Guida etica digitale
Ambizioni e strumenti di supporto per lo sviluppo di servizi digitali affidabili

Version 2.0 – pubblica

Indice

1. Inquadramento e campo d'applicazione 2

2. Principi guida e ambizioni 3

Make a difference 3

Make it good 4

Make it fair 5

Make it understandable 6

3. Passo dopo passo verso l'azione etica 7

Cosa fare in caso di dilemmi? 7

4. Appendice 8

I nostri principi e valori 8

Glossar 9

1. Inquadramento e campo d’applicazione

Perché una guida sull’etica digitale?

La gestione affidabile di tecnologia, dati e algoritmi è un fattore di successo critico per l’attuazione della strategia «Posta di domani» e per garantire la sostenibilità digitale prevista dal progetto. Partendo dai nostri valori, la presente «Guida etica digitale» mostra in che modo vogliamo sviluppare servizi e modelli di business digitali e basati sui dati, al di là delle direttive sulla protezione dei dati e delle disposizioni di sicurezza e compliance. L’obiettivo è garantire che i nostri servizi siano sicuri, affidabili, sostenibili e in linea con le aspettative di utenti e società.

Come va letta la «Guida etica digitale»?

La «Guida etica digitale» presenta innanzitutto quattro principi che fungono da orientamento. Questi principi guida sono accompagnati da diverse ambizioni che abbiamo formulato per lo sviluppo di servizi digitali. I possibili conflitti tra le nostre ambizioni e gli obiettivi di tipo economico potrebbero favorire la nascita di casi controversi. Nella sezione «Passo dopo passo verso l’azione etica» è quindi spiegato come procedere in presenza di dilemmi o preoccupazioni.

Campo d’applicazione

La «Guida etica digitale» deve essere presa in considerazione per tutti i prodotti e i servizi digitali o basati sui dati della Posta, nuovi o esistenti.

Gruppo target

La «Guida etica digitale» si rivolge principalmente al personale della Posta. Da responsabili a collaboratrici e collaboratori, da chi è coinvolto nelle attività strategiche a chi lavora per l’attuazione: tutte e tutti noi possiamo e dobbiamo assumerci la responsabilità di garantire una gestione etica dei nostri servizi digitali durante il loro intero ciclo di vita, cogliendo così l’opportunità di differenziarci sul mercato.

La «Guida etica digitale» (o almeno una parte di essa) è destinata anche al pubblico, al fine di far conoscere le nostre ambizioni nello sviluppo di servizi digitali e basati sui dati.

Questa è una versione ridotta e accessibile al pubblico della guida all’etica digitale. La versione interna contiene inoltre una sezione con consigli e suggerimenti concreti che si riferiscono a processi e documenti interni e sono stati pertanto omessi.

