



Policy Digital Media

Consiglio di Amministrazione di Flowe S.p.A. del 26/07/2023

Sede legale

Palazzo Meucci - Via Ennio Doris
20079 Basiglio (MI)
T +39 02 9049.1

flowe@pec.flowe.com

Flowe S.p.A. - Società Benefit

Società appartenente al Gruppo Bancario Mediolanum - Iscritta nell'Albo degli Istituti di Moneta Elettronica di cui all'art. 114-quater del Testo Unico Bancario (TUB), al nr. 36003.2
Società con unico Socio - Società soggetta all'attività di direzione e coordinamento di Banca Mediolanum S.p.A. - Capitale sociale euro 10.000.000,00 i.v. - Codice Fiscale - Iscr. Registro Imprese di Milano Monza Brianza Lodi 10917120965 - P. IVA 10540610960 del Gruppo IVA Banca Mediolanum S.p.A.

SOMMARIO

1	PREMESSA	3
1.1	CONTESTO DI RIFERIMENTO	3
1.2	AMBITO DEL DOCUMENTO.....	4
2	APPLICABILITÀ.....	4
2.1	DESTINARARI DEL DOCUMENTO	4
2.2	RESPONSABILITÀ DEL DOCUMENTO	4
3	DEFINIZIONI.....	5
4	GLI ATTORI COINVOLTI.....	5
4.1	CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE.....	6
4.2	PERSPECTIVE BUSINESS ACCELERATION	6
4.3	PERSONALE DIPENDENTE	6
4.4	DIREZIONE RISORSE UMANE DI BANCA MEDIOLANUM.....	6
5	I PRINCIPI DI COMPORTAMENTO SUI CANALI DIGITALI.....	6
6	I PRINCIPI DI COMPORTAMENTO SULLE PAGINE E PROFILI ISTITUZIONALI DI FLOWE	7
7	I PRINCIPI GENERALI DELLE DIGITAL PR	8
7.1	GESTIONE DEL PERSONALE DIPENDENTE	9
7.2	GESTIONE DELLA PRESENZA DI INFLUENCER/BLOGGER PRESSO LA SEDE DI FLOWE.....	9
8	I PRINCIPI GENERALI DELLA PRESENZA DIGITALE.....	9
9	NETIQUETTE	10
10	RAPPORTI CON LA CAPOGRUPPO NELL'AMBITO DEL PROCESSO DI INDIRIZZO E COORDINAMENTO DI GRUPPO	11
11	RESPONSABILITÀ IN CASO DI VIOLAZIONE DEI PRINCIPI ESPOSTI.....	11
12	NORMATIVA DI RIFERIMENTO.....	11

1 PREMESSA

Il presente documento definisce i principi di utilizzo dei mezzi di comunicazione digitali adottati da Flowe S.p.A., in accordo a quanto disciplinato dalla Policy Digital Media del Gruppo Mediolanum emessa dalla Capogruppo Banca Mediolanum, di cui la presente policy rappresenta il recepimento, adottando i necessari adattamenti resi necessari dalle peculiarità aziendali, comunque in linea con i principi definiti dalla stessa Capogruppo.

In particolare, il documento ha la finalità di definire i comportamenti che il Personale Dipendente deve adottare nell'utilizzo di strumenti messi a disposizione dalla rete Internet (forum, blog, social network, ect.) per scopi professionali o personali, al fine di preservare e sostenere l'immagine di Flowe, di Banca Mediolanum quale Capogruppo anche quotata e del Gruppo Mediolanum in generale.

1.1 CONTESTO DI RIFERIMENTO

Le Relazioni con i mezzi di comunicazione "digitali" trovano manifestazione in molteplici iniziative e forme che necessitano di essere indirizzate e governate coerentemente alle linee guida strategiche e ai principi alla base del governo dei rischi reputazionali di Flowe S.p.A. Società Benefit (di seguito anche "la Società" o l'"Imel"), di Banca Mediolanum e del Gruppo Mediolanum.

