



Ente di gestione delle aree protette
delle **Alpi Cozie**

Regolamento

Social Media Policy delle Aree protette delle Alpi Cozie

Introduzione

La comunicazione, fattore non secondario per una amministrazione pubblica, è la fonte strategica della relazione con l'utente/cittadino/fruttore, primo destinatario delle sue azioni, che va realizzata scientemente e da professionalità dedicate. La **Social Media Policy** in una Pubblica Amministrazione è attuata generalmente in forma di Regolamento volto a tutelare l'Ente da eventuali problemi legati alla comunicazione sui Social Network e, in generale, disciplina la relazione, mediata appunto dai social, tra l'Ente e i suoi dipendenti (Social Media Policy interna) e i suoi utenti fan (Social Media Policy esterna). I canali social sono usati per la partecipazione attraverso il confronto e il dialogo nell'ottica della trasparenza e della condivisione. La presenza sui social equivale a una promessa di interazione che va quindi mantenuta e pertanto regolata.

Nel momento in cui l'Amministrazione si muove verso i *social network* è indispensabile un'analisi che sia finalizzata a identificare gli ambiti di integrazione tra i canali *social*, le altre attività e le altre funzioni. Il presidio dei siti di *social networking*, infatti, va contestualizzato rispetto a ciò che l'Ente già fa, per esempio, in termini di comunicazione istituzionale e rapporti con il pubblico. La natura relazionale dei *social network* incide profondamente sulla struttura delle attività di comunicazione, sia per quanto riguarda la comunicazione istituzionale di tipo tradizionale (promozione di attività, campagne di comunicazione, azioni informative) sia per quel che concerne le relazioni con il pubblico (Ufficio Relazioni con il Pubblico e, in generale, altri canali di contatto con il cittadino). Nella pianificazione della presenza sui *social media* non si può quindi prescindere:

- dall'integrazione di tale attività con il piano di comunicazione dell'Ente. La necessità di rendere omogenei messaggi e contenuti e, soprattutto, l'esigenza di integrare i processi della comunicazione tradizionale con quelli dei canali *social* rendono le due attività fortemente complementari e sinergiche;
- da un'attività di raccordo con i Sistemi Informativi e, più in generale, con tutte le funzioni collegate alla gestione e alimentazione del sito web istituzionale.

La **Social Media Policy si divide in esterna e interna**. Quella **esterna** è rivolta agli utenti esterni, al fine di indicare le finalità dell'Ente sui Social Network, la tipologia di contenuti pubblicati, i comportamenti non

accettati come spam, off topic e atteggiamenti offensivi, le informazioni sulla protezione dei dati personali e a chi ci si debba rivolgere in caso di abusi e violazioni. Essa illustra agli utenti le regole di comportamento da tenere negli spazi di presidio dell'Ente e indica quali contenuti e quali modalità di relazione ci si deve aspettare. Quella **interna** è indirizzata invece ai dipendenti e collaboratori dell'Ente e fornisce indicazioni in merito a come deve essere gestita la presenza Social dell'Ente e all'uso dell'eventuale account personale privato.

Social Media Policy esterna dell'Ente

L'Ente utilizza il proprio sito web e i social media per informare gli utenti/cittadini/fruitori e comunicare con loro attraverso la rete internet. I contenuti pubblicati sul sito e sui canali social sono concepiti per informare cittadini, fruitori, turisti, visitatori, scuole, altre PA, fornitori, soggetti che operano sul medesimo territorio sulle attività, progetti, iniziative e eventi promossi dall'Ente e per favorirne la diffusione.

La filosofia e la logica stessa di funzionamento dei siti di *social networking* sono improntate allo scambio paritetico di informazioni e al dialogo. In questo senso segnano il superamento della logica mono direzionale propria dei *mass media* tradizionali e sollecitano anche le Amministrazioni ad una sfida culturale di ampia portata che impone una maggior apertura al dialogo e al confronto.

Nella pratica, infatti, l'Ente che crea un proprio presidio *social* è chiamato non soltanto a offrire materiali informativi di qualità ma anche, per non dire soprattutto, ad ascoltare, recepire e rispondere, per quanto possibile, alle sollecitazioni provenienti dagli interlocutori con continuità e tempestività. Diversamente, la presenza all'interno dei canali sociali finisce per risultare inutile, quando non controproducente, rispetto al raggiungimento degli obiettivi dell'Ente.

