

# Social Media Policy

---

Per una comunicazione  
chiara e consapevole

---

## SOCIAL MEDIA POLICY

per una comunicazione chiara e consapevole

---

### INDICE

PREMESSA E LINEE GUIDA .....	3
AMBITO DI APPLICAZIONE .....	5
SOCIAL MEDIA POLICY ESTERNA.....	8
1. Le finalità di utilizzo dei <i>social media</i> .....	8
2. Regole di utilizzo, di conversazione ( <i>netiquette</i> ) e moderazione.....	8
3. Privacy e trattamento dei dati personali .....	10
SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA .....	11
1. Destinatari.....	11
2. Obiettivi.....	12
3. Rischi e criticità derivanti dall'utilizzo dei <i>Social Media</i> . Norme di comportamento	12
4. Regole e criteri del processo di produzione e pubblicazione dei contenuti.....	15
5. Utilizzo di <i>account</i> personali.....	16
SPECIFICHE PER LA TUTELA.....	19
DEL DIRITTO D'AUTORE E DI ALTRI DIRITTI CONNESSI AL SUO ESERCIZIO .....	19
TUTELA DEL DIRITTO D'AUTORE SU IMMAGINI E CONTENUTI MULTIMEDIALI .....	21
SPECIFICHE PER LA TUTELA DELLA PRIVACY .....	23
SEGNALAZIONE DELLE VIOLAZIONI .....	25



## PREMESSA E LINEE GUIDA

La Social Media Policy è stata predisposta per informare la *community* della Federkombat sull'utilizzo dei *social media*, in modo che ciascuno si senta in grado di **partecipare**, pur essendo consapevole della propria **responsabilità** e dei propri **obblighi**. Lo scopo è quello di illustrare all'utenza le principali regole di comportamento da tenere sui profili *social*, sì fornendo una guida pratica che consenta a tutte le parti di fruire dei *social media* in modo legittimo, vantaggioso ed efficace, riducendo al minimo i rischi potenziali e tutelando i soggetti coinvolti.

La Federazione auspica che tale impostazione possa contribuire a fondare e diffondere una cultura di **apertura, fiducia e integrità** in tutte le attività sui *social media* relative a Federkombat e ai suoi componenti.

**Federkombat utilizza i social media con finalità istituzionali** e di interesse generale, secondo principi di trasparenza e partecipazione nonché secondo livelli incrementali di ascolto, presidio, partecipazione, interazione. Ciò, per favorire la condivisione delle iniziative intraprese, per consentire il confronto e il dialogo nel *web* con i propri tesserati, con gli *stakeholder*, con i dirigenti, i dipendenti, i presidenti delle società affiliate, i tecnici e gli allenatori federali, gli arbitri, gli atleti e le famiglie degli atleti, i collaboratori e chiunque fornisca il proprio contributo e/o supporto operativo alla Federkombat, nonché, e non ultimo, per migliorare le attività e i servizi della Federazione e la reputazione federale.

I contenuti pubblicati sui canali *social* comprendono anche comunicazioni sulle attività e i servizi federali erogati, pubblicazioni e documenti ufficiali, novità normative, informazioni su iniziative ed eventi, immagini e video istituzionali.

I profili *social* della Federkombat vengono inoltre utilizzati per raccogliere commenti, richieste, domande, critiche e suggerimenti.

In ogni caso, la diffusione dei contenuti attraverso i canali *social* non sostituisce l'attività di comunicazione di pubblicità e trasparenza sul sito web ufficiale ([www.federkombat.it](http://www.federkombat.it)), che rimane il principale canale di comunicazione e depositario delle informazioni di interesse pubblico nonché di interesse per tutti i componenti del movimento sportivo.

È possibile condividere liberamente sui propri profili privati i contenuti diffusi dai canali *social* di Federkombat informazioni su iniziative, progetti, campagne, video, immagini e/o infografiche, nel rispetto delle disposizioni di legge e secondo modalità e termini di cui *infra*.

In particolare, i contenuti presenti sul sito federale sono condivisibili, a condizione che venga sempre indicata chiaramente la fonte originale. È fondamentale evitare il copia e incolla diretto; invece, si raccomanda di utilizzare il "repost" o di citare il contenuto con il relativo "credit". Questo approccio rispetta la normativa in materia di diritto d'autore e promuove la corretta attribuibilità e riconducibilità delle informazioni.

**È altresì preferibile, in un'ottica di maggiore efficacia comunicativa, che le iniziative e i progetti di Federkombat veicolati sui *social media* siano dapprima pubblicati sui canali ufficiali della Federazione e, solo dopo, eventualmente condivisi sui canali personali.**

Il presente documento di *Social Media Policy*, suddiviso nelle due sezioni "Interna" ed "Esterna", fornisce dunque le principali linee guida di comportamento per chi gestisce gli *account* di Federkombat e per coloro che rappresentano la Federazione quando utilizzano i *social media* – sia tramite *account* istituzionali, sia mediante profili personali. Il tutto, fermo il rispetto delle vigenti disposizioni di legge applicabili in materia.

\*\*\*

Il presente documento viene periodicamente rivisto e aggiornato. La Federazione si riserva altresì di effettuare modifiche in caso di variazioni normative o secondo le esigenze che dovessero emergere.

Gli aggiornamenti saranno pubblicati sul sito ufficiale della Federkombat e/o comunicati attraverso i canali istituzionali.

\*\*\*

## AMBITO DI APPLICAZIONE

Per “**social media**” si intendono tutti gli **strumenti** o le funzioni *online* **che consentono alle persone di comunicare e/o condividere contenuti via Internet**.

