

CODICE ETICO E DI COMPORTAMENTO

Sezione II

Corretto utilizzo delle tecnologie informatiche, dei mezzi di informazione, dei social media

Sommario

Art. 1 – Principi generali	2
Strumentazioni informatiche	2
Rapporti con i media	2
Uso dei social network	2
Art. 2 - Rapporti con i media e responsabilità conseguenti	3
Art. 3 – Libertà di espressione e comportamento nell'uso dei social media	3
Accesso ai social media durante il servizio	3
– <i>uso in rappresentanza dell'Azienda</i> :.....	3
– <i>uso privato</i> :.....	4
Utilizzo extralavorativo dei social-media	4
Art. 4 – Responsabilità	5

Art. 1 – Principi generali

La presente sezione risponde alla sollecitazione del D.L. 30 aprile 2022, n. 36 che impone alle Pubbliche amministrazioni, e con esse alle società controllate da esse, di integrare il codice di comportamento con *“una sezione dedicata al corretto utilizzo delle tecnologie informatiche e dei mezzi di informazione e social media da parte dei dipendenti pubblici, anche al fine di tutelare l’immagine della pubblica amministrazione”*.

Strumentazioni informatiche

L’uso delle strumentazioni informatiche messe a disposizione dei dipendenti e collaboratori a vario titolo dell’Azienda, è regolato dall’art.11 - Comportamento in servizio, del codice di comportamento Aziendale, nella sezione “Sicurezza informatica” cui si rimanda integralmente.

Rapporti con i media

I rapporti dell’Azienda con i media sono improntati alla necessità di rispondere con professionalità, chiarezza e tempestività in merito all’attività, ai servizi, alle segnalazioni di criticità o problemi, ma anche ad eventi qualificanti e positivi che possono caratterizzare la gestione Aziendale.

La titolarità della comunicazione verso l’esterno con i media (stampa, televisioni, radio e social network) è in capo al Presidente e ai consiglieri del Consiglio di Amministrazione, che la esercitano ai sensi della Legge 150/2000¹.

Nel caso in cui i dipendenti o collaboratori esterni dell’AZIENDA. fossero contattati dagli organi di stampa al fine di rilasciare informazioni sull’attività Aziendale, questi devono informare tempestivamente la Presidenza dell’Azienda che provvederà nel rispetto dell’interesse Aziendale.

Uso dei social network

È importante sensibilizzare e richiamare la responsabilità dei propri dipendenti e collaboratori nell’utilizzo e nella gestione dei propri account personali sui social network per evitare che comportamenti non rispettosi, scorretti o superficiali possano nuocere all’immagine dell’Azienda o possano arrecare danni diretti e indiretti a persone o istituzioni, ivi compresi i dipendenti medesimi.

Le prescrizioni contenute nella presente sezione integrano le specifiche istruzioni già fornite a tutti gli incaricati in attuazione del GDPR in materia di protezione dei dati personali.

Il dipendente è inoltre tenuto ad osservare quanto già previsto dal Codice disciplinare del personale dipendente pubblicato sul sito istituzionale dell’Azienda, e dal DPR. n.62/2013.

In particolare, vengono espressamente richiamati:

Art. 3. Principi generali, comma 3

Art. 10. Comportamento nei rapporti privati, comma 1

Art. 11. Comportamento in servizio, comma 3

Art. 12. Rapporti con il pubblico, commi 2 e 5

Art. 13. Disposizioni particolari per i dirigenti, comma 9.

¹ Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni.

Art. 2 - Rapporti con i media e responsabilità conseguenti

I rapporti della Azienda con i media sono improntati alla necessità di rispondere con professionalità, chiarezza e tempestività in merito all'attività, ai servizi, alle segnalazioni di criticità o problemi, ma anche ad eventi qualificanti e positivi che possono caratterizzare la gestione Aziendale.

La titolarità della comunicazione verso l'esterno con i media (stampa, televisioni, radio e social network) è in capo al Presidente e ai consiglieri del Consiglio di Amministrazione, che la esercitano ai sensi della Legge 150/2000².

