

Codice di comportamento online



Come mi comporto
quando sono online?

MIGROS TICINO



Se



sei un collaboratore di Migros Ticino

utilizzi media online

comunichi online

Ti muovi

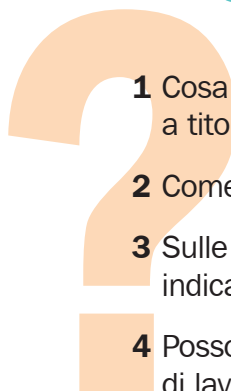


sui social media (professionalmente e/o privatamente)

sui canali online di Migros

su altri media digitali

Cerchi risposte alle seguenti domande



1 Cosa devo fare quando pubblico o posto qualcosa a titolo personale?

2 Come dovrei reagire agli interventi degli altri utenti?

3 Sulle reti professionali quali Xing e LinkedIn posso indicare Migros Ticino come mio datore di lavoro?

4 Posso utilizzare i social media durante l'orario di lavoro?

Premesse fondamentali nel contesto online

- ➔ *La tutela della sfera privata rientra tra i diritti fondamentali dell'uomo.*
- ➔ *I contenuti digitali possono diffondersi in pochi secondi in tutto il mondo.*
- ➔ *Internet non dimentica.*
- ➔ *Online significa dialogo, non monologo.*
- ➔ *Online significa condividere «In the past, you were what you owned. Now you are what you share.» (In passato si era ciò che si possedeva. Ora ciò che si condivide).*
[VICTOR SAMRA]

Ascoltate, siate gentili e consapevoli degli effetti e delle conseguenze delle vostre attività online.

Valgono i seguenti principi fondamentali: correttezza, integrità, partecipazione, imparzialità e riservatezza.

Codice di comportamento online – contenuti

Cosa fare

I principi più importanti e generalmente accettati del comportamento online.

Cosa non fare

Comportamenti online generalmente inaccettabili e da evitare.

Durante l'orario di lavoro

Ulteriori aspetti da considerare quale collaboratore di Migros Ticino e/o durante l'orario di lavoro.

Codice di comportamento

In qualità di collaboratore di Migros Ticino mi impegno a rispettare sempre questo codice di comportamento.



Principi generalmente validi di comportamento online

Mi comporto in modo...

Responsabile

Consapevolezza circa le conseguenze delle attività online: non si scrivono cose che non potrebbero essere dette direttamente e nella stessa forma a una persona.

Rispettoso e amichevole

Rispetto degli altri utenti e delle loro opinioni: se si partecipa a un forum, si commentano o pubblicano altri contributi, si saluta e si utilizza un tono amichevole.

Saggio e ponderato

Pensare prima di pubblicare: essere obiettivi durante le discussioni e quando si esprimono opinioni. Agire con ponderazione quando si

tratta di tematiche emotivamente coinvolgenti (per esempio politica, religione, etica).

Attento

I canali online offrono un valore aggiunto solo se si ascoltano gli altri utenti e si risponde loro.

Chiaro

Cercare sempre di prevenire malintesi. Per questo vanno evitate l'ironia o l'ambiguità. Si comunica tenuto conto di chi è l'interlocutore e del ruolo che si ricopre quando si fa l'esternazione.

Credibile e trasparente

Non comunicare deliberatamente offerte o informazioni false. Rendere pubblico il link della fonte o la provenienza delle informazioni. Se non si è sicuri allora è preferibile rinunciare a pubblicare una notizia.

Principi generalmente inaccettabili di comportamento online

Non mi comporto in modo...

Illegale

Evitare qualsiasi contenuto che può violare i diritti di terzi o che ha contenuti falsi o illeciti.

Inopportuno

Evitare commenti discriminatori o sprezzanti – a livello razziale, etico, sessuale, politico, religioso o di qualsiasi altra forma – che possono danneggiare la reputazione di Migros.

Tendenzioso

Evitare di partecipare ai cosiddetti passaparola o «shitstorm». Non rendere pubbliche eventuali questioni interne (per esempio il malcontento con il superiore). Sono assolutamente da evitare risposte impulsive a commenti offensivi o negativi oppure mantenere posizioni di difesa.

Noncurante

Evitare di pubblicare commenti su questioni riservate inerenti Migros Ticino, senza che tutti

i contenuti siano chiaramente dichiarati come opinioni personali.

Negligente

Impedire la divulgazione di informazioni segrete, confidenziali o interne, così come di dichiarazioni o informazioni che non sono (ancora) state comunicate pubblicamente all'esterno dell'azienda. Ciò sia tramite social media (come per esempio Facebook), mail o altri canali digitali.

