

I social network in condominio

**GRUPPO GIOVANI
ANACI ROMA**

PREMESSA

di Letizia Bianchi

I social network furono creati per finalità del tutto avulse da ambiti ed applicazioni di tipo professionale. Originariamente questo strumento aveva lo scopo di raggiungere e rivedere amici, compagni di classe, colleghi di cui non si avevano più i contatti, con l'obiettivo di ritrovarsi attraverso la condivisione, anche se territorialmente lontani.

Questa opportunità di condivisione e comunicazione informativa, seppur da remoto, ha comportato un utilizzo esponenziale dei social network, su tutti i livelli, tra tutte le generazioni, fino ad approdare alle diverse categorie professionali, con conseguente adeguamento degli strumenti e delle "pagine" proprio a tale diffusione evolutiva.

Tale contesto ha spinto il Gruppo Giovani Anaci Roma ad analizzare alcuni punti di interazione tra questa tecnologia condivisa a livello mondiale e la professione di amministratore. A tal proposito appare opportuno segnalare sin da ora che alcuni aspetti che saranno trattati nei prossimi paragrafi hanno rappresentato un approfondimento di una prassi che si sta diffondendo con andamento crescente; altri, invece, sono stati frutto di immaginazione, volgendo uno sguardo verso un prossimo futuro e caratterizzato, come spesso accade, dalla creatività di tutti gli operatori coinvolti nel settore, nessuno escluso.

WHATSAPP E CONDOMINIO

di Monica Somma

Domanda più che scontata: Chi di noi non conosce "WhatsApp" al giorno d'oggi? Penso che nessuno possa esimersi, a parte forse una ristretta cerchia di persone rientranti in una fascia d'età diciamo... "non interessata" al suo quotidiano utilizzo.

Ad ogni modo, partiamo dalla semplice definizione: trattasi di un'applicazione di messaggistica istantanea creata nel 2009, e facente parte dal 2014 del gruppo Facebook dal 2014, che consente di scambiare messaggi di testo, video, immagini, file audio, documenti ed informazioni di contatto fra due o più persone attraverso una connessione Internet, utilizzando come identificativo il proprio numero di telefono. È compatibile con Android, iOS e Windows Phone e funziona indipendente dal sistema operativo utilizzato dagli utenti. Esistono anche dei client per computer che permettono di utilizzare WhatsApp su Windows e macOS, ma sono legati sempre allo smartphone, cioè si possono usare solo se lo smartphone su cui è installato WhatsApp è acceso e connesso a Internet.

L'invio di messaggi, foto e video è *totalmente gratuito* (escluso, naturalmente, il costo del traffico dati quando si naviga in 3G/LTE). Fino a qualche tempo fa era previsto un canone annuale di 0,89 euro dopo i primi 12 mesi di utilizzo dell'applicazione, ma da gennaio 2016 il servizio è diventato completamente gratuito, e questo forse è uno dei motivi per il quale se ne fa un utilizzo smodato e le compagnie telefoniche fanno a gara per lanciare offerte allettanti sui giga a disposizione.

I messaggi di WhatsApp vengono spediti dal client (ossia dall'applicazione che l'utente ha installato sul proprio smartphone) al server del servizio, il quale provvede a inviare un "segnale" di conferma, che nella app viene segnalato come un singolo segno di spunta verde, e poi a recapitare il messaggio al destinatario (non appena il client di quest'ultimo risulta attivo).

Quando il messaggio arriva a destinazione, il server invia una seconda conferma all'applicazione del mittente facendo comparire l'agognata icona con i due segni di spunta. Le due spunte blu, invece, segnalano la lettura del messaggio da parte del destinatario.

WhatsApp tutela la privacy degli utenti tramite un sistema denominato *cifratura end-to-end*. Con la cifratura end-to-end, i messaggi degli utenti vengono criptati con un sistema composto da due chiavi: una chiave pubblica che viene condivisa con il proprio interlocutore e serve a cifrare i messaggi in uscita, e una chiave privata che invece risiede sullo smartphone di ciascun utente e consente di decifrare le comunicazioni in entrata. Con questo sistema i messaggi arrivano sui server di WhatsApp in forma cifrata e il loro contenuto può essere letto solo dai legittimi mittenti e destinatari.

Insomma, WhatsApp è da ritenersi un'applicazione ragionevolmente sicura. Purtroppo, però, si tratta di un'applicazione "closed source", ossia non è possibile ispezionarne a fondo il codice sorgente e quindi nessuno può sapere se l'implementazione della cifratura end-to-end è impeccabile. Inoltre, c'è da dire che WhatsApp si riserva il diritto di conservare tutti i metadati delle conversazioni: i "nomi" di chi invia i messaggi, gli orari in cui vengono consegnate le comunicazioni ecc. e che mantenendo attiva la funzione di backup sul cloud i messaggi vengono conservati sui server di Google (se si utilizza Android) o Apple (se si utilizza iPhone).

Morale della favola: WhatsApp può essere usato tranquillamente per scambiarsi messaggi con i propri amici, i propri parenti e i colleghi di lavoro, ma è

meglio non fidarsi per quel che riguarda comunicazioni che contengono segreti di inestimabile valore (ma questo vale un po' per tutti i sistemi di messaggistica online!).

Installare questa applicazione sul proprio telefono è un gioco da ragazzi: se si utilizza un terminale Android, si apre Google Play Store, si preme sull'icona della lente d'ingrandimento collocata in alto a destra e si cerca WhatsApp. Successivamente, si seleziona l'icona dell'applicazione dai risultati della ricerca (il fumetto verde con la cornetta bianca all'interno) procedendo su *Installa e Accetto* per avviare l'installazione di WhatsApp sul proprio smartphone; basta inserire le proprie credenziali ed il proprio numero di cellulare e si accettano in automatico le impostazioni del sistema stesso.

A questo punto il gioco è fatto! Sarà sufficiente cercare la persona interessata, che a sua volta si avvalga ovviamente dello stesso canale di comunicazione, avviando così la conversazione; è inoltre possibile creare gruppi con un numero massimo di 50 partecipanti in cui condividere messaggi e contenuti multimediali.

Probabilmente in questo periodo di quarantena abbiamo avuto ancor più occasione di apprezzare alcuni dei vantaggi che riserva, come la videochiamata (singola o di gruppo), lo scambio di foto e file audio con amici e parenti lontani, al fine di rimanere simultaneamente in contatto, abbattendo quel "muro di quotidianità" che spesso ci allontana, essendo presi esclusivamente dalla nostra routine convulsa.

