



Roma,

*Ministero per i beni e le  
attività culturali e per il  
turismo*

DIREZIONE GENERALE MUSEI  
SERVIZIO I  
SERVIZIO AMMINISTRATIVO E LEGALITÀ  
Sostituisce l'originale  
D.Lgs 7 marzo 2005, n. 82, art. 47

Ai Direttori degli Istituti dotati di autonomia

Ai Direttori regionali Musei

All'Ufficio legislativo  
[ufficiolegislativo@beniculturali.it](mailto:ufficiolegislativo@beniculturali.it)

Al Capo di Gabinetto  
[gabinetto@beniculturali.it](mailto:gabinetto@beniculturali.it)

Oggetto: Segnalazione Codacons su uso immagini di beni culturali per finalità commerciali su piattaforme digitali.

Con nota prot. 25473 del 14 ottobre 2020 l'Ufficio legislativo ha trasmesso, per quanto di competenza di questa Direzione generale, la segnalazione in oggetto, che si allega, con la quale il Codacons chiede l'accesso ad eventuali atti autorizzativi per l'uso a fini commerciali delle immagini di beni in consegna a questa Amministrazione e, in assenza, l'adozione di misure a tutela dei beni culturali.

Concordando con quanto asserito dal segnalante circa la possibilità che con l'utilizzo di immagini alterate vengano "stravolti i valori di cui l'opera è portatrice", in particolare nelle campagne pubblicitarie, si invitano codesti Istituti a verificare sulle piattaforme digitali e, nello specifico, sul profilo Instagram "Se i quadri potessero Ferragnez", la presenza di immagini di pertinenza, ad accertarne la legittimità dell'uso ed a curare la richiesta di accesso agli eventuali atti autorizzativi.

Nel caso, invece, si riscontrasse un illegittimo utilizzo di immagini di beni culturali (per mancata richiesta di autorizzazione e/o mancato pagamento di canoni, ovvero per difformità di utilizzo rispetto a quanto eventualmente dichiarato nella richiesta di autorizzazione) il Direttore dell'Istituto che ha in consegna il bene cui la singola immagine si riferisce adotterà le azioni a tutela dei diritti dell'Amministrazione, anche avvalendosi del supporto dell'Avvocatura dello Stato.

Il Direttore generale  
Prof. Massimo Osanna

SM





*Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo*

UFFICIO LEGISLATIVO

Al Direttore generale Musei

Al Direttore dell'Istituto centrale per la  
digitalizzazione del patrimonio culturale  
Digital library

E, p.c.

All'Ufficio di Gabinetto  
Alla Direzione generale Archeologia,  
belle arti e paesaggio  
Alla Direzione generale Biblioteche e  
diritto d'autore

Oggetto: Esposto Codacons riguardante l'uso di immagini raffiguranti beni culturali su piattaforme digitali

Si trasmette, per i profili di competenza, la nota inoltrata alla Scrivente dall'Ufficio di Gabinetto, relativa alla segnalazione indicata in oggetto con la quale l'esponente chiede con quali atti sia stato eventualmente autorizzato l'utilizzo delle immagini ivi individuate e, in caso contrario, di agire per la tutela dei beni culturali illegittimamente usati per fini commerciali.

Il Capo dell'Ufficio  
Annalisa Cipollone

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Annalisa Cipollone', written in a cursive style.



*Ministero per i beni e le attività culturali e per il turismo*  
UFFICIO DI GABINETTO

All'Ufficio Legislativo

Alla Direzione generale  
Archeologia, belle arti e paesaggio

Alla Direzione generale  
Biblioteche e diritto d'autore

OGGETTO: Codacons - segnalazione riguardante l'uso illegittimo per non dichiarate finalità lucrative di immagini raffiguranti opere culturali e artistiche sulle principali piattaforme di *social network*.

Si trasmette, per le valutazioni e i profili di rispettiva competenza, copia della nota acquisita al prot. n. 23762 del 28 settembre 2020 di questo Ufficio e annessi allegati, inviata dal Codacons - Ufficio legale, concernente l'esposto in oggetto.

IL FUNZIONARIO

dott. Luca Martorelli

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Luca Martorelli'.

**A Sua Santità Francesco**  
Casa Santa Marta, 00120 Città del Vaticano  
alla Segreteria Particolare

e c/o la Segreteria di Stato sez. Affari generali  
A mezzo dell'indirizzo mail di seguito con preghiera di recapito

Spett.le  
**MIBACT**  
[mbac-udcm@mailcert.beniculturali.it](mailto:mbac-udcm@mailcert.beniculturali.it), [ministro.segreteria@beniculturali.it](mailto:ministro.segreteria@beniculturali.it)

Spett.le  
**Facebook Ireland Limited**  
Racc. Internazionale: Attn: Legal Department  
4 Grand Canal Square  
Grand Canal Harbour  
Dublin 2, Ireland  
Nonché via e-Mail: [abuse@facebook.com](mailto:abuse@facebook.com)  
[advertise@fb.com](mailto:advertise@fb.com)

Spett.le  
**Instagram c/o Facebook Ireland**  
Hanover Reach 5-7 Hanover Quay, Dublin 2, Ireland.  
Mail: [advertise@fb.com](mailto:advertise@fb.com)

Spett.le  
**Facebook Italy S.r.l.**  
In persona del legale rappresentante p.t.  
Piazza Missori Giuseppe n. 2  
20100 – Milano  
Pec: [facebook@legalmail.it](mailto:facebook@legalmail.it)

*Spett.le*  
**AGCOM**  
*Autorità per le garanzie nelle comunicazioni*  
*In persona del legale rappresentante p.t.*  
[agcom@cert.agcom.it](mailto:agcom@cert.agcom.it)

*Spett.le*  
**AGCM**  
[via pec: protocollo.agcm@pec.agcm.it](mailto:protocollo.agcm@pec.agcm.it)

*Spett.le*  
**Garante per la Protezione dei Dati Personali**  
Piazza Venezia n. 11 - 00187 Roma  
[protocollo@pec.gpdp.it](mailto:protocollo@pec.gpdp.it)

*Spett.le*  
**Autorità garante per l'infanzia e l'adolescenza**  
Via di Villa Ruffo, 6  
00196 Roma

autoritagaranteinfanzia@pec.it

Spett. li

*Ai Ministri della Salute, dello Sviluppo Economico, del Lavoro e delle Politiche Sociali, e dell'istruzione, dell'università e della ricerca ciascuno in base alle proprie competenze e con preghiera di trasmissione ai Dipartimenti interessati*

[gab@postacert.sanita.it](mailto:gab@postacert.sanita.it) , [urp@pec.mise.gov.it](mailto:urp@pec.mise.gov.it) , [dgscerp.dg@pec.mise.gov.it](mailto:dgscerp.dg@pec.mise.gov.it) ,

[gabinettoministro@pec.lavoro.gov.it](mailto:gabinettoministro@pec.lavoro.gov.it) , [dgterzosettore@pec.lavoro.gov.it](mailto:dgterzosettore@pec.lavoro.gov.it) ,

[uspag@postacert.istruzione.it](mailto:uspag@postacert.istruzione.it)

Spett.le

IAP

*Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria*

*Via Larga, 15 20122 – Milano*

[iap@iap.it](mailto:iap@iap.it)

e.p.c.

Spett.le

**Comitato Italiano per l'UNICEF onlus**

Via Palestro, 68 00185 - Roma

[info@unicef.it](mailto:info@unicef.it)

Spett.le

**METER ONLUS**

Viale Lido Corrado Santuccio, 13 - 96012 Avola (SR)

alla c.a. di S.E. Don Fortunato di Noto

[segreteria@associazionemeter.org](mailto:segreteria@associazionemeter.org), [info@associazionemeter.org](mailto:info@associazionemeter.org),

[polo@associazionemeter.org](mailto:polo@associazionemeter.org)

Spett.le Procura della Repubblica di Roma

Spett.le Procura della Repubblica di Milano

[procuratore.procura.milano@giustiziacert.it](mailto:procuratore.procura.milano@giustiziacert.it), [dipartimento3.procura.milano@giustiziacert.it](mailto:dipartimento3.procura.milano@giustiziacert.it),

[dipartimento4.procura.milano@giustiziacert.it](mailto:dipartimento4.procura.milano@giustiziacert.it), [ricezioneatti.procura.milano@giustiziacert.it](mailto:ricezioneatti.procura.milano@giustiziacert.it)

-  
**ESPOSTO/SEGNALAZIONE**

**CODACONS**

Sede legale ROMA viale G. Mazzini 73 Tel. 06.3725809 Fax 06.3701709 cap. 00195 e-mail: [info@codacons.it](mailto:info@codacons.it)

[www.codacons.it](http://www.codacons.it)



PROT. N. 35 / 0 / 2020  
(da citare nella risposta)

A Sua Santità Francesco  
Casa Santa Marta, 00120 Città del Vaticano  
alla Segreteria Particolare  
Mail: [dsm@org.va](mailto:dsm@org.va)

e c/o la Segreteria di Stato sez. Affari generali  
A mezzo dell'indirizzo mail di seguito con preghiera di recapito  
Mail: [rapportistati@sds.va](mailto:rapportistati@sds.va)

MIBACT|MIBACT\_UDCM\_GABINETTO|28/09/2020|0023762-A

Spett.le  
MIBACT

[mbac-udcm@mailcert.beniculturali.it](mailto:mbac-udcm@mailcert.beniculturali.it), [ministro.segretaria@beniculturali.it](mailto:ministro.segretaria@beniculturali.it)

Spett.le  
Facebook Ireland Limited  
Racc. Internazionale: Attn: Legal Department  
4 Grand Canal Square  
Grand Canal Harbour  
Dublin 2, Ireland  
Nonché via e-Mail: [abuse@facebook.com](mailto:abuse@facebook.com)  
[advertise@fb.com](mailto:advertise@fb.com)

Spett.le  
Instagram c/o Facebook Ireland  
Hanover Reach 5-7 Hanover Quay, Dublin 2, Ireland.  
Mail: [advertise@fb.com](mailto:advertise@fb.com)

Spett.le  
Facebook Italy S.r.l.  
In persona del legale rappresentante p.t.  
Piazza Missori Giuseppe n. 2  
20100 - Milano  
Pec: [facebook@legalmail.it](mailto:facebook@legalmail.it)

Spett.le  
AGCOM  
Autorità per le garanzie nelle comunicazioni  
In persona del legale rappresentante p.t.  
[agcom@cert.agcom.it](mailto:agcom@cert.agcom.it)

*CODACONS è associazione di consumatori iscritta nell'elenco delle associazioni dei consumatori e degli utenti rappresentative a livello nazionale ex art.137 del D.Lgs n. 206/05 (Codice del Consumo) con decreto del Ministero dell'Industria 15 maggio 2000 e, come tale, componente del CNCU - Consiglio Nazionale dei Consumatori ed Utenti e legittimata ad agire a tutela degli interessi collettivi in base alla speciale procedura ex artt. 139 e 140 dello stesso decreto.*

