



SOCIAL MEDIA POLICY

Social media policy esterna e interna della Camera di commercio Milano Monza Brianza Lodi

Premessa

La Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi ha scelto di utilizzare, accanto al portale, i social network per comunicare in maniera più efficace ad un'audience eterogenea e interagire con un pubblico interessato. Questo presuppone l'adozione di una strategia di comunicazione duttile che sia in grado di adeguarsi al mutamento dei linguaggi, capace di muoversi velocemente e di creare comunità e senso di appartenenza.

La social media policy si compone della **social media policy interna**, destinata al personale interno di Camera di commercio e volto a regolare il rapporto tra l'organizzazione dell'Ente e la gestione dei social media, e della **social media policy esterna**, pubblicata sul sito internet e sui profili social dell'Ente e resa accessibile a tutti gli utenti esterni.

I nostri contenuti: la finalità

La Camera di commercio di Milano Monza Brianza Lodi utilizza i principali social network per svolgere un'attività di comunicazione istituzionale, informare le imprese e gli aspiranti imprenditori su servizi, iniziative, attività ed eventi promossi dall'Ente e favorirne la diffusione. Al contempo, attraverso i social media, ascolta le opinioni e intercetta le richieste degli utenti. I canali social sono pertanto usati per favorire la partecipazione attraverso il confronto e il dialogo nell'ottica della trasparenza e della condivisione.

L'Ufficio Comunicazione realizza contenuti originali di carattere testuale, fotografico, infografico, video ecc. e/o acquisendone i diritti. L'Ufficio potrà inoltre effettuare sui canali social della Camera di commercio campagne di advertising volte a favorire la generazione di potenziali contatti (lead generation) o la raccolta di manifestazione di interesse da

parte degli utenti. Attraverso tali canali potranno altresì essere condivisi contenuti e messaggi di pubblico interesse e utilità realizzati da soggetti terzi (istituzioni, associazioni, imprese, media, cittadini) previa verifica dell'attendibilità della fonte.

I nostri account istituzionali

La Camera di commercio è presente sui seguenti canali social: Facebook, Instagram, LinkedIn e YouTube, le cui pagine sono gestite dall'unità organizzativa U.O. Comunicazione. Eventuali profili social dei dipendenti e dei consulenti della Camera di commercio sono gestiti esclusivamente a titolo personale e devono attenersi alle indicazioni della social media policy interna.

I profili social della Camera di commercio non sono dedicati al trattamento di comunicazioni relative a procedimenti amministrativi; per chiarimenti e maggiori informazioni è possibile consultare i Servizi On Line.

Facebook

La pagina Facebook ufficiale della Camera di commercio è **Camera commercio Milano Monza Brianza Lodi**, raggiungibile all'indirizzo web <https://www.facebook.com/cameracommerciomilomb>.

Su Facebook è possibile condividere e commentare i contenuti pubblicati nel rispetto delle regole stabilite nella presente social media policy. È possibile interagire con l'Ente sia pubblicamente che tramite messaggi privati. La Camera di commercio non risponde di ulteriori pagine, account o gruppi a essa riferiti presenti su Facebook.

Instagram

L'account Instagram ufficiale della Camera di commercio è **@cameradicommercio_mi_mb_lo**, raggiungibile all'indirizzo web https://www.instagram.com/cameradicommercio_mi_mb_lo/.

Su Instagram è possibile commentare e condividere i contenuti pubblicati nel rispetto delle regole stabilite nella presente social media policy. È

possibile interagire con l'Ente sia pubblicamente che tramite DM. La Camera di commercio non risponde di ulteriori account a essa riferiti presenti su Instagram.

LinkedIn

La pagina LinkedIn ufficiale della Camera di commercio è **Camera di Commercio Milano Monza Brianza Lodi**, raggiungibile all'indirizzo web <https://www.linkedin.com/company/camera-di-commercio-milano---monzabrianza---lodi/>.

Su LinkedIn è possibile commentare e condividere i contenuti pubblicati nel rispetto delle regole stabilite nella presente social media policy. La Camera di commercio non risponde di ulteriori pagine aziendali a essa riferite presenti su LinkedIn.

YouTube

Il canale YouTube ufficiale della Camera di commercio è **@CameraCommercioMi**, disponibile all'indirizzo web <https://www.youtube.com/user/CameraCommercioMi>. Sul canale YouTube sono presenti video delle campagne promozionali, tutorial, video - pillole, interviste, eventuali estratti di convegni e iniziative.

La Camera di commercio non risponde di ulteriori canali a essa riferiti presenti su YouTube.

Progetto Bike Economy

La Camera di commercio è presente sui social con un account Instagram (**@bikeeconomy_milomb**) e una pagina LinkedIn (**Bike Economy**) dedicati al progetto **Bike Economy**. L'economia che gira, raggiungibili rispettivamente agli indirizzi web https://www.instagram.com/bikeeconomy_milomb/ e <https://www.linkedin.com/company/bike-economy/>.

