

Social Media Policy Esterna

(approvata con deliberazione di Giunta Camerale n. 281 del 18 dicembre 2025)

PREMESSA

SCOPO E CAMPO DI APPLICAZIONE

La *Social Media Policy* è il codice di condotta che regola la relazione su internet e in particolare sui social media tra la Camera di Commercio di Verona (nel prosieguo “Camera di Commercio” o “Ente”) e i suoi utenti (**Social Media Policy Esterna**).

È redatta in conformità a quanto disposto dalle “*Linee Guida per i siti web della PA – Vademecum Pubblica Amministrazione e social media*” del Ministero della Funzione Pubblica e ha lo scopo di informare gli utenti del web e i dipendenti camerali sulle finalità, i contenuti e le regole d’uso dei canali web della Camera di Commercio di Verona.

Articolo 1 Finalità e contenuti

1. La Camera di Commercio pubblica contenuti istituzionali e promozionali sul proprio sito web www.vr.camcom.it ed è presente su alcuni social media (attualmente Facebook, X, Linkedin e YouTube) per informare, comunicare e agevolare l’accesso ai servizi da parte delle imprese e dei cittadini, perseguitando finalità istituzionali e di interesse generale.
2. Attraverso i social network la Camera di Commercio punta a favorire la partecipazione e la divulgazione delle attività istituzionali ai propri diversi interlocutori, informando in tempo reale gli utenti delle iniziative e dei servizi offerti e rinviano per eventuali approfondimenti ai contenuti del sito camerale o di altri siti tematici gestiti dalla Camera di Commercio.
3. I contenuti diffusi dall’Ente attraverso i social network non sostituiscono gli obblighi istituzionali di pubblicità e trasparenza, ma sono da intendere come strumenti complementari al raggiungimento degli stessi. I profili istituzionali aperti sui social network sono quindi da considerarsi una risorsa aggiuntiva rispetto ai tradizionali canali di comunicazione.

Art. 2 Contenuti

1. Attraverso i propri canali social, la Camera di Commercio veicola informazioni per imprese, cittadini e pubblica amministrazione su attività, progetti, iniziative ed eventi promossi dall’Ente, dal sistema camerale e da soggetti partner. Possono, 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.
2. Generalmente i contenuti diffusi tramite i profili social dell’Ente, seguono le seguenti priorità tematiche:
 - LinkedIn: canale prioritario per la comunicazione istituzionale.
 - Facebook: canale di supporto per eventi e iniziative con carattere partecipativo.

- X: canale privilegiato per i rapporti con i media e la diffusione dei dati economici.
 - YouTube: archivio e repository dei contenuti audiovisivi.
3. I contenuti testuali, fotografie, infografiche, video e altri materiali multimediali prodotti dalla Camera di Commercio o da soggetti appositamente incaricati e autorizzati, veicolati attraverso i canali social della Camera di Commercio, sono da considerarsi in licenza “Creative Commons Attribuzione - Non commerciale”: possono essere riprodotti liberamente citando la fonte.
4. La presenza di eventuali spazi pubblicitari a margine dei contenuti pubblicati nelle pagine dei social network non è sotto il controllo della Camera di Commercio, ma è gestita in autonomia dagli stessi social network. La Camera non assume, pertanto, alcuna responsabilità rispetto a dette attività promozionali.
5. La Camera di Commercio non promuove e non condivide comunicazioni lesive della riservatezza o che rappresentano notizie prive di fondamento o non autorizzate dalla fonte originaria.

Articolo 3 **Competenze e orari di presidio dei profili social camerali**

1. I canali social della Camera di Commercio di norma sono alimentati e monitorati in orario di ufficio, dal lunedì al venerdì (esclusi festivi e prefestivi). Non è sempre garantita una interazione in tempo reale.
2. I profili social istituzionali sono gestiti dall’Ufficio Relazioni con il pubblico/Comunicazione e dal personale degli uffici individuati dal Segretario Generale. I profili social tematici (ossia afferenti a specifici progetti e/o attività) sono gestiti dal personale dell’ufficio responsabile del progetto e/o dell’attività.
3. Eventuali messaggi privati pervenuti sui canali social istituzionali saranno gestiti dall’Ufficio Relazioni con il pubblico/Comunicazione, anche al fine di indirizzare le richieste di informazioni più specifiche verso gli uffici competenti.
4. Al fine di promuovere iniziative e servizi della Camera di Commercio verso specifici segmenti di pubblico, su richiesta degli uffici interessati, l’Ufficio Relazioni con il pubblico/Comunicazione realizza campagne di advertising sui canali social.