La presente *Policy sui social media* si applica a piattaforme quali, a titolo esemplificativo ma non esaustivo:

- a) *social network* (ad es. Facebook, Twitter, LinkedIn, Google+, Pinterest, Yammer, TikTok, etc.);
- b) siti *web* o *app* per la condivisione di video e foto (ad es. YouTube, Vimeo, Instagram, Flickr, Vine, etc.);
- c) blog e piattaforme di micro-blogging (ad es. Tumblr, Wordpress, Blogger, ecc.);
- d) siti di recensioni (ad es. Yelp, Urban Spoon, etc.);
- e) applicazioni di trasmissione in diretta (ad es. Periscope, Meerkat, Facebook Mentions, etc.);
- f) *podcasting* (es. iTunes, Stitcher, Sound cloud, etc.);
- g) *tagging geo-spaziale* (es. Foursquare, etc.);
- h) enciclopedie *online* (ad es. Wikipedia, etc.);
- i) messaggistica istantanea (ad es. SMS, Skype, Snapchat, WhatsApp, Viber, etc.);
- j) piattaforme di gioco *multiplayer online* (ad es. World of Warcraft, Second Life, Xbox Live, etc.);
- k) votazioni o sondaggi *online*;
- l) *forum* di discussione *online* pubblici e privati;
- m) qualsiasi altra tecnologia o applicazione *online* che consenta ai singoli utenti di caricare e condividere contenuti.

### **Tale Policy è applicabile quando:**

1. taluno ufficialmente designato a rappresentare la Federkombat pubblica contenuti sui *social media*;
2. si pubblicano contenuti sui *social media* correlati o riferibili alla Federkombat o alla sua attività, alle sue competizioni, alle sue squadre, ai suoi prodotti, ai suoi servizi, ai suoi eventi, ai suoi *sponsor*, ai suoi componenti.

### **Tale Policy non è applicabile quando:**

L'utilizzo personale dei *social media* non è correlato o non fa alcun riferimento a

Federkombat o alla sua attività, alle sue competizioni, alle sue squadre, ai suoi prodotti, ai suoi servizi, ai suoi eventi, ai suoi *sponsor*, ai suoi componenti. Qualsiasi utilizzo illegittimo o improprio dei *social media* da parte dell'utente, che non faccia riferimento alla Federkombat, può essere regolato da altre *policy*, norme o regolamenti della Federkombat – fermo il rispetto delle ulteriori vigenti disposizioni di legge applicabili in materia.

**La social media policy “esterna”** contiene le informazioni rivolte agli utenti circa le finalità, le tipologie di contenuti e i comportamenti consentiti sulle pagine/profilo istituzionali ufficiali della Federazione.

**La social media policy “interna”** individua le principali norme di comportamento che i soggetti coinvolti nelle attività della Federkombat di cui al successivo punto 1 (“Destinatari”), della sezione “*Social Media Policy interna*”, debbono osservare negli spazi *social* della Federazione e indica i contenuti e le modalità di relazione.

**Federkombat è presente sui principali social media**, Facebook, X, Instagram e YouTube, per diffondere informazioni sull'attività e le iniziative della Federazione e creare nuovi spazi di dialogo con i propri utenti:

**YOUTUBE:** è lo strumento per veicolare i contenuti relativi alla multidimensionalità delle attività svolte dalla Federazione attraverso la forza comunicativa dell'immagine in movimento, dare visibilità agli eventi, diffondere e supportare le campagne informative, valorizzare l'archivio storico e i progetti nonché sperimentare il live streaming. YouTube rappresenta il contenitore virtuale nel quale vengono caricati tutti i video istituzionali.

**FACEBOOK:** è lo strumento privilegiato per l'interazione con l'utenza nonché per l'attuazione di campagne di comunicazione sui *social media*, ma non è particolarmente utilizzato dalle nuove generazioni.

**INSTAGRAM:** è lo strumento più immediato per veicolare le attività e le iniziative della Federazione, anche se già comunicate con altri *social media*. Considerato, per ora, il più utilizzato dalle moderne generazioni, questo strumento consente di far arrivare a queste lo spirito della Federazione.

**X:** è uno strumento di diffusione delle informazioni sull'attività della Federazione. Richiede un ruolo attivo nel rispondere, conversare, discutere con l'utenza.

In questo momento di riorganizzazione della comunicazione federale, la piattaforma X viene messa in *stand by* e ripresa eventualmente in seguito, in conformità agli obiettivi di comunicazione condivisi anche con la Commissione Comunicazione.

La Federkombat utilizza meccanismi di pubblicazione diretta o programmata per diffondere i contenuti sui profili *social*, sia per pubblicare contenuti in tempo reale, sia per quei contenuti che richiedono una diffusione fuori dal presidio per far arrivare l'informazione ad un numero maggiore di *follower*.

Eventuali profili *social* privati del personale della Federazione sono gestiti esclusivamente a titolo personale in totale autonomia. Ciascun utente si assume la responsabilità del proprio comportamento e si esprime a titolo personale secondo le disposizioni individuate nella "*Social Media Policy interna*".

In generale, non è garantita la risposta diretta alle menzioni, ai messaggi o ai commenti e si precisa che non esistono tempi minimi o massimi di risposta. La Federazione (anche mediante lo *staff* all'uopo incaricato) si riserva di rispondere a commenti e messaggi o intervenire in discussioni solo quando ne ravvisa l'effettiva utilità anche in termini di corretta informazione al pubblico e valutata la correttezza e adeguatezza dello stile comunicativo adottato dall'utente.

Se la Federkombat segue *account* di altri utenti, stringe amicizia con essi o li inserisce nelle sue liste di interesse, oppure commenta contenuti di altri utenti e/o vi attribuisce dei "*like*", ciò non implica necessariamente la condivisione da parte della Federazione della linea di pensiero degli utenti interessati o l'approvazione di tutti i contenuti pubblicati dagli stessi.

Tutte le altre *policy* e/o disposizioni dei regolamenti federali della Federkombat – e/o di legge – che potrebbero essere applicate in riferimento all'utilizzo dei *social media* rimangono efficaci e in vigore a tutti gli effetti.

## SOCIAL MEDIA POLICY ESTERNA

La sezione "Esterna" della Social Media Policy contiene le informazioni rivolte agli utenti circa le finalità, le tipologie di contenuti e i comportamenti consentiti sulle pagine/profilo istituzionali ufficiali della Federazione.

