

COMUNICAZIONE

Social media, strumento di vita o anche di lavoro?

Fondamentali per intercettare il business, i mezzi digitali possono danneggiare l'azienda se usati impropriamente. Per evitarlo, servono Codici di comportamento ad hoc



“ Il divieto assoluto di usare i social sul luogo di lavoro è anacronistico, poiché possono in molti casi essere equiparati ad uno strumento di lavoro qualsiasi”



La sede di Uniolex

“Nel futuro, ognuno sarà famoso per 15 minuti”: grazie ai Social media, un’idea visionaria è diventata realtà e, oggi, la potenzialità ed importanza di questi nuovi mezzi di comunicazione è indiscutibile, anche in azienda. Il rischio, tuttavia, è che il loro uso scorretto diventi fonte di danni, anche d’immagine, per le aziende. Lo afferma **Olimpio Stucchi**, Managing Partner di Uniolex- Stucchi&Partners.

Oggi i Social media sono mezzi di comunicazione di grande efficacia, anche per le aziende. Ha ancora un senso vietarne l’uso sul posto di lavoro?

Da anni, oramai, i Social media non sono più e solo uno strumento di comunicazione o di divertimento su base individuale, essendo diventati in molti casi un vero proprio tool di lavoro nelle aziende di una certa dimensione. E così è, senza dubbio,

per la funzione commerciale delle aziende, in una sorta di tendenza a vivere il business nell’ambito di un agorà virtuale senza confini, dove è possibile farsi conoscere o conoscere, intercettando nuovi clienti ed opportunità, ma così è anche per i settori legale e hr, che possono tramite i Social rinvenire dati e samples utili per le attività di funzione, come pure indirizzare o gestire le attività di reclutamento di personale, con un occhio in quest’ultimo caso al divieto di indagini pre-assuntive stabilito dell’art. 8 dello Statuto dei lavoratori. Un divieto assoluto di usare i Social sul luogo di lavoro risulta, oggi, più che errato, alquanto anacronistico, poiché, in ragione dei compiti da svolgere, i Social possono in molti casi essere equiparati ad uno strumento di lavoro qualsiasi: pensiamo, ad esempio, agli addetti al marketing o alla comunicazione oppure al customer care. Diverso, invece, è il caso dell’utilizzo dei Social durante l’orario di lavoro,

ma per scopi personali. In questa ipotesi, è la divaricazione stessa fra scopo e obblighi lavorativi a rendere l'uso illecito per definizione. Per evitare fraintendimenti, però, è buona prassi che le aziende definiscano ed adottino per iscritto le linee operative relative all'uso dei Social media sul luogo di lavoro, predisponendo un Codice di comportamento ad hoc, ma anche svolgendo nel contempo una adeguata attività di formazione, anche di taglio legale, in merito ai contenuti del Codice ed a ciò che è consentito oppure no, in modo da rendere edotti i dipendenti in modo inequivocabile circa le regole del caso. Ciò dovrebbe essere fatto anche per l'utilizzo dei Social nel tempo libero, poiché non è affatto infrequente che vi siano interferenze o ricadute rispetto alla sfera aziendale del datore di lavoro.

Perché le aziende possono regolare l'uso dei Social network anche fuori dall'orario di lavoro?

I Social media sono un canale consolidato di diffusione di immagini ed opinioni, e come tali consentono anche di generare o influire sulla reputazione di ogni soggetto, spesso al di fuori di ogni controllo o capacità di incidenza da parte del soggetto target e spesso con finalità negative. Non sono di oggi, esempi già accaduti di dipendenti che abbiano diffuso nei Social contenuti lesivi dell'immagine, della privacy, dell'etica o della reputazione dell'azienda di cui erano dipendenti, come pure di colleghi o di terzi, clienti o fornitori. Come dire, usare i Social come strumento di diffusione della propria idea, senza censure (all'andata) e senza conseguenze (al ritorno).

Ogni dipendente, però, è soggetto per legge agli obblighi di diligenza e fedeltà, e non può quindi trasformarsi, nel tempo libero, nel peg-

gior ambasciatore dell'azienda per la quale lavora o dire di essa quello vuole. Non è infatti solo un tema di diffamazione o di ingiurie, ma molto più proprio perché di mezzo vi sono gli obblighi di lavoro ed il lavoro come occasione per venire a conoscenza di informazioni riservate. Il rischio di un danno all'immagine o reputazionale per le aziende come conseguenza dell'uso privato dei Social è, quindi, una vicenda obiettiva che le aziende debbono affrontare, in particolare tramite le Policies aziendali ed i Codici di comportamento. In quella sede, si possono porre obblighi e limiti, oppure preferire il ricorso a semplici raccomandazioni su cosa sia più appropriato non fare in termini di contenuti sconvenienti, volgari oppure ingiuriosi. Tutto ciò, deve coniugarsi con i diritti individuali dei dipendenti e non potrà mai toccare il diritto di espressione o di critica, ricordando comunque che anche questi diritti soggiacciono per legge a precise limitazioni.

Purtroppo, si parla spesso di abuso dei Social media sul luogo di lavoro. Cosa possono fare le aziende?

Innanzitutto, bisogna ricordare di che cosa si tratta: è dello scorso mese di febbraio il caso più recente, dove la Cassazione ha deciso per la legittimità del licenziamento di una segretaria che trascorrevva molte ore di lavoro sul proprio profilo Facebook o guardando video su YouTube, invece che lavorare. A questo proposito, però, bisogna distinguere le diverse situazioni. Infatti, se l'uso dei Social in azienda avviene attraverso uno strumento privato, ad esempio il proprio smartphone, l'azienda non avrà potere di accesso al supporto e di controllo dei dati ed al più potrà contestare al dipendente la

illegittima interruzione della prestazione di lavoro. Diverso, invece, è il caso in cui l'accesso venga effettuato tramite strumenti aziendali. Anni fa, le aziende preferivano agire in prevenzione contro gli abusi, utilizzando meccanismi di blocco o di filtro selettivo applicati agli strumenti informatici. Oggi, però, questo tipo di scelta potrebbe essere utilmente impiegato solo nei riguardi di quei dipendenti che non usano i Social per ragioni di lavoro. Molto più frequente, quindi, è il ricorso in via generale ad un sistema normativo, fatto di Policies e di Codici di comportamento, al quale vengono fatte seguire misure di controllo ad hoc. Nel sistema normativo, sono dettate le regole per l'uso degli strumenti forniti ai dipendenti e sono, altresì, indicate le procedure di eventuale stoccaggio e controllo dei flussi dei dati informatici, mentre i controlli successivi possono avvenire a campione, a fronte di segnalazione di anomalie oppure per esigenze difensive di tutela del patrimonio aziendale.

Tutto ciò, comunque, deve avvenire nel rispetto delle regole prefissate nei Codici di comportamento e, trattandosi di materia potenzialmente interferente con quella dei controlli a distanza e del trattamento dati, anche dell'art. 4 dello Statuto dei lavoratori, delle norme del Gdpr e dei provvedimenti del Garante Privacy. A queste condizioni, l'abuso nell'utilizzo dei Social durante l'orario di lavoro potrà essere legittimamente sanzionato sul piano disciplinare, senza il rischio di veder vanificato l'illecito da vizi formali nelle procedure di controllo o nel trattamento dei dati rilevati a seguito di controllo.

*A cura dello Studio Uniolex
Stucchi&Partners*