Coerentemente al codice di Comportamento adottato da Banca Mediolanum e dalle Società Controllate, alla Policy per la gestione del rischio di reputazione, alla chiara individuazione e al rispetto delle responsabilità attribuite ai soggetti deputati alla gestione della comunicazione esterna, alla ricerca ed al mantenimento di elevati standard qualitativi nella conduzione delle relazioni tra i soggetti coinvolti e la collettività, la presente Policy stabilisce:

- le regole cui attenersi durante la comunicazione nel mondo digitale (es.: forum, blog, Twitter, Facebook, LinkedIn, etc.);
- le regole cui attenersi durante la comunicazione e l'interazione sulle pagine e profili istituzionali di Flowe, di Banca Mediolanum e delle Società del Gruppo sui Social Media e più in generale nel mondo digitale;
- i principi generali di relazione con i soggetti influenti del web che non siano giornalisti (c.d. blogger, influencer, etc.).

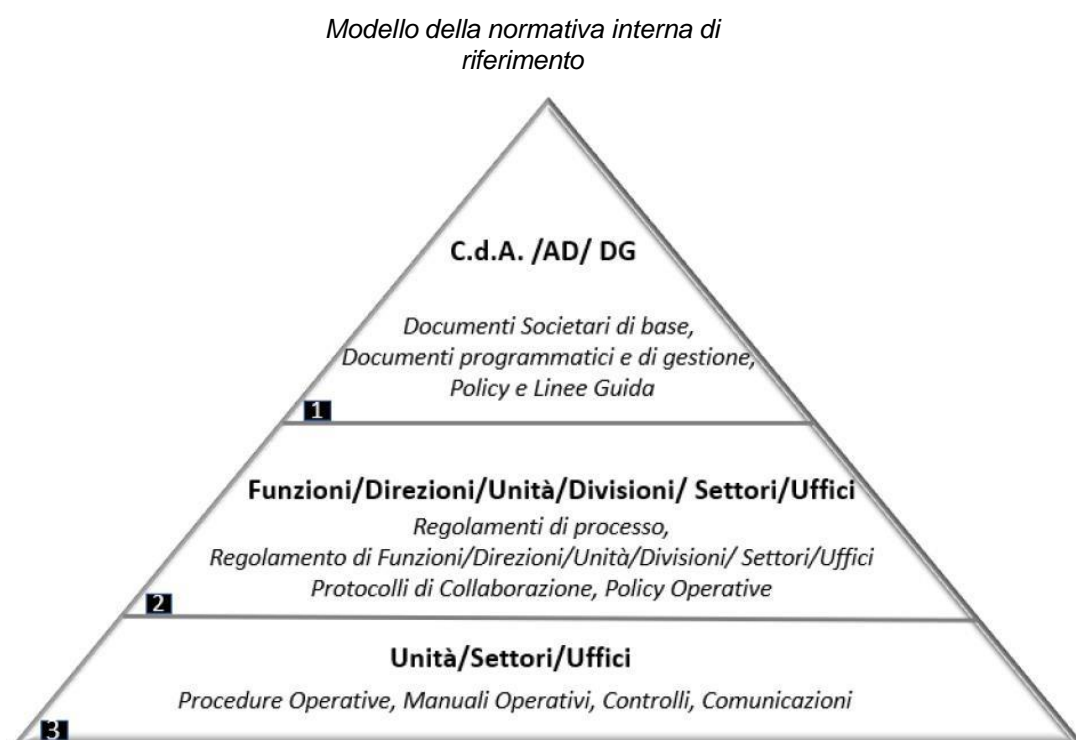
Tutelare e valorizzare l'immagine e la reputazione di Flowe, di Banca Mediolanum e delle Società del Gruppo, oltre che dei singoli Dipendenti, rappresenta un obiettivo fondamentale, soprattutto in un contesto come quello attuale in cui il posizionamento di un'azienda e dei suoi stakeholder gioca un ruolo fondamentale sui media digitali come su quelli tradizionali. A questo riguardo, si considerano media tradizionali le testate giornalistiche tipiche dell'informazione (stampa, radio, televisione, etc.) unitamente alle relative emanazioni digitali (Instagram, Twitter, LinkedIn, Facebook, TikTok, etc.) per i quali si rimanda alla Policy Media & Public Relations del Gruppo Mediolanum, tempo per tempo vigente.

