

Media Policy e Netiquette

La media policy risponde agli obiettivi di comunicazione del Centro Studi per la creazione di un dialogo e uno spazio di confronto aperti e trasparenti attraverso tutti i canali digitali.

In continuità con la mission e vision del Centro Studi, utilizziamo i social media, il nostro sito e gli altri canali digitali per la divulgazione di dati, ricerche ed elaborazioni legate all'interpretazione del contesto socioeconomico, per anticipare i profondi mutamenti in corso nei mercati e nella società e fornire informazioni utili di supporto alle policy, con particolare riferimento ai fenomeni territoriali, ma con un orientamento globale.

I contenuti che pubblichiamo sono:

- comunicati stampa
- news relative alle iniziative, alle pubblicazioni e alle analisi e ricerche che il Centro Studi realizza per il Sistema Camerale, per Amministrazioni e istituzioni pubbliche e/o altri soggetti che richiedono una collaborazione o una elaborazione a cura del Centro Studi
- contenuti di networking relativi alle iniziative del sistema camerale e/o iniziative e notizie di altri soggetti in linea con l'oggetto degli studi e delle analisi realizzate e in corso di realizzazione.

La nostra presenza social

Il Centro Studi delle Camere di Commercio "G. Tagliacarne" è presente su Twitter, LinkedIn e Youtube. Gli account istituzionali sono gestiti dall'Ufficio Comunicazione e Stampa del Centro Studi.

Facebook

Il Centro Studi è presente su Facebook con la Pagina istituzionale "Centro Studi Tagliacarne". È possibile seguire la pagina direttamente tramite il link <https://www.facebook.com/Centro-Studi-Tagliacarne-106576775109939>, oppure utilizzare la ricerca di Facebook digitando il nome della pagina @CentroStudiTagliacarne.

Il Centro Studi non risponde di eventuali altre pagine/gruppi/account ad esso riferiti.

Twitter

Il profilo istituzionale del Centro Studi delle Camere di Commercio "G. Tagliacarne" è raggiungibile su Twitter con il nome utente [@IstTagliacarne](https://twitter.com/IstTagliacarne). È possibile seguire la pagina cliccando sul link <https://twitter.com/IstTagliacarne>.

LinkedIn

Il Centro Studi è presente su LinkedIn con la [Pagina istituzionale "Centro Studi delle Camere di Commercio G. Tagliacarne"](https://www.linkedin.com/company/centro-studi-tagliacarne/). È possibile seguire la pagina cliccando qui <https://www.linkedin.com/company/centro-studi-tagliacarne/>.

YouTube

Il Centro Studi delle Camere di Commercio ha aperto un [canale YouTube](#) nel quale accoglie tutti i contenuti audiovisivi riferiti alle proprie iniziative. Il Canale del Centro Studi raccoglie contributi esterni e contenuti propri, debitamente distinti all'interno di playlist specifiche. È

possibile iscriversi al canale o visualizzare i contenuti caricati cliccando qui
https://www.youtube.com/channel/UC_MYIydaANwE5x-D5hzCLSQ.

Spotify

Il Centro Studi delle Camere di Commercio ha lanciato il podcast Agorà su Spotify. Il podcast è disponibile a questo link

<https://open.spotify.com/show/2yMgvH1iyiuHPNA1pFxZbl?si=6ca185f9cbcb4d1f>

Wordpress

Il Centro Studi delle Camere di Commercio gestisce il blog per la pubblicazione degli Instant Paper realizzati nell'ambito dell'iniziativa editoriale "Tesi/Temi" in sinergia con Universitas Mercatorum. Il blog è disponibile a questo link <https://instantpaper.wordpress.com>

Netiquette

Questo documento vuole suggerire una linea di comportamento all'interno del mondo digitale.

"[Netiquette](#)" è un termine che unisce il vocabolo inglese network (rete) e quello francese étiquette (buona educazione): è un insieme, cioè, di regole informali che disciplinano il buon comportamento di un utente nel web, luogo con numerose modalità di connessione, come ad esempio siti, newsgroup, mailing list, forum, blog, social network o semplici email (da Wikipedia).

I contenuti pubblicati dal Centro Studi sono a disposizione per la condivisione, preferibilmente con tag ai profili/pagine social del Centro Studi e citando sempre le fonti di riferimento.

I profili e le pagine social del Centro Studi sono monitorati e moderati per assicurare la correttezza e la trasparenza delle informazioni. Il Centro Studi non è responsabile per le opinioni degli utenti, che rimangono personali.

Fermo restando l'invito a interagire con i profili/pagine del Centro Studi tramite la condivisione e i commenti, si richiede in generale a tutti gli utenti di osservare le indicazioni per un dialogo costruttivo su tutti i nostri canali.