### 1. Le finalità di utilizzo dei social media

**I contenuti pubblicati sui canali social sono elaborati per informare la community Federkombat**, i *supporters*, gli stakeholders, gli *sponsor* e tutti gli utenti in generale sulle principali attività, sui progetti, sulle iniziative e sugli eventi promossi da/di interesse per la Federkombat.

Essi comprendono comunicazioni relative a notizie, comunicati stampa, pubblicazioni e documenti ufficiali, aggiornamenti normativi, risultati, eventi organizzati da Federkombat o a cui partecipa, o comunque di interesse istituzionale.

**I canali social sono utilizzati per favorire la partecipazione dei sostenitori attraverso il confronto e il dialogo nell'ottica della trasparenza e della condivisione.**

La Federkombat è presente sui *social media* anche con l'obiettivo di facilitare la diffusione del *brand*, delle attività, del Codice Etico e della Carta dei Valori nella quale rientrano, fra gli altri, gli obiettivi della inclusione, del rispetto, dell'etica e del *fairplay*.

### 2. Regole di utilizzo, di conversazione (*netiquette*) e moderazione

- I *social media* ufficiali della Federkombat contengono esclusivamente informazioni provenienti dal Consiglio, dai Referenti Nazionali di Settore (Coordinatori e Responsabili), dai Referenti delle Commissioni, dalla Segreteria Generale o da personale incaricato da Federkombat per specifici ambiti.
- Tutti hanno il diritto di intervenire esprimendo liberamente, purché con educazione, correttezza, continenza, rispetto e utilizzando un linguaggio appropriato, la propria opinione attraverso commenti e *post* pubblicati, fermo restando altresì il requisito essenziale dell'interesse pubblico degli argomenti.
- A tutti si chiede inoltre di basarsi per quanto possibile su dati di fatto verificabili e di rispettare le opinioni altrui.
- Non è possibile in alcun modo utilizzare gli spazi *social* Federkombat per esigenze personali.

- Nell'utilizzo degli spazi *social* Federkombat si osservano le regole di correttezza di comportamento, di rispetto delle opinioni altrui e della *privacy*. Vanno in ogni caso evitati riferimenti a fatti o a dettagli privi di rilevanza pubblica e che ledano la sfera personale di terzi.
- I contenuti e i commenti devono essere pertinenti all'argomento trattato ("on topic"); pertanto i cosiddetti contenuti e/o commenti "*off topic*", ossia non pertinenti, saranno rimossi dall'Amministratore delle pagine/profili.
- La moderazione e la verifica dei canali *social* della Federkombat avvengono a posteriori e sono finalizzate al rispetto delle disposizioni e delle regole applicabili, nonché al contenimento, nei tempi e nei modi ragionevolmente esigibili, di eventuali comportamenti contrari alle norme.
- Vanno evitati riferimenti a fatti o a dettagli privi di rilevanza pubblica, atteggiamenti violenti, offensivi o discriminatori rispetto al genere, orientamento sessuale, età, religione, convinzioni personali, origini etniche, disabilità. Non sono in alcun caso tollerati insulti, volgarità, offese, minacce e, in generale, atteggiamenti e comportamenti violenti o diffamatori. Non è ammessa alcuna forma di pubblicità, *spam* o promozione di interessi privati o di attività lecite o illegali.
- Non sono inoltre ammessi *post*, commenti e/o materiali audio/video che:
  - hanno un contenuto politico o propagandistico;
  - hanno contenuti offensivi, ingannevoli, allarmistici, o in violazione di diritti di terzi;
  - presentano contenuti osceni, pornografici o pedopornografici, o tale da offendere la morale comune e la sensibilità degli utenti;
  - violino il diritto d'autore, né l'utilizzo non autorizzato di marchi registrati.
- Resta inteso che ciascuno è responsabile, anche legalmente, dei contenuti che pubblica e delle opinioni che esprime.
- In caso di violazione di queste condizioni o di quelle contenute nelle *policy* degli strumenti adottati, la Federazione si riserva il diritto di utilizzare il *ban* o il blocco (quando possibile dopo un primo avvertimento) per impedire ulteriori interventi, e di segnalare l'utente ai responsabili della piattaforma ed eventualmente alle Autorità competenti.

- Messaggi o contenuti che ricomprendano dati personali (quali, ma non solo, indirizzi e-mail, numeri di telefono, indirizzi, etc.) potranno essere rimossi a tutela dei soggetti interessati.

### 3. Privacy e trattamento dei dati personali

Si ricorda che il trattamento dei dati personali degli utenti risponde alle *policy* in uso sulle piattaforme utilizzate. I dati personali o sensibili inseriti in commenti o *post* pubblici all'interno dei canali sui *social media* della Federazione potranno essere rimossi a tutela dei soggetti interessati, come indicato in precedenza. I dati condivisi dagli utenti attraverso messaggi privati inviati direttamente ai gestori dei canali saranno trattati nel rispetto delle norme vigenti in materia di *privacy* e della informativa sulla protezione dei dati presente sul sito federale. **I messaggi ricevuti tramite i canali social non saranno protocollati: per le comunicazioni ufficiali o aventi valore legale è da utilizzare la PEC federale** ([federazione@pec.federkombat.it](mailto:federazione@pec.federkombat.it)).

In applicazione del Regolamento europeo per la Protezione dei Dati Personali (GDPR) gli *account social media* della Federkombat rispettano le richieste di "diritto all'oblio". Ad ogni sollecitazione da parte dei singoli utenti, la Federazione si adopererà per eliminare ogni riferimento individuale rintracciabile nelle attività dei *social media*.