Questi principi sono ovunque considerati inaccettabili e sono quindi ritenuti «comportamenti online scorretti». Informare i Servizi del personale per mail all'indirizzo risorseumane@migrosticino.ch se si constata un comportamento online scorretto da parte di colleghi o superiori.

Conseguenze in ambito professionale

In qualità di collaboratore di Migros Ticino faccio attenzione anche a...

Riservatezza dei dati

I dati dei clienti e tutti i dati personali (compresi quelli dei dipendenti) sono assolutamente confidenziali e nessun contenuto è da comunicare – online e offline.

Diritti d'autore

In ogni situazione vanno rispettate le norme di legge a tutela della proprietà intellettuale e materiale (per esempio diritti d'autore). Contenuti esterni sono da dichiarare esplicitamente come tali; aggiungere le fonti in modo chiaro.

Accortezza

Prima della pubblicazione tutte le dichiarazioni devono essere verificate con attenzione. Una volta pubblicate su Internet sono in molti casi difficili o addirittura impossibili da rimuovere.

Interazione

Accogliere con positività lo scambio con i clienti e promuovere attivamente il dialogo.

Valori

Far vivere anche online i valori di Migros Ticino con sollecitudine, credibilità, spirito inno-

vativo, vicinanza e orientamento al cliente e alla prestazione:

- 1 Metto a suo agio il cliente.
- 2 Contribuisco alla buona reputazione e a un buon clima di lavoro.
- 3 Lavoro affinché Migros Ticino possa continuare a investire anche in futuro.
- 4 Con il mio impegno in azienda contribuisco alla qualità della vita nella regione.

Orientamento al servizio

Informativa, disponibile, cortese: anche online Migros Ticino offre servizi e assistenza. Comportarsi nel modo in cui piacerebbe essere trattati in qualità di cliente.

Chiara identità riconoscibile

Quando si comunica in qualità di collaboratore di Migros Ticino, è auspicato rendere chiaramente riconoscibile la propria identità quale rappresentante dell'azienda.

Discrezione

Non vanno mai pubblicate, né online né tramite altri canali, informazioni aziendali di natura operativa, finanziaria o giuridica, così come informazioni che riguardano i partner commerciali.

Principi di comportamento online corretto per i collaboratori di Migros Ticino



Relazione professionale sui social media

Migros Ticino si rallegra se i suoi collaboratori esprimono pubblicamente la propria relazione professionale (per esempio sulle reti professionali Xing e LinkedIn), a condizione che l'azienda non possa in nessun modo essere chiamata a rispondere o essere considerata responsabile di alcun contenuto.



Social media nel tempo di lavoro

L'uso privato dei social media rientra nelle attività da svolgere durante le pause e il tempo libero. Il lavoro ha la priorità. L'adempimento del lavoro non deve in alcun modo risentire delle attività online.



Pubblicazione controllata di contributi con riferimenti aziendali

Ai dipendenti è consentito pubblicare su social media esternazioni private relative a Migros Ticino (come per esempio una fotografia che ritrae il momento del pranzo presso Migros Ticino su Instagram) purché questi contenuti siano chiaramente indicati come propri e relativi a un'opinione personale. I collaboratori hanno la responsabilità personale delle conseguenze delle loro azioni.



Contenuti o commenti con riferimento aziendale

Migros Ticino si riserva il diritto di segnalare, nascondere o cancellare commenti o contenuti che si riferiscono a Migros Ticino, o che possono essere associati a Migros Ticino, nella misura in cui violano le leggi, i diritti di terzi, il Codice di condotta (online) o contravvengono a condizioni sopra illustrate.

Basi giuridiche per un comportamento online corretto

Codice civile svizzero (CC) – Protezione della persona e della sfera privata

- Ognuno ha diritto al rispetto della sua vita privata e familiare, della sua abitazione, della sua corrispondenza epistolare e delle sue relazioni via posta e telecomunicazioni.
- La violazione della persona e della sfera personale (per esempio con commenti offensivi o l'uso non autorizzato di fotografie) può portare a provvedimenti legali volti alla rimozione dell'offesa (per esempio la cancellazione da internet dei contenuti lesivi della personalità), così come all'obbligo di risarcimento dei danni.