Così descritto in effetti sembra proprio non avere alcun difetto... Ma non mi sento affatto di tesserne le lodi né tantomeno di sponsorizzarla pensando di accostarla alla professione dell'amministratore di condominio e farne un uso concreto e quotidiano. Può non essere difficile intuirne il perché, ma procedo a dettagliare nel miglior modo possibile questo mio punto di vista, che non vuole essere naturalmente assolutista ma un mero spunto di riflessione al riguardo.

Essendo per definizione un "canale diretto", senza alcun tipo di filtro di attesa ed abbattendo il tempo e le distanze che invece sono dovute – perché ogni volta che scriviamo corriamo a verificare la doppia spunta blu – genera in automatico il pensiero "*perfetto, lo ha letto, quindi adesso mi deve rispondere nell'immediato*", il che va a braccetto con l'idea che tutti hanno di un amministratore di condominio, ossia che deve attivarsi in tempo reale appena sottoscriviamo una richiesta altrimenti non è efficiente nello svolgimento del suo operato.

Ecco che ci troviamo in un attimo la notifica sullo schermo del messaggio del condomino che chiede le chiavi del terrazzo condominiale perché tutti gli altri, rinchiusi in casa per la quarantena epidemiologica, stanno facendo esercizio fisico al piano comune sopra di lui piuttosto che la nota audio del proprietario del piano terra che si ritrova il proprio giardino infestato di sporcizie gettate dai piani superiori e che quindi, non limitandosi più a posizionarsi davanti al pc per elencare tutte le sue lamentele in una bella mail completa, afferra il telefono imbufalito e sfoga tutto il suo risentimento in una nota audio che, possibilmente, è meglio se ascoltiamo con gli auricolari.

Questi sono solo due dei mille esempi concreti che ciascuno di noi potrebbe portare a paragone, ed è sulla base di questi che ritengo che questa tipologia di canale di comunicazione non sia affatto permissibile, proprio perché non più gestibile né contenibile.

Non svolgendo una professione che impone, a differenza di altre di ordine pubblico e di utilità sociale differente, la reperibilità h24, appare il più delle volte eccessivo nei confronti del professionista abusare del servizio di messaggistica istantanea; il più delle volte mi ritrovo a rispondere chiedendo esplicitamente di utilizzare la mail dedicata messa a servizio del condominio, garantendone la lettura – e la possibile risoluzione alla problematica manifestata – in tempi brevi, ottemperando al meglio e tempestivamente come mi sono sempre impegnata a fare.

WHATSAPP BUSINESS

di Daniele Cicerchia

Analizzando il panorama di social e piattaforme online come strumenti di cui avvalerci nella nostra attività professionale, un posto importante spetta, a mio avviso, all'utilizzo di WhatsApp Business (nato nel 2018), che personalmente ho attivato da circa un anno sul numero fisso dello studio.

Come tutti vi chiederete... numero fisso? Sì, perché con un piccolo trucco è possibile utilizzare il numero fisso in modo da poter deviare lì ogni richiesta ed evitando di intasare i nostri WhatsApp personali, ottenendo così numerosi vantaggi.

Ho deciso di intraprendere questa strada perché gli strumenti di messaggistica istantanea sono entrati sempre più prepotentemente nel nostro lavoro, inizialmente per l'invio di foto e video, ormai anche per la condivisione di documenti e file di ogni tipo e formato.

WhatsApp è uno strumento agile, rapido e alla portata di tutti che però, a mio avviso, va usato con cautela. Qualsiasi arma, usata nel modo sbagliato può ritorcersi contro di noi.

Personalmente ho potuto apprezzare WhatsApp Business poiché presenta alcune funzioni che non sono previste in quello "classico" e che, a volte, ci possono facilitare nel rapporto con i condomini.

Ad esempio prevede la possibilità di creare dei messaggi automatici di risposta, al di fuori dell'orario di apertura dello studio, e di scegliere degli orari di servizio.

Inoltre la possibilità di condividere l'accesso anche con eventuali collaboratori di studio, grazie all'utilizzo della piattaforma WhatsApp Web, che sicuramente conoscerete, consente di poter controllare i messaggi ricevuti e inviare risposte o documenti richiesti da qualsiasi dispositivo connesso all'account, dunque anche tramite i pc dello studio, senza necessità di utilizzare il nostro smartphone. È importante, però, considerare e tenere bene a mente che si

deve trattare di un canale comunicativo meno formale e più rapido e diretto che non deve in alcun modo sostituire comunicazioni tramite mail o altri canali ufficiali. Sta a noi anche pubblicizzare il nostro WhatsApp Business nel modo corretto per far sì che diventi lo strumento su cui convogliare richieste e contatti, in modo da riuscire a mantenere una giusta distanza tra vita privata e lavorativa.

Un'ulteriore aspetto sicuramente più completo rispetto al Whatsapp classico è il profilo, può essere impostato con tante informazioni, orari di apertura, mail, sito, indirizzo ed infine si può decidere di utilizzare, cosa che personalmente non ho ancora provato, le etichette per poter filtrare e catalogare i messaggi ricevuti secondo criteri da noi scelti e impostati.

Nonostante ci siano numerosi vantaggi, non dobbiamo perdere di vista un rischio sempre presente nell'utilizzo di tali strumenti. Trattandosi, infatti, di strumenti di messaggistica istantanea, coloro che li utilizzano (i condomini nel nostro caso) tendono a fare un errore percettivo di fondo: ci si aspetta che l'altra persona (l'amministratore dunque) sia sempre reperibile in qualunque momento, visualizzi immediatamente le notifiche ricevute e risponda con altrettanta immediatezza a qualunque tipo di richiesta. In questo sta a noi mantenere ben chiari limiti e confini dello strumento. Ricevere una notifica e magari visualizzarla non significa, infatti, dover necessariamente rispondere in quel preciso momento, perché ci saranno sicuramente altre priorità o attività che stiamo già svolgendo.

Per questo motivo, personalmente, evito di utilizzare chiamate vocali e note audio, che rimandano ad un livello più diretto e personale della relazione. WhatsApp Business, infatti, è e deve restare sempre uno strumento di lavoro, e dobbiamo essere attenti a farlo rispettare per ciò che è. Anche se non è possibile inibire alcune funzionalità dobbiamo stare attenti e scoraggiare sin dall'inizio certi tipi di comportamenti e certe modalità di utilizzo. Essendo ormai WhatsApp il principale canale di comunicazione utilizzato quotidianamente dalla maggior parte delle persone, la tendenza in chi lo utilizza può essere quella di instaurare una modalità relazionale più "intima" e privata, senza il rispetto di ruoli che devono comunque restare differenziati e chiari.