## SOCIAL MEDIA POLICY INTERNA

### 1. Destinatari

La *Social Media Policy* Interna si applica a tutti i soggetti coinvolti nelle attività della Federkombat, tra cui:

- Presidente, Consiglieri e Dirigenti Federali;
- Membri delle Commissioni e dei Comitati Federali;
- Direttore Tecnico Nazionale (DTN), Coordinatore Tecnico Nazionale (CTN), Arbitri e Ufficiali di gara, Presidenti Regionali, Delegati Regionali, Consiglieri Territoriali, Organizzatori di eventi o manifestazioni federali;
- Collaboratori dei Comitati Regionali e dei Delegati Regionali incaricati della gestione degli *account social* ufficiali;
- Dipendenti, collaboratori e chiunque fornisca il proprio supporto operativo a Federkombat e manifesti la propria appartenenza alla Federkombat sui profili *social*
- Presidenti e legali rappresentanti delle affiliate
- Atleti tesserati e loro *entourage*
- Famiglie degli Atleti
- Personale di supporto e collaboratori (fisioterapisti, psicologi, massaggiatori, allenatori sportivi e assistenti allenatori, ecc.) e, più in generale, chiunque intrattenga rapporti di lavoro con la Federkombat

La *Social Media Policy* Interna disciplina l'utilizzo dei *social media* distinguendo tra:

- **Account social istituzionali**, con l'obiettivo almeno di garantire una comunicazione – sia *online*, sia *offline* – coerente e conforme alle linee guida e alle procedure federali, nonché agli obiettivi perseguiti dalla Federazione;
- **Account social personali**, con l'obiettivo quantomeno di:
  1. evitare che le opinioni espresse da singoli individui vengano erroneamente attribuite alle “posizioni ufficiali” della Federkombat;
  2. tutelare l'immagine della Federazione e dei suoi componenti, prevenendo danni reputazionali, anche involontari e indiretti;
  3. prevenire l'insorgere di responsabilità civili e/o penali derivanti da un utilizzo illecito, illegittimo o improprio dei *social media*.

Tutti i soggetti coinvolti nelle attività della Federkombat sono tenuti, nell'ambito dell'utilizzo dei *social media*, a rispettare le norme di comportamento prescritte dalla presente *Policy*, volte in particolare a salvaguardare gli interessi della Federazione e dei suoi componenti, conformemente a quanto previsto dalle vigenti disposizioni di legge e dalla normativa federale.

I soggetti coinvolti nelle attività della Federkombat possono liberamente condividere sui propri profili privati i contenuti diffusi dai canali *social* della Federazione (ad es., informazioni su iniziative, progetti, campagne, video, immagini e/o infografiche) ancorché comunque in ossequio alle vigenti disposizioni di legge, alla presente *policy* e alla normativa federale.

## 2. Obiettivi

La Social Media Policy Interna integra la normativa della Federkombat e, in particolare, il Codice Etico e la Carta dei Valori della Federazione, soprattutto in riferimento alla gestione dei "nuovi" mezzi di comunicazione, nella consapevolezza che, nell'utilizzo del *web*, la demarcazione tra dimensione pubblica e dimensione privata appare più complessa.

La *Social Media Policy* Interna persegue i seguenti obiettivi:

- **garantire alla Federkombat un adeguato *standard* di tutela da possibili danni derivanti dalla comunicazione via *social* e di immagine, tutelando allo stesso tempo** i propri tesserati, dirigenti, dipendenti, collaboratori e chiunque fornisca il proprio supporto operativo a Federkombat.
- **ottimizzare l'efficacia delle attività federali sui *social media***, fornendo adeguate linee guida in materia, prescrivendo modalità e tempi di interazione *online* nonché supportando gli esponenti della Federazione nel contesto digitale.

**Tutti i soggetti coinvolti nelle attività di Federkombat contribuiscono a definirne l'immagine pubblica e ne condividono la responsabilità anche quando esprimono opinioni o formulano commenti sulla Federazione e sulla sua *community* attraverso l'utilizzo privato dei *social media*.**

## 3. Rischi e criticità derivanti dall'utilizzo dei *Social Media*. Norme di comportamento

**L'utilizzo dei canali *social* può comportare rischi e criticità rilevanti per la Federkombat, nonché per i soggetti che la rappresentano e per i suoi componenti. Ciò, specialmente laddove tale utilizzo sia effettuato in assenza della dovuta diligenza, ovvero in difformità alle disposizioni di legge e dei regolamenti federali applicabili.**

Ad esempio, ma non solo, da un siffatto utilizzo dei canali *social*, possono derivare:

- **gravi danni all'immagine e alla reputazione della Federazione** nonché, di conseguenza, dei soggetti che lo rappresentano e dei suoi componenti;
- **richieste di risarcimento di eventuali danni** come derivanti, ad esempio, dalla violazione di diritti di terzi ovvero delle disposizioni in materia di diritto d'autore, tutela dei dati personali, *etc.*;
- **conseguenze sotto il profilo della responsabilità penale**, laddove il contegno manifestato integri fattispecie di reato (quali, diffamazione, calunnia, istigazione all'odio e discriminazione, *etc.*).

Anche in ragione di tanto, i soggetti coinvolti nelle attività della Federkombat di cui al precedente punto 1 ("Destinatari") della presente Sezione, sono tenuti almeno a:

1. **non divulgare, attraverso i social media, informazioni riservate**, come la corrispondenza interna, informazioni di terze parti (quali soggetti privati, altri dipendenti, *etc.*) di cui sono a conoscenza, o informazioni inerenti ad attività lavorative, servizi, progetti e documenti non ancora resi pubblici, nonché a decisioni da assumere e a provvedimenti relativi a procedimenti in corso;
2. **rispettare le disposizioni in materia di tutela della privacy** di interlocutori, colleghi, associati, componenti o rappresentanti della Federkombat, in particolare evitando riferimenti diretti a fatti o a dettagli privi di rilevanza pubblica e che ledano la sfera personale degli interessati, nonché evitando di *taggare* soggetti in fotografie o *post* senza aver prima ricevuto la loro autorizzazione e di pubblicare foto, video o altro materiale multimediale relativo ad eventi a porte chiuse o serate conviviali (*i.e.*, non pubblici) in assenza delle dovute ed espresse autorizzazioni dei soggetti coinvolti e/o degli organizzatori;
3. **non pubblicare o diffondere dati personali** (e-mail, numero di telefono, codice fiscale *etc.*) e dati sensibili, ai sensi delle vigenti disposizioni applicabili in materia;
4. **evitare** riferimenti (sia diretti, sia indiretti) alle mansioni svolte da qualsivoglia figura professionale afferente a Federkombat o in generale alle attività svolte nell'ambito della Federazione, fatte salve le informazioni di dominio pubblico;
5. **non aprire blog, pagine o altri canali a nome della Federkombat** che trattino argomenti riferiti all'attività istituzionale o ai progetti o alle attività di Federkombat, senza informare preventivamente la Commissione Comunicazione Federale che ne