Nel caso in cui i dipendenti o collaboratori esterni dell'AZIENDA, fossero contattati dagli organi di stampa al fine di rilasciare informazioni sull'attività Aziendale, questi devono informare tempestivamente i vertici dell'Azienda che provvederà nel rispetto dell'interesse Aziendale.

Il dipendente, nelle forme di comunicazione diretta, è tenuto a rispettare le disposizioni di legge in merito al segreto d'ufficio ed al trattamento dei dati personali e sensibili.

Art. 3 – Libertà di espressione e comportamento nell'uso dei social media

Il dipendente è libero di esternare il proprio pensiero, purché le sue dichiarazioni non arrechino un danno di immagine all'Amministrazione e rispettino i limiti di continenza sostanziale e formale.

Il diritto di critica del lavoratore – garantito a livello costituzionale quale specificazione del più generale diritto di libera espressione del pensiero (articolo 21, Costituzione) e ribadito dall'articolo 1 dello Statuto dei Lavoratori, deve rispettare innanzitutto il parametro della "continenza sostanziale", che impone la necessaria veridicità dei fatti riportati dal lavoratore.

L'attribuzione di fatti falsi che connotino in maniera negativa il datore di lavoro o, peggio, risultino apertamente disonorevoli e lesivi dell'immagine Aziendale, costituisce un comportamento illecito che si pone in contrasto con gli obblighi assunti dal prestatore di lavoro.

Le espressioni critiche utilizzate dal lavoratore devono rispettare l'ulteriore limite della "continenza formale" ovvero non devono utilizzare termini o espressioni di per sé offensive o ingiuriose, che travalichino i limiti dell'espressione del proprio pensiero, per sconfinare nell'offesa.

La libertà di espressione deve altresì confrontarsi con lo strumento utilizzato per manifestarla.

Va considerata di particolare importanza la modalità di utilizzo dei social network da parte del personale dipendente tanto nell'attività professionale quanto nella vita privata.

Accesso ai social media durante il servizio

Durante l'orario di lavoro e con i dispositivi forniti dall'Azienda è vietato l'utilizzo di social network (Facebook, Twitter, ecc) a tutti i dipendenti, salvo i casi autorizzati dal vertice aziendale per fini istituzionali di comunicazione.

– *uso in rappresentanza dell'Azienda:*

quando il dipendente autorizzato dall'Azienda accede ad un sito di social networking con un account istituzionale e agisce in nome e per conto dell'istituzione; si tratta di una prerogativa rimessa alla

² Disciplina delle attività di informazione e di comunicazione delle pubbliche amministrazioni.

Presidenza e ad eventuali funzioni da essa individuate in specifici casi. L'utente abilitato, per ragioni di sicurezza, deve accedere al profilo ufficiale per il tempo strettamente necessario alla pubblicazione degli aggiornamenti e deve essere evitata la navigazione su altri profili mentre si è connessi al profilo ufficiale, avendo cura di evitare l'attivazione di link pubblicati da utenti (followers) come commenti o contributi;

– *uso privato*:

Diventa rilevante il momento in cui il dipendente accede, con un account personale, ad un social per interesse personale.

È tollerato l'accesso ai social network, a WhatsApp, alla e-mail privata, durante i momenti di pausa previsti dal CCNL vigente, esclusivamente attraverso i propri dispositivi personali e comunque mai attraverso i dispositivi forniti dall'Azienda.

Utilizzo extralavorativo dei social-media

L'accesso ai social media al di fuori dell'orario di lavoro è ovviamente libero, ma in tal caso il dipendente deve essere consapevole di poter essere comunque identificato dal resto degli utenti del social come collaboratore della AZIENDA e, come tale, deve impegnarsi a mantenere un comportamento conforme ai principi espressi nella presente sezione.

In ossequio e nel rispetto della libertà di ognuno di manifestare il proprio pensiero sancita dall'articolo 21 della Costituzione, si richiede ai dipendenti nella configurazione, nell'utilizzo e nella gestione dei propri account personali sui social network, intesi come spazi pubblici virtuali, di rispettare alcune norme di comportamento a tutela dell'Azienda e delle persone che vi lavorano.