*E' altresì O.N.L.U.S. - Organizzazione non lucrativa di utilità sociale ex d.Lgs.460/97, Associazione di Volontariato riconosciuta ex lege 266/91 ed Associazione di Protezione ambientale riconosciuta - I.349/86*

Spett.le  
AGCM  
via pec: protocollo.agcm@pec.agcm.it

Spett.le  
Garante per la Protezione dei Dati Personali  
Piazza Venezia n. 11 - 00187 Roma  
protocollo@pec.gpdp.it

Spett.le  
Autorità garante per l'infanzia e l'adolescenza  
Via di Villa Ruffo, 6  
00196 Roma  
autoritagaranteinfanzia@pec.it

Spett. li  
Ai Ministri della Salute, dello Sviluppo Economico, del Lavoro e delle Politiche Sociali, e  
dell'istruzione, dell'università e della ricerca ciascuno in base alle proprie competenze e con  
preghiera di trasmissione ai Dipartimenti interessati  
gab@postacert.sanita.it, urp@pec.mise.gov.it, dgscerp.dg@pec.mise.gov.it,  
gabinettoministro@pec.lavoro.gov.it, dgerzosettore@pec.lavoro.gov.it,  
uspag@postacert.istruzione.it

Spett.le  
IAP  
Istituto dell'Autodisciplina Pubblicitaria  
Via Larga, 15 20122 - Milano  
iap@iap.it

e.p.c.  
Spett.le  
Comitato Italiano per l'UNICEF onlus  
Via Palestro, 68 00185 - Roma  
info@unicef.it

Spett.le  
METER ONLUS  
Viale Lido Corrado Santuccio, 13 - 96012 Avola (SR)  
alla c.a. di S.E. Don Fortunato di Noto  
segreteria@associazionemeter.org, info@associazionemeter.org,  
polo@associazionemeter.org

Spett.le Procura della Repubblica di Roma  
~~prot.procura.roma@giustiziacert.it~~

Spett.le Procura della Repubblica di Milano  
procuratore.procura.milano@giustiziacert.it, dipartimento3.procura.milano@giustiziacert.it,  
dipartimento4.procura.milano@giustiziacert.it, ricezioneatti.procura.milano@giustiziacert.it

## ESPOSTO/SEGNALAZIONE

**PER:** Il CODACONS – Coordinamento delle Associazioni per la Difesa dell'Ambiente e dei Diritti degli Utenti e dei Consumatori – Onlus (97102780588) in persona del legale rappresentante *pro-tempore* Avv. Giuseppe Ursini, nonché "ARTICOLO 32 -97 Associazione Italiana per i Diritti del Malato e del cittadino-" - in persona del legale rappresentante *pro-tempore* Avv. Giuseppe Ursini – tutte con domicilio eletto presso l'Ufficio Legale Nazionale del CODACONS, in Viale G. Mazzini n. 73, 00195 Roma

[PEC: ufficiolegalecodacons@pec.codacons.org - Fax 06/3701709]

### PREMESSA

Oggetto dell'odierna segnalazione è l'utilizzo di immagini che raffigurano Opere d'Arte, immagini Sacre da parte di influencer o profili instagram in cui, però, non solo emerge un intento commerciale non dichiarato ma si associa un uso illegittimo di dette immagini - anche con pregiudizio dei diritti dei minori - usati in tali foto, nonché aventi portata offensiva del sentimento religioso, *rectius* dignità umana.

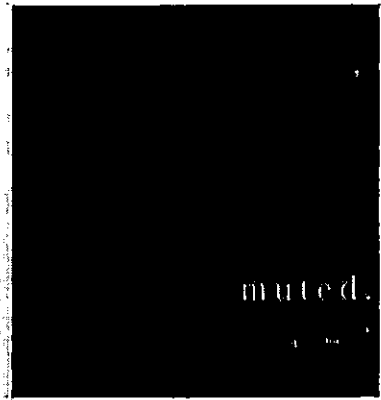
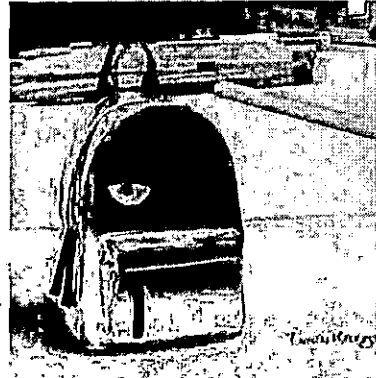


Ed ecco alcune immagini:

Ed ancora si segnala l'esistenza di un profilo "Seiquadri potessero Ferragnez" che sebbene si presenti come "Pagina divertente di sensibilizzazione a favore dell'arte con protagonisti i noti "Ferragnez" □"

in realtà contiene un uso pressochè continuo di immagini d'opere d'arte, associate anche all'utilizzo del minore, ma con continui momenti di pubblicità anche al brand della influencer:

<https://www.instagram.com/seiquadripotesseroferragnez/>



in cui è in prima linea lo zaino ed il simbolo della nota influencer.



E non solo:



ancora una volta più che un intento alla sensibilizzazione verso l'arte sembra emergere una continua esaltazione dell'attività lavorativa della coppia, l'utilizzo pressochè indiscriminato e scevro di tutele del minore; tutto tranne che l'assenza di lucro ed il fine di sensibilizzazione all'arte.

Non meno rilevante è il ripetersi di momenti in cui si associa alla coppia ed al bambino l'immagine della Madonna e del Bambin Gesù:

Qui i comportamenti da segnalare sono molteplici, ma manca sul social network qualsivoglia possibilità di denuncia.

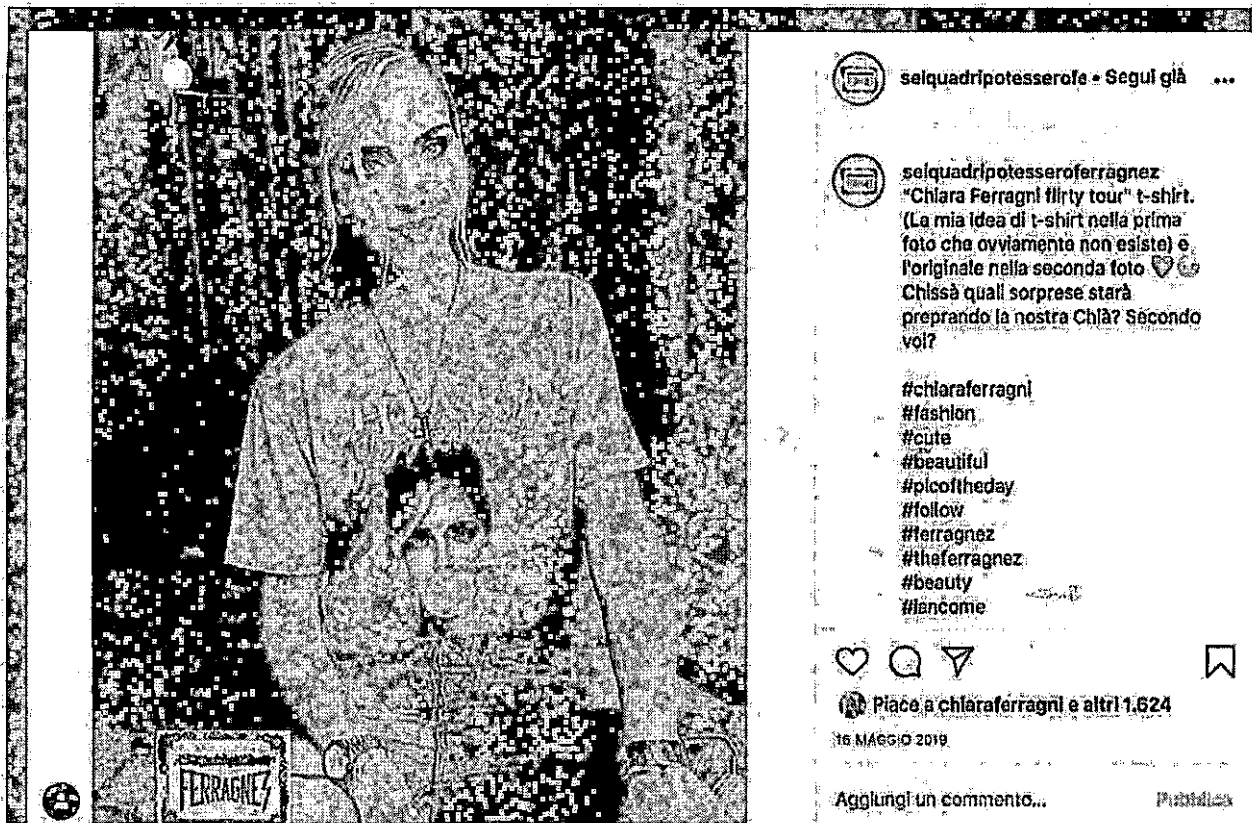
Non vi è alcuna tutela né dell'arte, né del sentimento religioso, né della concorrenza e mercato e soprattutto, ancora una volta vi è il volto di un bimbo usato ed abusato al fine di dare rilievo ai post.

**Sostenersi che è una pagina per sensibilizzare all'arte e poi trovare in maniera ridondante l'immagine del brand dell'Influencer, o per giunta propri giudizi di moda sulle proprie t-shirt è circostanza che impone dei chiarimenti.**

L'intento pubblicitario è lampante – l'assenza di finalità esclusiva di sensibilizzazione all'arte è altrettanto indiscutibile.

Il postare delle foto riprese da un profilo che inneggia all'intento esclusivamente di sensibilizzazione alla cultura ma poi rilevare solo foto che danno rilievo più ai personaggi che all'arte appare circostanza indubbia.

D'altronde basta leggere:



per comprendere quanto aleatorio sia affermare che vi è assenza di fini i lucro e non un vero e proprio momento di pubblicità, anche con tanto di #!!!!.

**La risposta è evidente: è una pubblicità incompatibile con l'asserito fine promozionale dell'arte.**

Sennonchè con l'odierno esposto non si vuole solo denunciare l'ennesima forma di pubblicità ora espressa ora indiretta, ma anche un uso illegittimo di immagini di opere d'arte laddove il dichiarato fine di valorizzazione e sensibilizzazione si scontra con il palese intento commerciale, ovvero quel comportamento fortemente contrastato dalla giurisprudenza consolidata che ha sempre sanzionato

l'illecita riproduzione di immagini di beni di valore storico artistico nell'ambito di una campagna pubblicitaria che quand'anche non sia espressa (anzi ciò è un aggravante) è evidente.

