

Lavoro

LICENZIAMENTO

Legittimo il licenziamento se con Facebook si viola il divieto di concorrenza

venerdì 28 giugno 2019

di **Salazar Paola** Avvocato in Milano

Il Tribunale di Bari, con sentenza 10 giugno 2019 n. 2636, è recentemente intervenuto in tema di licenziamento per giusta causa stabilendo che costituisce grave illecito disciplinare il comportamento di un dipendente che - oltre ad installare indebitamente un profilo Facebook sul telefono aziendale nella propria esclusiva disponibilità e a impiegare tale dispositivo per intrattenere frequenti e numerose conversazioni private durante le ore di lavoro - riveli, per il tramite del predetto dispositivo, informazioni e notizie riservate afferenti all'impresa ad aziende concorrenti dirette.

Tribunale Bari, sezione Lavoro, sentenza 10 giugno 2019, n. 2636

La decisione spicca per due ordini di motivi. Da un lato l'ipotesi della reiterazione del licenziamento che viene risolta in senso positivo dal Giudice in base ai principi generali in materia di revoca del licenziamento scaturenti dopo le riforme degli ultimi anni, ossia in termini di ripristino senza soluzione di continuità del rapporto di lavoro risolto per licenziamento, poi revocato (art. 18, comma 10, L. n. 300/1970). Da altro punto di vista, proprio in ragione della intervenuta continuità del rapporto di lavoro, in merito all'oggetto del secondo licenziamento, comminato a seguito di procedimento disciplinare e incentrato su una non irrilevante fattispecie di violazione del vincolo fiduciario. E qui veniamo al tema particolarmente delicato dell'**uso dei social network durante il lavoro** che la decisione in commento contribuisce a delineare sotto una nuova veste.

La materia sta infatti diventando sempre più delicata considerando anche gli orientamenti espressi dalla giurisprudenza negli ultimi anni, incentrati sulla **rilevanza** che alcuni **comportamenti extra-lavorativi** – di solito non influenti se non in casi limite sul rapporto di lavoro - possono avere sulla corretta e diligente esecuzione della prestazione lavorativa. Ambito che, anche grazie alla tecnologia e all'ormai diffuso uso dei *Social Network* ha portato nuove fattispecie nelle aule di Tribunale, dove sono stati a più riprese analizzati comportamenti posti in essere dal lavoratore nella propria sfera privata, coinvolgenti direttamente o indirettamente anche la sua posizione lavorativa. Come nel caso portato innanzi la Corte di Cassazione con la sentenza 27 aprile 2018, n. 10280 e Cass. Pen., Sez. V 3 maggio 2018, n. 40083, Cass. Pen., Sez. V 14 novembre 2016, n. 4873 nelle quali si afferma che *Facebook* ha delle potenzialità diffamatorie e, per tale ragione, la pubblicazione di post coinvolgenti il datore di lavoro può portare al legittimo esercizio del potere disciplinare, oppure Cass., Sez. lav., ord. 10 settembre 2018, n. 21965 nella quale si afferma invece che le *chat* di un gruppo *Facebook* composto da una pluralità di soggetti (nel caso *de quo*, gli iscritti al sindacato) – recanti peraltro parole offensive e/o denigratorie nei confronti dell'amministratore delegato della società datrice di lavoro - non integrerebbero una fattispecie di diffamazione, quindi non potrebbero portare al licenziamento o più di recente Cass., Sez. lav., 1° febbraio 2019, n. 3133 nella quale si è arrivati a statuire, in modo analogo alla decisione del Tribunale di Bari, che un numero eccessivo di accessi alla propria pagina *Facebook* (circa 6.000 nell'arco di 18 mesi) da parte di un lavoratore durante l'orario di lavoro, può portare al licenziamento.