1. Il comportamento del dipendente deve essere decoroso, dignitoso e improntato alla correttezza verso l'Azienda, anche fuori dal luogo e dall'orario di lavoro.
2. Qualora si intenda rendere nota, nella sezione del social network relativa alle informazioni personali, la qualifica, la propria attività lavorativa, il ruolo o l'incarico specifico ricoperto nell'Azienda di appartenenza, tali informazioni devono essere riportate in maniera sintetica, evitando di inserire informazioni riservate.
3. I propri profili di utenza non vanno mai utilizzati per dichiarazioni ufficiali o per la divulgazione di informazioni d'ufficio.
4. Il dipendente osserva infatti il segreto d'ufficio e la normativa in materia di tutela e trattamento dei dati personali come previsto dal comma 5, art 12 del DPR n.62 del 2013. È severamente vietato divulgare informazioni riservate e interne, nello specifico: corrispondenza interna, informazioni e immagini di terze parti (ad esempio relative a ospiti, istituzioni, stakeholder, etc.) o informazioni su attività lavorative di cui si è a conoscenza per ragioni d'ufficio.
5. Nell'ambito di dibattiti e discussioni pubbliche o in gruppi privati che abbiano come oggetto l'attività dell'Azienda, i dipendenti sono invitati ad astenersi dal commentare e dare giudizi negativi che possano ledere l'immagine dell'Azienda stessa. In caso di intervento, specificare sempre che le opinioni espresse hanno carattere personale. Nello specifico, fermo restando il corretto esercizio delle libertà di pensiero e del diritto di critica, non è consentita la trasmissione e la diffusione di messaggi minatori ovvero ingiuriosi, commenti e dichiarazioni pubbliche offensive nei confronti dell'Amministrazione, riferiti alle attività istituzionali dell'Azienda e più in generale al suo operato, che per le forme e i contenuti possano comunque nuocere all'Amministrazione, ledendone l'immagine o il prestigio o compromettendone l'efficienza.

6. Nello specifico va considerato il delicato aspetto dell'utilizzo e della diffusione di immagini legate all'ambiente di lavoro che, se indebitamente applicato può, oltre che ledere l'immagine dell'Azienda, essere fonte di violazione dei sopracitati principi di riservatezza degli ospiti che possono generare richieste di risarcimento danni o essere sanzionate penalmente.
7. Nel caso in cui si dovessero reperire e visionare sulle piattaforme di social network commenti negativi riferiti all'Azienda, o immagini indebitamente diffuse, il dipendente avrà cura di non rispondere in prima persona, in virtù della propria appartenenza all'Azienda, ma di segnalare il tutto ai vertici aziendali, cui spetterà valutare le azioni da intraprendere.
8. Se si desidera promuovere un'iniziativa o un'attività della AZIENDA, è consentito condividere sulla propria pagina personale i contenuti social (post, storie) pubblicati sulla pagina ufficiale dell'Azienda, evitando di copiare e incollare i contenuti ufficiali al fine di non generare l'idea di parlare a nome dell'Azienda.
9. È vietato aprire un account/pagina pubblica/blog a nome dell'Azienda o legato all'Azienda o a un suo progetto, senza averne formalmente informato il vertice aziendale. Prima di ogni attivazione è necessario aver ricevuto formale autorizzazione scritta a procedere.

Con queste prescrizioni si vuole garantire la tutela dell'immagine dell'Azienda, da parte di chi, come il dipendente di realtà pubblica, ha il diritto/dovere di comportarsi in completa adesione ai valori che ne informano l'azione, nonché di astenersi da qualunque ipotesi, anche potenziale, di conflitto di interesse.

Art. 4 – Responsabilità

Fermo restando quanto previsto dal Codice di comportamento Aziendale all'art. 16, la presente Sezione detta norme di comportamento in relazione all'utilizzo delle strumentazioni informatiche e delle comunicazioni con i *media* e dei *social media*, la cui violazione è fonte di responsabilità disciplinare.

Sono pienamente applicabili all'utilizzo dei *media* e dei *social media* anche le norme generali sull'ordinamento giuridico, comprese quelle che prevedono responsabilità civile e/o penale in caso di diffusione di notizie false, diffamazione o tali da ledere diritti altrui o interessi altrui, oltre che l'immagine dell'Azienda.