\*\*\*

## 1. SULL'OFFENSIVITA' AL SENTIMENTO RELIGIOSO. Assenza di cautele da parte di INSTAGRAM.

Il ripetersi di immagini che ritraggono la Madonna ed il Bambi Gesù con il volto della nota influencer e del suo bimbo, al pari di quelle rappresentate con il viso di Fedez costituiscono una forma che – per come già evidenziato, ed *infra* meglio dettagliato – proprio per l'assenza di finalità esclusivamente di promozione artistica non può essere né tollerata né giustificata.

Fa specie pertanto che la piattaforma Instagram non individui un'apposita sezione per poter segnalare dette immagini, costringendo gli istanti a poter solo segnalare le stesse con un "non mi piace", laddove i concetti di blasfemia/sacrilegio non possono che identificarsi con i termini "provocazione", "incitamento all'odio", "ingiuria".

Siamo ben consapevoli della natura delicata del rapporto tra manifestazioni irrispettose e la libertà di espressione.

**E' la dignità umana, anziché l'ordine pubblico, il bene giuridico che deve essere tutelato dai c.d. *hate crimes*.**

Ciò che si chiede è la protezione del sentimento religioso quale corollario del diritto costituzionale di libertà di religione, corollario che, naturalmente, deve abbracciare allo stesso modo l'esperienza religiosa di tutti coloro che la vivono, nella sua dimensione individuale e comunitaria, indipendentemente dai diversi contenuti di fede delle diverse confessioni. Il superamento di questa soglia incide sulla pari dignità della persona e si pone in contrasto col principio costituzionale della laicità o non confessionalità dello Stato.

Nella strutturazione dei limiti alla libertà di espressione a livello europeo il riferimento è indubbiamente alla sentenza sul noto caso del 1976, *Handyside c. United Kingdom* che ha fissato alcuni criteri per l'esplicitazione giuridica della formula 'limiti necessari in una società democratica'. Tale decisione ha introdotto una definizione carica di senso, che costituisce ancora oggi il paradigma di riferimento in materia: la protezione delle espressioni, che 'offendono, provocano shock o turbano', costituisce manifestazione della tolleranza che deve caratterizzare le società pluraliste e democratiche, sottoposte, tuttavia, al vaglio degli organi europei: "*nevertheless, Article 10 par. 2 (art. 10-2) does not give the Contracting States an unlimited power of appreciation. The Court, which, with the Commission, is responsible for ensuring the observance of those States' engagements (Article 19) (art. 19), is empowered to give the final ruling on whether a 'restriction' or 'penalty' is reconcilable with freedom of expression as protected by Article 10 (art. 10). The domestic margin of appreciation thus goes hand in hand with a European supervision*" (par.49).

La giurisprudenza della Corte EDU ha così giustificato ed accolto la censura della libertà di parola rispetto al credo religioso.

Nel caso *Wingrove c. United Kingdom* del 1996, la Corte ha, ancora, rilevato che le leggi sulla blasfemia possono essere applicate senza violare la Convenzione, sottolineando che *"the respect for the religious feelings of believers can move a state legitimately to restrict the publication of provocative portraits of objects of religious veneration"* (par. 48).

Nel caso del 2005, *I.A. c. Turchia*, la Corte ha legittimato la condanna contro l'autore di un romanzo che conteneva un attacco ingiurioso al Profeta, riproponendo il tema del bilanciamento di interessi in conflitto: da una parte, **il diritto alla tutela del sentimento religioso che rientra nella libertà religiosa**, dall'altra, la libertà di espressione. I giudici hanno ribadito che di fronte a modalità particolari di espressione delle proprie convinzioni in ambito religioso, di offesa e di vilipendio della religione, è possibile imporre limiti legittimi alla libertà di espressione. E ancora, in un caso contro la Francia del 2006 (CEDU, *Giniewski c. Francia*, 31 gen. 2006), essi hanno ritenuto che quest'ultima avesse violato l'art. 10 per diffamazione razziale contro il Papa.

La dimensione religiosa deve essere garantita tutelando le manifestazioni concrete della religiosità più che la religione maggioritaria o il credo inteso come istituzione, di guisa che l'utilizzo di immagini sacre, spesso in forma goliardica, nonché mediante l'uso di un minore non rientra neppure nel concetto di satira religiosa e certamente non è una forma di esaltazione dell'arte.

Di contro Nell'ipotesi considerata, il discrimen della liceità della rappresentazione satirica si riscontra in quello che rappresenta il nesso di coerenza causale tra la dimensione pubblica del personaggio preso di mira e il contenuto del messaggio satirico. Esaminando, tuttavia, le diverse fattispecie, il passaggio giuridico dalla diffamazione al vilipendio dovrà essere valutato, caso per caso, dal giudice, ai fini della determinazione della qualificazione giuridica e dell'eventuale pena da irrogare. La differenza è indubbiamente sfumata, sfociando la diffamazione nell'aggressione a un gruppo indeterminato di soggetti e potendo portare in sé il più pericoloso reato d'incitamento all'odio, particolarmente pericoloso a livello sociale. Nel caso delle vignette di *Charlie Hebdo*, ad esempio, è incontestabile l'estrema ed eccessiva offensività delle immagini su Maometto, con espliciti riferimenti sessuali, indubbiamente fuori luogo se collegati a un'entità spirituale.

La Corte Europea dei Diritti dell'Uomo, nell'esaminare casi specifici, ha dichiarato che la distribuzione al pubblico di alcuni oggetti, di materiale audiovisivo o stampato, ha rappresentato, in determinati casi, un'offesa del sentimento religioso dei credenti.

Il criterio principale per il riconoscimento in sede giudiziaria della violazione dei diritti dei credenti è stato quello della presenza, nei singoli casi, di una condotta di umiliazione della dignità umana (intesa come dignità individuale).

La Corte Europea dei Diritti dell'Uomo non consente, né giustifica, azioni che violano la dignità individuale dei credenti in relazione alla loro appartenenza ad una confessione religiosa (o in base al

loro atteggiamento nei confronti della religione), qualora esse – in ragione della forma, del grado e di altre caratteristiche – fuoriescano dai limiti della libertà di parola, di autoespressione e creativa di per sé protette dalla Convenzione.

Ciò in quanto simili azioni contrastano con le norme del diritto internazionale e, prima fra tutte, con **l'Articolo 3 della Convenzione Europea di Tutela dei Diritti dell'Uomo e delle Libertà fondamentali** ai sensi del quale nessuno può essere sottoposto a trattamenti inumani o degradanti.

a ricondurre nell'alveo degli artt. 2 e 19 Cost. – libertà di coscienza e religione – la tutela del sentimento religioso, conferendo così a tale ultimo principio un aggancio costituzionale di rango fondamentale, che gli consentirebbe di entrare in bilanciamento con la libertà di espressione. Il vilipendio rivolto al contenuto di una fede religiosa si tradurrebbe facilmente in offesa ai credenti di quella stessa fede, **«assumendo il significato di una lesione della loro libertà religiosa»**, che non si esaurirebbe nella libertà di professarla, richiedendo *«anche la sottrazione ad offese che potrebbero turbarla e tali, se fossero ripetute e potenziate col favore dell'immunità, da condurre alcuni ad abbandonarla»*. Pertanto, la soppressione della tutela penale del sentimento religioso opererebbe come *«uno strumento di forzata secolarizzazione della coscienza sociale, discriminando i credenti nella loro pari dignità sociale»*. Analogamente, la Corte costituzionale ha invocato a fondamento delle norme penali poste a presidio del sentimento religioso le disposizioni sulla libertà di coscienza e religione di cui agli artt. 2 e 19 della Carta, consentendo così, almeno indirettamente, di inferire dal testo costituzionale una sorta di **diritto del credente a non sentirsi offeso nella propria Weltanschauung religiosa**.

Ne discende che nel rapporto tra libertà di espressione e libertà di coscienza e religione sembrerebbe doversi ricercare il limite alla blasfemia. In particolare, sarebbe logico considerare illecite tutte le **espressioni di pensiero che travalichino la soglia di tollerabilità costituzionalmente consentita ad una compressione del sentimento religioso**. Il bilanciamento riguarderebbe, in definitiva, due beni destinati a una «convivenza mite, senza sopraffazioni dell'uno rispetto all'altro», com'è necessario che avvenga «in una società in cui devono convivere fedi, culture e tradizioni diverse».

La Corte costituzionale ha avuto modo di ricondurre nell'alveo dell'art. 19 Cost. il principio della protezione del sentimento religioso, connotandolo come un *«corollario del diritto costituzionale di libertà di religione»*, precisando che tale principio deve *«abbracciare allo stesso modo l'esperienza religiosa di tutti coloro che la vivono, nella sua dimensione individuale e comunitaria, indipendentemente dai contenuti di fede delle diverse confessioni»*. Per il Giudice delle leggi, l'offesa al sentimento religioso «inciderebbe sulla pari dignità della persona e si porrebbe in contrasto col principio costituzionale della laicità o non confessionalità dello Stato» (cfr. Corte cost., sent. n. 329/1997, punto 2 del Cons. in dir.; ma già implicitamente Corte cost., sent. n. 188/1975. Corte cost., sent. n. 329/1997, punto 2 del Cons. in dir.).

**Appare evidente che le foto in questione, lungi dall'essere un momento di espressione artistica non sono neanche tali da poter assurgere alla funzione di satira.**

Trattasi di una forma di utilizzo economico di immagine d'autore che indubbiamente non può essere ricondotto nell'ambito di operatività dell'art. 70 l.d.a. sulle utilizzazioni libere, norma che autorizza l'utilizzo, senza autorizzazione e cessione dei diritti, di parti di opera a scopo illustrativo per critica, discussione, insegnamento o ricerca scientifica.

Sono in ogni caso libere le seguenti attività, svolte senza scopo di lucro, per finalità di studio, ricerca, libera manifestazione del pensiero o espressione creativa, promozione della conoscenza del patrimonio culturale.

Nulla di ciò nel caso di specie.

La Corte di Cassazione, sezione III penale (Sent. n. 41044/2015), ha confermato la condanna inflitta dalla Corte d'Appello di Milano, per vilipendio della religione cattolica ai sensi dell'art. 403 c.p., ad un cittadino che, nel pieno del ciclone delle accuse mediatiche di omofobia rivolte alla Chiesa cattolica a seguito delle dichiarazioni del giovane teologo tedesco David Berger, aveva esposto nel centro della città un trittico da lui realizzato, che ritraeva in atteggiamenti tendenziosi da un punto di vista omosessuale il Pontefice e il suo segretario personale, al chiaro fine di criticare la politica ecclesiastica sulla condizione degli omosessuali.