Cosa fare

- è possibile commentare, condividere ed interagire con i nostri contenuti mantenendo un tono in linea con il contenuto e rispettoso delle opinioni altrui
- è possibile commentare, condividere ed interagire basandosi per quanto possibile su dati di fatto verificabili
- requisito essenziale è l'interesse pubblico degli argomenti: i canali social del Centro Studi non possono essere utilizzati per affrontare casi personali.

Cosa non fare

- raccomandiamo di non interagire con contenuti volgari, offensivi, violenti e in generale non in linea con il minimo rispetto richiesto per l'interazione online.



- raccomandiamo di non utilizzare gli spazi di interazione e commento con finalità promozionali private che esulano dall'oggetto del contenuto
- raccomandiamo di non utilizzare materiali e/o contenuti coperti da diritto d'autore
- raccomandiamo di non utilizzare gli spazi di commento/interazione per questioni personali
- raccomandiamo di non interagire con contenuti non pertinenti (off topic)
- i commenti, se conformi alle altre regole sopra citate, per essere accettati, devono appartenere a profili che possiedono queste due caratteristiche: a) avere una foto riconoscibile b) il nome e cognome presente nel profilo deve essere reale.

Contenuti non ammessi

- contenuti politici e/o propagandistici
- contenuti illeciti
- contenuti discriminatori
- contenuti che ledono la privacy di terzi
- contenuti che divulgano dati personali
- contenuti in violazione di norme
- contenuti in violazione del copyright

I commenti e i post degli utenti rappresentano l'opinione dei singoli e non quella del Centro Studi Tagliacarne, che non può essere ritenuto responsabile di ciò che viene postato sui canali da terzi.

Qualsiasi post o commento che violi le regole di utilizzo verrà rimosso. Ci si riserva anche il diritto di usare il ban o il blocco per impedire ulteriori interventi e di segnalare l'utente ai responsabili della piattaforma ed eventualmente alle forze dell'ordine preposte.

La redazione non è responsabile dell'eventuale presenza di spazi pubblicitari a margine dei contenuti pubblicati, gestita in autonomia dai social network.

Trattamento dei dati personali

Trattamenti effettuati autonomamente dai Social Network. Quando si visita la pagina del Centro Studi sui social network, questi ultimi possono raccogliere, ad es. tramite cookie, i dati personali degli utenti. Tale raccolta dati può verificarsi anche se l'utente non ha effettuato l'accesso o non è registrato sul Social stesso. Informazioni relative alla raccolta dati e agli ulteriori trattamenti svolti autonomamente dai Social Network sono reperibili ai seguenti link:

Facebook: <https://www.facebook.com/policy.php>

Twitter: <https://twitter.com/it/privacy>

LinkedIn: <https://it.linkedin.com/legal/privacy-policy?>

YouTube: <https://policies.google.com/privacy?hl=it>

Spotify: <https://www.spotify.com/it/legal/privacy-policy/>

WordPress: <https://automattic.com/privacy/>

Il Centro Studi non è a conoscenza dei dati relativi all'utente raccolti dai Social Network poiché non ha pieno accesso a tali dati o ad alcun profilo dell'utente: può accedere solo alle informazioni del profilo pubblico che l'utente decide di condividere. Le informazioni condivise

dall'utente come pubbliche possono essere modificate da questi tramite le proprie impostazioni personali dello specifico Social Network in uso.

Trattamenti effettuati dal Centro Studi attraverso le piattaforme Social. Il Centro Studi tratta i dati personali (ad es. nome, cognome, indirizzo etc...) che l'utente decide di trasmettere tramite chat/messaggio privato esclusivamente per rispondere, commentare o contattare l'interessato in relazione al contenuto del messaggio stesso e nel rispetto della normativa vigente. In questo caso, la finalità del trattamento è relativa alla gestione delle relazioni istituzionali con gli utenti o potenziali tali, e si basa sul legittimo interesse del Titolare del trattamento (Centro Studi) ai sensi dell'art. 6, par. 1, lett. f del GDPR.

Un utente delle pagine social del Centro Studi può interagire con la Società anche attraverso la pubblicazione di post in bacheca (ove disponibile sul social network). Trattandosi di dati resi manifestamente pubblici dall'interessato, la conoscibilità degli stessi è responsabilità degli utenti stessi.

Il Centro Studi può ricevere o rilevare autonomamente dai Social Network utilizzati Facebook statistiche anonime sull'utilizzo della propria pagina. In quanto non riconducibili a persone fisiche, tali informazioni sono escluse dal perimetro di tutela del GDPR.

Ulteriori informazioni sul trattamento dei dati personali da parte del Centro Studi nonché i diritti in materia di protezione dati riconosciuti ai soggetti interessati sono disponibili nell'informativa privacy pubblicata sul sito istituzionale <https://www.tagliacarne.it/privacy-18/>