

Firmowa strona na Facebooku należy do przedsiębiorcy

Pracownik, który **wykorzystał profil** firmy w niewłaściwym celu, narusza dobra osobiste pracodawcy

Urszula Markowska
urszula.markowska@infor.pl

Przedsiębiorcy coraz częściej sięgają po Facebooka, by promować się w sieci. Prowadzenie strony firmy powierza pracownikom. Zazwyczaj odbywa się to w ten sposób, że osoba, która ma już prywatny profil w serwisie, zakłada firmową stronę, przyporządkowując ją do własnego profilu. By zalogować się na Facebooku, używa więc tego samego hasła i loginu.

Ryzyko biznesowe

Jedną z użytkowników forum prawnego opisuje, że pracowała w firmie ponad rok i do jej obowiązków należało prowadzenie między innymi właśnie tzw. fan page'u. Była jego jedynym administratorem, ale pracodawca nie przedłużył z nią umowy.

– Czy teraz, kiedy już w tej firmie nie pracuję, pracodawca może zażądać ode mnie bezpłatnie przekazania strony firmowej – zastanawia się internauta. Odpowiedź nie jest oczywista, a prawnicy polecają pracodawcom ostrożność w tym zakresie.

– Prowadzenie firmowego profilu za pomocą osobistego konta pracownika może się wiązać z ryzykiem zarówno biznesowym, jak i prawnym – ostrzega Marcin Lewoszewski z kancelarii CMS Cameron McKenna. Problem pojawia się, gdy pracownik odpowiedzialny na fan page odchodzi z firmy, nie zawsze z własnej woli.

Zdarza się, że nie przekazuje danych niezbędnych do logowania do firmowego profilu, przez co pozbawia pracodawcę możliwości wpływu na treści tam zamieszczane. Bywa i tak, że mając możliwość modyfikowania i dodawania treści na stronie, zaczyna działać na niekorzyść firmy. Utrata kontroli nad profilem czy jego usunięcie może się okazać dla przedsiębiorcy poważnym problemem.

– Tracą przede wszystkim mali przedsiębiorcy – uważa dr Michał Gajlewicz, specjalista od reklamy z Uniwersytetu Warszawskiego. Taka strona może mieć dla nich szczególnie dużą wartość marketingową. Koszt promowania się w telewizji jest wysoki, a dzięki portalowi można nie tylko precyzyjnie dotrzeć do grupy docelowej, ale też taka reklama prawie nic nie kosztuje.

– Utrata promocyjnej strony, która prowadzona była przez lata i znajduje się na dużym, popularnym portalu, jest więc dla przedsiębiorcy ogromną stratą – przyznaje Michał Gajlewicz.

Wizerunek w sieci

W przypadku pozostawiania strony w niepowołanych rękach mogą uciec dobre imię i wizerunek przedsiębiorstwa. Są one chronione prawem w taki sam sposób jak dobra osobiste osób fizycznych. Dlatego też pracownik, który po rozwiązaniu stosunku pracy nadal prowadzi taki profil, naraża się na zarzut narusze-

nia dóbr osobistych pracodawcy, jeśli zamieszcza na profilu nieakceptowane przez przedsiębiorcę treści, które godzą w jego dobre imię lub ujawniają tajemnice firmy. Jak zauważa Lewoszewski, prowadzenie firmowego profilu bez zgody byłego pracodawcy może mieć także negatywny wpływ na wiarygodność i reputację przedsiębiorstwa.

– Strona na Facebooku jest takim samym wizerunkiem przedsiębiorcy jak strona internetowa – dodaje Tomasz Lustyk, adwokat prowadzący własną praktykę.

Wyjaśnia, że nie wydając kodów dostępu, pracownik przywłaszcza sobie element wizerunku tej firmy. Przedsiębiorca może skierować sprawę do sądu. Przysługuje mu w tej sytuacji ochrona z art. 43 kc.

– Zgodnie z prawem przedsiębiorca może żądać zaniechania tego działania, a także usunięcia jego skutków – wyjaśnia mec. Lewoszewski. Jeśli zatem pracownik publikował takie treści, musi bezwzględnie je usunąć. To jednak nie koniec roszczeń wobec nieuczciwego pracownika. Zdaniem Lewoszewskiego były pracodawca może nawet żądać zadośćuczynienia pieniężnego lub zapłaty odpowiedniej sumy pieniężnej na wskazany cel społeczny. Jeżeli wskutek naruszenia dobra osobistego byłego pracodawcy została wyrządzona szkoda majątkowa, poszkodowany przedsiębiorca może żądać jej naprawienia.

Ochrona profilu przedsiębiorcy

Pracownik, który przywłaszczył sobie fan page firmy, może odpowiadać:

za naruszenie dóbr osobistych pracodawcy

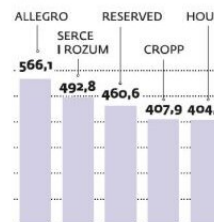
za bezumowne korzystanie z wizerunku pracownika

za pomówienie

za naruszenie praw majątkowych do utworu

Źródło: SocialBakers.com MC

Najwięcej fanów w Polsce mają (tys.)



W pierwszej kolejności jednak przedsiębiorca może zażądać od pracownika, by przekazał mu kod dostępu do firmowej strony.

– Jest to kwestia bezdyskusyjna, że były pracownik powinien przekazać hasła dostępu do takiej strony, nawet jeśli jest ona przypisana do jego prywatnego profilu, ponieważ jest to element jego pracy – uważa Tomasz Lustyk.

