

***REGOLAMENTO
DI COMUNICAZIONE
E DI IDENTITÀ VISIVA***

REGOLAMENTO DI COMUNICAZIONE E DI IDENTITÀ VISIVA ENSI

INDICE:

- 1. PREMESSA**
- 2. LE FONTI NORMATIVE ENSI**
- 3. IL MARCHIO E LA DENOMINAZIONE ENSI, LE “PERSONALIZZAZIONI” CONSENTITE**
- 4. COLORI E CARATTERI DEL MARCHIO ENSI**
- 5. UTILIZZO DELLA DENOMINAZIONE E DEL MARCHIO ENSI DA PARTE DI TERZI**
- 6. LA PRESENZA DELL’ENSI NELLA COMUNICAZIONE, IN RETE E LA PIATTAFORMA NAZIONALE WEB ENSI**
- 7. COMUNICARE L’ENSI ATTRAVERSO LA RETE E I SOCIAL NETWORK**

1. PREMESSA

1. Una corretta comunicazione non può prescindere dal fatto che nel momento in cui veicola l'identità di un soggetto (in questo caso persona giuridica) è da intendersi come l'insieme dei dati caratteristici e fondamentali che ne consentono l'individuazione, ne tutelano l'immagine perché la identificano con un significato e un valore da riconoscere e promuovere nella sua integrità. L'ENSI è il primo Ente Nazionale di Sport Inclusivi che vuole promuovere una "cultura dell'inclusione" tramite la pratica motoria e sportiva.

2. La pratica e la gestione della comunicazione richiede grande attenzione a tutti i soci, affiliati, associati di qualsiasi ordine e grado dell'ENSI per una giusta salvaguardia e promozione della storia, visione e mission che l'ENSI stesso si è dato, ne accompagni un'evoluzione responsabile e che tenga presente il contesto nel quale ci si muove.

3. La responsabilità della comunicazione deve essere patrimonio di tutti e per questo motivo l'ENSI assume il Regolamento di comunicazione e di identità visiva come modalità di regolazione della vita associativa, sia rivolta al suo interno, sia all'esterno. Ci si impegna a farne oggetto di consapevolezza, responsabilità e formazione dei suoi affiliati, associati, tesserati e delle figure interne con qualche tipo di incarico. Ben sapendo che la tematica della quale si occupa, la comunicazione per l'appunto, è in continua e veloce trasformazione. Il Regolamento è un necessario ausilio alla "sostenibilità" delle attività ENSI, da organizzare e da comunicare. L'attività comunicativa dell'ENSI mira a valorizzare tutte le discipline e le iniziative volte a favorire le attività motorie, sportive e sussidiarie con la prerogativa dell'inclusione e dei suoi valori culturali, civili e sociali. La gestione del regolamento è affidata direttamente al Consiglio Nazionale che può agirlo anche per il tramite di incaricati e figure appositamente designate.

4. I contenuti diffusi dall'ENSI, ad ogni livello e settore ed attraverso ogni canale di comunicazione disponibile devono avere carattere informativo e disinteressato, in linea con gli obiettivi e le scelte associative, le norme associative e il codice etico, rispettare la dignità della persona e i valori socialmente riconosciuti: etici, civili, religiosi. Devono evitare e combattere ogni forma di discriminazione. Devono rispettare il codice civile, le leggi e le disposizioni vigenti le normative sulla proprietà intellettuale, sulla privacy, sul diritto all'immagine. Devono adottare un linguaggio decoroso e rispettoso, in coerenza con i Codici deontologici dell'attività giornalistica (Carta di Treviso e rispetto per i minori, Carta di Roma per i migranti, Convenzione Onu del 2007 per le persone con disabilità). Non devono ingannare, offendere, non devono arrecare danno ad alcuno.

2. LE FONTI NORMATIVE ENSI

A - Statuto Nazionale –

Art. 4 - Denominazione e logo

4.1 La denominazione "Ente Nazionale Sport Inclusivi", il suo acronimo "ENSI" o "E.N.S.In." o "Ensi" o "e.n.s.i." (o in altro modo scritto) e il suo logo sono di esclusiva titolarità dell'ENSI, ai sensi di quanto previsto dagli artt. 16 e 2569 del Codice Civile.

4.2 La tutela dei segni distintivi e la gestione economica degli stessi sono di competenza della Direzione Nazionale.

4.3 I vari Organi, riconosciuti ai sensi di quanto previsto dal presente Statuto, dovranno assumere esclusivamente la denominazione "ENSI (e l'indicazione dell'Organo di riferimento)", mentre le discipline sportive assumeranno la denominazione di "ENSI (e la denominazione della/e attività/e sportiva/e)". Altre denominazioni potranno essere previste e disciplinate dal Regolamento Nazionale.