valuta e autorizza l'eventuale apertura secondo le indicazioni riportate nell'Allegato A "Regole per l'apertura e la gestione dei profili social federali" al presente documento;

6. **osservare, per l'utilizzo del logotipo e dei marchi della Federkombat sui social media**, le disposizioni federali di cui al documento "Utilizzo del marchio nella comunicazione istituzionale" che ne descrivono più ampiamente la gestione, previa autorizzazione della Commissione Comunicazione Federale, ferme le ulteriori disposizioni applicabili in materia;
7. **verificare che i contenuti siano corretti prima di pubblicarli**. In caso di dubbi, in particolare su eventuali riscontri da fornire agli utenti ovvero sui contenuti da pubblicare, consultare preventivamente la Commissione Comunicazione Federale;
8. **astenersi**, fermo restando il legittimo esercizio dei diritti in materia, **dalla trasmissione e diffusione**, mediante qualsivoglia strumento ovvero canale di comunicazione a disposizione, di messaggi o dichiarazioni pubbliche offensive nei confronti della Federazione o dei suoi componenti, riferiti alle attività della Federazione e più in generale all'operato della stessa;
9. **non commentare negativamente o dissentire** eventuali provvedimenti o decisioni o qualsiasi altra forma di iniziativa venga presa da altre Federazioni operanti nello stesso ambito di Federkombat, nonché in altre **discipline sportive riconosciute dal CONI**;
10. **non commentare, condividere** od esprimere alcuna forma di supporto ad **iniziative di tipo politico** che siano avulse dal contesto sportivo e/o comunque federale.

Ferme restando le ipotesi in cui le violazioni delle suindicate disposizioni e regole di comportamento costituiscano fonte di responsabilità penale, civile, amministrativa o contabile in capo all'autore, anche in conformità al Codice Etico della Federkombat, la violazione di tali disposizioni e regole di comportamento potrà altresì determinare l'applicazione di sanzioni disciplinari, secondo la normativa applicabile.

A *latere* di ciò, nonché più ampiamente, è parimenti essenziale che chiunque adotti un comportamento diligente, responsabile e conforme alle disposizioni di legge e ai regolamenti federali nell'utilizzo dei *social media*, sia in ambito pubblico che privato.

#### 4. Regole e criteri del processo di produzione e pubblicazione dei contenuti

La Federkombat gestisce e promuove sui propri canali *social* ufficiali contenuti, sia testuali, sia multimediali, che, al momento della pubblicazione, debbono anche porsi in conformità almeno ai seguenti criteri:

- **Rilevanza istituzionale:** i contenuti devono riguardare progetti, attività, eventi, regolamenti, normative e servizi di interesse per gli utenti e per il movimento sportivo federale;
- **Attualità e tempestività:** i contenuti devono essere inerenti a fatti, circostanze, eventi e scadenze effettivamente attuali e aggiornate, con testi e immagini che ne documentino la l'accadere in tempo reale (es. convegni, conferenze stampa, gala, competizioni, *etc.*) o il verificarsi a breve termine (es. avvisi, scadenze istituzionali);
- Valorizzazione dell'identità federale: i contenuti devono essere conformi ai principi, ai valori e agli obiettivi istituzionali della Federazione, come anche scanditi dalla "Carta dei Valori Federkombat", e in particolare valorizzare il contributo sociale, culturale e sportivo della Federazione.

#### Pianificazione e approvazione dei contenuti

Per garantire una gestione e programmazione efficace e coordinata della comunicazione istituzionale, i Responsabili di Settore, dei Comitati Regionali, Delegati Regionali, delle Commissioni, *etc.*, che necessitano di copertura sui canali *social* ufficiali, sono tenuti ad informare tempestivamente e con congruo preavviso la Commissione Comunicazione Federale, all'uopo fornendo tutte le informazioni necessarie – e/o richieste dalla Commissione medesima – per l'inserimento delle attività nel piano strategico di comunicazione federale.

Tutti i piani di comunicazione devono essere infatti coerenti con il "Progetto di Comunicazione Federkombat", nel rispetto delle disposizioni federali applicabili.

#### Materiale grafico e utilizzo del marchio federale

La produzione del materiale grafico per eventi gli federali deve:

- **rispettare** i requisiti stabiliti nel documento "Utilizzo del Marchio nella Comunicazione Istituzionale";

- **essere sottoposta all'approvazione** della Commissione Comunicazione Federale, anche al fine di garantire una linea grafica unitaria conforme alla Brand Identity della Federkombat.

### **Linguaggio e stile**

Il linguaggio utilizzato nei contenuti pubblicati sui canali *social* deve essere chiaro, corretto e adeguato alla piattaforma di destinazione, nel rispetto delle specifiche caratteristiche comunicative e stilistiche di ciascun *social network*.

