attività, corsi, iniziative riconducibili a Croce Rossa (vedere "Cosa non creare" nel paragrafo "Social network").

Se il nome utente e il nome account del Comitato CRI non sono conformi alle precedenti disposizioni possono essere modificati dalla sezione "Account" in "Impostazioni".

Tutti i profili riconducibili genericamente alla Croce Rossa Italiana e non a uno specifico Comitato CRI devono essere chiusi (es. Volontari Croce Rossa Italiana).

8.5 Instagram®

Questo paragrafo disciplina l'utilizzo del social network Instagra® per quanto riguarda la creazione di profili riportanti il nome Croce Rossa Italiana.



L'account ufficiale della Croce Rossa Italiana su Instagram

Dicitura standard dell'username

Su Instagram l'username è il nome che identifica univocamente l'account e segue il carattere speciale "@". Su Instagram, "CRI" o "CroceRossa" possono sostituire la dicitura "Croce Rossa Italiana". Non è possibile inserire spazi nell'username.

Lo standard per il nome utente è:

crocerossacittà / regione

I nomi di comitato eccessivamente lunghi possono essere abbreviati mantenendo però la sigla CRI. Qualora il nome utente scelto non sia disponibile, si può provare a utilizzare nel nickname il trattino basso "_" o il punto. In ogni caso andrà scelto il nome più simile allo standard, mantenendo sempre la sigla "CRI" o la dicitura "CroceRossa".

Dicitura standard Nome

Il nome deve essere quanto più simile al nome utente. Nel nome si possono utilizzare gli spazi. I nomi di comitato troppo lunghi possono essere abbreviati mantenendo però la sigla "CRI" iniziale.

Per i nomi di comitato corti si consiglia di utilizzare la scritta "Croce Rossa" al posto della sigla "CRI" (es. Croce Rossa Rho, non CRI Rho che sarebbe poco comprensibile).

8.6 YouTube®

Questo paragrafo disciplina l'utilizzo del social network YouTube per quanto riguarda la creazione di canali ufficiali riportanti il nome Croce Rossa Italiana.

Dicitura standard Canale

I nomi dei canali ufficiali devono seguire lo standard seguente:

Croce Rossa Italiana - Comitato di Località
Croce Rossa Italiana - Comitato Regionale Regione

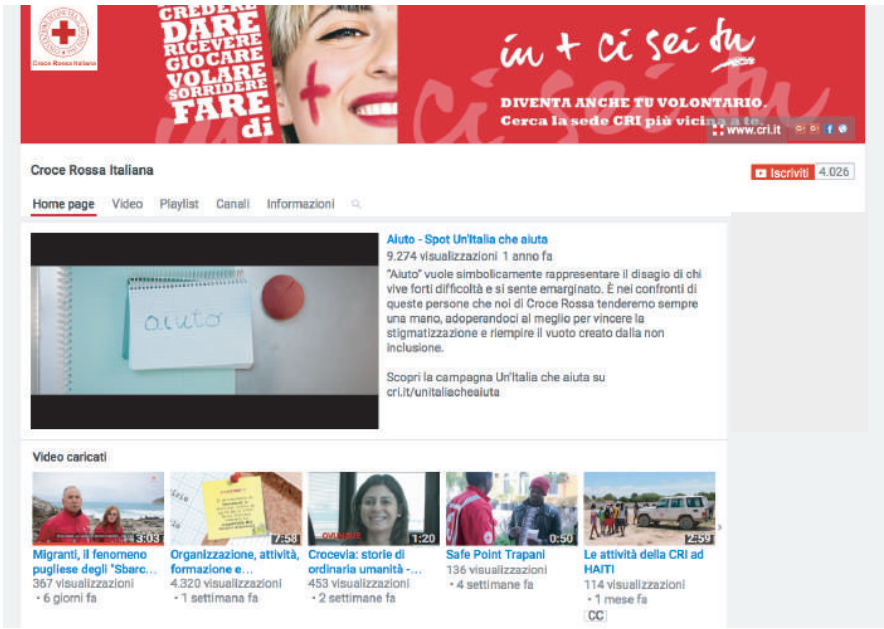
Qualora il nome sia troppo lungo, si può abbreviare con "CRI" o "GiovaniCRI".

Si consiglia in generale di aprire un solo canale a nome del Comitato e caricare al suo interno tutti i video prodotti dal Comitato e di conseguenza anche dai GiovaniCRI.

Canali non conformi

Non è consentita la creazione di canali di attività, corsi, iniziative riconducibili a Croce Rossa (vedere paragrafo "Cosa non creare" nella sezione "Social network").

Se il nome dei canali esistenti non è conforme alla dicitura standard, è possibile modificarlo dalle impostazioni del canale.



Il canale YouTube della Croce Rossa Italiana