4.4 Ogni utilizzo dei segni distintivi dell'ENSI, sia per le finalità di cui al precedente comma, sia per finalità differenti da quelle appena descritte, dovrà essere espressamente autorizzato dalla Direzione Nazionale, sulla base del Regolamento Nazionale che ne disciplina le modalità di concessione e di revoca.

4.5 Il mancato rispetto di quanto stabilito nel presente articolo, oltre a costituire violazione delle norme civili e a tal fine perseguibile, costituisce violazione disciplinare sanzionabile ai sensi di quanto disposto dal Regolamento Nazionale.

B – Regolamento Nazionale

ARTICOLO 1 – MARCHIO DENOMINAZIONE E STRUMENTI INFORMATIVI

1. Ai sensi e per gli effetti di quanto previsto dall'art. 4 dello Statuto ENSI, l'utilizzo del marchio e della denominazione sono di esclusiva titolarità dell'ENSI.
2. Il Consiglio Nazionale approva il Regolamento di Comunicazione e di Identità visiva ENSI necessario a disciplinare le caratteristiche e i colori dei marchi ENSI, le modalità tecniche di riproduzione e stampa, la combinazione con altri marchi, le norme di utilizzo e quelle di registrazione delle testate istituzionali, dei periodici di stampa, degli account istituzionali sul web (siti e social network).
3. I soci collettivi affiliati possono utilizzare esclusivamente per contraddistinguere la propria attività associativa nell'ambito dell'ENSI, i marchi e la denominazione accompagnandoli obbligatoriamente con la dicitura "AFFILIATO" che va aggiunta nella parte superiore del logo. La mancata affiliazione provoca l'immediata decadenza dell'eventuale autorizzazione a utilizzare i marchi e la denominazione.
4. Il marchio ufficiale dell'ENSI e tutti i marchi utilizzati dall'ENSI possono essere approvati/modificati su decisione del Consiglio Nazionale.
5. Le testate dei periodici stampa che utilizzano il marchio o la denominazione ENSI e le testate istituzionali dei periodici di stampa o che siano riconducibili per consuetudine a rappresentare all'esterno l'informazione ufficiale dell'ENSI, devono essere registrate a nome dell'ENSI ai vari livelli; stesso dicasi per la registrazione dei siti internet che devono, inoltre, essere integrati con il sito nazionale in modo da permettere una lettura agevole e una più precisa comunicazione dell'Associazione. Altresì va fatto per la presenza istituzionale ENSI nei social network, la cui riconoscibilità è data dall'utilizzo della denominazione e del marchio associativi.
6. Ai sensi di quanto previsto dall'articolo 4 dello Statuto ogni ulteriore o differente utilizzazione della denominazione o del marchio/marchi dovrà essere espressamente autorizzata dalla Direzione Nazionale. Nei casi in cui soggetti terzi abbiano la necessità di citare la partnership ENSI, di norma, devono utilizzare la dizione "in collaborazione con" chiedendo l'autorizzazione alla Direzione nazionale.

3. IL MARCHIO E LA DENOMINAZIONE ENSI, LE "PERSONALIZZAZIONI" CONSENTITE

1. La denominazione ENTE NAZIONALE SPORT INCLUSIVI il suo acronimo ENSI e il segno distintivo sono tutelati dall'ordinamento ai sensi di quanto previsto dagli artt. 16 e 2569 del codice civile.
2. Il Regolamento di comunicazione e di identità visiva ENSI disciplina:
 - l'unificazione delle norme sugli elementi dell'identità visiva;
 - la corretta applicazione e l'esatta riproduzione nel tempo e a distanza;
 - la comprensione degli obiettivi, delle motivazioni, della struttura e della metodologia del lavoro.Inoltre, Il Regolamento di comunicazione e di identità visiva ENSI favorisce:
 - la riduzione dei tempi decisionali e dei tempi tecnici;
 - l'evoluzione del lavoro e il perfezionamento della metodologia seguita;
 - la conservazione dell'integrità degli elementi dell'identità visiva.
3. Nel comunicare all'esterno la propria identità visiva, l'ENSI afferma, a tutti i livelli (territoriale, regionale, nazionale) un percorso di strategia di comunicazione integrata a cominciare dal marchio associativo. Il marchio esprime l'unicità associativa ENSI e allo stesso tempo il complesso delle attività e delle azioni promosse.