Come ultima cosa alcuni di voi si chiederanno come fare per impostare il numero fisso... allora indicate nella registrazione il numero fisso, a questo punto WhatsApp farà un primo tentativo tramite sms, ma ovviamente sul numero fisso non potrete ricevere sms e se attendete qualche secondo comparirà la possibilità di ricevere una telefonata con un disco che vi detterà il codice da inserire per la conferma.

SOCIAL NETWORK E PUBBLICITÀ: CONFLITTI CON IL CODICE DEONTOLOGICO ANACI?

di Federico Cantiello

In questi anni abbiamo assistito ad uno sviluppo preponderante dell'utilizzo dei social network da parte di tutte le persone che hanno accesso alla rete internet. Per comprendere la questione al meglio, dobbiamo partire da pochi dati essenziali e di seguito riportati, estratti dal report annuale Digital 2019, cioè l'annuale fotografia sullo scenario digitale globale e locale che passa in rassegna 230 paesi e realizzato dalle agenzie We Are Social e Hootsuite:

- le persone connesse ad internet sono 55 milioni (il 92% della popolazione italiana);
- gli utenti attivi sulle piattaforme social ammontano a 35 milioni;
- il tempo medio speso sui social è di circa due ore al giorno per ogni individuo.

dati aggiornati al 2019 e riguardanti l'Italia

Con l'affermazione dei social media, la pubblicità tradizionale ha evidentemente acquisito un ruolo secondario. Difatti, se i consumatori un tempo erano unicamente spettatori passivi assoggettati al marketing dell'interruzione (es: pubblicità televisiva), oggi invece condividono sulla rete recensioni, consigli su marche, prodotti ed opere di professionisti. In questo contesto, si inseriscono i "social ads". Essi rappresentano una tipologia di pubblicità interattiva basata su inserzioni (annuncio testuale e/o banner), che viene veicolata esclusivamente all'interno di social network e community. Questo tipo di pubblicità

viene offerto da tutti i principali canali e rappresenta la vera innovazione, in quanto permette di avere un'alta profilazione del target e di mostrare gli "ads" agli utenti che hanno interesse nei prodotti e servizi offerti dall'inserzionista.

Per ragioni di sintesi, prenderemo ad esempio unicamente i social del gruppo Facebook con due sue punte di diamante (appunto Facebook e Instagram, il cui sistema pubblicitario è analogo), che rappresentano due dei canali maggiormente utilizzati in Italia e nel mondo. Il gruppo di Zuckerberg trae una buona parte dei propri profitti proprio dal sistema della pubblicità sulle sue piattaforme; una delle vere novità è che non serve essere esperti pubblicitari o di marketing per poter fare promozione della propria attività, questo grazie ai suoi strumenti semplici e molto intuitivi (basta avere un account FB ed una carta di credito/prepagata, nient'altro!).

Avendo creato un post (ad esempio con immagini singole o multiple, un video), corrispondendo a FB un budget relativamente limitato (si parla anche di poche decine di euro), si può decidere di far sì che appaia sulle home di migliaia di utenti: basterà impostare semplicemente il target, ad esempio definendo l'età, il luogo oltre a dati demografici, interessi, comportamenti più rappresentativi o altro.

Molti amministratori di condominio negli ultimi anni, come d'altronde altre figure professionali, non si sono lasciati sfuggire l'occasione di promuovere la propria immagine tramite social advertising.

Al fine di analizzare le eventuali problematiche che potrebbero sorgere dall'interpretazione del "Codice Deontologico e di Condotta Professionale" dell'ANACI in vigore dal 1 gennaio 2017, è bene riportarne qui gli articoli 4 e 5 (seppure ne approfondiremo solo il primo di questi):

Articolo 4 - Informazioni sull'esercizio professionale

- [I] *È consentito all'Associato dare informazioni sulla propria attività professionale, secondo correttezza e verità, nel rispetto della dignità e del decoro della professione e degli obblighi di riservatezza.*
- [II] *Quanto ai mezzi di informazione, devono ritenersi vietati i mezzi di divulgazione anomali e contrari alla dignità professionale quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, il volantinaggio in qualsiasi forma e lo spamming.*
- [III] *È vietato dare informazioni comparative con altri colleghi, equivoche, ingannevoli, denigratorie e suggestive.*

Articolo 5 - Divieto di accaparramento di clientela

- [I] *È vietato acquisire clientela a mezzo di agenzie o procacciatori o con modi non conformi a correttezza e decoro.*
- [II] *Sono altresì vietate l'offerta di omaggi o prestazioni a terzi ovvero la corresponsione o la promessa di vantaggi per ottenere incarichi.*

Rileggendo con attenzione i suddetti articoli possono sorgere due dubbi ri-collegati al mondo del social marketing:

Cosa si intende precisamente per "decoro della professione"?

Quali sono gli altri mezzi di informazione (oltre a quelli citati a titolo esem-plificativo e non esaustivo del volantinaggio e dello spamming) che devono ri-tenersi vietati in quanto "*contrari alla dignità professionale*"?

Il problema della pubblicità e delle forme di ricerca della clientela costituisce certamente un nodo centrale e di sicuro interesse che il Codice Deontologico ANACI stesso ha certamente ribadito. L'ANACI, che ha da sempre anticipato il suddetto riconoscimento della professione puntando alla competenza e alla "nobiltà" dei suoi associati, è stata sempre ineccepibile includendo nel suo Co-dice Deontologico le limitazioni riguardo l'esercizio professionale, nonostante la lettura dei suoi articoli ha suscitato (almeno nel sottoscritto) le sopra citate perplessità.

Se da una parte viene chiaramente proibito il volantinaggio in quanto con-trario alla dignità professionale, la pubblicità di massa di un post di Facebook indirizzato ad un pubblico targettato di migliaia di utenti potrebbe essere in-vece consentito, nonostante forse altri potrebbero interpretare ciò come una mera evoluzione nell'epoca moderna del volantinaggio. Se un volantino è sem-plicemente un'immagine stampata su carta e messa indistintamente nelle cas-sette postali di una determinata zona, un post pubblicizzato su Facebook non è altro che un'immagine in formato digitale che appare indistintamente nelle piattaforme social di tutti gli utenti di una o più zone, per altro attraverso un sistema di molta più semplice attuazione ed a minor impatto economico.