Pracownicy tłumaczą się jednak tym, że prowadzenie firmowej strony w serwisie nie było jasno określone jako ich obowiązek. Uważają więc, że były szef nie może od nich niczego egzekwować. Zdaniem mec. Lustyka, jeśli pracodawca nie ustalił z pracownikiem dokładnego zakresu obowiązków, rzeczywiście może być to pewien problem. Jednak to, że obowiązki nie wynikały z treści umowy, nie oznacza wcale, że pracownik nie był zobowiązany ich wykonywać. Również argumenty, że pracownik prowadził stronę hobbystycznie, poza godzinami pracy, nie zmieniają znacząco jego sytuacji.

– Wprawdzie w takim przypadku właścicielem treści danej strony jest pracownik, ale jeśli prowadził on stronę firmy bez wiedzy pracodawcy, przedsiębiorca może żądać zaprzestania wykorzystywania wizerunku firmy, usunięcia naruszeń i odszkodowania za ewentualne szkody, co w praktyce może oznaczać zamknięcie strony na Facebooku. Może

też żądać odszkodowania za bezumowne korzystanie z wizerunku w sposób przeciwny z wolą właściciela firmy – dodaje Tomasz Lustyk.

Naruszając dobra osobiste byłego pracodawcy, pracownik naraża się też na odpowiedzialność karną. Taka sytuacja może mieć miejsce, gdy będzie umieszczał na profilu firmy niezgodne z prawdą informacje przedstawiające przedsiębiorcę w złym świetle.

– W takim przypadku w grę wchodzi odpowiedzialność za przestępstwo pomówienia. Grozi za nie kara do 3 lat pozbawienia wolności – zauważa Marcin Lewoszewski.

Prawa do utworu

O ile treści zamieszczone na firmowej stronie mają indywidualny charakter i indywidualną wartość, czyli spełniają warunki art. 1 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, podlegają takiej ochronie jak utwory, na zasadzie praw autorskich.

– W literaturze przyjmuje się, że nawet jednozdaniowy slogan może być chroniony prawem autorskim – zauważa Andrzej Oryl, radca prawny. Jednak sytuacja diametralnie się zmienia, jeśli pracownik administruje profilem w ramach swoich obowiązków. Wówczas prawa majątkowe do tego utworu przysługują wyłącznie pracodawcy. Jeśli natomiast między pracownikiem a przedsiębiorcą nie ma stosunku pracy, kwestie praw regulu-

je zazwyczaj odrębna umowa. W żadnym jednak przypadku pracownik nie może wykorzystywać tego utworu gdzie indziej.

Twórcy treści przysługują jedynie prawa niemajątkowe. Może on co najwyżej wykorzystać takie materiały w swoim portfolio, by pokazać kolejnemu pracodawcy, czym się zajmował.

Bezpieczniejsza opcja

– W rzeczywistości istnieją dwie możliwości tworzenia firmowych stron na Facebooku – tłumaczy Łukasz Dębski, specjalista w dziedzinie mediów społecznościowych. Jeśli nie mamy w serwisie prywatnego konta, możemy taką stronę stworzyć, podając e-mail, hasło, datę urodzenia. Otrzymamy kod, którym potwierdzimy zgodność tych danych i aktywujemy konto.

– Możemy wówczas obsługiwać stronę, nie będąc na Facebooku osobiście – wyjaśnia.

Mało kto korzysta z takiego rozwiązania, ponieważ posiadanie konta na Facebooku daje administratorowi wiele możliwości, których by nie miał, nie mając prywatnego profilu. Może on przede wszystkim regularnie podpatrywać to, co dzieje się w serwisie, tworzyć posty, a co za tym idzie angażować społeczność i konfigurować reklamy, tak aby jak najwięcej osób lubiło markę lub produkt.

Dlatego w praktyce najczęściej firmowa strona pozostaje powiązana z prywatnymi profilami pracowników. Zdaniem Łukasza Dębskiego przewidujący przedsiębiorca powinien zabezpieczyć się przed sytuacją, w której ów kluczowy pracownik odejdzie z firmy. Najlepszą praktyką jest w takim przypadku dodanie do grona administratorów jeszcze jednej lub dwóch osób.

– Dodana osoba może przejąć stronę i obsługiwać ją sama lub też dodać innego administratora. Może także usunąć pierwotnego twórcę. Wówczas utraci on dostęp do administrowania stroną – tłumaczy Dębski.

współpraca Iwona Łoboda

Na portalu społecznościowym bezpieczniej założyć konto służbowe



DR RAFAŁ WIEWIROWSKI
generalny inspektor ochrony danych osobowych

Szefowie coraz częściej nakazują pracownikom rejestrować się na Facebooku i zakładać tam strony promujące ich firmę, w następstwie czego bywają upubliczniane dane pracownika. Jeśli mamy do czynienia z nakazem korzystania z prywatnego profilu pracownika na potrzeby pracodawcy, to może dochodzić do ujawniania informacji związanych z prywatną

sferą życia pracownika, a to byłoby niedopuszczalne. Dlatego ważne jest, by osoba zatrudniona do celów marketingowych po objęciu stanowiska założyła specjalne konto przeznaczone do celów służbowych. Sprawa dodatkowo komplikuje się, jeśli pracownik odchodzi z firmy. To, co będzie dalej dzieć się z danymi, które na stronie firmy zamieścił pracownik, uzależnione jest od tego, jaką miał umowę z pracodawcą. Prawdą jest, że przy źle skonstruowanej umowie osoba odchodząca z firmy i likwidująca konto np. na Facebooku może powodować niepożądane zmiany w profilu przedsiębiorstwa.

oprac. Iwona Łoboda