Allegato *"B"*

COMUNE DI ROVIGO

SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

Allegato sub *"A"* al *"Codice di comportamento dei dipendenti del Comune di Rovigo"*

Allegato *"B"*

1. PREMESSA

Il Comune di Rovigo utilizza Internet e i social media per informare, comunicare, ascoltare i cittadini e favorire il loro accesso ai servizi. Attraverso i *social network* il Comune favorisce la partecipazione, il confronto e il dialogo con i propri interlocutori. In questi spazi e con queste attività, l'Amministrazione intende perseguire finalità istituzionali e di interesse generale.
Il presente documento definisce le principali **regole** di gestione dei *social network* del Comune di Rovigo (da ora solo: *Comune*), da parte del personale interno e collaboratori esterni all'ente che utilizzano i canali *social* personali e che si interfacciano con i canali del C*omune*, alla luce delle modifiche legislative introdotte dall'articolo 1, comma 1, del DPR 13 giugno 2023, n. 81, mediante l'aggiunta dell'articolo 11-*ter*, al codice di comportamento *generale,* approvato con DPR 16 aprile 2013, n. 62.
La presente disciplina, per quanto sopra, intende perseguire le seguenti finalità:

- tutelare la *brand reputation*;
- regolamentare le conversazioni e le interazioni sui canali *social;*
- definire le modalità di interazione con la *community* che si crea intorno alle attività del *comune.*

2. SOCIAL NETWORK UTILIZZATI

Alla data odierna, i profili *social* attivi, afferenti all'Amministrazione Comunale, sono i seguenti:

SOCIAL MEDIA E INDIRIZZO	U.O. DI RIFERIMENTO
Facebook – Profilo del Comune di Rovigo https://www.facebook.com/comunedirovigo/	Comunicazione-URP Uff. Stampa
Facebook – Profilo del Museo dei Grandi Fiumi https://www.facebook.com/www.museograndifiumi.it/	Museo Grandi Fiumi Operatori Esterni Comunicazione-URP
Facebook – Profilo del Teatro Sociale https://www.facebook.com/teatrosocialedirovigo.it	Teatro Sociale Comunicazione-URP
Instagram - Profilo del Comune di Rovigo https://www.instagram.com/comune_di_rovigo/?hl=it	Comunicazione-URP Uff. Stampa
Instagram - Profilo del Museo dei Grandi Fiumi https://www.instagram.com/grandifiumirovigo/	Museo Grandi Fiumi Comunicazione-URP
Instagram - Profilo del Teatro Sociale https://www.instagram.com/teatrosocialedirovigo/	Teatro Sociale Comunicazione-URP

Youtube - Profilo del Comune di Rovigo https://www.youtube.com/user/ComuneRovigo/	Comunicazione-URP Uff. Stampa
Youtube - Profilo del Teatro Sociale di Rovigo https://www.youtube.com/channel/UCPCNHMW-Rb9guj9ONEmi_SA/	Teatro Sociale Comunicazione-URP
YouTube profilo di InnovationLab https://www.youtube.com/channel/UCXiCpFiVYQdDa5_OW9okuGA	Urban Digital Center - InnovationLab Rovigo Comunicazione-URP
Facebook profilo di InnovationLab https://www.facebook.com/UrbanDigitalCenterRovigo	Urban Digital Center - InnovationLab Rovigo Comunicazione-URP
Instagram profilo di InnovationLab https://www.instagram.com/urbandigitalcenterrovigo/	Urban Digital Center - InnovationLab Rovigo Comunicazione-URP
Twitter profilo di InnovationLab https://twitter.com/UrbanCenterRO	Urban Digital Center - InnovationLab Rovigo Comunicazione-URP
Linkedin profilo di InnovationLab linkedin.com/company/urban-digital-center-innovationlab-rovigo	Urban Digital Center - InnovationLab Rovigo Comunicazione-URP

I canali istituzionali sono gestiti, di norma, da n. 4 dipendenti coordinati dal dirigente del Settore URP Comunicazione e Qualità.
I profili *social* che fanno capo direttamente al Sindaco e ai componenti della Giunta comunale sono gestiti personalmente dagli interessati.
Altri *account social* presenti e riferiti a qualsiasi titolo al C*omune* non sono né gestiti dal *Comune*, né riconducibili a qualsiasi titolo alla diretta responsabilità dell'ente.
Il *Comune* potrà aumentare o diminuire i propri canali *social* senza necessità di aggiornare il presente documento.