Altro mezzo espressamente vietato dal Codice Deontologico ANACI è lo *spamming*, il quale, da definizione Treccani, non è altro che *la diffusione degli stessi messaggi di posta elettronica, di solito di carattere pubblicitario, a un grande numero di destinatari che non ne hanno mai fatto richiesta*. Se è vero che registrandosi su Facebook inevitabilmente si accetta di ricevere pubblicità, il sistema di sponsorizzazione dei post potrebbe rivestire caratteri simili al con-cetto di spamming.

Pensando ad altre professioni magari più "antiche" della nostra (ad esempio gli Avvocati), negli ultimi anni abbiamo assistito indubbiamente ad uno svuotamento del concetto di "professione liberale" ed allo spostamento della pro-fessione stessa verso assetti imprenditoriali e di concorrenzialità, andando a svilire quel "ruolo nobile" che sempre in passato hanno ricoperto. La compa-gine degli amministratori di condominio ha ottenuto da pochi anni l'importante e doveroso riconoscimento (seppur a mio parere non esauriente e di certo tar-divo) di "professione" e quindi, seppure anche il nostro lavoro ha ormai intra-preso in maniera dirompente la strada dell'organizzazione imprenditoriale, veniamo da poco tempo da questo traguardo arrivato già nell'epoca dei social network.

Il Consiglio Nazionale Forense è dovuto intervenire con una modifica al Co-dice Deontologico degli Avvocati (*Cons. Naz. Forense, modifica al Codice de-ontologico forense, comunicato in G.U. n. 102 del 3 maggio 2016, adottato nella seduta amministrativa del 23 ottobre 2015*) per eliminare il precedente

sostanziale divieto di utilizzo di social network ai fini pubblicitari, purché nel rispetto dei doveri di verità, correttezza, trasparenza, segretezza e riservatezza, facendo in ogni caso riferimento alla natura e ai limiti dell'obbligazione professionale e rispettando i principi di dignità e decoro.

Sicuramente, a scanso di ogni giustificato equivoco, sarebbe opportuno da parte di ANACI chiarire al meglio la propria posizione su questo specifico argomento. Essendo l'amministratore una professione a sé stante come da Legge n° 4 del 2013 e l'ANACI la più alta e nobile forma associativa nel settore per competenza dei propri iscritti, di certo non dobbiamo per forza seguire le stesse orme delle altre professioni, ma guardare a dove si vuole arrivare a livello di professionalità e correttezza al passo con i mezzi d'informazione moderni.

BACHECA WEB E SONDAGGIO ONLINE

di Eleonora Taloni

Il mio argomento non è propriamente social, nel senso di interazione tra persone, ma soprattutto in questo momento di distanza, e comunque nella vita di tutti i giorni, permette a noi amministratori di rimanere in contatto con i nostri clienti senza l'incubo di essere tartassati.

Parliamo di bacheca condominiale web e sondaggi online, dove l'accesso è riservato e selettivo.

Oggi giorno, le piattaforme social, come facebook, instagram, twitter etc... e i gestionali di amministrazione condominiale offrono una piattaforma web e/o uno spazio dedicato (nel caso dei social) per la pubblicazione dei dati condominiali, come anche previsto dalla normativa vigente, art. 71-ter delle disp. att. c.c., e di spazi d'interazione tra amministratore e condomini e tra condomini stessi.

Parlavo di accesso riservato e selettivo in quanto per poter accedere alle piattaforme web, i nostri condomini hanno bisogno delle credenziali, solitamente username e password, altre volte anche un PID, che permette di accedere ad un determinato archivio e cambia da amministratore ad amministratore. Mentre per poter accedere ai social, quali facebook, dove possiamo trovare un gruppo chiuso e/o segreto, si ha bisogno di essere iscritti al social in questione, creando un profilo sullo stesso e accedendo sempre con username e password, e richiedendo l'iscrizione al gruppo del "condominio" o dello studio dell'amministratore. Molte volte, soprattutto sui social, parlando di gruppi chiusi e rivolti solamente ai condomini del determinato condominio, il gruppo come dicevo è segreto e chiuso, e se ne può venire a conoscenza tramite informativa dell'amministratore.

Io, ad esempio, permetto l'accesso solamente ai proprietari e comunico la possibilità di utilizzare il sito web o l'applicazione, inserendo una nota in calce alle email che invio, prima della firma.

Quindi cos'è la bacheca condominiale web?

Non è altro che la classica bacheca che fino a ieri era negli androni dei nostri palazzi amministrati, con lo sfondo rosso e chiusa a chiave, dove provvedevamo ad affiggere avvisi rivolti ai nostri condomini per ricordare quali fossero i fornitori che prestassero servizio nelle loro parti comuni, come elettricista, manutenzione ascensore, idraulico, etc..., o per ricordare la turnazione per l'utilizzo dei lavatoi e stenditoi, o ancora per i posti auto condominiali. O semplicemente per ricordare ai condomini di non lasciare nel sottoscala biciclette e passeggini.

Beh la bacheca web, nel terzo millennio e nel mondo 2.0, non è altro che il posto virtuale, che sia uno spazio sulla piattaforma offerta dal gestionale o un posto su un gruppo chiuso facebook, dove senza alzarsi dalla sedia della nostra scrivania e senza dover uscire dal nostro ufficio, comunichiamo ai condomini avvisi e regole di carattere generale.

A molti miei condomini piace aiutarmi in questo sulla piattaforma che metto a loro disposizione, e si dilettano a ricordare agli altri inquilini del loro stabile per esempio il buon utilizzo dei bidoni per la raccolta differenziata, facendo terrorismo invocando l'onnipotente e innominabile AMA, con le sue multe a "botte di una ex piotta", incontestabili.

Una pecca della bacheca web, così come per il condomino distratto, che esce di corsa dal portone e non guarda neanche dove mette i piedi, è che la comunicazione non arriva in modo diretto a tutti i condomini, ma se assumiamo la consapevolezza che anche gli avvisi e comunicazioni poste in bacheca condominiale non raggiungono il 100% dei condomini, e che comunque oggi siamo tutti un po' più smart di ieri, beh possiamo dire che possono diventare un buon aiuto a noi amministratori per comunicare con i nostri condomini.

Altro strumento invece a mio dire molto interessante sono i sondaggi da richiedere online ai nostri condomini, dove sottoponiamo a quest'ultimi quesiti

per conoscere la loro opinione e il loro punto di vista per agevolarci nel lavoro di tutti i giorni e nella gestione delle loro proprietà.