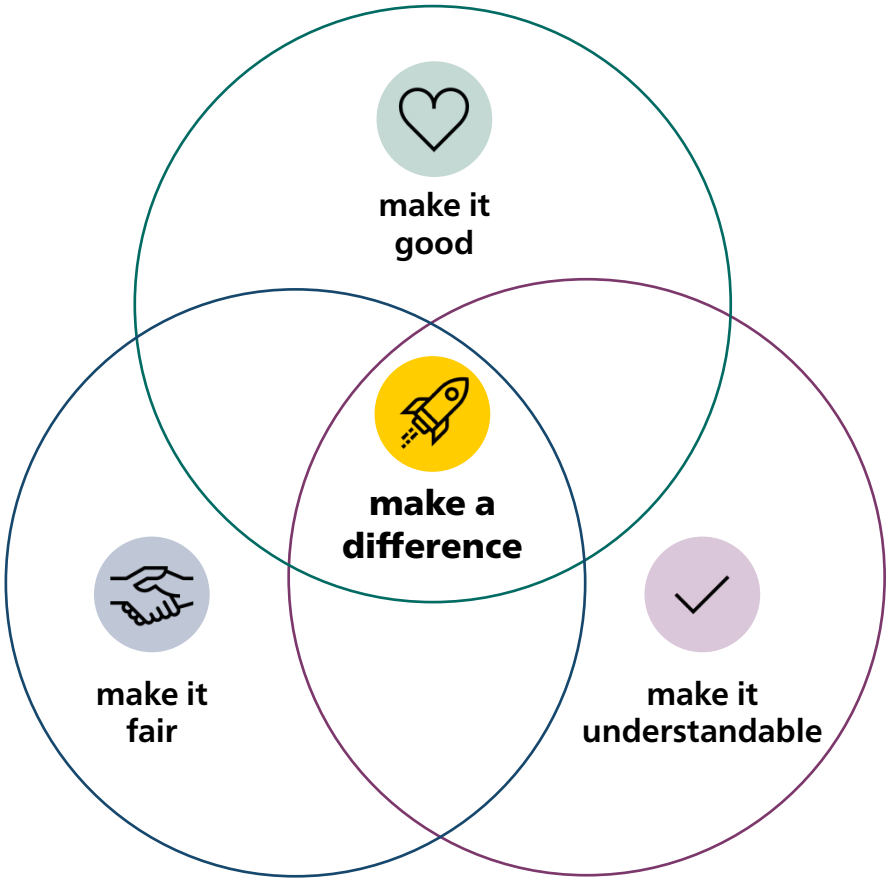
2. Principi guida e ambizioni

Make a difference

Alla Posta consideriamo l'etica digitale un'opportunità per incentivare la trasformazione digitale nella società e differenziarci sul mercato, affermandoci come pionieri in questo ambito.
Per sfruttare al meglio questa opportunità, dobbiamo adottare ulteriori misure oltre ai requisiti di compliance.

Al centro c'è quindi il nostro obiettivo: **make a difference!**

Per raggiungerlo, dobbiamo rendere i nostri servizi digitali **validi**, **equi** e **comprensibili**.
Le pagine che seguono descrivono le nostre ambizioni in termini concreti.



Make it good.

La gestione affidabile dei dati è il prerequisito fondamentale per l'implementazione di servizi e prodotti etici. Consideriamo tutti gli stakeholder e teniamo conto dell'impatto delle nostre attività su di loro.



Impatto

- Conosciamo gli stakeholder del nostro progetto e determiniamo quali effetti positivi e negativi questo ha o può avere su di loro.
- Se individuiamo effetti negativi, valutiamo come ridurli con misure adeguate.
- Se gli effetti negativi superano i benefici economici del progetto, non lo portiamo avanti.



Utilizzo dei dati

- I nostri progetti sono concepiti in modo che l'obiettivo e lo scopo dell'utilizzo dei dati siano ben definiti.
- Conosciamo le fonti di dati disponibili e le loro condizioni di utilizzo e siamo in grado di valutare se la base è sufficientemente adeguata e sostenibile.
- Attribuiamo grande importanza a una base di dati di alta qualità, perché il valore dei nostri servizi dipende da quello dei nostri dati.



Sicurezza

- Adottiamo tutte le misure necessarie per garantire la sicurezza di dati e modelli e per proteggerli da accessi non autorizzati.
- Ci presentiamo sul mercato solo con soluzioni che soddisfano i nostri requisiti di sicurezza e qualità e che sono state appositamente testate.

Make it fair.

I bisogni delle persone sono al centro della digitalizzazione. Promuoviamo la libertà di scelta delle nostre utenti e dei nostri utenti e rispettiamo la loro privacy.



Sovranità

- Forniamo alle nostre utenti e ai nostri utenti le informazioni necessarie per decidere in modo consapevole e indipendente se e per quanto tempo desiderano acconsentire all'utilizzo dei loro dati.
- Creiamo le possibilità procedurali e tecniche affinché tale consenso possa essere facilmente concesso o revocato dall'utente.
- Evitiamo di approfittare dell'ignoranza o dell'inerzia dei nostri stakeholder per ottenere da loro più dati personali del necessario.



Nessuna esclusione

- Ci assicuriamo che nessuna persona venga discriminata in base ai dati e al loro trattamento o in base al modello.
- Forniamo alle utenti e agli utenti l'accesso a un servizio (online o offline) che hanno accettato.



Adeguatezza

- Non inganniamo e non cerchiamo di persuadere le utenti e gli utenti ad adottare un comportamento preferenziale per ignoranza o ambiguità.
- Verifichiamo che l'utilizzo di ogni tecnologia (ad es. analytics, sistemi di IA), metodo e tool sia necessario e adatto allo scopo previsto.
- Quando ne deriva una decisione o un giudizio su un individuo, sottoponiamo le raccomandazioni automatizzate e le decisioni dei sistemi di IA a un controllo umano.

Make it understandable.

Rendiamo conto del nostro lavoro, comunichiamo in modo trasparente e prendiamo sul serio i feedback.



Trasparenza

- Comunichiamo i nostri obiettivi e le nostre intenzioni in merito all'uso dei dati in modo trasparente e adeguato al gruppo target.
- Rendiamo trasparente agli stakeholder rilevanti l'utilizzo di modelli di IA.



Documentazione e responsabilità

- Ci assicuriamo che il trattamento dei dati sia tracciabile e documentiamo le nostre fasi di lavoro.
- Garantiamo che le responsabilità per l'acquisizione, la condivisione e l'utilizzo di dati e modelli siano regolamentate e rispettate.



Feedback e possibilità di presentare reclami

- Prendiamo sul serio i feedback e ne teniamo conto.
- Offriamo la possibilità di segnalare facilmente decisioni errate (ad es. supportate da sistemi algoritmici).