Legge federale sulla protezione dei dati (LPD/OLPD)

- I dati personali possono essere raccolti e trattati solo in modo conforme alla legge. Il trattamento dei dati deve essere proporzionale e conforme al principio della buona fede e della personalità (per esempio cancellazione di dati personali quando non più necessari).
- I dati possono essere trattati soltanto per lo scopo indicato all'atto della loro raccolta.
- Non possono essere trasmesse informazioni all'estero (tranne eccezioni definite dalla legge).
- I dati personali devono essere protetti da trattamenti non autorizzati tramite adeguate misure tecniche e organizzative.
- La violazione della protezione dei dati può portare alle stesse conseguenze della violazione della persona e della sfera privata.

Legge federale sul diritto d'autore e sui diritti di protezione affini (LDA)

- Tutela della proprietà intellettuale (per esempio immagini, foto, testi, logo, musica, file audio e video).
- È autore la persona fisica che ha creato l'opera. Tuttavia i diritti sono di regola amministrati da società di gestione (editori, agenzie,...).
- Sono protetti anche i proprietari dei cosiddetti diritti affini, per esempio i produttori

di supporti audio o audiovisivi (per esempio CD, DVD, BD).

- I proprietari o possessori del diritto d'autore e i proprietari o possessori di diritti affini hanno il diritto esclusivo di decidere se, quando e come le loro opere, rispettivamente i loro supporti audio e audiovisivi, possono essere utilizzati, rispettivamente copiati o riprodotti.
- La violazione del diritto d'autore può portare all'ordine da parte del giudice di rimuovere l'illecito (per esempio la cancellazione di contenuti web) al risarcimento dei danni ed è inoltre passibile di pena.

Il diritto d'autore è tutelato anche online

- Di principio vale la presunzione che tutti i contenuti sono protetti e che è sempre necessaria l'autorizzazione del proprietario del diritto d'autore, rispettivamente dei diritti di protezione affini.
- Senza il consenso del detentore dei diritti, un testo può essere citato solo in brevi estratti. La citazione deve essere indicata in quanto tale, menzionando la fonte e – se indicato – l'autore.
- Immagini / foto / audio / video: l'utilizzo (anche parziale) è lecito solo con il consenso dell'avente diritto (licenza); fonte e autore devono essere chiaramente indicati come tali (per esempio con la pubblicazione del logo).
- Non pongono problemi: immagini / video / file audio propri, personalmente commissionati o acquistati.
- Sono da trattare e verificare con attenzione immagini / video / file audio di terzi. Questi possono essere utilizzati solo con rispettiva licenza nel caso in cui non sia stato rilasciato un esplicito libero utilizzo da parte del proprietario o possessore del diritto d'autore.

Legge federale sulla protezione dei marchi (LPM)

- Il marchio è un segno (parola, immagine o combinazione di esse) atto a distinguere i prodotti o i servizi di un'azienda.

- Il proprietario del marchio ha il diritto esclusivo di utilizzo per distinguere prodotti o servizi.
- Sono protetti solo i marchi registrati e solo in riferimento ai prodotti o servizi depositati (eccezione: i cosiddetti marchi famosi, per i quali vale la protezione per tutti i tipi di merci / servizi).
- La violazione del diritto dei marchi può portare all'ordine da parte del giudice di rimuovere l'illecito (per esempio la cancellazione di contenuti web), nonché il risarcimento dei danni ed è inoltre passibile di pena.

Legge federale contro la concorrenza sleale (LCSI)

- È sleale e illecito qualsiasi comportamento o pratica d'affari ingannevole, o altrimenti lesivo delle norme della buona fede, in particolare
 - Denigrare altre aziende e i suoi servizi tramite affermazioni inesatte, fallaci o inutilmente lesive.
 - Dare indicazioni inesatte o fallaci sulla propria azienda e sui suoi servizi.
 - Indurre confusione con altre aziende o con i loro servizi, per esempio tramite l'utilizzo di marchi e altri segni distintivi (nome dell'azienda, logo, ecc.).

- Lo sfruttamento di una prestazione d'altri, per esempio copiare senza autorizzazione, vale come concorrenza sleale.
- Un comportamento illecito può portare all'ordine da parte del giudice di rimuovere l'illecito (per esempio la cancellazione di contenuti web), nonché il risarcimento dei danni ed è inoltre passibile di pena.

Codice penale svizzero (CP)

- Le disposizioni del codice penale valgono anche nel caso di pubblicazioni online (rivelazioni illecite, sleali o disoneste di segreti commerciali, comportamenti diffamatori o contenuti illeciti).
- Contro pratiche sleali, che minacciano o infrangono interessi collettivi, è possibile intervenire tramite azione penale o civile (riferimento art. 23 LCSI).
- Violazione del segreto di fabbrica o commerciale (art. 162).
- Delitti contro l'onore: diffamazione (§art. 173), calunnia (§art. 174), ingiuria (§art. 177).
- Contenuti illegali: rappresentazione di atti di cruda violenza (art. 135), pornografia (art. 197), discriminazione razziale (art. 261).