Il servizio è disponibile anche qui, sia sulle piattaforme offerte dai nostri gestionali che sui social, come facebook.

Perché dico interessante? Beh a me ha permesso più volte di conoscere il pensiero dei miei condomini senza convocare un'assemblea straordinaria con un unico punto all'ordine del giorno, neanche troppo interessante, rischiando di allungare i tempi o che questa comunque vada deserta.

Non voglio assolutamente dire che i sondaggi online possono diventare un sostituto delle delibere assembleari, ma in materia ordinaria, dove già l'amministratore ha tutti i poteri per poter agire o intervenire, conoscere e condividere con i propri amministrati, le proprie scelte e perplessità, facendoli sentire anche partecipi delle decisioni assunte, aiuta e il nostro operato che i rapporti con i condomini.

Porto un esempio pratico che mi è successo in un condominio di 9 unità immobiliari, il condominio del piano terra mi chiama infuriato, dicendomi che non gli funziona il citofono. Io, da brava amministratrice, apro l'intervento all'elettricista, e lo pubblico anche sulla piattaforma web, così i condomini che hanno accesso possono anche essere informati, e, una volta intervenuto il tecnico, questo mi comunica che ha eseguito un intervento provvisorio, ma, affinché il problema venga risolto definitivamente, deve sostituire la sola pulsantiera citofonica. Mi aggiunge, inoltre, che l'esistente ha ormai una decina di anni, che le fabbriche come la Urmet, ogni tre anni circa aggiornano i modelli, e che ha proceduto a fare l'intervento "rattoppato", in quanto la pulsantiera "vecchio stile" ha difficoltà nel reperirla nell'immediato. Pertanto mi consiglia di chiedere ai condomini se allo stesso prezzo, o con una piccolissima differenza, vogliono rinnovare l'estetica della pulsantiera, installando un'analogia all'esistente, ma di "ultima generazione".

Io, che so bene che non avrei nessun problema di delibera e autorizzazione, se intervenissi facendo sostituire l'esistente con un'analogia, in forma e prestazioni, anche se bruttina, ma identica alla precedente, decido di chiedere al mio tecnico qualche giorno di tempo per richiedere il parere dei miei condomini aprendo un sondaggio. Questo mi permette di compilare il form dettagliando al meglio la situazione e spiegando anche che "d'ufficio" potrei tranquillamente procedere con la sostituzione identica all'attuale, di mettere a disposizione dei condomini tutte le informazioni e do loro la sola scelta tra manteniamo la vecchia estetica o facciamo un upgrade in estetica, e con un semplice enter notifico via email il nuovo sondaggio a tutti i condomini e la relativa durata, se utilizzo il gestionale tipo Domustudio, o se procedo con Facebook, tramite una semplice notifica sul cellulare.

Ancora possiamo usare i sondaggi per conoscere la volontà dei nostri condomini sugli argomenti da sottoporre all'assemblea, come se vogliono affrontare il discorso di ripulire l'androne o sostituire il portone, ormai vecchiotti. Sarebbe inutile porre argomenti di non interesse comune all'ordine del giorno allungandolo, creando anche nella psiche dei condomini, malumori per riunioni troppo lunghe.

Come dicevo pocanzi, il risultato finale sarà che i condomini si saranno sentiti coinvolti nella vita condominiale dal proprio amministratore, ed è ciò che ho notato in questi ultimi tempi, senza l'impegno di un'assemblea dove si sa a che ora si inizia e non a che ora si finisce, per questioni puramente futili, dove già abbiamo ogni potere decisionale.

Non saranno coinvolti solamente i consiglieri, qualora ce ne siano, e quindi nessuna discriminazione avranno nel caso i condomini raggiunto il loro obiettivo, con, avranno la pulsantiera "figa" come gli avrebbe detto sicuramente il loro amico bravissimo elettricista, e il rapporto con i nostri condomini non sarà freddo e diffidente, da condomino che non sa come l'amministratore abbia agito durante la gestione, se non un anno dopo a presentazione di bilancio. Ovvio il sondaggio non lo richiedo per ogni lampadina fulminata!

Spero di avervi incuriosito nell'utilizzo dei vecchi strumenti rigenerati e mi auguro che da domani almeno proverete ad utilizzarli, e vi lascio ascolto degli altri aspetti per poter diventare amministratore social.

L'UTILIZZO DEI SOCIAL PER CIASCUN CONDOMINIO

di Gabriele Tanzini

L'utilizzo dei social network nel mondo ha raggiunto livelli di diffusione più pervasivi che mai nella nostra vita. Diciamo pure che il nostro mondo non è mai stato più connesso di quanto lo sia oggi. Se pensiamo che quasi i due terzi della popolazione mondiale sono collegati alla rete, con oltre 4,4 miliardi di utenti Internet su più tipi di dispositivi, parliamo davvero di "numeri globali". Usiamo internet su ogni tipo di *device* che lo consenta, per lavoro, per gioco e i social Network hanno estremamente alterato il modo in cui interagiamo sia online che offline.

Cominciamo parlando della riforma del Codice Civile in materia di condominio, introdotta con la Legge 11 dicembre 2012 n. 220, che ha modificato e introdotto nuovi articoli nel codice in materia di condominio.

Al fine di adeguare la gestione condominiale alle nuove tecnologie ormai diffuse e consolidate negli usi di gran parte della popolazione mondiale, il legislatore, con la riforma del condominio, ha introdotto l'art. 71- ter disp. att. C.C.

Ricordiamo cosa introduce l'art. 71-ter delle disposizioni di attuazione:

"Su richiesta dell'assemblea che delibera con maggioranza del secondo comma dell'articolo 1136 del codice civile, l'amministratore è tenuto ad attivare un sito internet del condominio che consenta agli aventi diritto di consultare ed estrarre copia in formato digitale dei documenti previsti dalla delibera assembleare."

Le spese per l'attivazione e la gestione del sito internet sono poste a carico dei condomini".

Come farà l'amministratore a mettere in pratica quanto previsto dalla norma citata? Seguendo, step by step, alcuni accorgimenti pratici:

- l'amministratore dovrà predisporre un'area riservata e consentire agli aventi diritto, (SOLO A LORO) di poter accedere al sito per consultare ed estrarre copia dei documenti, attraverso fornitura di login e password individuali e differenti per ciascun condomino.
- L'amministratore dovrà tenere costantemente aggiornato l'elenco degli aventi diritto all'accesso all'area riservata, inibendo immediatamente le credenziali a chi perde la qualità di condomino.
- Ovviamente tutti i documenti più recenti dovranno essere caricati per consentire ai condomini di rimanere sempre aggiornati sulla situazione attuale.