Sono fatte salve le regole generali per la redazione di testi destinati al *web* e alla comunicazione istituzionale, che prevedono segnatamente l'obbligo di:

- utilizzare un italiano corretto e comprensibile, evitando errori grammaticali, sintattici o refusi che possano compromettere la qualità e la credibilità della comunicazione;
- pubblicare esclusivamente informazioni certe, verificate e riscontrabili, evitando la diffusione di contenuti falsi, fuorvianti o non confermati, anche nel rispetto dei principi di veridicità e trasparenza;
- mantenere un tono rispettoso e istituzionale, evitando espressioni offensive, discriminatorie o denigratorie nei confronti di persone (sia fisiche, sia giuridiche), gruppi sociali, categorie professionali, istituzioni o enti, *etc.*, in conformità alle disposizioni di legge e ai regolamenti federali;
- osservare le norme comuni sulla buona educazione e della "netiquette" di cui al presente documento, promuovendo un dialogo costruttivo, rispettoso e privo di contenuti polemici o provocatori.

### **5. Utilizzo di account personali**

**Federkombat non limita l'utilizzo dei social media da parte dei propri membri, componenti e collaboratori, ma prescrive prudenza, diligenza e responsabilità**, nel rispetto delle disposizioni di legge e federali applicabili in materia.

In proposito, si ribadisce doverosamente che:

- **permanenza dei contenuti:** ogni contenuto pubblicato potrebbe rimanere visibile e accessibile per un periodo di tempo duraturo, anche laddove dovesse essere successivamente rimosso, cancellato o reso anonimo;

- **immagine personale e reputazione:** i contenuti pubblicati – tanto su profili personali, quanto su profili istituzionali – potrebbero influenzare l'immagine e la reputazione dell'autore, nonché pure incidere sull'immagine e la reputazione della Federkombat e dei suoi componenti;
- **responsabilità personale:** ogni utente è personalmente responsabile per le proprie attività sui *social*. Pertanto:
  - anche nel caso in cui dovessero menzionarsi la Federkombat ovvero gli organismi internazionali cui la Federazione è affiliata o fa riferimento, l'utente agisce sempre a titolo personale.
  - È sempre opportuno (1) identificarsi con la prima persona singolare e, in caso di pubblicazione di contenuti riguardanti o afferenti alla Federkombat, (2) specificare il proprio nome e il proprio ruolo, chiarendo che si tratta di un'opinione personale e non di una posizione ufficiale della Federazione, anche nel rispetto del principio di trasparenza.

Se i contenuti del proprio profilo, *blog* o sito fanno riferimento a – o comunque potrebbero impattare su – temi sensibili per Federkombat (es. fisco, welfare, diritto del lavoro, formazione, etica, marketing, *etc.*), si raccomanda di inserire un apposito *disclaimer*, dal seguente tenore:

*"Le opinioni espresse in questo post/profilo/blog sono personali e non riflettono né sono riconducibili in alcun modo alle posizioni ufficiali di Federkombat"*.

La Federkombat, nei limiti previsti dalla legge, monitora i contenuti *online* che fanno riferimento alla Federazione, alla sua attività e alle sue posizioni istituzionali.

### **Utilizzo consapevole e costruttivo dei social media**

La Federkombat raccomanda un utilizzo proattivo, corretto e positivo dei *social*, in quanto strumento utile per:

- Contribuire a costruire e delineare la reputazione della Federazione, rappresentandone i valori, i principi e gli obiettivi federali in modo chiaro e trasparente.

- Fornire un'informazione obiettiva e trasparente, supportata da dati e documentazione verificabile (es. comunicati stampa, audizioni, lettere aperte, interviste ufficiali, etc.).

Poiché il tono delle comunicazioni scritte può essere interpretato in modi diversi, per evitare possibili incomprensioni o *misunderstanding*, si raccomanda, con riferimento ai contenuti che hanno ad oggetto la Federkombat o le sue attività, di sostituire i commenti e/o le opinioni emotive o polemiche, con fatti, dati e informazioni verificabili.

La fiducia e la trasparenza sono elementi chiave per instaurare relazioni costruttive *online*.

### **Disposizioni applicabili e responsabilità**

Si ricorda che l'utilizzo dei *social media* è soggetto alla piena applicazione delle norme generali dell'ordinamento giuridico italiano, comprese quelle che disciplinano la responsabilità civile, penale, amministrativa e contabile in caso di violazioni e/o di condotte illecite (quali, ad esempio, la diffusione di notizie false, diffamatorie o affermazioni ingiuriose o minacciose o discriminatorie o comunque tali da ledere diritti e interessi altrui, etc.).

La violazione di tali disposizioni può dunque costituire fonte di responsabilità civile e penale nei confronti di terzi, con anche conseguente obbligo di risarcimento del danno, nonché di amministrativa e contabile – oltretutto **disciplinare**, in conformità alle disposizioni federali.

A tal fine, la Federkombat, nell'ambito delle proprie prerogative istituzionali e nel rispetto della normativa vigente, si riserva il diritto di adottare le misure e i provvedimenti necessari per tutelare i propri interessi, nonché di tutelare le proprie ragioni nelle competenti sedi, anche giudiziarie.

## SPECIFICHE PER LA TUTELA DEL DIRITTO D'AUTORE E DI ALTRI DIRITTI CONNESSI AL SUO ESERCIZIO

L'utilizzo e la pubblicazione di contenuti testuali e multimediali sui *social media* devono avvenire nel rispetto della normativa vigente in materia, in particolare la Legge 22 aprile 1941, n. 633 ("Protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio") e successive modifiche, nonché delle disposizioni federali applicabili.