3. Passo dopo passo verso l’azione etica

Cosa fare in caso di dilemmi?

I dilemmi affiorano e rischiano di non scomparire facilmente. In queste situazioni è importante esaminare il caso da diverse angolazioni e trovare insieme una soluzione. Questi accorgimenti possono essere d’aiuto.



Be aware

Conosciamo la guida sull’etica digitale della Posta e siamo consapevoli dell’importanza e dell’impatto di un comportamento (non) etico sulle nostre e sui nostri utenti, clienti, collaboratrici e collaboratori e sulla società.



Be competent

Conosciamo metodi e approcci (Ethics by Design) o sappiamo dove possiamo acquisire queste conoscenze per affrontare tempestivamente potenziali dilemmi di etica digitale e trovare strategie adeguate.



Be consistent

Agiamo in conformità ai principi e ai valori di etica digitale, osserviamo quanto previsto dalla guida sull’etica digitale e pretendiamo lo stesso da parte di colleghe e colleghi.



Speak up

Se i principi e i valori di etica digitale non vengono rispettati, solleviamo il problema e suggeriamo possibili soluzioni per migliorare la situazione, innanzitutto attraverso un dialogo diretto o coinvolgendo la persona responsabile.



Get support

In presenza di opinioni divergenti, prendiamo in considerazione altri punti di vista per avere una visione più ampia della preoccupazione o del dilemma.

- Coinvolgimento dei membri del team o della persona responsabile
- Se persistono punti di vista differenti, è possibile coinvolgere l’ufficio specializzato Etica digitale Posta affinché aiuti nella ricerca di una soluzione (contatto).
- Se necessario, ci rivolgiamo a un’esperta esterna o un esperto esterno (con obbligo di segretezza) per analizzare la situazione.



Learn & be a role model

Poniamo domande, condividiamo suggerimenti con altri team, accettiamo i feedback e cerchiamo soluzioni insieme. Impariamo dalle esperienze passate, le documentiamo e scambiamo continuamente idee all’interno della rete.

4. Appendice

I nostri principi e valori

Prevenzione dei danni

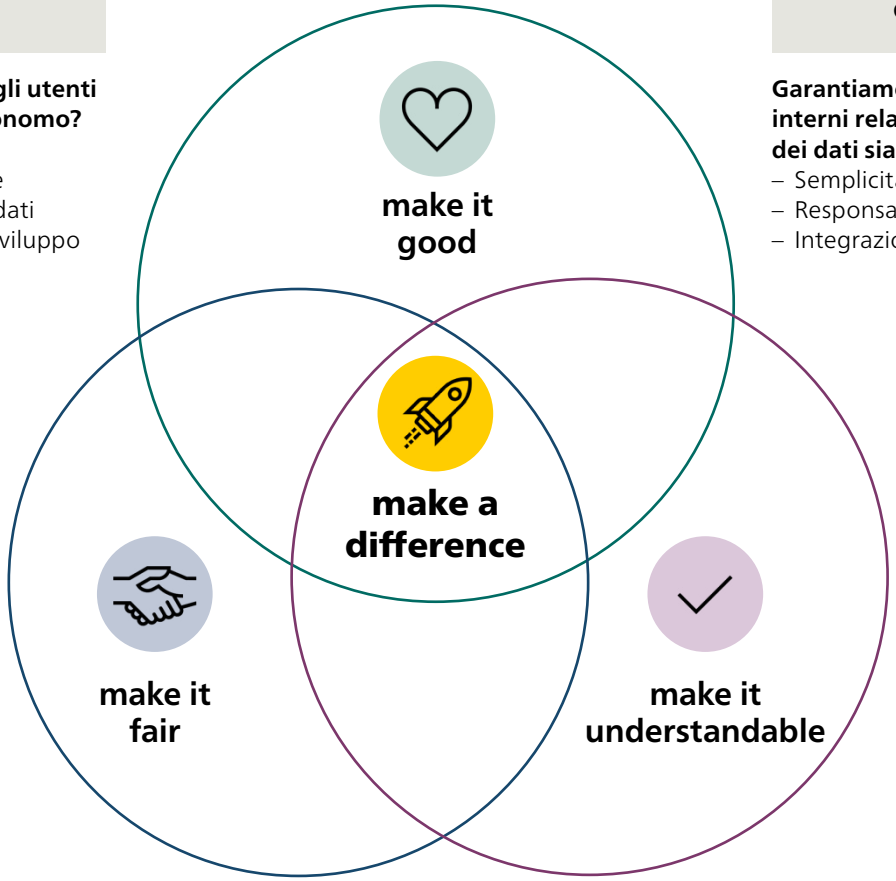
Ci assicuriamo che individui e comunità non subiscano danni?
- Protezione della personalità
- Sicurezza
- Sostenibilità