Quanto evidenziato non può, in alcun modo, prescindere dalla normativa sulla privacy, intesa come trattamento dei dati personali, ragione per la quale è necessario fornire credenziali di accesso solo agli aventi diritto, negare l'accesso a chi, appunto, perde tale qualità, fornire obbligatoriamente a tutti i condomini un'idonea informativa su come verranno trattati i dati inseriti.

Analizzato, seppur brevemente, l'art 71-ter disp. att. c.c. e considerato l'avvento prepotente dei social e del mondo web in tutti gli ambiti, tanto privati quanto professionali, appare giustificato chiedersi se le stesse funzioni del sito internet e quindi l'operatività del citato art. 71-ter, possa estendersi anche ai social network.

Come? Prendiamo in esame i due social network più famosi e utilizzati: Facebook e Instagram, sottolineando, però, sin da ora che si tratta di una mera ipotesi, azzardando con l'immaginazione, esaminando come questo strumento così condiviso possa essere affiancato alla gestione condominiale. Tuttavia in questa sede mi limiterò a dare spazio alla creatività per poi rimandare alle conclusioni finali circa l'effettiva applicabilità dell'art. 71-ter agli strumenti social, con i diversi aspetti giuridici ad essa correlati.

Iniziamo con Facebook, ormai ampiamente conosciuto.

Questo social permette di creare un gruppo privato per ogni condominio da noi amministrato ed impostare tale gruppo in modo tale che quest'ultimo possa fungere sia da bacheca condominiale che da raccolta di tutti i documenti relativi al condominio che l'amministratore intenda condividere.

È, inoltre, possibile impostare tale gruppo in modo unidirezionale, ovvero l'unico a poter scrivere è l'amministratore stesso mentre i condomini possono solamente prendere visione di quanto postato, senza apporre commenti o condividere altri documenti. Questa soluzione sarebbe fortemente da preferire per evitare spam da parte dei condomini. Dov'è vero ricordare che potranno essere aggiunti al gruppo solo gli aventi diritto, sempre per le ragioni di rispetto della privacy accennate sopra.

In modo molto simile è possibile impostare Instagram, anche se secondo il mio parere non è funzionale quanto potrebbe esserlo, per tale finalità, Facebook, poiché è possibile creare più profili privati con il nome del condominio e fare in modo che vengano seguiti solamente da coloro che ne hanno diritto.

Risulta meno funzionale per la condivisione dei documenti condominiali perché, pur avendo la facoltà di inserire più foto nello stesso post pubblicato dall'amministratore, non vi è possibile inserire documenti pdf scaricabili da parte dei condomini, che potrebbero consultarli solamente tramite il profilo.

Anche se Facebook è il più adatto dei due ad effettuare lo stesso compito del sito Web possiamo dire che il gruppo privato creato su Facebook, e il profilo privato creato su Instagram, in caso fossero richiesti, hanno necessità di delibera da parte dei condomini.

Ovviamente dovrà essere rilasciata l'informativa sulla privacy, nonché la richiesta dell'account di tutti coloro che dovranno essere inseriti all'interno del gruppo privato, al fine di garantire che solo gli aventi diritto siano effettivamente abilitati ad accedere al Gruppo privato del condominio.

L'informativa sulla privacy verrà rilasciata, compilata, firmata e riconsegnata da ciascun condomino anche nel caso in cui l'amministratore abbia intenzione di creare gruppi di condominio Whatsapp e Telegram.

Tuttavia Whatsapp e Telegram non possono essere definiti propriamente social network ma più un'applicazione di messaggistica come ad esempio Messenger. Il singolo condomino deve fornire il suo numero di telefono ed autorizzare l'amministratore all'utilizzo dello stesso nonchè a comunicarlo anche al resto della compagnia condominiale.

Come ultima cosa ricordo che determinati social o app di messaggistica o siti internet devono essere utilizzati al solo scopo di divulgare informazioni utili a tutto il condominio. È preferibile utilizzare canali privati per comunicazioni indirizzate al singolo condomino, tuttavia gli atti formali la cui notifica è stabilita nelle forme sancite dall'ordinamento giuridico non possono in nessun caso essere notificati tramite social o messaggistica. In questo caso direi di avvalerci sempre dei mezzi da noi già conosciuti e previsti dall'ordinamento (come PEC, Raccomandata o ufficiale giudiziario).

LE CRITICITÀ DEI SOCIAL

di Elio Lallozzi

La rete aiuta molte parti del lavoro e i social sono parte della rete. Usare i social fornisce molte possibilità ma non si può non tener conto di alcune criticità che caratterizzano la rete, e i social network. Di seguito ne riporterò alcune.

Innanzi tutto è importante evidenziare che i contenuti che vengono pubblicati sui social sono scaricabili. Ciò significa che tutto il materiale che un utente pubblica online può essere scaricato e utilizzato. In generale questa caratteristica vale per ogni sito ma i social hanno permesso anche a persone che non sono del mestiere di pubblicare materiale. È bene quindi fare attenzione a cosa si pubblica e dove in quanto files, immagini e testi possono essere scaricati e usati, anche per fini loschi. Attuale è il tema tra i giovanissimi del cyberbullismo basato proprio sull'utilizzo di dati privati in maniera ricattatoria. Non è sbagliato partecipare alla rete, è uno strumento utile e comodo ma bisogna porre molta attenzione a chi ha accesso ai dati che vengono pubblicati.

Il mondo degli influencers invece ha una criticità diversa: l'informazione per tutti, e così tanto a portata di mano, è una novità portata da internet e gli influencers sono parte del mondo dell'informazione. La criticità in questo mondo è che chiunque può essere influencer, non occorre essere esperti in nessun genere di materia e chiunque può dire quello che vuole su qualunque argomento. Questa è una condizione necessaria al funzionamento di questo ambiente quindi è chiaro che l'amministratore social sarà considerato allo stesso livello di tutte le persone appartenenti a questo ambiente. A questo si unisce la criticità espressa precedentemente, ossia che il materiale pubblicato o usato come influencer può essere scaricato e riutilizzato e magari anche modificato quindi attenzione a cosa si pubblica e dove. Anche qui c'è un tema attualissimo che è quello delle fake news: gli influencer appartengono al mondo dell'informazione online e le fake news non sono altro che notizie false, o falseate, prese da siti e/o da influencer e pubblicate sui social per dargli maggiore risonanza. Peggio ancora gli influencer potrebbero essere coloro che danno risonanza alle fake news e l'amministratore social sarà considerato pari livello anche a costoro. Certo, la preparazione e la competenza del professionista superano le barriere create da notizie false e da pareri popolari ben "influenzati" ma il contesto rispetto ad un'assemblea di condominio è completamente diverso.