Nel caso di specie le immagine postate costituiscono un'espressione non interpretabile in termini artistici, ma, per le obiettive caratteristiche delle riproduzioni, «una manifestazione indecorosa ed offensiva nell'accezione dell'uomo medio» e ciò in quanto l'art. 403 c.p. sanziona chiunque offenda una confessione religiosa mediante il vilipendio di chi la professa o di un ministro del culto, laddove la condotta consiste, per l'appunto, nel «tenere a vile», ovvero nel «manifestare un'offesa volgare e grossolana, che si concreta in atti che assumano caratteri evidenti di dileggio, derisione, disprezzo; atti sorretti dal dolo generico, ossia dalla volontà di commettere il fatto con la consapevolezza della loro idoneità a vilipendere, tale da rendere irrilevante il movente dell'azione (politico o sociale), che non vale perciò ad escluderlo» (Corte di Cass., sez. III pen., sent. n. 41044/2015).

In linea con la giurisprudenza costituzionale, anche la Cassazione considera lecita la critica in materia religiosa solo quando, «sulla base di dati o di rilievi già in precedenza raccolti o enunciati», quest'ultima «si traduca nella espressione motivata e consapevole di un apprezzamento diverso e talora antitetico, risultante da una indagine condotta, con serenità di metodo, da persona fornita delle necessarie attitudini e di adeguata preparazione», mentre, invece, «trasmoda in vilipendio quando – attraverso un giudizio sommario e gratuito – manifesti un atteggiamento di disprezzo verso la religione, disconoscendo alla istituzione e alle sue essenziali componenti (dogmi e riti) le ragioni di valore e di pregio ad essa riconosciute dalla comunità».

La Corte di Cassazione, nell'applicare l'art. 403 c.p., ritiene sufficiente che le offese «siano genericamente riferite alla indistinta generalità dei fedeli, tutelando la norma il sentimento religioso

*e non la persona (fisica o giuridica) offesa in quanto appartenente a una determinata confessione religiosa».* (Cass. pen., sez. III, 11 dicembre 2008, n. 10535 e Cass. pen., sez. III, 7 aprile 2015, n. 41011.)

L'art. 402, espunto dal legislatore è, quindi, ripristinato dalla giurisprudenza a tutela del "sentimento religioso" di tutti i fedeli di tutte le confessioni religiose.

Altro aspetto sul quale la giurisprudenza mostra una tendenza a dir poco conservativa è proprio sulla portata del diritto di critica che dunque, per avere efficacia scriminante, richiede il possesso di specifiche competenze.

Esso non è alla portata di tutti ma solo di coloro che possiedono un bagaglio culturale e una preparazione scientifica che consenta di utilizzare nel contraddittorio argomenti adeguati al fine di confutare le ragioni altrui.

La critica è ridotta, nei fatti, ad una discussione tra dotti che ricorda la "discussione in materia religiosa" ritenuta libera anche nella legislazione fascista (art. 5 della legge sui culti ammessi) in assenza di diritti costituzionalmente garantiti (Cass. pen., sez. III, 13 ottobre 2015, n. 41044. e Cass. pen., sez. III, 17 gennaio 2017, n. 1952.).

Oltre allo spazio eccessivamente ristretto riservato all'operatività del diritto di critica si può notare, altresì, la scarsa coerenza sistematica delle due affermazioni della sentenza della Cassazione penale.

Ed ecco che però sui social esistono molte pagine che offendono la religione, alcune addirittura dedicate alle bestemmie. Chi ha provato a segnalarle al social più frequentato del mondo ha spesso ricevuto questa risposta: "*La pagina rispetta gli standard della comunità*", o peggio come nel caso di specie on vi sia alcuna voce per segnalare la foto

**E' necessario che tramite il centro abusi di Facebook –  
ovvero il competente Ufficio di Instagram - si chiudano  
le pagine blasfeme.**

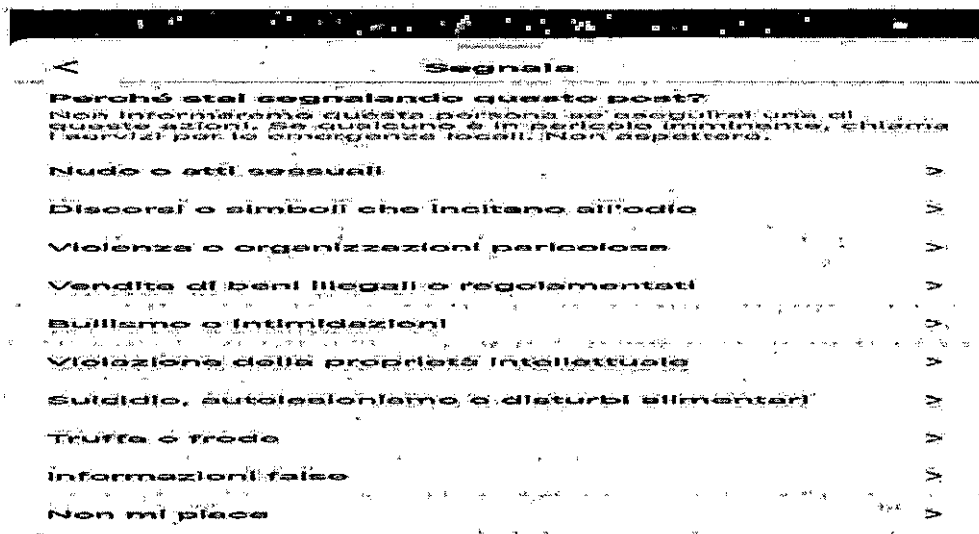
Immortalare le immagine proprie in opere d'arte ritraenti la Santità, farlo usando anche un minore il tutto senza neanche preoccuparsi di eliminare il marchio del brand riconducibile all'influencer , giocare con la faccia e la fisionomia degli angeli, fanno sì che opere d'arte che descrivono anche opere Sacre siano ridotte a foto goliardiche.

Trattasi di una a dir poco edificante frontiera di un uso spesso disinvolto delle tematiche di fede che in questo caso si spinge addirittura a trasformare un bimbo in Gesù e l'influencer nella Madonna.

E' un qualcosa di grave e dissacrante, che dimostra come si sia del tutto perso il senso del sacro in favore di un uso prettamente commerciale di "tutto", minori compresi.

Uno scenari che si realizza nel contesto dei social ma che in esso non presenta alcuno strumento di reazione effettivo.

L'istante non ha neanche potuto denunciare la foto, in quanto le uniche segnalazioni consentite a Instagram sono:



The image shows a screenshot of the Instagram reporting interface. At the top, there is a header with a checkmark icon and the word "Segnala". Below this, a question asks "Perché stai segnalando questo post?". A warning message follows: "Non informare alcuna persona se scegli una di queste azioni. Se qualcuno è in pericolo imminente, chiama i servizi per le emergenze locali. Non aspettare." Below the warning is a list of reporting categories, each with a radio button and a checkmark icon to its right:

- Nudo o atti sessuali
- Discorsi o simboli che incitano all'odio
- Violenza o organizzazioni pericolose
- Vendite di beni illegali o regolamentati
- Bullismo o intimidazioni
- Violazione della proprietà intellettuale
- Suicidio, autolesionismo o disturbi alimentari
- Truffe o frode
- Informazioni false
- Non mi piace

ed ecco che allora si chiede un intervento sanzionatorio ma anche di regolamentazione.

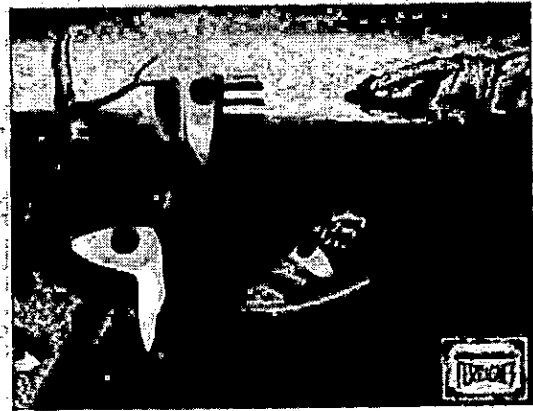
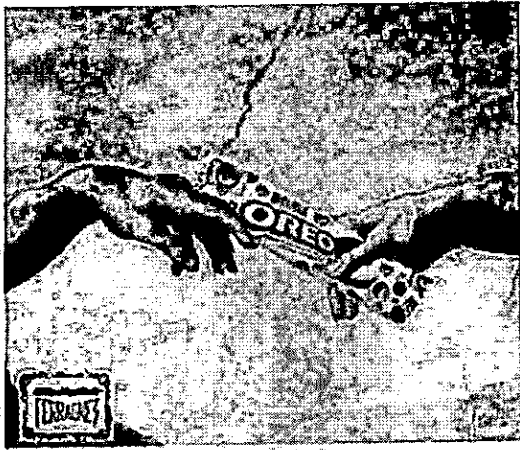
\*\*\* \*\* \*\*\*

**2. SULL'IPOTESI DI ILLECITO UTILIZZO DI OPERE D'ARTE AI FINI COMMERCIALI; VIOLAZIONE DELL'ART. 108 DEL CODICE DEI BENI CULTURALI IN RELAZIONE ALL'ART. 2043 C.C.; VIOLAZIONE DEGLI ARTT. 6, 7 E 10 DEL C.C.; CONDOTTA ANTI CONCORRENZIALE;**

I profili in contestazione (quello della sig.ra Ferragni e "Seiquadri potessero Ferragnez") sebbene si presentino come "*Pagina divertente di sensibilizzazione a favore dell'arte con protagonisti i noti "Ferragnez" □*" in realtà si è già dimostrato contenere un uso pressochè continuo di immagini d'opere d'arte, associate anche all'utilizzo del minore, ma con continui momenti di pubblicità anche al brand della influencer: <https://www.instagram.com/seiquadripotesseroferragnez/>

D'altronde giova domandarsi come si possa sostenere ciò se in alcune immagini si ricorre proprio all'uso degli ADV che di fatto riconoscono la natura commerciale dell'operazione!!!

La risposta compete alle Autorità, a appare evidente la contraddizione interna in cui sembra operare il profilo.



L'immagine del brand dell'influencer è evidente così come il dichiarato intento pubblicitario visto che utilizza gli adv:



ed allora non si riesce realmente a comprendere come si possa sostenere che si tratti di una "Pagina divertente di sensibilizzazione a favore dell'arte con protagonisti i noti Ferragnez", laddove l'unica cosa evidente è che si sono utilizzate opere d'arte per promuovere il loro brand.

Nulla di no profit; nulla di filantropico, nulla di pubblico: nessuna finalità di rilevanza collettiva per la promozione della cultura, ma semplicemente marketing!!!

Ed infatti, per come chiarito anche dalla Corte di cassazione con una sentenza ormai risalente nel tempo ma sempre attuale (la numero 11343/1996), la legge numero 633/1941 sul diritto d'autore (precisamente il suo articolo 13) non vieta solo la moltiplicazione di copie fisicamente identiche all'originale tutelato, ma protegge anche l'utilizzazione economica che l'autore può farne.