La presente Policy contempla, invece, i principi di "buon comportamento in rete" espressi all'interno della "Netiquette", il cui rispetto non è imposto da alcuna legge o norma, ma fortemente suggerito aziendalmente.

I principi richiamati nella presente Policy trovano attuazione nei regolamenti di processo e nelle procedure operative, nei quali saranno meglio declinati i compiti, le attività operative e di controllo, alla base del rispetto degli adempimenti relativi alle normative.

Tali documenti descriveranno più nel dettaglio i processi, le procedure, gli strumenti e gli attori coinvolti, i loro ruoli e le responsabilità nella gestione dei rapporti con i media all'interno di Flowe.

Con riferimento alla "Policy di Conglomerato sulle modalità di redazione, aggiornamento, approvazione e diffusione della Normativa Interna", il presente documento si colloca al primo livello (di vertice) della piramide documentale richiamata nello schema seguente.



2 APPLICABILITÀ

2.1 DESTINARARI DEL DOCUMENTO

La presente Policy trova diretta applicazione all'interno di tutte le unità organizzative di Flowe.

2.2 RESPONSABILITÀ DEL DOCUMENTO

Il presente documento è approvato dal Consiglio di Amministrazione di Flowe S.p.A.

La predisposizione e l'aggiornamento sono di responsabilità della Perspective Business Acceleration.

3 DEFINIZIONI

Ai fini della presente Policy si intendono per:

- **Personale Dipendente:** colui che si impegna, per effetto di un contratto, in cambio di una retribuzione (stipendio), a prestare il proprio lavoro intellettuale o manuale alle dipendenze e sotto la direzione di un soggetto detto “datore di lavoro”, ivi compresi i collaboratori che in qualità di fornitori operano e prestano la loro attività in coordinamento con il personale dipendente;
- **Social media:** termine generico che indica tecnologie e pratiche online che le persone adottano per condividere contenuti testuali, immagini, video e audio;
- **Post:** messaggio testuale, con funzione di opinione o commento, inviato in uno spazio comune su Internet per essere pubblicato;
- **Link:** collegamento ipertestuale, cioè un collegamento tra pagine diverse;
- **Newsgroup:** spazio virtuale su Internet per discutere di un argomento specifico;
- **Forum:** sezione di discussione in una piattaforma informatica, attorno a cui si sviluppa una comunità virtuale formata da utenti abituali con interessi comuni;
- **Blog:** sito web, generalmente gestito da una persona o da un ente, in cui l'autore pubblica i propri pensieri, opinioni, riflessioni, considerazioni ed altro assieme, eventualmente, ad altre tipologie di materiale multimediale;
- **Netiquette:** è un insieme di regole che disciplina il comportamento di un utente di Internet nel rapportarsi agli altri utenti attraverso risorse quali newsgroup, mailing list, forum, blog, reti sociali o e-mail in genere;
- **Broadcast:** comunicazione rivolta ad una pluralità indistinta di soggetti e in modo non riservato;
- **Account:** insieme di funzionalità, strumenti e contenuti attribuiti ad un utente;
- **Nickname:** pseudonimo usato dagli utenti di Internet per identificarsi in un determinato contesto o in una determinata comunità virtuale;
- **Digital PR:** attività online volte a promuovere prodotti, servizi, progetti o eventi di un'azienda o di un'organizzazione attraverso relazioni digitali con utenti che hanno la capacità di influenzare in qualche modo altri utenti: opinion leader, community manager, blogger, influencer, gestori di profili e utenti rilevanti dei social network;
- **Live Streaming:** tecnologia che consente di trasmettere su Internet contenuti video in tempo reale; a tutti gli effetti è una trasmissione in diretta attuabile da qualsiasi utente dei principali social media e aperta tipicamente a un pubblico indistinto;
- **Presenza digitale:** la capacità di rendersi rintracciabili e riconoscibili online;
- **Influencer:** soggetti o “luoghi del web” in grado di indurre i membri di un gruppo a credere a qualcosa, a compiere atti o a prendere decisioni. Sono *media* in grado di parlare a molte persone contemporaneamente, in maniera autorevole e influente.