Vediamo alcuni social network: sapendo quanto detto finora, si possono andare a sottolineare alcune accortezze che possono essere utili nell'utilizzo di questi siti.

FACEBOOK: il problema fondamentale di Facebook è che è fin troppo semplice per chiunque accedere al materiale privato, o riservato ad alcuni, pubblicato. È importante controllare bene le impostazioni del proprio account e dei gruppi creati per garantire la propria privacy, e non solo, in quanto in molti casi basta utilizzare google per accedere e scaricare molti contenuti pubblicati. Un'altra

criticità è la mancanza di possibilità di verifica degli account degli altri, anche degli amici. L'impossibilità di verifica di chi ci sia effettivamente dietro un account ha dato origine ad alcuni fenomeni, come i "fake account", cioè persone il quale account è basato su dati falsi, o addirittura di altre persone, o come i "troll", cioè persone che usando un falso profilo cercano di sabotare qualunque topic. Quindi l'amministratore di condominio che vuole usare questo social network per lavorare farà bene a controllare bene gli account.

WHATSAPP: l'uso di whatsapp è legato ad un numero di telefono. Sarebbe utile avere una conferma che è possibile usare quel numero in quanto una volta inviati documenti o foto o messaggi di ogni genere, chi li riceve (che faccia parte di un gruppo o meno) potrà scaricarlo e riutilizzarlo. Un piccolo approfondimento: scaricare e riutilizzare contenuti è un'operazione che noi facciamo quotidianamente: girare ad altre persone una mail o un'immagine ricevuta è esattamente questo, quindi non stiamo parlando di un'operazione necessariamente illecita ma non stiamo parlando nemmeno di un'operazione difficile.

GMAIL: metto anche questo mezzo di comunicazione perché spesso accade di vedere intere discussioni nascere da questo sito proprio come se fosse un social network. Le problematiche legate a Gmail sono simili a quelle di WhatsApp e Facebook: è difficile verificare l'autenticità di una mail e bisogna farsi dare la possibilità di usare una certa mail per fornire documentazioni e informazioni. Come nelle PEC, poi, abbiamo il problema di ricevere mail indesiderate che non sempre vanno in automatico nello spam (anzi, a volte accade il contrario).

PEC: ho inserito la PEC in questo elenco perché è un mezzo che è considerato sicuro, tanto è vero che possiamo usarlo per convocare le assemblee (art. 66 D.D. A.A. c.c. comma 3). La PEC è un indirizzo pubblico e un po' tutti quanto possono inviare qualunque cosa. Mi è capitato di ricevere richieste di pagamento da ditte sconosciute come anche messaggi che potrebbero contenere virus. È sicuramente uno dei mezzi più sicuri a nostra disposizione nella rete ma porre attenzione a ciò si riceve e da chi è sempre utile.

INSTAGRAM: È un mezzo usatissimo, soprattutto grazie all'impatto visivo che il social permette. Qui il tema sono le immagini e bisogna dire che come social è abbastanza protetto ma a differenza degli altri è pienissimo di fake accounts quindi attenzione a chi si aggiunge.

Esistono tanti altri social network, e tanti ne stanno nascendo, ma si possono riassumere le criticità in questo piccolo elenco: i dati pubblicati, che siano immagini, foto, testi o video, possono essere scaricati, modificati e riutilizzati, nei social ognuno vale uno, a prescindere dalla preparazione o da quanto si è approfondita e studiata una materia o un argomento, infine non si è mai sicuri delle persone con cui si sta avendo a che fare in quanto potrebbero essere account falsi o addirittura inesistenti.

CONCLUSIONI

di Letizia Bianchi

Dopo aver analizzato tutte gli aspetti dei social network, talvolta attraverso un approccio pratico, talvolta attraverso una mera analisi circa l'uso potenziale che ne potrebbe derivare, in questa sede si cercherà di chiarire se, considerato l'assetto normativo vigente in materia condominiale, sia effettivamente e sempre lecito l'utilizzo di tutti i social esposti negli elaborati precedenti e secondo quale modalità.

Un rilevante ed imprescindibile spunto di riflessione è costituito dal sottile punto di equilibrio tra social network e tutela della privacy, invero quest'ultima spesso compromessa dalla condivisione immediata di file, immagini, pensieri e notizie inserite nel profilo creato.

A tal proposito appare opportuno analizzare se l'art 71-ter delle disp. att. c.c. possa ricoprendere anche la fattispecie dei social (a titolo esemplificativo Facebook e/o Instagram) quale strumento di condivisione dei documenti del condominio, in alternativa al menzionato sito Internet.

Orbene, se da un lato l'estensione dell'applicabilità del citato articolo ai social network potrebbe risultare appetibile in quanto questi ultimi agevolmente gestibili e, forse, economicamente meno gravosi per il condominio, dall'altro appare doveroso analizzare alcune diversità tecniche che ne comportano la totale divergenza rispetto alla previsione del legislatore del 2012.

L'articolo 71-ter disp. att. c.c. dispone: "*Su richiesta dell'assemblea che delibera con maggioranza del secondo comma dell'articolo 1136 del codice civile, l'amministratore è tenuto ad attivare un sito internet del condominio che consenta agli aventi diritto di consultare ed estrarre copia in formato digitale dei documenti previsti dalla delibera assembleare.*

Le spese per l'attivazione e la gestione del sito internet sono poste a carico dei condomini".

Il legislatore presuppone l'adozione di una delibera da parte dell'assemblea con un quorum qualificato ed alla quale consegue un dovere di attivazione da parte dell'amministratore. Sul punto si ravvisa una perfetta coerenza con l'art. 1130 c.c, comma I, n. 1 secondo il quale: " l'amministratore deve eseguire le deliberazioni dell'assemblea".

Lo stesso legislatore, oltre alla delibera di cui sopra, pone quale prerogativa necessaria del sito internet da attivare, il potenziale accesso a tutti gli aventi diritto con conseguente potenziale fruibilità da parte degli stessi, attraverso la consultazione o l'estrazione di copia digitale, dei documenti inseriti.