La riproduzione dei beni culturali è in particolare disciplinata dall'art. 107 del Codice di settore secondo cui "Il Ministero, le regioni e gli altri enti pubblici territoriali possono consentire la riproduzione nonché l'uso strumentale e precario dei beni culturali che abbiano in consegna, fatte salve le disposizioni di cui al comma 2 e quelle in materia di diritto d'autore".

Si rileva che, ai fini della riproduzione, la norma assegna una facoltà (“possono consentire”) all’amministrazione che ha in consegna i beni, il che comporta esercizio di un potere discrezionale. L’art. 108 del Codice prevede il pagamento di un corrispettivo per la riproduzione, determinato dall’autorità che ha in consegna il bene in considerazione di modi e finalità della riproduzione: l’importo minimo è comunque fissato per provvedimento dell’amministrazione concedente. La riproduzione per uso personale, per motivi di studio o richiesta da soggetti pubblici per finalità di valorizzazione dei beni non dà luogo a pagamento. Sono in ogni caso libere le riproduzioni svolte senza scopo di lucro, per finalità di studio, ricerca, libera manifestazione del pensiero o espressione creativa, promozione della conoscenza del patrimonio culturale. Infine l’art. 110 dispone che i corrispettivi per la riproduzione sono versati ai soggetti pubblici che hanno in consegna il bene.

### **Circostanza e condizioni da escludersi nel caso di specie!!!**

E’ opportuno sottolineare che la tutela prevista dal Codice dei beni Culturali è di carattere amministrativo ed è funzionale al perseguimento dell’interesse dello Stato a garantire un controllo sulla riproduzione dei beni che fanno parte del suo patrimonio storico-artistico temperandolo con le esigenze di fruizione della collettività, come, ad esempio, appunto per soddisfarne le finalità di riproduzione per uso personale, studio, ricerca, libera manifestazione del pensiero o artistica e così via.

Paralleamente vi è la tutela data dal diritto di autore.

La problematica in questione si incentra sulle ipotesi di riproduzione, a fini pubblicitari, di un bene culturale secolare esposto o no a pubblica vista.

La sentenza del Tribunale di Palermo del 21 settembre 2017 trae la sua origine da una domanda risarcitoria proposta dalla Fondazione Teatro Massimo nei confronti di un istituto bancario per avere questo realizzato una massiccia campagna pubblicitaria denominata “Palermo al centro” a mezzo affissioni riproducenti la fotografia del Teatro Massimo di Palermo; ciò al fine di promuovere le proprie agenzie presenti sul territorio, in modo da associare l’immagine di uno dei più grandi e prestigiosi teatri di Italia però senza il consenso della Fondazione consegnataria del teatro. Il Tribunale ha concluso per l’illegittimità di tale utilizzo.

Il secondo provvedimento meritevole di richiamo è un’ordinanza cautelare ex art. 700 c.p.c. del Tribunale di Firenze che ha inibito, su istanza del Ministero dei Beni e Attività Culturali e del Turismo, a un’agenzia di viaggi l’utilizzo pubblicitario dell’immagine fotografica su vari mezzi (depliant e sito web) della Galleria dell’Accademia di Firenze e del David di Michelangelo ordinando altresì il ritiro e distruzione del relativo materiale pubblicitario in circolazione; anche in questo caso nessuna autorizzazione preventiva era stata richiesta all’ente proprietario dei beni e nessun canone o corrispettivo era stato versato. Entrambe le decisioni fanno leva sugli artt. 107-108 del Codice dei Beni Culturali che riservano all’autorità che ha in consegna il bene culturale il diritto di consentirne la riproduzione, previa richiesta di concessione e pagamento del canone fissato dall’autorità medesima.

Indubbiamente entrambe le decisioni, inequivocabili nelle prescrizioni, impongono - ad inserzionisti, influencer ed ogni altro soggetto che intendano realizzare e diffondere creatività contenenti la riproduzione fotografica di beni culturali – adempimenti e oneri.

COSÌ COME NEL CASO IN COMMENTO, sempre più spesso si riscontra su internet e sui social un utilizzo improprio delle immagini di opere universali, utilizzate in campagne pubblicitarie, spesso condotte a livello mondiale, dove risultino alterati, traditi, stravolti i valori di cui l'opera è portatrice. In questa luce, non è un caso che l'articolo 106 del Codice dei Beni Culturali preveda che il Ministero, le Regioni e gli altri enti pubblici territoriali possono concedere l'uso dei beni culturali che abbiano in consegna per finalità compatibili con la loro destinazione culturale (vedasi anche gli artt. 20 e 55 CBC). Tale norma, troppo spesso sottovalutata, indica il principio informatore che presiede alla valutazione cui è chiamata l'Amministrazione sull'opportunità di concedere o meno un uso particolare del bene, ossia sulla compatibilità di tale uso con la destinazione culturale del bene.

La Corte Costituzionale, in occasione della pronuncia n° 355/10, ha avuto modo di precisare la natura non patrimoniale del danno all'immagine, anche di quello della pubblica amministrazione, sebbene con la precisazione che quest'ultimo sia da ricondurre non all'art. 2 Cost., violazione dei diritti della persona, ma all'art. 97 Cost, norma riguardante le pubbliche amministrazioni.

Recentemente, però, vi è una nuova fisionomia sia del diritto all'immagine in capo alla Pubblica Amministrazione che del concetto di immagine di cui alla normativa sulla tutela dei beni culturali paiono fondersi con coerenza e logica di sistema.

In particolare, assumono rilievo le decisioni del Tribunale di Firenze n. 13758/2017 del 25/10/2017 e del Tribunale di Palermo n. 4901 del 21/09/2017.

La sentenza del Tribunale di Firenze ha accordato tutela cautelare in via d'urgenza ai sensi dell'art. 700 c.p.c. all'immagine del David di Michelangelo inibendo la riproduzione dell'immagine di un bene culturale in qualsiasi forma o strumento, anche informatici, ordinando la rimozione di ogni sua figura dal sito internet della società responsabile di suo illecito utilizzo a fini commerciali, e suscitando così il prevedibile interesse dei media, non solo per la notorietà dell'opera in questione, ma anche per le possibili ricadute applicative di un siffatto precedente.

Il caso nasce dall'utilizzo dell'immagine del David di Michelangelo da parte di una società privata per pubblicizzare la propria attività di visite guidate in alcuni musei italiani, fra cui la Galleria dell'Accademia, ove la celebre statua è esposta al pubblico. L'immagine del David veniva utilizzata, senza autorizzazione, sul sito internet della società, nonché sulle brochure pubblicitarie distribuite dalla stessa all'ingresso del museo.

Così come nel caso deciso dal tribunale, anche in quello dell'odierna segnalazione vi è un'evidente violazione dell'art. 108 del Codice dei Beni Culturali in relazione all'art. 2043 c.c., per aver utilizzato le immagini di opere d'arte e sacre (nel caso deciso l'immagine del David di Michelangelo) qualra ciò

sia avvenuto senza la prescritta autorizzazione della Galleria dell'Accademia, ente che ha in consegna il bene, ovvero senza il pagamento del canone.

Parimenti grave sembrerebbe la violazione degli artt. 6, 7 e 10 del c.c., diritto al nome ed all'immagine, alla luce della decisione della Suprema Corte di Cassazione n. 18218 dell'11.08.2009 per la quale la tutela dei diritti all'immagine e alla denominazione del bene risulterebbe pregiudicata qualora si consentisse a chiunque di appropriarsene a scopi pubblicitari, senza ottenere il consenso dei titolari e senza pagare le dovute royalties, con la conseguenza che il danno, patrimoniale e non, causato da tale comportamento illecito è risarcibile, ai sensi degli artt. 2043 e 2059 c.c., sotto il profilo sia del c.d. annacquamento della denominazione e dello svilimento dell'immagine del bene, sia del pregiudizio economico per il mancato esborso del prezzo;

Non meno grave è poi – per come diffusamente argomentato – la violazione dell'art. 2598 c.c. per aver posto in essere atti di concorrenza sleale.

Fra i principi fondamentali della nostra costituzione, accanto all'art. 2, per il quale "La Repubblica riconosce e garantisce i diritti inviolabili dell'uomo sia come singolo sia nelle formazioni sociali ove si svolge la sua personalità", vi è anche l'art. 9, secondo cui "La Repubblica promuove lo sviluppo della cultura e la ricerca scientifica e tecnica. Tutela il paesaggio e il patrimonio storico artistico della Nazione", di guisa che in applicazione dell'art. 9 Cost. ed in relazione agli artt. 106-108 del codice dei beni culturali, non può che affermarsi il diritto all'immagine dei beni culturali, inteso come diritto all'identità culturale, diritto a non veder travisato o alterato all'esterno quell'insieme di conoscenze, di tradizioni, di valori di modelli comportamentali che caratterizzano il modo di essere di un popolo, limite intrinseco ineludibile per una corretta utilizzazione nonché valorizzazione dei beni culturali. Il profilo in contestazione e l'uso fattone dalla sig.ra Ferragni in realtà si pongono in neto contrasto con ciò.

\*\*\* \*\* \*\*\*

### 3. SULL'USO PREGIUDIZIEVOLE DEL MINORE

Trattasi di foto in cui le immagini delle varie opere d'arte e opere sacre presentano il viso di Chiara Ferragni e Fedez nonché del piccolo Leone.

La diffusione di tali immagini sono assolutamente pericolose, in quanto attribuiscono ampia diffusione ad una foto che, seppur ritraente l'immagine (profilo) di un'opera d'arte, si veicola con esse, in realtà, l'immagine, l'identità e l'intimità di un bambino in tenera età e lo si fa **attribuendo ad un viso di bambino il corpo non suo!!!!**.

Al di là di ciò che può essere un gioco, la consapevolezza di utilizzare in siffatto modo l'immagine del bimbo si aggrava laddove chi fa tale uso si serve della propria notorietà e si rivolge ad una vasta gamma di soggetti dei quali non è in grado di conoscere e controllare il livello di affidabilità.

Non è raro il caso in cui di siffatte immagini si possano avvalere soggetti con intenti sicuramente non seri e lodevoli. D'altronde solo recentemente è accaduto che venisse pubblicato un post gravemente offensivo (<https://spettacoli.tiscali.it/gossip/articoli/fedez-figlio-leone-morto-notizia-social-uno-schifo/>) in cui si leggeva "E' morto per Coronavirus mio figlio Leone". L'ira di Fedez per la notizia diffusa: "Uno schifo" --Una trovata social di gusto terribile che manipola l'immagine del piccolo nato dall'unione tra il rapper e la Ferragni. La reazione di lui. E una riflessione, per tutti. Mentre la comunicazione e i media mostrano sempre di più le loro difficoltà a mantenere rigore oggettivo e toni asciutti nel restituire fatti di cronaca e analisi sul fronte Coronavirus, sui social è partita una nuova deriva. Che in nome del titolaccio acchiappaclick e del far leva sull'onda emotiva di chi legge e vede (video e foto sono infatti il fronte più caldo) non si ferma davanti a nulla. Neanche di fronte all'idea terribile di usare un bambino per "fingere" che sia il proprio figlio, annunciandone la morte come conseguenza del contagio virale, e poi rilanciando la fake news in un gruppo social chiamato IO RESTO A CASA. Peccato che quel bambino, usato da una persona in cerca di facile pubblicità e priva di scrupoli, non fosse suo figlio. Le immagini usate per quel post che è l'apoteosi di ciò che non si dovrebbe mai fare sul fronte dei media, sono di Leone Lucia, figlio di Fedez (ora nel cast di Celebrity Hunted) e Chiara Ferragni. In realtà vivo e in buona salute."