I social network, rispetto al sito web istituzionale, non sono solo semplice opportunità per diffondere informazioni e notizie ma, per la loro "natura socievole", fanno aumentare, molto rapidamente, la cerchia di persone interessate o potenzialmente interessate all'ente e alle sue attività. Inoltre questi facilitano la collaborazione e la relazione con le persone e questo aiuta i Parchi, nel perseguire obiettivi comunicativi; potendo sfruttare queste piattaforme come ulteriore canale per un dialogo continuo e diretto che, se ben gestito, può tradursi col tempo in una relazione "affettiva" e di fiducia verso il territorio delle aree protette. Il profilo social diventa un ulteriore punto di ingresso per il sito web attraverso cui contattare le persone e portarle con un click sulle proprie pagine per approfondire. Dal profilo social è possibile diffondere e promuovere iniziative finalizzate alla raccolta di opinioni e/o suggerimenti che generano processi dinamici di partecipazione e di collaborazione tra il parco e le persone.

Presenza dell'Ente sui Social

Si individuano, più nel dettaglio, le principali regole di gestione dei social media in capo all'Ente, individuandone tipologia di contenuti, organizzazione e modalità di gestione.

La presenza dell'Ente sui social network non ha l'obiettivo di sostituire i tradizionali strumenti di informazione e di comunicazione, ma di integrarli e allargare il proprio bacino di utenza. Inoltre, occorre precisare che i social media non sono da considerarsi come canali di assistenza. Eventuali richieste in tal senso, anche se pervenute attraverso messaggi privati veicolati tramite i sistemi di messaggistica integrati nelle diverse reti sociali digitali, verranno valutati e inviati agli uffici competenti e/o si provvederà ad informare l'utente circa le corrette modalità di utilizzo del servizio e ad indicare i contatti di riferimento cui è necessario rivolgersi.

Come avviene per tutte le forme di dialogo, la credibilità e la costruzione del consenso non sono collegate soltanto alla qualità dei singoli interventi, ma anche alla continuità data nel tempo alla propria presenza. In altri termini, il valore complessivo associato a un *account social* dipende in egual misura dalla rilevanza dei contenuti, dalla loro accuratezza e dalla capacità di renderli in maniera continuativa e responsabile nel tempo. Simmetricamente, nel momento in cui lo spazio *social* dell'Ente viene percepito come scarsamente presidiato o abbandonato (in ragione della scarsa frequenza di aggiornamento o della mancata risposta alle domande) la sua credibilità nei confronti degli interlocutori cade in maniera verticale. E' fondamentale infine garantire tempi di risposta sufficientemente rapidi, nonché definire internamente i livelli di responsabilità necessari per parlare in nome e per conto del proprio Ente. Per tali ragioni l'Amministrazione dell'Ente deve garantire la necessaria disponibilità del personale per un presidio continuo dei propri canali social e dell'ambiente social terzo che interagisce e potrebbe chiamare in causa l'ente.

Contenuti

I canali social media che fanno capo all'Ente, dettagliati nel seguito, sono luogo di incontro, di discussione e scambio di buone pratiche per tutta la community che ama e vive le Aree protette delle Alpi Cozie anche a distanza. I canali social sono utile strumento per ricevere news e informazioni, condividere emozioni, foto o nuove idee. L'Ente è felice di ospitare conversazioni, raccogliere suggerimenti e spunti interessanti per migliorare le pagine e i servizi offerti agli utenti. Ogni commento, link, video, foto, audio contestuale alla conversazione che sia conforme alle regole dello specifico social e della *netiquette* è il benvenuto sui profili social dell'Ente.

I canali social costituiscono una importante vetrina per i contenuti e gli approfondimenti trattati sul sito istituzionale dell'Ente pertanto ogni news, evento, pagina del sito viene promossa come link tramite i canali social, incrementando il traffico in entrata sul sito. La presenza di spazi pubblicitari a margine dei contenuti pubblicati nelle pagine dei social network utilizzati dall'Ente non è sotto il controllo dell'Ente, ma è gestita in autonomia dagli amministratori dei singoli social network.

Attraverso i canali online dell'Ente potranno altresì essere condivisi contenuti e messaggi di pubblico interesse e utilità realizzati da soggetti terzi previa verifica dell'attendibilità della fonte.