Autonomia

Permettiamo alle e agli utenti di agire in modo autonomo?
- Privacy
- Autodeterminazione
- Minimizzazione dei dati
- Partecipazione allo sviluppo

Controllo

Garantiamo che i processi interni relativi al trattamento dei dati siano controllabili?
- Semplicità
- Responsabilità end-2-end
- Integrazione



Equità

I nostri servizi sono caratterizzati da condizioni eque per le e gli utenti?
- Adeguatezza e valore aggiunto
- Inclusione, solidarietà
- Sicurezza in relazione ai bias
- Uguali condizioni

Responsabilità

Garantiamo la tracciabilità e la possibilità di sottoporre ad audit?
- Tracciabilità
- Possibilità di presentare reclami
- Governance
- Possibilità di sottoporre ad audit

Trasparenza

Spieghiamo come trattiamo i dati e comunichiamo in modo consono al gruppo target?
- Comunicazione chiara
- Commitment

Sulla base del framework di Data Innovation Alliance (DOI)

Glossar

Termine	Spiegazione
Sistema algoritmico	Un sistema algoritmico è un sistema formato da uno o più algoritmi implementati in un software per raccogliere e analizzare dati e trarre conclusioni utili a risolvere un problema precedentemente definito. Il sistema può essere ad autoapprendimento o seguire regole decisionali pre-programmate.
Analytics	Per «Analytics» intendiamo analisi statistiche e matematiche dei dati che prevedono o segmentano gli scenari che hanno maggiore probabilità di verificarsi.
Modello analitico	I modelli analitici si basano su algoritmi, riconoscono schemi nei big data e li trasformano in equazioni matematiche.
Bias	Un bias è una preferenza generalmente considerata ingiusta o un pregiudizio nei confronti di una persona o di un gruppo. Nei servizi basati sui dati, i bias si verificano, ad esempio, se i dati rappresentano solo alcuni gruppi (data bias) o se i modelli sono progettati in modo tale da favorire o svantaggiare determinate persone o gruppi (model bias). Spesso avviene in modo inconsapevole. L'analisi sistematica dei bias permette di identificarli ed eliminarli tempestivamente.
Prodotto di dati (data as a product)	«Un prodotto di dati è un artefatto architettonico che converte i dati di origine in una struttura semanticamente definita per un tema specifico chiaramente descritto, generando così un valore aggiunto. Viene pubblicato su una piattaforma dedicata e consiste nel codice di programma necessario per l'erogazione, nei metadati per la documentazione tecnica e dei contenuti e nei dati stessi. L'accesso avviene tramite pattern di accesso predefiniti ed è chiaro per quali scopi può o non può essere utilizzato. Le responsabilità per il rilascio, il codice, il contenuto e la documentazione sono regolamentate in modo chiaro e univoco.»
Fonte di dati	Una fonte di dati è il luogo da cui provengono i dati utilizzati. Può trattarsi del luogo in cui i dati sono stati creati o in cui informazioni fisiche sono state digitalizzate. Nel contesto di questo documento, tuttavia, si fa generalmente riferimento alla banca dati da cui provengono i dati.
Servizi digitali / basati sui dati	Con questo termine si intendono quei prodotti e servizi digitali che trasmettono, analizzano e/o convertono informazioni digitali (dati o contenuti) attraverso varie piattaforme, dispositivi e meccanismi. In questi contesti, i dati vengono richiesti, generati e modificati. L'IA può essere utilizzata per servizi digitali e basati sui dati, ma non necessariamente: si intendono sotto questa definizione anche modelli che funzionano sulla base di algoritmi specificati dall'uomo.
Modelli (di dati)	Per modello di dati si intende una struttura che definisce i dati da descrivere ed elaborare in un campo d'applicazione, comprese le relazioni tra di essi.
Reliability nel processo di trattamento dei dati	Tracciabilità nel processo di trattamento dei dati, ad es. in relazione a modifiche di prodotti di dati attraverso l'utilizzo o l'integrazione di dati aggiuntivi.
Stakeholder	Definiamo stakeholder le persone che hanno un interesse o un qualsivoglia coinvolgimento nel prodotto o nel servizio. Si presta particolare attenzione anche a coloro che sono interessati solo indirettamente o che non sono stati inizialmente considerati (inclusione). Nel caso dei servizi della Posta, questi possono essere clienti, utenti, cittadine e cittadini, partner, collaboratrici e collaboratori o la società nel complesso.
Gruppo target	Definiamo gruppo target il gruppo di persone che vogliamo esplicitamente raggiungere con il prodotto o il servizio.

Make a difference.

Edizione 8.2024

La Posta Svizzera SA
IT – Digital Ethics
Wankdorfallee 4
3030 Berna

E-Mail **digitalethics@posta.ch**
post.ch