Di seguito, a titolo indicativo e non esaustivo, si riportano le principali linee guida da doversi osservare per la pubblicazione di contenuti sui *canali social*:

- **Rispetto della titolarità dei diritti d'autore:** non è consentito riportare integralmente testi di altre fonti, salvo che questi siano esplicitamente indicati come di "*pubblico dominio*" ovvero rilasciati con una licenza "*Creative Commons*". In quest'ultimo caso, è inoltre necessario rispettare le condizioni della licenza (es. attribuzione obbligatoria dell'autore, limitazioni all'uso commerciale, divieto di opere derivate).
- **Modifica e trasformazione di opere altrui:** ai sensi e per gli effetti degli artt. 4 e 18 della Legge 633/1941, la modifica o la trasformazione sostanziale di un'opera presuppone necessariamente l'autorizzazione dell'autore, anche quando il senso originale rimanga inalterato. Non è invero consentito, ad esempio, riformulare un testo prodotto da un'altra fonte cambiando alcune parole per aggirare il *copyright*, poiché con ciò si creerebbe un'opera derivata, che, dunque, beneficia della medesima tutela dell'opera originale.
- **Utilizzo delle citazioni:**
  - è consentito citare estratti di testi o articoli, difficilmente riassumibili, purché tra virgolette e accompagnati dall'indicazione precisa della fonte, senza alterare il significato complessivo del pensiero dell'autore;
  - le citazioni devono essere di lunghezza limitata, in modo da non sostituire la lettura dell'opera originale;
  - per finalità di critica, discussione e insegnamento, è ammessa la riproduzione parziale di un articolo, nel rispetto delle limitazioni stabilite dalla legge. Come regola generale, l'ampiezza dello stralcio di articolo che viene riportato non deve essere tale da rendere superflua la lettura dell'articolo originario, al

quale si potrà rimandare l'utente tramite un *link* – fermo il rispetto di quanto *infra*.

- **Condivisione di *link* e contenuti *online*:**

- è consentito pubblicare *link* a pagine *web* esterne, previa verifica della legittimità della fonte e del rispetto della normativa vigente in materia.
- Si ricorda che collegare contenuti pubblicati sui canali *social* ufficiali della Federkombat a siti che distribuiscono illegalmente opere altrui, tutelati dalle disposizioni in materia di diritto d'autore, può comportare conseguenze legali per i responsabili della pubblicazione, anche in considerazione degli eventuali danni alla reputazione arrecati alla Federazione.

## TUTELA DEL DIRITTO D'AUTORE SU IMMAGINI E CONTENUTI MULTIMEDIALI

Ogni opera dell'ingegno – incluse immagini, video, registrazioni audio e altri contenuti multimediali – è protetta dal diritto d'autore, salvo esplicita indicazione contraria da parte del titolare dei diritti. Ai sensi della Legge 22 aprile 1941, n. 633 (Legge sul diritto d'autore), solo il titolare dei diritti – anche di utilizzazione economica (di norma l'autore, i suoi eredi o l'editore) – può autorizzare, tra le altre, la riproduzione, distribuzione o modifica dell'opera entro i termini di tutela previsti dalla legge.

L'utilizzo non autorizzato di immagini, video, registrazioni audio e altri contenuti multimediali su qualsiasi piattaforma, compresi i *social media*, può costituire illecito civile e penale e può dar luogo a richieste di risarcimento danni e a sanzioni previste dalla normativa vigente.

### **Ipotesi in cui è consentito l'utilizzo di immagini, video, registrazioni audio e altri contenuti multimediali sui social media**

Sui *social media*, salvo autorizzazione esplicita del titolare dei diritti, è possibile pubblicare contenuti multimediali solo se rientrano in uno dei seguenti casi:

- a. l'opera è di pubblico dominio, dunque è priva di *copyright* e può essere utilizzata senza restrizioni;
- b. il contenuto non possiede i requisiti per essere soggetto a *copyright*.
- c. siano stati prodotti da enti, istituzioni od organizzazioni che non prevedono il *copyright* (il governo federale degli Stati Uniti rende di pubblico dominio le immagini e i contenuti realizzati da propri dipendenti nell'esercizio delle loro funzioni);
- d. siano scaduti i termini di tutela previsti dalla normativa vigente (ad esempio, in Italia i diritti d'autore su un'opera scadono dopo 70 anni dalla morte dell'ultimo autore superstite, rendendola di pubblico dominio per l'uso libero, fermo restando il rispetto dei diritti morali);
- e. l'autore abbia formalmente rinunciato alla tutela dell'opera;
- f. abbiano una licenza "Creative Common" che ne autorizza l'utilizzo e la diffusione, nel rispetto di specifiche condizioni;
- g. anche ai sensi dell'art. 90 della Legge 633/1941, la riproduzione fotografica non è considerata abusiva quando mancano informazioni essenziali sul fotografo, sulla data o sull'autore dell'opera ritratta. Nondimeno, se il fotografo riesce a dimostrare la malafede dell'utilizzatore, potrebbero conseguentemente essere avanzate

pretese economiche. Per prevenire contestazioni, è dunque consigliabile includere il seguente disclaimer: *“Le immagini fotografiche per le quali non è stato possibile risalire al nome dell'autore, del titolare di utilizzazione economica dell'opera, ovvero all'anno di produzione, si intendono riprodotte in buona fede ai sensi dell'art. 90 della legge 633/1941; qualora i titolari dei diritti ne facciano richiesta, la riproduzione sarà immediatamente sospesa”*.

Lo screenshot di opere, quali, ad esempio, foto di articoli di giornale o immagini tratte da rassegne stampa, la cui diffusione è espressamente riservata non è consentito.

La pubblicazione di immagini, video, registrazioni audio e di altri contenuti multimediali protetti da *copyright* a scopo di lucro è vietata, in assenza dell'espressa autorizzazione da parte del titolare dei diritti.

La normativa consente la libera pubblicazione di immagini, video o audio a bassa qualità, per finalità didattiche o scientifiche e purché ciò avvenga senza scopo di lucro e nel rispetto delle disposizioni vigenti in materia.

### **Fonti normative di riferimento**

Per ulteriori approfondimenti in materia di diritto d'autore e utilizzo dei contenuti multimediali, ovvero per chiarimenti su casi specifici, si rimanda alle seguenti fonti normative:

- Legge 22 aprile 1941, n. 633 – *“Protezione del diritto d'autore e di altri diritti connessi al suo esercizio”*.
- Regolamento in materia di tutela del diritto d'autore sulle reti di comunicazione elettronica e procedure attuative, ai sensi del D.Lgs. 9 aprile 2003, n. 70 (*“Decreto sul commercio elettronico”*), reperibile al seguente link: [www.ddaonline.it](http://www.ddaonline.it)

## SPECIFICHE PER LA TUTELA DELLA PRIVACY

L'utilizzo dei *social media* deve avvenire nel pieno rispetto della normativa vigente e, in particolare, della normativa sulla protezione dei dati personali, in conformità con il Regolamento (UE) 2016/679 (GDPR) e il D.lgs. 196/2003, così come modificato dal D.lgs. 101/2018 e ss.mm.ii.