I contenuti trattati dovranno essere riconducibili agli obiettivi di comunicazione dell'Ente quali:

1. rendere visibile e legittimare l'Ente
2. far conoscere gli obblighi di legge,
3. adempiere agli obblighi di trasparenza dell'ente pubblico,
4. creare partecipazione e ingaggio,
5. far conoscere, comunicare e creare partecipazione sui temi dell'ambiente, dell'educazione ambientale e dello sviluppo sostenibile,
6. far conoscere, comunicare e creare partecipazione su tema della conservazione e della ricerca scientifica,
7. far conoscere, comunicare e promuovere i Parchi Alpi Cozie come destinazione turistica.

L'Ente non promuove e non condivide:

- contenuti su tematiche oggetto di controversie legali o affermazioni che potrebbero essere utilizzate contro l'Ente;
- informazioni riservate o protette dal diritto alla privacy, come la corrispondenza interna, informazioni di terze parti su contenuti, documenti, progetti non ancora resi pubblici o relativi a procedimenti in corso;
- informazioni personali o dati sensibili.

Organizzazione

Il sito e i canali social sono gestiti dall'ufficio media dell'ente che fa capo alla Direzione e al Responsabile dell'Area comunicazione, fruizione ed educazione dell'Ente.

Il gruppo di lavoro dell'ufficio media realizza contenuti originali di carattere testuale, fotografico, infografico, video, etc... che sono utilizzabili con Licenza Creative Commons con Attribuzione - Creative Commons Attribution-ShareAlike Italy License (CC BY SA). Promuove e valorizza il dialogo collaborativo con le comunità di utenti dei social media.

La gestione degli account è in capo al Responsabile dell'Area comunicazione individuato formalmente nell'organizzazione dell'Ente che provvede anche alla gestione dei ruoli di pubblicazione sui social network in base a quanto disposto dal presente regolamento. E' escluso che la gestione degli account e dei ruoli all'interno degli account (dove prevista) possa essere demandata a figure professionali esterne non esplicitamente incaricate dall'ente o rappresentanti dell'amministrazione dell'Ente, in quanto tali funzioni devono essere sempre ricondotte a persone assoggettate al Codice di Comportamento dei dipendenti pubblici e al Codice di Comportamento dell'Ente.

Il Responsabile dell'Area comunicazione agisce in stretto coordinamento con la Direzione e informa tempestivamente il Direttore ogni qualvolta l'interazione social possa interessare decisioni gestionali o amministrative dell'Ente rilevanti e tutte le volte che intercetti aspetti legati a indirizzi e/o decisioni politiche. In tali casi le modalità di intervento sono preventivamente concordate e autorizzate dalla Direzione, sulla base del Piano di Comunicazione dell'Ente.

Il monitoraggio e controllo delle attività sui siti di *social networking* spetta all'Ufficio Media che ne effettua valutazioni e verifiche, in tempo reale e su periodi più lunghi, e non solo a livello di pura informazione ma soprattutto di comunicazione (dialogo e interazione) e, per natura stessa dell'Ente, di vera promozione (ingaggio e partecipazione).

Il Responsabile dell'Area comunicazione in caso di avvicendamento comunica al successore tutte le password e i codici di accesso dei canali social gestiti.

Moderazione e netiquette

I canali social dell'Ente vengono costantemente e sistematicamente presidiati e moderati.

L'Ente si impegna a gestire spazi di comunicazione e dialogo all'interno dei propri profili social chiedendo ai propri utenti il rispetto di alcune semplici regole di *netiquette*:

1. A tutti si chiede di esporre la propria opinione con correttezza e misura, basandosi per quanto possibile su dati di fatto verificabili e di rispettare le opinioni altrui.
2. Nei social network ognuno è responsabile dei contenuti che pubblica e delle opinioni che esprime. Non saranno comunque tollerati insulti, volgarità, offese, minacce e, in generale, atteggiamenti violenti.
3. I contenuti pubblicati devono rispettare sempre la privacy delle persone. Vanno evitati riferimenti a fatti o a dettagli privi di rilevanza pubblica e che ledano la sfera personale di terzi.
4. Requisito essenziale degli argomenti sui canali social dell'Ente è l'interesse pubblico. Non è possibile utilizzare questi spazi per affrontare casi personali.
5. L'interesse degli argomenti rispetto alle finalità dell'Ente è un requisito essenziale: non è possibile utilizzare questi spazi per scopi diversi da quelli istituzionali dell'Ente.
6. Ogni discussione è legata a un tema specifico: si richiede a tutti i partecipanti di rispettarlo, evitando di allargare il confronto in modo generico e indiscriminato.
7. Non sarà tollerata alcuna forma di pubblicità, spam o promozione di interessi privati o di attività illegali.
8. Non sono ammessi contenuti che violino il diritto d'autore né l'utilizzo non autorizzato di marchi registrati.

