

UNITÀ DIGITAL COMMUNICATION E GRANDI EVENTI

Determinazione n. 15 del 2021

Oggetto: **Adozione della "Policy per l'utilizzo del marchio FBK", della "Policy per l'utilizzo di immagini e contenuti per la comunicazione esterna" e delle "Linee guida per la creazione e l'utilizzo di account sui social network collegati a FBK". Aggiornamento delle "Policy Web" e della "Social Media policy" di FBK.**

Destinatari: **tutto il personale**

PREMESSO e CONSIDERATO CHE

- L'Unità Digital Communication e Grandi Eventi (DCGE) supporta la comunicazione esterna del brand FBK, delle principali attività di ricerca e dei risultati ottenuti dalla Fondazione, contribuendo alla valorizzazione degli stessi tramite modalità e strumenti adeguati alle esigenze di comunicazione.
- Il nome e il logo rappresentano un asset importante per essere riconosciuti a livello locale, nazionale e internazionale. Il marchio è indispensabile per garantire alla Fondazione un'immagine uniforme e connotata: è pertanto necessario che l'intera organizzazione sviluppi un'identità e uno stile comunicativo unitario e coordinato, identificabile e riconducibile alla sua attività istituzionale.
- I siti, gli account sui social network e i materiali di comunicazione relativi a iniziative o attività promosse dalla Fondazione e da tutte le sue articolazioni devono essere chiaramente riconoscibili e inserirsi in maniera coerente all'interno del sistema di comunicazione della Fondazione stessa.
- Per una corretta gestione degli account dei social network istituzionali e di quelli riferiti ai Centri di Ricerca, delle relative Unità di Ricerca, di progetti e di eventi promossi da articolazioni organizzative della Fondazione stessa si rendono utili disposizioni e indicazioni pratiche per tutti i gestori (admin ed editor).

LA RESPONSABILE DELL'UNITA' DIGITAL COMMUNICATION E GRANDI EVENTI

DETERMINA

1. l'adozione delle disposizioni contenute nelle **"Policy per l'utilizzo del marchio FBK"** e in particolare delle indicazioni descritte nel manuale d'identità visiva, nonché la **messa a disposizione di un Kit di comunicazione** (suddiviso in Corporate e Centri) che contiene – oltre al manuale d'uso del marchio e la relativa policy – anche le declinazioni e applicazioni corporate e quelle specifiche per tutti i centri, per favorire la corretta applicazione del marchio e delle sue declinazioni.
2. L'adozione delle disposizioni della **"Policy per l'utilizzo di immagini e contenuti per la comunicazione esterna"** e la messa a disposizione di tutto il personale un **archivio fotografico** disponibile su Google Drive che raccoglie immagini ad alta definizione di persone, attività e strutture realizzate da professionisti. Qualora adatte all'uso, vanno scelte immagini presenti in tale archivio.
3. L'adozione delle disposizioni e indicazioni pratiche contenute nelle **"Linee guida per l'utilizzo di social network collegati a FBK"** per la corretta gestione degli account dei social network istituzionali e di quelli riferiti ai Centri di Ricerca, delle relative Unità di Ricerca, di progetti e di eventi promossi da articolazioni organizzative della Fondazione stessa; la messa a disposizione di **un modulo online di accreditamento "Segnala nuovo social FBK"** disponibile su FBK my.portal, gestito dall'Unità Digital Communication e Grandi Eventi (DCGE), utile a segnalare nuovi account e a mappare gli account già esistenti.
4. L'aggiornamento delle "Policy Web" e della "Social Media policy" in linea con le nuove policy adottate.
5. La **calendarizzazione di opportuni momenti formativi** specifici circa i contenuti e il contesto delle singole Policy/Linee Guida oggetto della presente determina che saranno messi a disposizione del personale FBK a seguito dell'adozione della stessa.

Allegati:

1. Policy per l'utilizzo del marchio FBK
2. Policy per l'utilizzo di immagini e contenuti per la comunicazione esterna.
3. Linee guida per l'utilizzo di social network collegati a FBK

Trento, 2 novembre 2021

La Responsabile dell'Unità Digital Communication e Grandi Eventi
- dott.ssa Silvia Malesardi –
FIRMATO IN ORIGINALE

DIGITAL COMMUNICATION AND BIG EVENTS UNIT

Resolution No 15 of 2021

Reference: **Adoption of the "Policy for the use of the FBK trademark", the "Policy for the use of images and content for external communication" and the "Guidelines for the creation and use of accounts on social networks connected to FBK."**

Recipients: **All staff**

WHEREAS

- The Digital Communication and Big Events Unit (DCBE) provides support with the external communication of the FBK brand, the main research work and the results obtained by the Foundation, contributing to its enhancement through methods and tools suitable for communication purposes.
- The name and logo represent an important asset in order to be recognized locally, nationwide and worldwide. The trademark is essential to assure the Foundation a uniform and distinctive image: it is therefore necessary for the entire organization to develop a unitary and coordinated identity and communication style, identifiable and traceable to its institutional activity.
- The sites, social network accounts and communication materials relating to initiatives or activities promoted by the Foundation and all its divisions must be clearly recognizable and fit in a coherent manner within the Foundation's communication system.
- Directives and guidelines are needed for administrators and editors to correctly manage the institutional social network accounts as well as the social network accounts of Research Centers, Research Units, projects and events promoted by the organizational structures of the Foundation.

THE HEAD OF THE DIGITAL COMMUNICATION AND BIG EVENTS UNIT

RESOLVES

1. That the provisions contained in the **"Policy for the use of the FBK trademark"** and in particular the guidance set out in the visual identity manual be adopted, and that a **communication kit (divided into Corporate Kit and Centers Kit) which contains - in addition to the trademark user manual and the relating policy - also the corporate and specific versions and applications for all centers, be provided** to the end of favoring the correct application of the trademark and its variations.
That the provisions of the **"Policy for the use of images and content for external communication"** be adopted and that a Google Drive **photo archive** that collects high-definition images of people, activities and structures created by professionals be made available for all staff. If suitable for use, images from this archive should be preferred.
2. That the provisions and guidance contained in the **"Guidelines for the use of social networks connected to FBK"** be adopted for the correct management of the institutional social network accounts and of the social network accounts of Research Centers, Research Units, projects and events promoted by organizational structures of the Foundation; that the **online accreditation form "Report new FBK social network"** be made available on FBK my.portal and be managed by the Digital Communication and Big Events Unit (DCBE) for the reporting of new accounts and the mapping of existing accounts.
3. Updating of the **"Web Policies"** and the **"Social Media Policy"** in line with the new policies adopted.
4. **That appropriate specific training** sessions covering contents and context of each Policy/Guideline object of this resolution be scheduled and made available to FBK staff following their adoption.

Attachments:

1. Policy for the use of the FBK trademark
2. Policy for the use of images and content for external communication
3. Guidelines for the use of social networks connected to FBK

Trento, November 2, 2021

The Head of the Digital Communication and Big Events Unit
- Silvia Malesardi -
SIGNED IN ORIGINAL