3. CONTENUTI

Sulle diverse piattaforme di *social networking* utilizzate, vengono fornite informazioni che riguardano le novità normative, le disposizioni comunali, i servizi, le iniziative, gli eventi, le informazioni e le attività che coinvolgono direttamente o indirettamente il C*omune,* anche per ciò che concerne le società controllate e i servizi gestiti in convenzione o in unione dei comuni.

I canali producono propri contenuti testuali, fotografie, video ed altri materiali multimediali che possono essere riprodotti liberamente, ma devono sempre riportare il riferimento al canale da cui sono tratti i contenuti informativi.
Occasionalmente, previa verifica dell'attendibilità della fonte, è possibile valutare il rilancio di informazioni di interesse pubblico veicolate da soggetti terzi (istituzioni, soggetti pubblici, altre autonomie locali, mezzi di informazione, eccetera) al fine di incoraggiare la diffusione delle informazioni e la partecipazione degli utenti.
Non saranno pubblicate informazioni su attività lavorative, servizi e progetti e documenti non ancora resi pubblici (prima che siano ufficialmente deliberati o comunicati formalmente alle parti), nonché informazioni personali eccedenti e non pertinenti con l'informazione, i dati "*particolari*" e giudiziari.
Si precisa, inoltre, che le piattaforme digitali non sono sostitutive dei consueti canali di contatto, informazione e comunicazione del Comune.

4. RISPOSTE

I profili/pagine ufficiali del Comune vengono gestiti di norma negli orari di servizio di ciascun ufficio responsabile.
Il canale ufficiale per raccogliere segnalazioni o reclami è l'URP (urp@comune.rovigo.it).
I social media istituzionali non sostituiscono i tradizionali canali di contatto dell'Amministrazione. Per contattare il Comune è possibile utilizzare le informazioni disponibili sul sito istituzionale (www.comune.rovigo.it).
I canali social non possono essere utilizzati per la presentazione di istanze, domande o modulistica. Le richieste, le segnalazioni e le domande pubblicate dagli utenti sono inoltrate agli uffici competenti.
In ogni caso si invita a non presentare segnalazioni anonime e a non pubblicare dati personali propri o di terzi o altri elementi che potrebbero consentire l'identificazione di persone.
Non è prevista moderazione preventiva su eventuali contenuti creati dagli utenti (post, commenti, tweet ecc.).
La moderazione può avvenire a posteriori al fine di regolare eventuali comportamenti degli utenti contrari a quanto previsto da questa *policy* e dalla normativa vigente. Le operazioni di moderazione sono curate dal responsabile di ciascun account, in accordo con il proprio Capo Settore.
Possono essere sottoposti a moderazione, e se necessario rimossi senza avviso, i seguenti contenuti creati dagli utenti:

a) non attinenti rispetto ai contenuti pubblicati dall'Ente (cd. *off topic*);
b) contenenti dati personali propri o di terzi, soprattutto se sensibili, o altre forme di violazione della *privacy*, ad esempio con riferimenti a informazioni o fatti personali o altri elementi che potrebbero consentire l'identificazione di persone (per tali casi si invita a contattare l'Ufficio per le Relazioni con il Pubblico o gli uffici competenti attraverso canali che garantiscano il rispetto della riservatezza, usando i recapiti indicati sul sito istituzionale www.comune.rovigo.it);
c) che costituiscono messaggi indesiderati di qualsiasi genere (cd. *spam*);
d) inseriti ripetutamente e/o al fine di disturbare o provocare;
e) che costituiscono pubblicità o promozione di attività commerciali, di prodotti o servizi privati con fini di lucro e/o non attinenti rispetto alle attività istituzionali dell'Ente;
f) che violano le norme sul diritto d'autore/copyright o che utilizzano in modo improprio un marchio registrato;
g) con fine elettorale o propagandistico;

h) contenenti insulti, turpiloquio, linguaggio inappropriato, minacce;
i) discriminatori, ingannevoli, allarmistici, illeciti o di incitamento a compiere attività illecite;
j) che costituiscono, in qualsiasi modo, violazione della normativa vigente, anche riguardo al rispetto della dignità personale, dei diritti umani e dei principi di libertà e uguaglianza.