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

1. hanno un contenuto politico o propagandistico;

2. presentano un linguaggio inappropriato e/o un tono minaccioso, violento, 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.

Per chi dovesse violare ripetutamente queste condizioni o quelle contenute nelle policy degli strumenti adottati, l'Ente 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. Messaggi contenenti dati personali (indirizzi email, numeri di telefono, indirizzi, etc) potranno essere rimossi a tutela delle persone interessate.

Nella gestione dei canali social i referenti dell'ente:

- cercheranno di rispondere alle richieste esterne entro le 48 ore ma non è assicurata l'immediatezza della risposta durante i fine settimana, le festività e al di fuori dell'orario di ufficio;
- non sono in alcun modo responsabili di ciò che viene scritto dagli utenti della pagina, link ad altri siti o contenuti pubblicati;
- non sono inoltre responsabili dei contenuti condivisi dagli utenti sui profili che fanno capo all'Ente e su quelli di terzi. Le opinioni, commenti e contenuti riportati sulla pagina dagli utenti non potranno essere in ogni caso ricondotti all'Ente.

Privacy e trattamento dei dati personali

Il trattamento dei dati personali degli utenti risponde alle policy in uso sulle piattaforme utilizzate. I dati personali o sensibili inseriti in commenti o post pubblici all'interno dei canali sui social media dell'Ente potranno essere rimossi. I dati condivisi dagli utenti attraverso messaggi privati spediti direttamente ai gestori dei canali saranno trattati nel rispetto delle norme vigenti sulla protezione dei dati personali e della privacy dell'Ente. Per ogni approfondimento relativo al trattamento dei dati personali è possibile consultare le Note legali e la Privacy sul sito web (<https://www.parchialpicozie.it/page/view/note-legali-e-privacy/>)

Account istituzionali

L'Ente è presente su Facebook, Instagram, Youtube e Twitter e i profili sono gestiti dalla struttura deputata con riferimento a quanto descritto nel precedente paragrafo "organizzazione".

Eventuali profili social del presidente, del dirigente, degli amministratori non rientrano tra gli account istituzionali, sono gestiti personalmente e seguono le indicazioni della social media policy interna. Allo stesso modo i profili dei dipendenti e dei collaboratori dell'Ente sono gestiti esclusivamente a titolo personale e seguono le indicazioni della social media policy interna.

Facebook

La pagina ufficiale dell'Ente - creata come FanPage il 13.10.2015 – è @ParchiAlpiCozie ed è raggiungibile all'indirizzo: <https://www.facebook.com/parchialpicozie>.

L'iscrizione alla pagina dell'Ente è libera. Qualsiasi utente iscritto a Facebook, accedendo a questo link, può cliccare sul cosiddetto bottone "mi piace" (diventando "fan" della pagina), leggere tutti gli aggiornamenti della pagina e interagire con i contenuti pubblicati.

Su Facebook è possibile condividere e commentare i contenuti pubblicati nel rispetto delle regole stabilite nella presente social media policy. È possibile interagire con il gruppo di lavoro dell'Ente, sia pubblicamente che tramite messaggi privati.

L'Ente inoltre gestisce e modera i profili ereditati o direttamente connessi ai quattro parchi naturali gestiti:

- <https://www.facebook.com/parconaturaleavigliana>
- <https://www.facebook.com/parconaturalevaltroncea>
- <https://www.facebook.com/parcoorsierarocciavre>
- <https://www.facebook.com/parconaturalegranbosco>

Instagram

Il profilo Instagram #ParchiAlpiCozie ufficiale – creato il 15.11.2016 - è raggiungibile all'indirizzo: <https://www.instagram.com/parchialpicozie/>

Su Instagram sono presenti immagini di paesaggio, ambiente, territorio, specie, attività, escursioni, esperienze, progetti nel rispetto delle regole stabilite nella presente social media policy.