4 GLI ATTORI COINVOLTI

Nel prosieguo del presente paragrafo sono richiamati i principali attori a vario titolo coinvolti nell'ambito della presente Policy, descrivendone i rispettivi ruoli e responsabilità.

4.1 CONSIGLIO DI AMMINISTRAZIONE

Il Consiglio di Amministrazione di Flowe è responsabile dell'approvazione della presente policy.

4.2 PERSPECTIVE BUSINESS ACCELERATION

La Perspective Business Acceleration presidia la presenza, il contenuto e la gestione dei canali social di Flowe, curandone gli aspetti di comunicazione – organica, commerciale e pubblicitaria – rivolta al pubblico indistinto o in riscontro a specifiche richieste, e la gestione dei rapporti con influencer, opinion leader del web, blogger, etc. La Perspective Business Acceleration è responsabile del supporto operativo alle attività di aggiornamento della presente policy.

La Perspective è, inoltre, responsabile della definizione delle linee guida per il Personale dipendente con riferimento alla presenza sui canali digitali di Flowe, in coerenza alle linee guida definite a livello di Gruppo dall'Ufficio Digital Marketing della Capogruppo Banca Mediolanum.

4.3 PERSONALE DIPENDENTE

Il Personale dipendente si attiene a quanto presente all'interno della presente policy nell'utilizzo dei canali social digitali citati. Nel caso in cui il personale dipendente riceva un contatto diretto da parte di un influencer/blogger/opinion leader del web, effettua una segnalazione alla Perspective Business Acceleration che valuterà quale azione eseguire, richiedendo se necessario il supporto dell'Ufficio Digital Marketing della Capogruppo.

4.4 DIREZIONE RISORSE UMANE DI BANCA MEDIOLANUM

La Direzione Risorse Umane di Banca Mediolanum riceve dalla Perspective Business Acceleration, in virtù dei contratti di esternalizzazione in essere, le segnalazioni del mancato rispetto della presente Policy da parte del personale dipendente per le opportune valutazioni.

5 I PRINCIPI DI COMPORTAMENTO SUI CANALI DIGITALI

Flowe definisce le presenti linee guida da seguire nell'utilizzo dei mezzi di comunicazione digitale, con l'obiettivo di governare le possibili ricadute positive/negative sulla identità, sulla reputazione, sulla credibilità e sul consenso aziendale.

Flowe S.p.A. richiede al proprio Personale Dipendente di rispettare le seguenti regole nell'utilizzo dei canali digitali quali, a titolo di esempio non esaustivo, Facebook, LinkedIn, Instagram, TikTok, sito personale o blog:

1. non intervenire o ingenerare la convinzione di intervenire, senza aver ottenuto preventiva idonea autorizzazione da Business Acceleration (contattabile all'indirizzo e-mail socialmedia@flowe.com), in alcun forum, blog o social network in nome di Flowe o di qualsiasi società del Gruppo Mediolanum. Coerentemente con quanto precede non utilizzare un nickname o account che richiami segni distintivi di Flowe o di società del Gruppo Mediolanum (ivi compreso il marchio Flowe o di altre società del Gruppo) o, comunque, non "comparire" facendo riferimento a Flowe o qualsiasi società del Gruppo Mediolanum. È necessario, inoltre, dichiarare che le opinioni espresse sono formulate a titolo esclusivamente personale esplicitando altresì, se del caso (ad esempio perché si è fatta menzione dell'incarico rivestito in Flowe) che le stesse non riflettono necessariamente le opinioni della Società medesima o di altre società del Gruppo Mediolanum; in caso di blog o siti personali tale concetto può essere espresso tramite l'inserimento di apposito disclaimer, quale a titolo esemplificativo il seguente:

“I contenuti e le opinioni espresse all’interno di questo sito/blog non rappresentano né corrispondono necessariamente al punto di vista dell’azienda per cui lavoro”.