Articolo 4 **Moderazione e regole per gli interessati**

1. La visibilità dei canali social della Camera di Commercio è libera e aperta a tutti.
2. I canali social vengono moderati dall’Ufficio Relazioni con il pubblico/Comunicazione. La moderazione avviene a posteriori, ovvero in un momento successivo alla pubblicazione ed è finalizzata al contenimento di eventuali comportamenti contrari alle regole della presente social media policy.

3. I commenti e i *post* degli utenti, che sono invitati a presentarsi con nome e cognome, rappresentano l'opinione dei singoli e non quella della Camera di Commercio, che non può essere ritenuta responsabile di ciò che viene postato o commentato sui propri canali da terzi.

4. Gli utenti sono tenuti a rispettare le seguenti regole di comportamento (*netiquette*):

a) esporre la propria opinione con correttezza e misura, rispettando le opinioni altrui: i 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.

b) requisito essenziale degli argomenti sui canali social della Camera di Commercio è l'interesse pubblico: non è possibile quindi utilizzare i canali social per scopi diversi da quelli istituzionali dell'Ente, né per trattare casi personali. Eventuali necessità di approfondimento saranno indirizzate ai canali di contatto tradizionali;

c) rispettare la privacy delle persone: vanno evitati riferimenti a fatti o a dettagli, così come la pubblicazione di dati personali o immagini privi di rilevanza pubblica e/o che ledano la sfera personale di terzi.

5. La Camera di Commercio si riserva la facoltà di rimuovere qualsiasi contenuto ritenuto in violazione della presente social media policy e/o di altre disposizioni applicabili, di usare il ban o il blocco per impedire ulteriori interventi nonché di segnalare l'utente alle forze dell'ordine preposte.

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

- a) hanno un contenuto politico o propagandistico;
- b) presentano un linguaggio inappropriato e/o un tono minaccioso, violento, volgare o irrispettoso;
- c) hanno contenuti offensivi, ingannevoli, allarmistici, minatori o in violazione di diritti di terzi;
- d) presentano contenuti illeciti o che incitano a compiere attività illecite;
- e) presentano contenuti a carattere osceno, pornografico o pedopornografico, o tale da offendere la morale comune e la sensibilità degli utenti;
- f) hanno un contenuto discriminatorio per genere, razza, etnia, lingua, credo religioso, opinioni politiche, orientamento sessuale, età, condizioni personali e sociali;
- g) mirano a promuovere attività commerciali, professionali o comunque a fini di lucro e/o siano classificati come spam;
- h) promuovono o sostengono attività illegali, che violano il copyright o che utilizzano in modo improprio un marchio registrato.

Articolo 5
Trattamento dei dati personali

1. Il trattamento dei dati personali degli utenti risponde alle policy in uso sulle piattaforme utilizzate.
2. I *post* e i commenti pubblicati sui canali social della Camera di Commercio, contenenti dati personali (indirizzi e-mail, numeri di telefono, indirizzi, etc.), potranno essere rimossi a tutela delle persone interessate.
3. I dati condivisi dagli utenti attraverso messaggi privati spediti direttamente ai profili istituzionali o acquisiti attraverso campagne di lead generation, advertising e manifestazioni di interesse, saranno trattati nel rispetto della vigente normativa in materia di privacy.

Articolo 6
Contatti

1. Gli utenti possono rivolgere segnalazioni (ad esempio violazioni del copyright o della proprietà intellettuale o eventuali reclami) all'Ufficio Relazioni con il pubblico/Comunicazione, scrivendo a urp@vr.camcom.it.