L'Ente non risponde di ulteriori profili - ad esso riferiti - presenti su Instagram

È possibile interagire con il profilo dell'Ente, sia pubblicamente che tramite messaggi diretti.

Vengono condivise anche foto fatte dagli utenti purché come contributo alla mission dell'ente.

Twitter

Il profilo ufficiale @parchialpicozie è gestito dal 01.01.2020 ed è disponibile all'indirizzo:

<https://twitter.com/ParchiAlpiCozie>

Qualsiasi utente iscritto a Twitter può decidere liberamente di diventare "follower" delle notizie ivi pubblicate.

Il profilo Twitter ufficiale è @ParchiAlpiCozie raggiungibile all'indirizzo web: <https://twitter.com/ParchiAlpiCozie>

Su Twitter è possibile twittare, retwittare 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 Diretti. L'Ente non risponde di ulteriori account - ad esso riferiti - presenti su Twitter.

Youtube

Qualsiasi utilizzatore di internet può in questo caso accedere al canale Youtube. Il canale Youtube ufficiale dell'Ente – attivato il 14.07.2014 - è disponibile all'indirizzo: <https://www.youtube.com/user/parchialpicozie>
Per la gestione del canale è utilizzata, ad oggi, una utenza free, unica di ente, creata a suo tempo su Google con [REDACTED]
[REDACTED] per il caricamento di video. Sul canale Youtube sono presenti video di progetti, iniziative, racconti, interviste, video documentari, video promozionali. L'Ente non risponde di ulteriori profili - ad esso riferiti - presenti su Youtube.

Social Media Policy interna dell'Ente

Si individuano nel seguito le principali modalità d'uso dei social da parte dei dipendenti e collaboratori dell'Ente in rappresentanza dell'ente stesso e in modalità d'uso privato.

Modalità d'uso in rappresentanza dell'ente

Le modalità di comportamento che il personale dell'Ente deve rispettare nel caso in cui, autorizzato dall'Ente, acceda a un sito di social network con un account istituzionale e attraverso esso agisca in nome e per conto dell'Ente sono le seguenti:

- trasferire sui social le singole informazioni declinandole secondo un "linguaggio" consono alla specifica community da raggiungere/sollecitare ed alla specifica news da veicolare.
- redigere contenuti testuali ad hoc, utilizzando immagini e grafica originali a corredo dei contenuti stessi.

Nello specifico, la gestione dei social network mira a:

- implementare e coordinare la presenza dell'Ente sui diversi social network;
- interagire con eventuali partner al fine di condividere e avviare azioni congiunte;
- coadiuvare soggetti interni e/o soggetti esterni che temporaneamente o in maniera continuativa si occupano di inserire i contenuti sui social network dell'Ente;
- gestire i messaggi pubblicati sui social network da utenti esterni. In tal senso si specifica che quando richiesto, viene sempre fornita risposta nel più breve tempo possibile. Nel caso sia necessario, per assicurare la risposta più pertinente ai commenti, il personale autorizzato trasferisce le richieste agli uffici competenti. Nel caso in cui i canali social non siano lo strumento adeguato per fornire la corretta informazione, si provvederà ad informare l'utente circa le corrette modalità di utilizzo del servizio e ad indicare l'ufficio/l'area di riferimento cui è necessario rivolgersi.

Nel caso di apertura di pagine istituzionali e/o di progetto, nonché di pagine legate a particolari iniziative di comunicazione partecipate anche in parte dall'Ente, si prevede la possibilità di accreditare altro personale, pro-

tempore, per l'inserimento di contenuti. Le diverse pagine dovranno, comunque, sempre mantenere un'unica veste editoriale e rispettare le linee di comportamento online definite nel presente documento.