È in quest'ultima direzione che si è indirizzato il Tribunale di Bari con la decisione in commento e proprio questo elemento – la violazione degli obblighi di diligenza e fedeltà nello svolgimento della prestazione lavorativa - ha determinato la più precisa motivazione da parte del Giudice in termini di legittimità del provvedimento espulsivo. Non tanto l'uso non corretto di uno strumento di lavoro in dotazione – il cellulare – per quanto grave possa essere, quanto piuttosto la

rilevanza dei comportamenti che travalicano il limite del privato divengono strumento rilevante di valutazione in termini di violazione diretta dell'obbligo di diligenza e fedeltà nell'ambito del rapporto di lavoro. Violazione dell'obbligo di fedeltà e di non concorrenza che trova qui una ulteriore caratterizzazione: la pagina *facebook* creata come pagina personale su uno strumento aziendale veniva utilizzata per svolgere attività concorrente, ossia per segnalare ai *competitor* specifiche figure di *promoter*.

Il comportamento non poteva che essere sanzionato. Il Giudice risolve nel senso della rilevanza negativa della condotta sia sul piano oggettivo, sia su quello soggettivo, aggravata dall'**intenzionalità di ledere il rapporto fiduciario** ponendo in dubbio la futura correttezza dell'adempimento della prestazione lavorativa e potendo denotare quindi la scarsa inclinazione ad attuare diligentemente gli obblighi scaturenti dal rapporto di lavoro. In linea peraltro con gli orientamenti maggioritari in materia di legittimità del licenziamento disciplinare. Attualizzando così, all'epoca dei *Social Network* principi che sono ormai consolidati nella giurisprudenza sia di merito sia di legittimità.

I comportamenti legati all'uso dei *Social Network* – in primis *Facebook* e *Whatsapp* - stanno ormai acquisendo da alcuni anni una diversa e contrapposta caratterizzazione sul piano della gestione del rapporto di lavoro. Il primo, spesso tollerato e incentivato come strumento di marketing affidato – a volte con lodevole lungimiranza – all'iniziativa dei dipendenti – è divenuto nel tempo anche strumento rilevante per interpretare le possibili conseguenze sul rapporto di lavoro di quei **comportamenti individuali e privati** solitamente estranei al rapporto di lavoro, ma **divenuti nell'era della condivisione e della visibilità ad ogni costo idonei a determinare precise conseguenze sul rapporto di lavoro** in violazione delle disposizioni degli artt. 2104 e 2105 c.c.. *Whatsapp* invece, è divenuto addirittura strumento ipoteticamente idoneo a formalizzare un atto di recesso (cfr. Tribunale di Catania 27 giugno 2017, in *Quotidiano Giuridico* 20 luglio 2017) oppure ad attenuare e depotenziare l'esercizio del potere disciplinare da parte del datore di lavoro quando i messaggi siano accompagnati da emoticon diretti ad alleggerire la possibile portata negativa del messaggio (cfr. Tribunale di Parma 7 gennaio 2019, n. 237 che peraltro non si è per nulla soffermato sulla violazione dell'obbligo di fedeltà che nel caso specifico sarebbe stata particolarmente grave).

Il tratto comune della giurisprudenza in questo ambito è, sul piano dell'evoluzione della materia, **il generale disvalore che si porta dietro l'uso non corretto di uno strumento di comunicazione così potente e rilevante** quando non ne venga correttamente valutata la sua portata sul piano organizzativo, ossia quando non si abbia la percezione (o lungimiranza) di considerarne le implicazioni su quella ristretta collettività che è costituita dai dipendenti e collaboratori di un'azienda, specie nelle ipotesi in cui il comportamento non sia in linea con i valori dell'impresa e il commento o il post possano assurgere a modello diseducativo e disincentivante per gli altri membri della collettività organizzata (i dipendenti), quando non addirittura ad ipotesi di reato (cfr. Trib. Ivrea, Ord. 28 gennaio 2015, n. 1008).

Riferimenti normativi:

Art. 18, comma 10, Legge n. 300/1970

Art. 2104 c.c.

Art. 2105 c.c.

Copyright © - Riproduzione riservata