Ed ancora:

[https://www.leggo.it/gossip/fedez\\_ferragni/fedez\\_gruppo\\_stupro\\_tua\\_sorella\\_ultime\\_notizie\\_oggi-5150838.html](https://www.leggo.it/gossip/fedez_ferragni/fedez_gruppo_stupro_tua_sorella_ultime_notizie_oggi-5150838.html), in cui si legge "...Fedez, la denuncia alla polizia postale dopo la segnalazione degli utenti: «Su Telegram il gruppo 'Stupro tua sorella 2.0'». Grave episodio di Revenge Porn sul social che più di altri aiuta a mantenere l'anonimato. Le foto di alcuni utenti sono finite, a loro insaputa, in un gruppo che istiga al femminicidio e alla pedofilia. Le vittime si sono rivolte al cantante attraverso Twitter affinché utilizzasse il suo potere divulgativo per far venire tutto a galla. «Stiamo contattando la polizia postale, grazie della segnalazione ragazzi», ha risposto Fedez in un tweet..."

Tutto è iniziato quando una ragazza si è accorta casualmente che le sue fotografie, pubblicate su Facebook o Instagram, sono finite su Telegram. Nel mondo virtuale gli scatti che circolano online possono essere riutilizzati per rubare identità o truffare altre persone. Oppure, come in questo caso, come merce di scambio in chat di gruppo. La ragazza ha scoperto che le sue foto erano finite su "Stupro tua sorella, 2.0", un canale Telegram con migliaia di iscritti.

Questo è uno dei tanti screen di quelle chat di telegram dove circolano le foto delle ragazze (preso da un articolo) rendiamoci conto dello schifo e della disumanità di queste parole che annullano le donne considerandole NON esseri umani.

Gli stessi Fedez e Chiara Ferragni sono stati vittime di episodi simili, data la loro popolarità. Dopo essere stato avvertito, l'artista è sceso in campo e ha annunciato di aver contattato la polizia postale. Il gruppo - che viene ogni volta segnalato, cancellato e ricostituito in sottocanali - permette a chi ne fa parte scambi di fotografie e video di ragazze minorenni, con continue istigazioni alla pedopornografia e al femminicidio. Il canale principale contava quasi 50mila iscritti e ora sembra

*che sopravviva in altre forme ridotte sulle quali è stato riversato il medesimo materiale pedopornografico.*

*Il gruppo principale su Telegram è stato chiuso, ma hanno aperto un altro gruppo di riserva, questo. Far chiudere i gruppi non è sufficiente, la gente salva comunque le foto sui propri dispositivi.*

*Le immagini delle giovanissime sono state condivise diventando oggetto di insulti. «Sono pro al femminicidio» e «Un po' di pedofilia non guasta», sono solo alcuni dei commenti. Secondo Wired, si parla di circa trentamila messaggi quotidiani. Oltre alle immagini vengono diffusi anche numeri di telefono e recapiti social, mentre video privati circolano liberamente. C'è spazio anche per la vendetta di chi vuole "rendere la vita impossibile" alle proprie ex. La testimonianza della ragazza ha portato il caso all'attenzione mediatica diventando di tendenza su Twitter. In molti ringraziano i Ferragnez per il loro interesse alla vicenda."*

Ed ecco come l'utilizzo di una foto sui social possa determinare condotte plurioffensive idonee a ledere l'immagine del minore, oltre che la sua integrità fisica e psichica, oltre che il suo diritto a formarsi, in autonomia, una identità anagrafica e digitale.

Il tutto aggravato dalla violazione (se non dimostrasi l'opposto) delle norme sui beni culturali.

Il proposito di realizzare le proprie attività e finalità statutarie, ha portato e da sempre porta, solo ed esclusivamente nell'interesse dei consumatori, la scrivente associazione a promuovere azioni volte a salvaguardare i diritti lesi degli stessi.

A tal uopo si ritiene necessario, opportuno e doveroso portare all'attenzione delle autorità adite la allarmante e diffusa situazione relativa alla indiscriminata pubblicazione di foto di minori sui social network, nota sotto il nome di "shareting".

Più in particolare, come si evince dalla documentazione fotografica allegata a riscontro, sui profili Instagram di Chiara Ferragni e Federico Leonardo Lucia (noto come Fedez) "*chiaraferragni*" e "*fedez*" sono quotidianamente pubblicati contenuti che immortalano il proprio figlio minore, ritratto in ogni situazione della vita quotidiana e finanche in pose ambigue (si veda no le ripetute foto del piccolo, vestito da angelo, da femminuccia, in pose buffe...), senza l'adozione di alcun tipo di accorgimento, ai soli fini esibizionistici o —ancor peggio— abusando della complicità del bambino nella diffusione di messaggi pubblicitari a mezzo social ad evidente scopo di lucro, con il risultato di trasformare gli spazi virtuali, ideati —non v'è dubbio— per tutt'altri fini, in un postribolo in cui il minore potrebbe rimanere vittime dell'illecito trattamento dei propri dati personali, nonché, ancor peggio, di fattispecie di reato ben più gravi.

Si tratta, invero, di una pericolosa tendenza, che sta assumendo contorni sempre più rilevanti e che si innesta nel problema di più ampio respiro dell'uso sconsiderato della rete, in cui, accanto ad una indiscussa facilitazione della comunicazione globale, della circolazione di idee e della diffusione di informazioni, si staglia imponente il fenomeno del concreto rischio di danni a quell'enorme platea di minori che quotidianamente gravita, più o meno consapevolmente, intorno al web e alle sue immagini.

Come rilevato da recente giurisprudenza di merito *“l’inserimento di foto di minori sui social network costituisce comportamento potenzialmente pregiudizievole per essi in quanto ciò determina la diffusione delle immagini fra un numero indeterminato di persone, conosciute e non, le quali possono essere malintenzionate e avvicinarsi ai bambini dopo averli visti più volte in foto on-line, non potendo inoltre andare sottaciuto l’ulteriore pericolo costituito dalla condotta di soggetti che “taggano” le foto on-line dei minori e, con procedimenti di fotomontaggio, ne traggono materiale pedopornografico da far circolare fra gli interessati, come ripetutamente evidenziato dagli organi di polizia (...) il pregiudizio per il minore è dunque insito nella diffusione della sua immagine sui social network”* (cfr. Tribunale di Mantova, 19 settembre 2017; in senso conforme, Tribunale di Roma – Sez. I Civ. del 23 dicembre 2017; Tribunale di Rieti, ordinanza del 7 marzo 2019).

Nello stesso senso si sono espressi anche il Presidente dell’Autorità Garante per la privacy, Antonello Soro, nella relazione per l’anno 2016 presentata al Parlamento, osservando che la fonte involontaria della crescita vertiginosa della pedopornografia in rete registrata negli ultimi anni (solo nel 2016 le immagini censite sono state due milioni) sono proprio i social network in cui genitori postano le immagini dei figli, nonché l’indagine condotta dell’Australia’s Children’s eSafety, secondo cui la metà delle immagini che si trovano sui siti pedopornografici sono quelle che i genitori hanno condiviso sui social network, su Facebook e Instagram in primis (<https://www.vanityfair.it/news/mondo/15/09/30/foto-siti-pedofilia-condivise-social-genitori>).

Sempre sul punto, l’Università della California ha redatto un saggio dal titolo *“Sharenting: Children’s Privacy in the Age of Social Media”* ([https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=2711442](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2711442)) in cui vengono analizzati i rischi di postare le foto dei bimbi online e le responsabilità a cui vanno incontro i genitori ed a pag. 11 dell’elaborato viene citato l’esempio di una madre che aveva pubblicato online una foto dei suoi gemellini che stavano imparando ad usare il vasino; più tardi ha scoperto che questa foto era stata presa, modificata e condivisa su un sito di materiale pedopornografico.

Il web ed i social network, difatti e come è noto, consentono la diffusione dei dati personali e delle immagini ad alta rapidità rendendo spesso difficoltose ed inefficaci le forme di controllo dei flussi informativi. Le pubblicazioni, in considerazione delle modalità e della frequenza con cui vengono praticate possono assumere rilevanza giuridica sino ad arrivare a configurare anche ipotesi di reato.

Nel caso in cui una immagine, pubblicata senza i dovuti consensi, sia stata utilizzata per trarre profitto per sé o per altri, o per recare ad altri un danno, si configura difatti il reato ex art. 167 del Codice della Privacy rubricato *“Trattamento illecito di dati”*, il quale recita che *“Salvo che il fatto costituisca più grave reato, chiunque, al fine di trarne per sé o per altri profitto o di recare ad altri un danno, procede al trattamento di dati personali in violazione di quanto disposto dagli articoli 18, 19, 23, 123, 126 e 130, ovvero in applicazione dell’articolo 129, è punito, se dal fatto deriva nocimento, con la reclusione da sei a diciotto mesi o, se il fatto consiste nella comunicazione o diffusione, con la*

reclusione da sei a ventiquattro mesi. Salvo che il fatto costituisca più grave reato, chiunque, al fine di trarne per sé o per altri profitto o di recare ad altri un danno, procede al trattamento di dati personali in violazione di quanto disposto dagli articoli 17, 20, 21, 22, commi 8 e 11, 25, 26, 27 e 45, è punito, se dal fatto deriva nocumento, con la reclusione da uno a tre anni”.

è allusivo e rientrante nella nozione di pornografia minorile ex artt. 600 ter c.p.

Nel caso che ci occupa, vale ricordare come le immagini del figlio minore di Chiara Ferragni e Fedez siano oramai presenti e rinvenibili in ogni parte del web, accessibili e manipolabili liberamente da chiunque, venendo quotidianamente “ri-postate” su tutti i social network da profili riconducibili a soggetti terzi ed estranei rispetto agli esercenti la responsabilità genitoriale (i.e. le moltissime fanpages dei due influencer o profili creati ad hoc dedicati al minore).