La scelta dei documenti da inserire nel sito internet non è lasciata alla mera discrezionalità dell'amministratore, ma, secondo il legislatore, l'oggetto della condivisione è stabilito dalla stessa assemblea con apposita delibera, adottata con lo stesso quorum di cui sopra.

Piuttosto il legislatore sembra voler sottolineare che l'accesso al sito con conseguente possibilità di visionare e scaricare i file ivi contenuti debba essere, in ogni caso, garantito a tutti gli aventi diritto per quanto concerne i documenti

specificatamente stabiliti dall'assemblea e non anche per gli eventuali ulteriori documenti che l'amministratore intenda caricare nello stesso.

Da ciò ne deriva un vero e proprio obbligo, per l'amministratore, di procedere con l'inserimento dei documenti stabiliti dall'assemblea, sempre in ossequio al principio di dovere dare esecuzione alle delibere assembleari, con conseguente facoltà per il professionista di provvedere ad eventuali pubblicazioni in aggiunta rispetto a quanto deliberato.

La determinazione da parte dell'assemblea dei documenti da inserire nel sito condominiale potrebbe risultare correlata anche alle relative spese di gestione a carico dei condomini, consentendo all'amministratore di percepire il proprio compenso circa tale ulteriore adempimento proprio in proporzione alla quantità di documenti da aggiornare sul sito stesso, se analiticamente preeterminato nell'offerta.

Nell'articolo 71-ter disp. att. c.c. viene espressamente menzionato "il sito internet" e non anche altri strumenti, che pure esistevano già ai tempi della riforma del condominio.

L'apertura di un sito internet presuppone l'acquisto di un dominio ovvero uno spazio nel web che diventa di assoluta ed incontestata proprietà di chi lo acquista.

Da ciò ne deriva che tutti i dati che sono inseriti nel sito stesso sono gestiti dal web master il quale ne ha specifica autorizzazione al riguardo e provvede in merito agli utenti ed alle modalità di accesso.

Coloro che non saranno abilitati ad accedere ai dati non potranno in alcun modo scaricarne i contenuti e le informazioni. Inoltre, qualora l'assemblea dovesse deliberare la chiusura del sito condominiale, lo spazio del dominio corrispondente nonché tutti i relativi dati verrebbero cancellati definitivamente dalla rete.

Il sito internet, per le ragioni poste, garantisce rispetto della privacy ed, al contempo, accesso ai documenti del condominio solo ed esclusivamente agli aventi diritto.

Le stesse considerazioni non possono essere riservate alle pagine dei social network in quanto, nel caso di specie, l'amministratore dovrebbe procedere con l'apertura di una pagina su un sito di proprietà altrui, accettando le condizioni imposte dal proprietario del sito stesso per l'utilizzo della pagina. Di conseguenza, tutti i file nonché i dati caricati sulla pagina verrebbero acquisiti automaticamente dal sito, il quale ne diventerebbe proprietario.

In tal modo tutti dati del condominio non sarebbero più riservati ai soli aventi diritto, violando, di conseguenza, la normativa sulla privacy in assenza di un preventivo consenso dei soggetti coinvolti.

Doveroso sottolineare che nel caso in cui l'assemblea decidesse di chiudere la pagina condominiale creata sul social, i file resterebbero comunque di proprietà del social utilizzato, con tutte le conseguenze che da ciò potrebbero conseguire.

Inoltre la condizione prescritta dall'art. 71-ter disp. att. c.c. è il potenziale accesso al sito condominiale da parte di tutti i condomini. Nel caso di apertura di una pagina condominiale sui social, ogni avente diritto vedrebbe subordinata

la possibilità di accesso ai documenti condominiali alla preventiva creazione di un account personale sul social scelto, con conseguente necessaria accettazione delle condizioni da questo imposte.

Sulla base delle considerazioni esposte, appare doveroso affermare che l'art. 71-ter non possa applicarsi all'utilizzo di eventuali pagine condominiali sui social network.

Invero, una delibera adottata in tal senso risulterebbe affetta addirittura da nullità, esorbitando dalle attribuzioni assembleari ed incidendo, tuttavia, sui diritti individuali di ciascun condomino.

Al fine di poter aprire una pagina condominiale su uno dei social disponibili sul web per la condivisione e consultazione dei documenti condominiali, l'amministratore dovrebbe ottenere il singolo, espresso consenso di tutti i condomini e nel caso di subentro di un nuovo avente diritto, dovrebbe ottenere esplicito consenso anche di quest'ultimo; in caso contrario nessun file potrebbe essere più caricato nella pagina dal momento del subentro del nuovo condomino.

Tuttavia, come affermato nelle precedenti trattazioni, l'amministratore potrebbe decidere di aprire una pagina Facebook o Instagram dedicata al condominio per sole finalità di avvisi generici, al pari della bacheca posta nell'androne condominiale. In tal caso sarebbe comunque da preferire un account privato e quindi accessibile ai soli condomini che, per singola preventiva volontà, abbiano scelto di creare un proprio account personale sullo stesso social.

La pagina potrebbe essere anche sede di pubblicazione di normative e articoli riguardanti la materia condominiale.

Circa i nuovi strumenti di messaggistica, se da un lato questi ultimi risultano maggiormente tutelati dal punta di vista della privacy in quanto presentano un sistema di crittografia per cui i messaggi possono essere letti solo dai soggetti coinvolti nella conversazione, dall'altro, anche in questo caso, non potrebbe essere oggetto di delibera assembleare la creazione di un gruppo condominiale. In effetti questa procedura presupporrebbe il necessario utilizzo, da parte dell'amministratore e conseguente conoscenza, da parte del resto della compagine condominiale, dei contatti telefonici dei condomini, ponendo gli stessi nella condizione di dover fornire espresso consenso al trattamento del proprio contatto personale per non risultare pretermessi rispetto al gruppo di messaggistica creato per la condivisione di file e comunicazioni del condominio di cui trattasi.

L'amministratore potrebbe creare una pagina personale sui social network progettata verso la divulgazione della propria professionalità, degli aspetti ad essa correlati, della varietà delle materie coinvolte, delle abilità manageriali che è chiamato a sfoderare quotidianamente per fronteggiare in modo efficace ed efficiente le innumerevoli richieste provenienti dai clienti/condomini, garantendo alla professionalità il ruolo indiscusso di protagonista.