La Camera di commercio non risponde di ulteriori account o pagine a esso riferiti.

Social media policy esterna

Modalità gestionale e di risposta

L'Ufficio Comunicazione si occupa del monitoraggio, dell'aggiornamento e del corretto funzionamento dei social network della Camera di commercio: i soggetti preposti ad alimentare gli account istituzionali sono esclusivamente i dipendenti assegnati ed eventuali soggetti terzi autorizzati. I canali sono moderati quotidianamente (dal lunedì al venerdì) durante la fascia di reperibilità con l'obiettivo di essere presenti sui vari canali e rafforzare i rapporti con l'esterno. A seconda delle complessità, argomenti e contenuti attinenti a diverse tematiche potranno essere condivisi con i Responsabili dei singoli Uffici.

Regole e netiquette per gli utenti

La Camera di commercio si impegna a gestire gli spazi di comunicazione e dialogo all'interno dei propri profili social chiedendo ai propri utenti il rispetto di alcune semplici regole:

- tutti hanno il diritto di intervenire ed esprimere la propria libera opinione con correttezza e misura, basandosi per quanto possibile su dati di fatto verificabili e nel rispetto delle opinioni altrui, partendo dal principio *“Se vale online, vale anche offline”*;
- ognuno è responsabile dei contenuti che pubblica e delle opinioni che esprime: non è prevista alcuna censura preventiva. Tuttavia, saranno rimossi commenti e post che violino le condizioni esposte in questo documento;
- i contenuti pubblicati devono sempre rispettare la privacy delle persone. Vanno evitati riferimenti a fatti o a dettagli privi di rilevanza pubblica e che ledano la sfera personale di terzi;
- requisito essenziale degli argomenti è l'interesse pubblico: non è possibile utilizzare questi spazi per affrontare casi personali, per i quali si rimanda ai Servizi On Line dedicati;
- altro requisito essenziale degli argomenti è l'interesse di questi rispetto alle finalità di Camera di commercio: non è possibile

utilizzare questi spazi per scopi diversi da quelli istituzionali della Camera;

- ogni discussione è legata a un tema specifico: chiediamo a tutti i partecipanti di rispettarlo, evitando di allargare il confronto in modo generico e indiscriminato;
- non sarà tollerata alcuna forma di pubblicità, spam o promozione di interessi privati o di attività illegali;
- non sono ammessi contenuti che violino il diritto d'autore (L. 633/1941) né l'utilizzo non autorizzato di marchi registrati (D.lgs. 30/2005).

In ogni caso, saranno rimossi tutti i post, commenti e materiali audio/video che:

1. hanno un contenuto politico o propagandistico;
2. presentano un linguaggio inappropriato e/o un tono minaccioso, volgare o irrispettoso;
3. presentano contenuti illeciti o che incitano a compiere attività illecite;
4. hanno contenuti offensivi, ingannevoli, allarmistici, o in violazione di diritti di terzi;
5. divulgano dati e informazioni personali o che possono cagionare danni o ledere la reputazione di terzi;
6. presentano contenuto osceno, pornografico o pedopornografico, o tale da offendere la sensibilità degli utenti;
7. hanno un contenuto discriminatorio per genere, razza, etnia, lingua, credo religioso, opinioni politiche, orientamento sessuale, età, condizioni personali e sociali;
8. promuovono o sostengono attività illegali, che violano il copyright o che utilizzano in modo improprio un marchio registrato.

In particolare, questi canali non possono essere usati per pubblicare post e commenti che siano discriminatori od offensivi nei confronti di altri utenti, presenti o meno alla discussione, di enti, associazioni, aziende o di chi gestisce e modera i canali social, per nessuna ragione.

Per chi dovesse violare ripetutamente queste condizioni o quelle contenute nelle policy degli strumenti adottati, si riserva il diritto di

usare il ban o il blocco (quando possibile dopo un primo avvertimento) per impedire ulteriori interventi, e di segnalare l'utente ai responsabili della piattaforma ed eventualmente alle forze dell'ordine preposte. Messaggi contenenti dati personali (indirizzi email, numeri di telefono, indirizzi, etc) potranno essere rimossi a tutela delle persone interessate.

Privacy e trattamento dei dati personali

Si ricorda che il trattamento dei dati personali degli utenti risponde alle policy in uso sulle piattaforme utilizzate. I dati personali inseriti in commenti o post pubblici all'interno dei canali sui social media della Camera di commercio potranno essere rimossi. I dati condivisi dagli utenti attraverso messaggi privati spediti direttamente ai profili istituzionali o acquisiti attraverso le campagne di lead generation e le manifestazioni di interesse saranno trattati nel rispetto del Regolamento (UE) 679/2016 e dell'informativa resa dalla Camera di commercio in qualità di titolare del trattamento ai propri potenziali clienti.

Gli utenti possono inviare segnalazioni relative ai contenuti di questa social media policy all'indirizzo comunicazione@mi.camcom.it.