In particolare dovranno essere rispettate le seguenti linee di comportamento:

- l'autore dei contenuti inseriti nei social dovrà essere sempre identificabile qualora possibile;
- il tipo di comunicazione che l'ente persegue sui canali web è "orientata all'utente" ovvero riguarda, in via principale, comunicazione di pubblico interesse;
- l'autore dei contenuti deve evitare di utilizzare, nel linguaggio, toni ironici o troppo confidenziali al fine di mantenere credibilità ed autorevolezza, pur tenendo presente che nelle piattaforme social lo stile è molto meno formale rispetto a quello istituzionale;
- l'animazione degli spazi sociali può avvenire attraverso eventuali iniziative partecipative: chat, sondaggi, discussioni aperte;
- tutti i canali social aperti dovranno essere collegati tra loro in modo da consentire la permeabilità e la circolarità delle informazioni pubblicate;
- la gestione delle pagine avverrà anche attraverso il monitoraggio di segnalazioni e commenti e la cura dell'interazione con gli utenti;
- i criteri di gestione e moderazione dei post e dei commenti degli utenti sono dettagliati nella Social Media Policy esterna dell'Ente, illustrata nella prima parte del presente documento;
- i tempi di pubblicazione sono decisi nell'ambito dell'organizzazione quotidiana delle attività.
- alcune raccomandazioni: è importante programmare con attenzione l'uscita dei post, per non intasare le bacheche dei propri utenti e risultare sgraditi. I post con foto o video sono maggiormente graditi. Gli eventi richiedono almeno una settimana di anticipo con uno o più *remind*, a seconda dell'importanza. Consigliato seguire gli argomenti di attualità e utilizzare festività per creare coinvolgimento.

Inoltre al fine di assicurare un'unica veste editoriale, occorre considerare le seguenti specifiche:

Titoli e hashtag: il singolo post/tweet va redatto prevedendo l'uso degli hashtag in corrispondenza delle principali parole chiave che vengono richiamate nel testo o indicate dall'Ente.

Copertura social degli eventi: ogni evento viene coperto mediaticamente a seconda dell'importanza attribuitagli. A tale proposito l'Ente individua tre livelli di importanza degli eventi, tenendo conto del livello di coinvolgimento della stessa amministrazione e ipotizzando, per ciascuno di essi, delle policy da seguire:

1. eventi alta copertura: per gli eventi organizzati e gestiti direttamente dall'Ente. Diretta social, album fotografico commentato su Facebook e tweet multipli in base ai contenuti disponibili;
2. eventi media copertura: per gli eventi organizzati e/o gestiti dall'Ente in collaborazione con altri Enti e/o Partner di specifici progetti. Pubblicazione di 2/3 post nell'arco dell'evento in base alla disponibilità di contenuti;

3. eventi a bassa copertura: per gli eventi organizzati da terzi soggetti che l'ente intende divulgare in quanto ritenuti di interesse strategico per gli stakeholder o perché patrocinati. Pubblicazione di un singolo post nell'arco dell'evento, con link alla notizia ed eventuale.

Le modalità da attivare per la copertura degli eventi sono preventivamente concordate con i responsabili interni dell'iniziativa, tenendo conto anche degli obiettivi strategici dell'Ente.

Immagini e Album: la pubblicazione di una singola immagine va sempre contestualizzata. Deve quindi riportare il riferimento testuale all'iniziativa e/o evento e, ove possibile, un link di approfondimento. Parimenti, la pubblicazione su Facebook di un album fotografico prevede un esaustivo richiamo - nel titolo e/o nel sottotitolo - all'iniziativa e/o evento nonché, per ogni singola foto, un ulteriore dettaglio con didascalia esplicativa e/o dichiarazione.

Modalità di uso privato

Il presente paragrafo disciplina l'uso privato ossia il caso in cui il dipendente/collaboratore acceda ai social network con un account personale per i propri interessi. I dipendenti e i collaboratori dell'Ente, nella configurazione, utilizzo e gestione dei propri account privati sui social network, sono tenuti a rispettare alcune semplici norme di comportamento:

- devono osservare un comportamento pubblico rispettoso dell'organizzazione presso la quale lavorano;
- devono considerare lo spazio virtuale del social network come spazio pubblico e non privato, in particolare per quanto riguarda il lavoro e le tematiche che attengono l'Ente;
- rispettare quanto previsto nel Codice di Comportamento dei dipendenti pubblici e nel Codice di Comportamento di Ente;
- specificare che le opinioni espresse hanno carattere strettamente personale e non impegnano in alcun modo la responsabilità dell'Ente

I dipendenti e i collaboratori possono liberamente condividere sui propri profili privati i contenuti diffusi dai canali social dell'Ente, quali informazioni su iniziative e o progetti nonché video, immagini e/o infografiche.