2. non pubblicare o fare accenno a qualunque informazione, notizia o elemento acquisito nell’ambito dell’attività lavorativa. Tra questi si citano, a titolo esemplificativo e non esaustivo: dati finanziari non pubblicati, informazioni di prodotto inedite non ancora comunicate al pubblico, materiale testuale o visivo (slide, video di convention, immagini, ...) a uso interno nonché, più in generale, qualsiasi dato, notizia o informazione aventi natura confidenziale o, comunque, non di pubblico dominio. Tali divieti sono valevoli anche qualora le informazioni siano o diventino in seguito di pubblico dominio a seguito di violazioni di obblighi di riservatezza da chiunque realizzati e successivamente resi noti; parimenti, non pubblicare né divulgare il contenuto – integrale o parziale – testuale o visivo proveniente dagli ambienti e strumenti di lavoro quali, a titolo esemplificativo, messaggi di posta elettronica, chat, comunicazioni pubblicate su HOMEdiolanum, etc;
3. non utilizzare i loghi/segni distintivi di Flowe e/o di altra società facente parte del Gruppo (inclusi quelli dei prodotti e i marchi testuali) senza preventiva autorizzazione di Business Acceleration (contattabile all’indirizzo e-mail socialmedia@flowe.com);
4. non utilizzare una qualifica non corrispondente alla propria reale posizione ricoperta all’interno di Flowe;
5. in caso di eventuali segnalazioni che riguardano Flowe intercettate su profili o pagine terze, oppure ricevute sui propri profili, pagine o siti personali da parte di soggetti terzi, il Personale dipendente deve limitarsi a indicare al soggetto medesimo di ricorrere ai Canali Istituzionali di Flowe, segnalando il contenuto (qualora fosse di particolare importanza o criticità) e i riferimenti del soggetto inseritore, se disponibili, alla Perspective Business Acceleration;
6. con riferimento al “Manifesto della diversità ed inclusione”, si ricorda che Flowe si impegna a rafforzare il valore delle diversità di genere come elemento significativo della cultura aziendale, valorizzando le peculiarità che ci differenziano, che vanno riconosciute affinché siano leva per la crescita sostenibile e per la creazione di valore. Linguaggio e contenuti devono pertanto risultare aderenti ai principi di *diversity & inclusion* evitando ogni forma di discriminazione, esplicita o implicita, anche per esempio attraverso la stereotipizzazione.

6 I PRINCIPI DI COMPORTAMENTO SULLE PAGINE E PROFILI ISTITUZIONALI DI FLOWE

In aggiunta alle regole di comportamento da rispettare in generale, Flowe richiede al proprio personale dipendente di rispettare le seguenti regole nell’utilizzo delle pagine e profili istituzionali di Flowe stessa e delle Società Controllate sui Social Media (esempio Facebook, YouTube, LinkedIn, Instagram, TikTok, etc.):

- è vietato inserire su Internet materiale riguardante Flowe e altre società del Gruppo (es. loghi, fotografie, video, testi, schede prodotto) la cui divulgazione non sia stata preventivamente ed esplicitamente autorizzata dalla società titolare dello stesso e dalle strutture organizzative competenti di Business Acceleration per l’uso su Internet, nonché di divulgare informazioni inerenti alle strutture organizzative o logistiche della Società e del Gruppo nonché, più in generale, dati, notizie o informazioni aventi natura confidenziale o, comunque, non di pubblico dominio. Tali divieti sono valevoli anche qualora le informazioni siano o diventino successivamente di pubblico dominio a seguito

di violazioni di obblighi di riservatezza da chiunque realizzati e successivamente resi noti;