Per approfondimenti e aggiornamenti in materia, si rimanda alle linee guida emanate dal Garante per la protezione dei dati personali, disponibili al seguente *link*:  
<https://www.garanteprivacy.it/web/guest/home/docweb/-/docweb-display/docweb/3140059>

### **Principi generali per la tutela della privacy sui social media**

Contrariamente alla percezione diffusa che il web sia uno spazio privo di regole, le norme che disciplinano la riservatezza, la dignità e la reputazione dei soggetti si applicano sia nella vita reale che negli ambienti digitali, inclusi *social network*, *blog*, *chat* e *forum*. Non esistono zone franche né deroghe al rispetto della legge e dei principi generali.

Ai sensi della normativa sulla protezione dei dati personali – e ferma l'applicabilità di ulteriori disposizioni di legge – si potrebbe incorrere nella violazione dei diritti altrui ogni qualvolta dovessero compiersi le seguenti azioni in assenza del consenso della persona interessata:

1. pubblicazione di testi, opinioni o, più in generale, contenuti altrui (ad esempio, copiando contenuti da un altro utente);
2. *taggare* qualcuno in una foto, video o in una geolocalizzazione senza il relativo consenso, ovvero riferire delle attività svolte da altri senza il loro consenso;
3. diffondere informazioni sulle attività svolte con altri soggetti, anche al di fuori del contesto lavorativo o federale, senza il relativo consenso;
4. riportare o diffondere dati personali o informazioni su terzi, a meno che non siano già stati resi pubblici direttamente dalla persona interessata attraverso *post*, profili *social*, siti web o altre fonti accessibili, etc.

Ancora sul punto, è bene ricordare che la pubblicazione di dati personali, immagini, contenuti e informazioni sui *social media* implica il rischio di diffusione, ovvero della perdita di controllo su tali dati, poiché:

- i dati condivisi potrebbero essere memorizzati, registrati, rielaborati e diffusi dagli utenti con cui sono stati condivisi, anche a distanza di anni e senza il controllo dell'autore originario;
- talune piattaforme *social* potrebbero acquisire una licenza d'uso sui contenuti caricati dagli utenti, che potrebbe consentire loro di conservarli e utilizzarli anche dopo la disattivazione dell'account;
- la cancellazione di un profilo sui *social media* non sempre comporta anche l'eliminazione definitiva dei dati personali, che potrebbero comunque rimanere archiviati nei server e/o negli archivi informatici del fornitore del servizio;
- i termini di servizio e le impostazioni sul trattamento dei dati personali potrebbero essere modificati unilateralmente dai *social network*, talvolta senza adeguata comunicazione agli utenti, finanche riducendo il livello di protezione originariamente scelto.

### **Raccomandazioni operative**

Per garantire una maggiore tutela dei dati personali propri e di quelli altrui, si raccomanda di:

- Verificare attentamente le impostazioni in materia di trattamento dei dati personali dei propri profili *social* e aggiornarle periodicamente.
- Evitare di condividere dati sensibili o riservati, sia propri che di terzi, in assenza di espressa autorizzazione.
- Monitorare le condizioni di utilizzo delle piattaforme *social*, prestando particolare attenzione alle clausole che regolano il trattamento dei dati personali.
- Richiedere la rimozione di contenuti che violano le disposizioni in materia di trattamento dei dati personali, sia agli utenti responsabili della pubblicazione, sia, se necessario, direttamente alla piattaforma o al Garante della Privacy.

## SEGNALAZIONE DELLE VIOLAZIONI

La tutela della reputazione e dell'integrità istituzionale della Federkombat è un interesse primario dell'intera comunità federale. Pertanto, è fondamentale l'impegno di tutti i tesserati, collaboratori e componenti della Federazione al fine di garantire una corretta gestione del flusso informativo e di impedire la diffusione di contenuti falsi, offensivi e/o comunque non pertinenti all'ambito istituzionale federale.

Coloro che dovessero individuare o venire a conoscenza di contenuti afferenti alla Federkombat, ai suoi componenti o alle sue attività e che possano risultare:

- non veritieri, diffamatori o offensivi nei confronti della Federazione o di suoi componenti;
- contrari alla normativa vigente, inclusa la presente Policy;
- lesivi dell'immagine o reputazione federale, e/o idonei a ledere i diritti di terzi;
- rilevanti ai sensi della presente *Policy*, o delle disposizioni applicabili.

Sono invitati a darne immediata comunicazione alla Commissione Comunicazione federale, affinché possano essere valutati e gestiti secondo le procedure previste.

Le segnalazioni scritte dovranno contenere ogni circostanza nota al segnalante, utile alla ricostruzione del fatto ritenuto lesivo e all'individuazione dei soggetti coinvolti.

La Federkombat si riserva in ogni caso il diritto di adottare le misure più opportune, compresa la rimozione dei contenuti illeciti, la richiesta di rettifica, l'azione disciplinare o, se necessario, il ricorso alle autorità competenti, anche giudiziarie, per ottenere la più ampia tutela dei propri diritti.

\*\*\*

La presente *Policy* costituisce parte integrante delle normative interne della Federkombat e il rispetto delle sue disposizioni è obbligatorio per tutti i soggetti coinvolti nelle attività federali.

Per quanto non espressamente previsto si rinvia alle disposizioni di legge applicabili, nonché allo Statuto della Federazione e alla ulteriore normativa federale in materia.

Allegato (A)

4 marzo 2025

[comunicazione@federkombat.it](mailto:comunicazione@federkombat.it)