5. RESPONSABILITÀ INTERNA DEI CONTENUTI

I dipendenti e/o collaboratori che si occupano della pubblicazione dei messaggi sui *social network* sono responsabili dei contenuti che inviano, del materiale foto e video utilizzato e delle opinioni che vengono espresse.
L'interesse pubblico degli argomenti trattati è un requisito essenziale: non è possibile utilizzare gli spazi per svolgere attività politica o di promozione, nonché affrontare casi di natura personale. Non è ammessa nessuna forma di pubblicità.
Il personale del *Comune* che accede per uso privato ai *social network* è tenuto a rispettare alcune norme di comportamento. Occorre considerare, infatti, che "*la persona può essere comunque identificata dagli altri utenti dello stesso social network come un dipendente della pubblica amministrazione e, come tale, deve impegnarsi a mantenere un comportamento corretto"*.
Oltre a quanto previsto dall'articolo 11-*ter*, del DPR 62/2013 e dall'articolo 11 del vigente codice di comportamento di ente, il personale dipendente dovrà considerare lo spazio virtuale come uno spazio pubblico e non privato, in particolare per quanto riguarda il lavoro e le tematiche che attengono la propria amministrazione. In ogni caso, vanno evitati e/o rimossi tutti gli interventi e i commenti che possano nuocere al prestigio, al decoro o all'immagine dell'amministrazione.
In caso di violazione delle norme contenute nel codice generale (DPR 62/2013), nel codice di comportamento di ente o nel presente documento (che forma parte integrante e sostanziale del codice di ente), si applica l'articolo 16, del DPR 62/2013, rubricato "*Responsabilità conseguente alla violazione dei doveri del codice".*

6. STILE DI COMUNICAZIONE

Per la redazione dei *post* è necessario attenersi alle aree tematiche ed alla linea editoriale concordata con il dirigente responsabile.
Sarà opportuno, quindi:

- utilizzare un linguaggio amichevole pur mantenendo la sobrietà propria di una istituzione pubblica;
- limitare l'utilizzo di *emoticon*;
- evitare abbreviazioni (tipo la lettera *X* al posto della parola *per*);
- avviare le risposte con un ringraziamento o un saluto;
- essere sintetici e ridurre, ove possibile, la lunghezza dei *link* e degli *hashtag;*
- utilizzare, ogni volta sia possibile, immagini di proprietà dell'ente o libere da *copyright*;
- non lasciare nessun *post* di richiesta di informazioni privo di risposta;
- non eliminare nessun commento con la sola esclusione dei casi previsti dal precedente paragrafo 4 "*Risposte*";
- in caso di reclami sull'operato del *Comune,* è necessario contattare l'ufficio competente per condividere la risposta, dar conto di eventuali disguidi ed illustrare le azioni che sono in programma.

7. TUTELA DEI DATI PERSONALI DELLE PERSONE FISICHE (*PRIVACY*)

Il trattamento dei dati personali segue le *policy* in uso nelle diverse piattaforme utilizzate. I dati "particolari" (cd: sensibili) postati in commenti o *post* pubblici all'interno dei canali sui *social media* del *Comune* verranno rimossi. I dati condivisi dagli utenti attraverso eventuali messaggi privati spediti direttamente al gruppo che gestisce i profili *social* saranno trattati nel rispetto del Regolamento (UE) 2016/679 e del d.lgs. 196/2003, per la parte ancora applicabile, e conservati esclusivamente per il tempo necessario allo svolgimento del servizio richiesto dall'utente.