- è obbligatorio rispettare i diritti d'autore: è vietato, quindi, l'uso non autorizzato di marchi registrati e di materiale multimediale soggetto a copyright (interni ed esterni a Flowe e al Gruppo Mediolanum). In particolare, si specifica quanto segue:
 - tutti i video autorizzati e utilizzabili tramite condivisione sono caricati su pagine e profili istituzionali (YouTube, Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok);
 - i diritti di utilizzo (musiche, attori, etc.) sono coperti per l'esclusivo uso online, è quindi vietato qualunque altro utilizzo al di fuori della piattaforma su cui sono stati originariamente caricati;
 - per policy condivisa dai principali social network, i video non possono essere scaricati ma solo visionati in streaming, pertanto, anche i video di Flowe e del Gruppo non possono essere scaricati, modificati né caricati su account differenti da quello istituzionale di Flowe;
 - le musiche presenti all'interno dei video, comprese quelle degli spot pubblicitari, non sono utilizzabili per altri scopi;
 - le suddette indicazioni valgono più in generale per qualsiasi materiale pubblicato online, anche da parte di contatti diretti; nel caso in cui si volesse pubblicare nativamente è necessario richiedere preventivamente autorizzazione alla Perspective Business Acceleration (contattabile all'indirizzo e-mail socialmedia@flowe.com) e – per buona norma – citare l'autore nel post.
- non è consentito pubblicare testi di messaggi di posta elettronica e messaggistica istantanea (WhatsApp, Telegram, etc.) senza l'esplicito assenso preventivo dell'autore. Non è consentito richiedere agli utenti della pagina internet informazioni personali o divulgare informazioni inerenti il proprio rapporto di lavoro, violare gli obblighi di riservatezza e privacy o compromettere la sicurezza dei Clienti;
- si ricorda di rispettare il tema della pagina Flowe e della specifica discussione: è vietato, quindi, pubblicare contenuti che non riguardino l'argomento della pagina Flowe, promuovere pagine, prodotti, marchi o persone che non siano connesse con la pagina Flowe, inserire spam o link a siti esterni fuori contesto;
- il reclutamento di Dipendenti o Collaboratori deve essere effettuato secondo i canali istituzionali e le modalità definite secondo le procedure di Flowe. Non sono consentite iniziative autonome, fatto salvo esplicita autorizzazione da parte delle competenti Funzioni Aziendali.

7 I PRINCIPI GENERALI DELLE DIGITAL PR

Le attività di Digital PR trovano manifestazione in molteplici iniziative e forme che necessitano di essere indirizzate e governate coerentemente alle linee guida strategiche e ai principi alla base del governo dei rischi reputazionali di Flowe e del Gruppo. L'immagine e la reputazione, infatti, sono in rapporto diretto con l'identità della Società per cui la comunicazione non è altro che il riflesso fedele dell'identità della stessa.

Coerentemente alla Policy sulla gestione del rischio di reputazione di Flowe e alla Policy Media & Public Relations del Gruppo Mediolanum, alle quali si fa riferimento, sono riportati di seguito i principi e i criteri di comportamento che i soggetti identificati sono tenuti ad osservare nei confronti di influencer, blog, forum, opinion leader del web, social media e community online, per

sostenere la reputazione e l'immagine della Società, contribuendo alla creazione di una specifica identità.

Le Digital PR fanno riferimento alle relazioni con i soggetti del web non riconducibili al mondo giornalistico (giornalisti, testate online registrate, edizioni digitali di stampa, radio, TV, etc.) per i quali la disciplina di riferimento resta quella indicata all'interno della Policy Media & Public Relations del Gruppo Mediolanum, tempo per tempo vigente.

Adottare un processo di governo e di gestione delle Digital PR permette, quindi, di individuare:

- quali sono i soggetti che possono intrattenere i rapporti con influencer, blog, forum, testate on-line non registrate, etc;
- l'iter a cui gli stessi soggetti devono attenersi;
- l'ambito di intervento.

7.1 GESTIONE DEL PERSONALE DIPENDENTE

Il Personale dipendente interpellato direttamente da un influencer/blogger/opinion leader del web a rilasciare eventuali contributi /guest post/commenti con riferimento all'attività svolta e/o al ruolo ricoperto in Flowe deve preliminarmente indirizzare lo stesso influencer/blogger/opinion leader alla Perspective Business Acceleration che effettua le valutazioni sull'opportunità di procedere al contatto e valuta le azioni da intraprendere, richiedendo se necessario il supporto dell'Ufficio Digital Marketing della Capogruppo.