E vi è di più: qui le immagini sono associate a Angeli, al bambin Gesù, personaggi di quadri d'epoca, contesti bizzarri, ad immagini femminili:



seiquadripotessorafa - Segui già ...

seiquadripotessoroferragnez Baby Chiara

Artista opera originale sconosciuto  
Soggetto: Piccola gran duchessa:  
Alexandra Pavlovna  
Anno 1790

#art  
#ferragnez  
#chiaraFerragni  
#babychiara

#gottymus Elemento modificato

32 sett.

michelesanlorenzo in un primo momento pensavo fosse Leo

Placé a valentinaferragni e altri 429

19 FEBBRAIO

Aggiungi un commento...

Pubblica



selquadripotesserofe • Segui già ...



selquadripotesseroferragnez  
 Opera: "L'evoluzione di un'  
 Imprenditrice digitale" aka "piccole  
 Imprenditrici digitali crescono"  
 Opera originale di Philip Alexis Lázló.  
 Artista ungherese 1869 - 1937

#chiaraferragni  
 #ferragnez  
 #imprenditrice digitale  
 #business  
 #businesswoman  
 #ferragni  
 #babyferragni  
 #influencer  
 #blogger  
 #model  
 #kid  
 #picoftoday



Place a chiaraferragni e altri 1.090

22 MARZO 2018

Aggiungi un commento...

Pubblica

Come rappresentato da moltissimi psicanalisti interrogati sul tema, i bambini, una volta cresciuti e alle prese con la propria rete sociale, su quelle piattaforme, si ritroveranno dotati di un fardello di contenuti digitali impropriamente pubblicati nel corso degli anni dai genitori. Senza, ovviamente, che il soggetto più importante della relazione – il bambino – abbia avuto alcuna possibilità di dire la sua. In proposito, nella "La condizione dell'infanzia nel mondo 2017- Figli dell'era digitale" pubblicato dall'Unicef ([https://www.unicef.it/Allegati/SOWC\\_2017.pdf](https://www.unicef.it/Allegati/SOWC_2017.pdf)), si legge che *"un'ulteriore fonte potenziale di abuso dei dati dei bambini proviene dai loro stessi genitori. Un sondaggio condotto nel 2010 ha rilevato che, in 10 paesi ad alto reddito (Australia, Canada, Francia, Germania, Italia, Giappone, Nuova Zelanda, Spagna, Regno Unito e Stati Uniti), l'81% dei bambini di età inferiore ai 2 anni aveva un'ombra digitale, il che significa che aveva un profilo o immagini personali pubblicate online. I genitori che condividono troppe informazioni sui propri figli non sono una novità. Tuttavia, il moderno stile di vita digitale sta portando questo modo di agire a un nuovo livello, trasformando i genitori in "potenziali distributori di informazioni personali dei propri figli al pubblico di massa". Questo "sharenting", che sta diventando sempre più comune, può nuocere ai bambini. Può creare conseguenze potenzialmente serie in un'economia in cui le storie online degli individui possono superare le loro informazioni storiche agli occhi dei rivenditori, degli assicuratori e fornitori di servizi. La mancanza di consapevolezza dei genitori può causare danni al benessere di un bambino quando questo patrimonio digitale lo raffigura senza vestiti, ponendolo a rischio di abuso da parte*

di un pedofilo. Lo sharenting può inoltre nuocere al benessere dei bambini a lungo termine, interferendo con la loro capacità di auto-realizzarsi, creare la propria identità e trovare un impiego”.

Ancora, un sondaggio condotto da ComRes e riportato nello studio di McAfee (<https://www.franzrusso.it/social-media-2/social-media-e-genitori-il-30-percento-pubblica-foto-o-video-dei-figli-ogni-giorno/>) ha rilevato che più di un bambino su quattro tra i 10 e i 12 anni si sente imbarazzato, ansioso o preoccupato quando i genitori pubblicano le loro foto online.

La circostanza ha trovato conferma anche in ambito giurisprudenziale, laddove un sedicenne nel 2017 si è rivolto al Tribunale di Roma per richiedere un rimedio all'emorragia di sue immagini sul web da parte dei genitori ed il Tribunale, riconoscendo la violazione della privacy del minore, ha vietato la prosecuzione di queste condotte, ordinando la rimozione immediata delle immagini caricate (Tribunale di Roma, sez I civ, 23 dicembre 2017, ord.).

D'altra parte, non deve dimenticarsi che ogni singolo scatto pubblicato sui social network contribuisce alla costruzione dell'“identità digitale” di un bambino, andando indubbiamente a ledere quel diritto, di cui ciascuno è titolare, di sviluppare in totale libertà lati del proprio carattere, qualità della propria indole, ovvero la propria personalità senza essere soggetto alle –inevitabili– ingerenze che la (sovra)esposizione sui social comporta, atte ad incidere sulla reputazione attuale o futura o che possono porlo in condizione di subire atti di cyberbullismo.

A tal uopo si ricorda come, con specifico riferimento a Chiara Ferragni e Fedez, il bambino sia già stato oggetto, proprio per via delle pubblicazioni dei genitori, di insulti odiosi da parte di utenti (a titolo esemplificativo si ricorda *“povero bambino, ormai sembra un animale addestrato”* postato da un utente in occasione del primo compleanno del bambino).

Allo stesso modo, si rammentano gli insulti ricevuti dalla figlia minore dei noti cantanti americani Beyoncé e Jay-Z nel 2016 dopo l'apparizione della piccola agli Mtv Video Music Awards (*brutta come la morte*), quelli rivolti al figlio minore di Flavio Briatore ed Elisabetta Gregoraci a seguito della pubblicazione di una foto su Instagram (*“tuo figlio è un ciccione”* o *“deve perdere peso”*), quelli riservati ai figli appena nati di Beatrice Lorenzin, le cui immagini erano state postate su Twitter (*“gli sgorbi di una sgorbia”*), quelli per il figlio minore di Belen Rodriguez (*“sei brutto e sembri Gianna Nannini”*).

Ciò a significare, in termini, che la sovraesposizione e mercificazione dei minori sui social ha già dato prova, in maniera più che eloquente, della portata enormemente dannosa che è in grado di riverberare direttamente sulle persone dei piccoli coinvolti.

La tutela della vita privata e dell'immagine dei minori ha trovato tradizionalmente cittadinanza, nell'ordinamento italiano, nell'art. 10 c.c. (concernente la tutela dell'immagine); nel combinato disposto degli artt. 4,7,8 e 145 del D.Lgs. 30.06.2003 n. 196 (riguardanti la tutela della riservatezza dei dati personali) nonché negli artt. 1 e 16 I co. della Convenzione di New York del 20-11-1989,

ratificata dall'Italia con legge 27-5-1991 n. 176 (laddove, in particolare, l'art. 16 stabilisce che: "1. Nessun fanciullo sarà oggetto di interferenze arbitrarie nella sua vita privata, nella sua famiglia, nel suo domicilio o nella sua corrispondenza e neppure di affronti illegali al suo onore e alla sua reputazione. 2. Il fanciullo ha diritto alla protezione della legge contro tali interferenze o tali affronti"), sottolineando in modo netto come debba essere necessariamente data preminenza agli interessi e alla dignità del minore.

Anche l'art. 8 delle Regole di Pechino, intitolato "Tutela della vita privata", prevede che "*il diritto del giovane alla vita privata deve essere rispettato a tutti i livelli, per evitare che inutili danni gli siano causati da una pubblicità inutile e denigratoria*".

Con l'evoluzione dei sistemi di diffusione delle immagini legate allo sviluppo del web, lo scenario normativo è andato arricchendosi, adattandosi alle nuove realtà digitali, laddove il Considerando n. 38 del regolamento UE n. 679/2016 del 27.04.2016 (entrato in vigore il 25.05.2018) dispone che: "i minori meritano una specifica protezione relativamente ai loro dati personali, in quanto possono essere meno consapevoli dei rischi, delle conseguenze e delle misure di salvaguardia interessate nonché dei loro diritti in relazione al trattamento dei dati personali(...)";

L'art. 8 del citato regolamento – rubricato Condizioni applicabili al consenso dei minori in relazione ai servizi della società dell'informazione – prevede che "*qualora si applichi l'articolo 6, paragrafo 1, lettera a) (il consenso), per quanto riguarda l'offerta diretta di servizi della società dell'informazione ai minori, il trattamento di dati personali del minore è lecito ove il minore abbia almeno 16 anni.*

*Ove il minore abbia un'età inferiore ai 16 anni, tale trattamento è lecito soltanto se e nella misura in cui tale consenso è prestato o autorizzato dal titolare della responsabilità genitoriale. Gli Stati membri possono stabilire per legge un'età inferiore a tali fini purché non inferiore ai 13 anni.*"

In tale prospettiva, il legislatore italiano, col decreto di adeguamento del Codice Privacy (D.Lgs. 101/18 art. 2 quinquies), ha fissato il limite di età da applicare in Italia a 14 anni, espressamente prevedendo che, con riguardo ai servizi della società dell'informazione, il trattamento dei dati personali del minore di età inferiore a quattordici anni è lecito a condizione che sia prestato da chi esercita la responsabilità genitoriale.

Pertanto, la nuova disciplina comunitaria impone che il consenso necessario ai fini del trattamento dei dati personali del minore, nel caso di minori di anni sedici, sia prestato dai soggetti esercenti la responsabilità genitoriale, in vece dei propri figli, concordemente fra loro.

Deve tuttavia rilevarsi che allorché si tratta di diffondere l'immagine di un minore, viepiù se con lo scopo di sfruttarla a scopo di lucro, il consenso dei genitori al trattamento dei dati ex art. 8 GDPR parrebbe doversi ritenere non validamente prestato, in quanto il diritto all'immagine è un diritto personalissimo, che, al pari del diritto alla salute, rientra nel novero dei diritti indisponibili (rectius limitatamente disponibili), inalienabili, assoluti ed imprescrittibili, che non può essere esercitato dal rappresentante legale.

A conforto di tale affermazione soccorre anzitutto l'art. 114 c.p.p., che per la diffusione dell'immagine relativa ad un minore prevede alternativamente o il consenso del minore sedicenne ovvero –esclusivamente– l'autorizzazione del tribunale per i minorenni, previa valutazione dell'interesse del fanciullo, in caso di minori infrasedicenni, non contemplando in alcun modo il consenso dei genitori.

Nello stesso senso sembrano deporre anche le norme relative al divieto l'esercente la responsabilità genitoriale di alienare un bene del figlio senza autorizzazione del giudice tutelare ex art. 320 c.c. : il genitore, in sostanza, non può surrogarsi alla volontà del figlio, specie quando si tratta di disporre di un bene fondamentale quale è quello della riservatezza. Il consenso all'uso dell'immagine di un minore, come d'altra parte rilevato da autorevole dottrina, parrebbe quindi doversi considerare come un atto di straordinaria amministrazione, che impone la preventiva autorizzazione del giudice tutelare, chiamato a valutare in maniera obiettiva l'eventuale esistenza di una situazione pregiudizievole per il minore, non potendo essere fatto ricadere nella sola disciplina di cui al GDPR.