In applicazione del Codice di comportamento online è stato attivato un processo per la segnalazione di comportamenti scorretti nella comunicazione online.

Informare i Servizi del personale per mail all'indirizzo risorseumane@migrostickino.ch se si constata un comportamento online scorretto da parte di colleghi o superiori.

Annesso al Codice di comportamento online

Codice di comportamento

Gruppi messaggistica istantanea con collaboratori Migros Ticino

PREMESSA

I sistemi tecnologici di comunicazione scritta tramite social network (per es. WhatsApp, Telegram, ...) sono sempre più usati per scambiarsi messaggi a livello della collettività. Questo avviene anche tra colleghi facendo nascere nuove criticità legate a:

- *tipo di informazioni inviate*
- *linguaggio utilizzato.*

Presso la Cooperativa Migros Ticino tali strumenti NON sono riconosciuti come canali ufficiali di comunicazione aziendale; tutte le informazioni lavorative devono imperativamente passare per quelli fino ad ora in uso (albi, riunioni, mail, ecc...).

Il presente codice vuole essere di complemento al *Codice di comportamento online* e al *Codice di condotta per il personale Migros* già presenti in Migros Ticino.

IMPORTANTE: la responsabilità di quanto viene scritto in questi gruppi di messaggistica istantanea rimane a carico di colui che ne inserisce i contenuti.

1. TIPOLOGIE DI CHAT PER GRUPPI DI MESSAGGISTICA ISTANTANEA

1.1 Chat unilaterale

Solo l'amministratore del gruppo può condividere contenuti.

- Presenta meno criticità
- I membri non possono interagire tra di loro
- L'amministratore è responsabile dei contenuti che condivide
- Ideale in gruppi ampi

1.2 Chat aperta

Chat in cui gli scambi di informazione tra i membri sono liberi.

- Più complessa da gestire
- Ogni membro è libero di condividere contenuti
- Ognuno è responsabile dei contenuti che condivide
- Bisogna chiarire molto bene i contenuti pubblicabili o non pubblicabili

2. PRINCIPI DI COMPORTAMENTO IN GRUPPI DI MESSAGGISTICA ISTANTANEA CON PIÙ COLLABORATORI MIGROS TICINO

Mi comporto in modo...

- **Responsabile**

Sono consapevole delle conseguenze che derivano dall'interazione nel gruppo di messaggistica istantanea. Pubblico solo tematiche che potrebbero essere dette direttamente e nella stessa forma alla persona.

- **Inclusivo verso gli altri collaboratori**

Informo tutti i colleghi dell'esistenza di un gruppo di messaggistica istantanea al quale si può decidere di partecipare liberamente e faccio in modo che tutti si sentano inclusi.

- **Rispettoso delle scelte di altri collaboratori**

Rispetto le scelte di altri collaboratori in quanto all'adesione o mancata adesione in qualità di membro ad un gruppo di messaggistica istantanea.

Non mi comporto in modo...

- **Illegale**

Rispetto le prescrizioni legali in materia di protezione dei dati. Non pubblico tematiche relative alla sfera privata e prima di aggiungere un collaboratore in qualità di membro ad un gruppo di messaggistica istantanea, ne chiedo il consenso espresso.

- **Inopportuno**

Evito di interagire in un gruppo di messaggistica istantanea con più collaboratori Migros Ticino, con contenuti discriminatori o sprezzanti (a livello razziale, etico, sessuale, politico, religioso o di qualsiasi altra forma).

Faccio particolarmente attenzione a...

- **Riservatezza dei dati di altri collaboratori**

I dati personali, come ad esempio il numero di telefono privato, di altri collaboratori sono assolutamente confidenziali e nessun contenuto deve essere divulgato.

- **Rispettare la sfera privata di altri collaboratori, in particolare il tempo di riposo**

La legislazione federale in materia di lavoro prescrive il diritto al tempo di riposo per gli impiegati. L'utilizzo di un gruppo di messaggistica istantanea deve pertanto essere conforme a tale diritto di riposo (per es. evitare di scrivere messaggi durante la notte o pretendere risposte durante giorni di libero).

Ricordiamo inoltre che all'indirizzo risorseumane@migrostickino.ch è possibile segnalare comportamenti scorretti nella comunicazione online.