7.2 GESTIONE DELLA PRESENZA DI INFLUENCER/BLOGGER PRESSO LA SEDE DI FLOWE

Nell'eventualità in cui un influencer/blogger/opinion leader del web venga coinvolto in attività presso la sede di Flowe di Basiglio (es: formazione in house o interventi presso la Società), l'Unità Organizzativa aziendale che organizza la presenza deve preventivamente informare la Perspective Business Acceleration per le opportune valutazioni e relative autorizzazioni.

8 I PRINCIPI GENERALI DELLA PRESENZA DIGITALE

Il personale dipendente di Flowe deve attenersi alle seguenti linee guida di presenza digitale:

- non utilizzare l'indirizzo e-mail professionale per registrare o creare account personali sui social network e più in generale su servizi online; altresì non utilizzare loghi o marchi di Flowe e del Gruppo per i profili personali sui social network;
- non utilizzare una qualifica non corrispondente alla propria reale posizione ricoperta all'interno di Flowe;
- usare nome e cognomi reali, evitando l'aggiunta di riferimenti, contrazioni o acronimi che rimandino a Flowe o alle società del Gruppo;
- in caso sia reso pubblico il proprio legame lavorativo con Flowe, astenersi dall'iscrizione a social network dalla dubbia reputazione.
- non usare foto attinenti a prodotti, loghi, marchi di Flowe e del Gruppo, come foto del proprio profilo personale; è possibile divulgare e discutere solamente informazioni rese pubblicamente (e lecitamente) disponibili;
- indicare chiaramente che il punto di vista espresso non rappresenta necessariamente quello di Flowe o delle Società del Gruppo;

- rispettare le condizioni di utilizzo del social network/sito/blog che si frequentano, così come i diritti di autore e la privacy;
- in caso di segnalazioni da parte di soggetti terzi intercettate online oppure ricevute sulle proprie pagine/canali internet personali, rimandare il soggetto terzo ai Canali Istituzionali di Flowe, riportando eventualmente il contenuto della segnalazione alla Perspective di Business Acceleration;
- non utilizzare o divulgare le informazioni confidenziali ottenute in qualità di dipendente o collaboratore di Flowe e delle Società del Gruppo, comprese informazioni inerenti alle strutture organizzative o logistiche;
- sui social, non taggare il profilo di Flowe e di altre società del Gruppo in contenuti che possano compromettere o ledere l'immagine dell'azienda;
- non commentare o pubblicare materiale che potrebbe danneggiare la propria reputazione o quella di Flowe e/o delle Società del Gruppo;
- non adottare iniziative autonome di reclutamento di dipendenti o collaboratori, salvo preventiva autorizzazione da parte delle competenti funzioni aziendali di Flowe;
- evitare l'inserimento di opinioni/recensioni fittizie sui siti/portali dedicati all'aggregazione delle stesse (es. Trustpilot, Play Store, App Store, etc)

9 NETIQUETTE

Fra gli utenti dei servizi telematici di rete, prima fra tutte la rete Internet, si è sviluppata nel corso del tempo una serie di "tradizioni" e di "principi di buon comportamento" (galateo) che vanno collettivamente sotto il nome di "netiquette". Riportiamo in questa sezione un breve sunto dei principi fondamentali della "netiquette", a cui tutti sono tenuti ad adeguarsi:

- evitare di pubblicare link, post, commenti, foto, video ed altro materiale multimediale avente contenuto offensivo, violento, volgare, diffamante, discriminatorio, pornografico o disdicevole;
- evitare attacchi personali di qualsiasi tipo o commenti offensivi nei confronti di persone, organizzazioni, idee, orientamento sessuale, gruppo etnico, orientamento politico o religioso;
- non incitare o fornire informazioni su attività illegali, immorali o pericolose per sé e per gli altri;
- non scrivere in maiuscolo in un intero messaggio, poiché ciò equivarrebbe a "urlare" nei confronti dell'interlocutore;
- non divagare rispetto all'argomento del post o del thread a cui si sta partecipando;
- evitare, quanto più possibile, il broadcast del proprio messaggio verso molti destinatari che non hanno fatto esplicita richiesta (WhatsApp, Telegram, e-mail, ...);
- non condurre "guerre di opinione" o personali sulla rete a colpi di messaggi e contromessaggi: se ci sono diatribe personali, è meglio risolverle con altri mezzi riservati (es. posta elettronica, messaggio privato) in corrispondenza privata tra gli interessati;
- non pubblicare mai, senza l'esplicito permesso dell'autore, il contenuto di conversazioni sviluppate tramite mezzi di comunicazione privata (es. posta elettronica, Direct Message);
- non pubblicare messaggi non opportuni o che semplicemente prendono le parti dell'uno

o dell'altro fra i contendenti in una discussione;

- non inviare tramite posta elettronica messaggi pubblicitari o comunicazioni che non siano state sollecitate in modo esplicito o per le quali non si possiede l'esplicito consenso del destinatario; allo stesso modo non aggiungere commenti sotto un post a evidenti scopi pubblicitari;
- non essere intolleranti con chi commette errori sintattici o grammaticali. Chi scrive è comunque tenuto a migliorare il proprio linguaggio in modo da risultare comprensibile alla collettività;
- tenere presenti le priorità di servizio connesse alla propria attività lavorativa, rispetto alla partecipazione a qualsiasi attività sui social media;
- utilizzare la funzione di tag verso altri utenti in modo responsabile, chiamando in causa la persona/pagina solo se effettivamente interessata all'argomento;
- non aggiungere commenti contenenti esclusivamente link, contestualizzarli sempre anche in poche righe;
- taggare le persone presenti all'interno di un contenuto pubblicato o taggare la pagina che lo ha pubblicato in caso di ricondivisione, al fine di rendere nota la pubblicazione/ricondivisione dello stesso.

10 RAPPORTI CON LA CAPOGRUPPO NELL'AMBITO DEL PROCESSO DI INDIRIZZO E COORDINAMENTO DI GRUPPO

La Direzione Comunicazione, Marketing Banca e Canali Digitali di Banca Mediolanum in qualità di funzione di Capogruppo che svolge il ruolo di indirizzo e coordinamento, per gli aspetti relativi alla gestione dei canali social di Gruppo, definendo regole e linee guida di comportamento per il personale dipendente delle Società Controllate del Gruppo, è coinvolta ex ante dalla Perspective Business Acceleration per il rilascio formale di pareri vincolanti (Binding Opinions - BO), ai fini della valutazione di scostamenti dall'adozione delle linee guida definite dalla Capogruppo, fornendo alla stessa le evidenze delle eventuali modifiche al recepimento di quanto esposto all'interno della Policy Digital Media di Gruppo o della sua applicazione.

11 RESPONSABILITÀ IN CASO DI VIOLAZIONE DEI PRINCIPI ESPOSTI

Come disciplinato dal Codice di Comportamento di Flowe, in caso di violazione delle regole esposte nella presente Policy, il Dipendente identificato come responsabile della violazione stessa potrà essere passibile di sanzioni disciplinari.

La Perspective di Business Acceleration, a fronte di violazioni, provvede a segnalare i comportamenti anomali per il personale dipendente alla Direzione Risorse Umane di Banca Mediolanum, che svolge le attività in virtù di apposito accordo di servizio.

Fermo quanto sopra, resta inteso che in caso di violazione delle regole della presente Policy, Flowe si riserva l'esercizio di ogni opportuna azione volta all'inibizione del comportamento pregiudizievole e al risarcimento del relativo danno.

12 NORMATIVA DI RIFERIMENTO

I principali riferimenti normativi e regolamentari utilizzati per la stesura del presente documento, sono i seguenti:

- Codice di Comportamento di Flowe;



- Policy per la Gestione del Rischio di Reputazione di Flowe;
- Policy Media & Public Relations del Gruppo Mediolanum;
- Policy in materia di abusi di mercato di Banca Mediolanum.