E non solo.

Anche a voler concedere, senza tuttavia ammettere, che la divulgazione dell'immagine del minore sia da considerarsi un atto di ordinaria amministrazione e che pertanto sia sufficiente l'autorizzazione degli esercenti la responsabilità genitoriale, il risultato, in termini di invalidità del consenso prestato, sembrerebbe non cambiare.

Al riguardo è bene ricordare come nel caso di divulgazione di immagini di minori, il dettato di cui all'art. 8 GDPR debba essere letto in combinato disposto con l'art. 97 L.n. 633/41 e 10 c.c. che impongono quale condizione per la validità della diffusione dell'immagine che la stessa non **arrechi pregiudizio all'onore, al decoro e alla reputazione dell'immagine del minore**, nonché con l'art. 316 c.c., il quale stabilisce che *“entrambi i genitori hanno la responsabilità genitoriale che è esercitata di comune accordo tenendo conto delle capacità, delle inclinazioni naturali e delle aspirazioni del figlio”*. Tale norma, in particolare, indica chiaramente che i genitori devono porre in essere la loro funzione di comune accordo, tenendo ben presente le inclinazioni del figlio **essendo, tra l'altro, tenuti a rispettare l'interesse e la dignità dello stesso**.

Nello stesso senso si esprime il Preambolo della Convenzione Internazionale sui Diritti dell'Infanzia (CRC) ove si legge che *“occorre preparare appieno il fanciullo ad avere una vita individuale nella società”*.

Nondimeno, nell'articolo 7 si tutela il diritto del fanciullo ad essere accudito dai propri genitori e nell'articolo 8 il diritto alla propria identità, al nome e alle relazioni familiari, diritti fondamentali e personalissimi che nel mondo dei social non sono adeguatamente tutelati e assicurati. Nell'articolo 18 viene sancito il riconoscimento del principio secondo cui entrambi i genitori hanno comuni responsabilità in ordine all'allevamento ed allo sviluppo del bambino **e che nell'assolvimento del loro compito essi debbono venire innanzitutto guidati dall'interesse superiore del fanciullo**.

Analogamente, nell'articolo 24 par. 1 della Carta dei diritti fondamentali dell'Unione europea (cosiddetta Carta di Nizza, 2000) si statuisce che: *"I bambini hanno diritto alla protezione e alle cure necessarie per il loro benessere"*.

In ragione dunque del "principio di superiore interesse del minore" che permea l'intero complesso del diritto minorile nei Paesi europei, formalizzato nell'art. 3 della Convenzione delle Nazioni Unite sui diritti del minore del 1989, quale clausola generale positivamente predisposta al fine di consentire la realizzazione in ogni situazione del miglior interesse del minore, appare superfluo sottolineare che, ogni qual volta si tratta di disporre del diritto all'immagine del minore, in una lettura esegetica che tenga conto dello stravolgimento dei diritti dei più piccoli correlato alla transizione tecnologica, il consenso degli esercenti la potestà genitoriale richiesto dall'art. 8 GDPR possa considerarsi validamente prestato *solo ed esclusivamente* qualora la diffusione dell'immagine non arrechi pregiudizio al bambino, andando a ledere **l'onore, il decoro, la reputazione (art. 97), nonché l'interesse e la dignità del minore (art. 10 e 316 c.c.)**.

Quel che, di converso, parrebbe non potersi dire nel caso di che trattasi, essendo la divulgazione di immagini di minori sui social network da considerarsi pregiudizievole ex se ed idonea ad esporre il bambino ad un pericolo di lesione più ampio rispetto alla semplice pubblicazione della foto, dovendo considerare l'enfazzatone tipica dello strumento visivo, e della maggiore idoneità di esso ad una diffusione decontestualizzata e insuscettibile di controllo da parte della persona ritratta, rendendo per l'effetto, illecito il trattamento dei dati da parte gli esercenti la responsabilità genitoriale perché lesivo dell'interesse e della dignità del minore.

A ciò si aggiunga che allorquando la diffusione dell'immagine di un bambino si traduce in una esposizione mediatica incontrollata, come avviene nel caso di Chiara Ferragni e Fedez, ai limiti sin qui richiamati in punto di tutela della dignità e del decoro, devono necessariamente aggiungersi, in un'ottica di interpretazione evolutiva della normativa vigente, quelli previsti in punto di attività giornalistica.

Non pare potersi revocare in dubbio, d'altra parte, come la pubblicazione, continua e persistente di immagini di un minore sui social network, che, per definizione sono in grado di raggiungere (e stante i milioni di follower della coppia raggiunge indiscutibilmente) una platea di soggetti ben più ampia di quella dei media, debba considerarsi del tutto sovrapponibile alla divulgazione della medesima immagine in campo giornalistico, attesa la medesima destinazione finalistica (la destinazione al pubblico) che ha imposto, normativamente, la previsione di vincoli espressi per la stampa.

Non si può sottacere, in proposito, la rilevante importanza che i social network hanno conquistato - per nozioni di comune esperienza, quando non di cronaca nella vita quotidiana per la pervasività delle divulgazioni via internet e l'assenza di prese di posizione normative sul regime di tutela dei diritti "esercitati" o coinvolti con quei mezzi, quale ulteriore forma di espressione della libertà di manifestazione del pensiero, in rapporto alle peculiari potenzialità offensive soprattutto di diritti

altrettanto fondamentali, quali la dignità o il rispetto della riservatezza e della vita privata o lo stesso onore in una moderna accezione.

Ed anzi, mentre la diffusione di una immagine nell'ambito di una attività di informazione è in qualche modo sorretta da finalità di interesse pubblico, la divulgazione di ritratti di minori sui social network a fini esibizionistici ovvero a scopo di lucro appare fondarsi su presupposti certamente meno meritori.

E allora, se in campo giornalistico è ormai consolidata la prevalenza del diritto alla riservatezza rispetto al diritto di critica e di cronaca; *“la tutela della personalità del minore si estende anche [...] a fatti che non siano specificamente reati (suicidio di minori, questioni relative ad adozione e affidamento, figli di genitori carcerati, etc.) in modo che sia tutelata la specificità del minore come persona in divenire, prevalendo su tutto il suo interesse ad un regolare processo di maturazione che potrebbe essere profondamente disturbato o deviato da spettacolarizzazioni del suo caso di vita, da clamorosi protagonismi o da fittizie identificazioni”* (così specificamente la Carta di Treviso); il giornalista non può pubblicare fotografie in cui i minori siano identificabili e dovrà servirsi di mezzi informatici manipolativi del file multimediale al fine di rendere non riconoscibile il volto (ad esempio la c.d. pixellatura) ed anche nel caso chi esercita la potestà genitoriale sul minore abbia rilasciato il consenso, sarà onere del giornalista operare un'ulteriore verifica, asseverando l'esistenza di un'effettiva rispondenza della pubblicazione all'interesse del minore, tanto deve *rectius* dovrebbe necessariamente ritenersi operante anche quando l'immagine del minore sia pubblicata dai genitori sui social network, con correlativa illiceità delle divulgazioni effettuate in violazione di tali prescrizioni.

Alla luce di tanto, dunque, appare evidente come la continua e costante diffusione da parte di soggetti tanto noti, come Chiara Ferragni e Fedez, i cui account-social contano complessivamente più di 25 milioni di follower in tutto il mondo, di contenuti ritraenti minori, nella più assoluta noncuranza tanto delle specifiche norme di legge poste a tutela della vita privata e dell'immagine dei bambini, quanto dei più elementari accorgimenti volti a salvaguardare la loro incolumità, i loro diritti ed il loro interesse, nonché della possibilità, sempre più prossima a divenire una realtà, della configurazione di illeciti di rilevanza penale, costituisce un serio e dilagante problema che in questa sede merita di essere rimarcato.

\*\*\*\*\*

Tutto ciò premesso e considerato

### **SI CHIEDE**

**- Alle società che gestiscono le piattaforme Social in intestazione** di provvedere, in autotutela, ad una regolamentazione e, ove occorra, ad una sanzione, mediante sospensione o cancellazione, di tutte quelle immagini, giochi, app, con cui utenti FB ed IG, qui l'influencer Chiara Ferragni ed il rapper Fedez, postano immagini idonee a ledere i diritti del minore, ovvero essere idonee ad offendere il sentimento religioso, nonché concretizzarsi in forme di uso non legittimo di immagini e opere d'arte,

in cui l'intento di marketing e business si contrappone allo spirito di promozionale e sensibilizzazione all'arte;

- Alle società che gestiscono le piattaforme Social in intestazione di operare una verifica del profilo esistente su <https://www.instagram.com/seiquadripotesseroferragnez/> al fine di appurare se l'intento annunciato di essere una "Pagina divertente di sensibilizzazione a favore dell'arte con protagonisti i noti "Ferragnez" □" in realtà contiene un uso pressochè continuo di immagini d'opere d'arte, associate anche all'utilizzo del minore, ma con continui momenti di pubblicità anche al brand della influencer, in violazione della normativa di riferimento sia per ciò che riguarda la tutela dei beni culturali, sia la tutela del minore sia le norme su concorrenza e pubblicità"

- Alle Autorità in intestazione, ai Ministeri ed agli Enti cui ci si rivolge, ciascuno per come di competenza, esaminati i fatti e le circostanze narrate, di voler verificare la liceità delle pubblicazioni delle immagini sopra indicate, nonché di quelle contenute sul profilo <https://www.instagram.com/seiquadripotesseroferragnez/> nonché, nel caso in cui siano riscontrate violazioni della normativa vigente in materia, di assumere ogni opportuno provvedimento;

- Al MIBACT, per il tramite del competente Ufficio, di far conoscere ex artt. 22 e ss. l. 241/90 e normativa su accesso civico e generalizzato, atti con i quali eventualmente sia stato autorizzato l'uso di tali immagini, nonché gli atti eventualmente regolatori di tale concessione, ivi inclusi i documenti contabili e contrattuali; mentre, in caso di assenza di tali documenti, si chiede di agire, anche per il tramite dell'Avvocatura generale, per la tutela dei beni culturali illegittimamente utilizzati per fini commerciali, per giunta dichiarati tramite apposizione degli ADV, su di un profilo che invece sembrerebbe far pensare che trattasi di attività non commerciale ma avviata solo per avviare una "sensibilizzazione a favore dell'arte con protagonisti i noti "Ferragnez"; laddove, invece l'intento commerciale è palese specie laddove le opere d'arte vengono "rivisitate" utilizzando elementi del marchio della collezione Ferragni.

Con osservanza

Roma, 27/09/2020

per: il CODACONS

e per

ARTICOLO 32-97 Associazione Italiana per i Diritti del Malato e del cittadino-

Avv. Giuseppe Ursini n.q.