QUESTO È IL MARCHIO UFFICIALE DELL'ENSI

E.N.S.I.
ENTE NAZIONALE
SPORT INCLUSIVI

4 - In armonia con quanto espresso per il marchio ufficiale dell'ENSI, i Comitati regionali e territoriali ENSI, in quanto articolazioni dell'ENSI sul territorio, sono autorizzati all'utilizzo del marchio ENSI nella sola versione "personalizzata" che identifica chiaramente il soggetto titolare della comunicazione e circoscrive l'azione al rispettivo territorio di appartenenza. La stessa cosa per quanto attiene alle Discipline.

E.N.S.I.
ENTE NAZIONALE
SPORT INCLUSIVI

L O M B A R D I A

Questo è il marchio ufficiale ENSI, personalizzato per la Struttura di Attività nazionale.

E.N.S.I.
ENTE NAZIONALE
SPORT INCLUSIVI

LOMBARDIA
DISCIPLINA BASKIN

Nel caso vengano nominati delegati regionali/interregionali o delegati provinciali/interprovinciali il logo rispetterà gli stessi criteri.

3. I contenuti testuali che vengono utilizzati nei materiali dove verrà apposto il marchio devono definire i contesti geografici di appartenenza e/o le strutture di attività coinvolte, così come i settori di lavoro.

Va evitato di aggiungere le scritte dei Comitati e delle Discipline. Nel caso in cui più articolazioni territoriali cooperino e debbano apparire sullo stesso strumento della comunicazione vanno rispettati i canoni grafici di chiarezza e gradevolezza.

4. Oltre alle personalizzazioni sopraindicate non sono consentite altre personalizzazioni, imitazioni o derivazioni del marchio ENSI; tanto meno marchi appositamente creati. I Settori, gli Uffici, le varie articolazioni di lavoro interni e afferenti all'ENSI a livello nazionale, regionale e territoriale utilizzeranno il marchio ufficiale ENSI (in caso di Comitati Territoriali, Regionali e Discipline utilizzeranno il marchio e specificamente personalizzato) e non sue imitazioni o derivazioni; tantomeno marchi creati appositamente.

L'obiettivo è sfruttare la notorietà e la riconoscibilità del marchio ENSI, la sua semplificazione e riconoscibilità esterna in quanto Associazione nazionale.

L'Ufficio comunicazione provvederà a fornire il marchio da utilizzare ai responsabili delle Sezioni Territoriali

4. IDENTITA' DEL MARCHIO ENSI

1. Il marchio e gli altri elementi dell'identità visiva possono essere utilizzati esclusivamente nei termini e nei modi illustrati nel presente Regolamento di comunicazione e di identità visiva ENSI. Tutti gli associati, le affiliate, i Comitati UISP ad ogni livello e i suoi dirigenti devono garantire il rispetto della denominazione e del marchio distintivo ENSI, sentirsi responsabili del suo utilizzo, rendersi parte attiva nel segnalare al livello nazionale ogni possibile violazione; anche in coerenza con il rispetto del Codice Etico ENSI.

2. **Colori sociali:** Il colore sociale di riproduzione del marchio UISP è il nero

3. **I caratteri tipografici istituzionali:** Per l'identità visiva dell'UISP, sono stati individuati due caratteri tipografici istituzionali, ognuno dei quali con una precisa funzione.

Il carattere istituzionale principale è il CLAIRE BOLD con il quale è composta la scritta "ENSI". Viene utilizzato su tutto il materiale di stampa e nei diversi strumenti di comunicazione su cui vengono applicati gli elementi dell'identità visiva dell'ENSI e che costituiscono solitamente oggetto d'intervento nel progetto dell'immagine coordinata.

Il carattere secondario è il CLAIRE LIGHT, con il quale è composta la scritta personalizzazione del territorio e della disciplina sportiva.

Non deve essere mai utilizzato come carattere alternativo a quello principale.

5. UTILIZZO DELLA DENOMINAZIONE E DEL MARCHIO ENSI DA PARTE DI TERZI

1. Ogni utilizzazione della denominazione e/o del marchio differente da quanto previsto dall'art. 4 comma 1 dello Statuto, e dall'art. 3 del presente Regolamento dovrà essere espressamente autorizzata dalla Direzione Nazionale.

2. I soci collettivi affiliati, se regolarmente autorizzati dai delegati competenti, possono utilizzare esclusivamente per contraddistinguere la propria attività associativa nell'ambito dell'ENSI, i marchi e la denominazione ENSI accompagnandoli obbligatoriamente con la dicitura "**AFFILIATO**" che va aggiunta nella parte superiore del marchio ufficiale contenente la relativa personalizzazione. La mancata affiliazione provoca l'immediata decadenza dell'eventuale autorizzazione ad utilizzare il marchio e la denominazione.

Esempio marchio per uso Associazione/Società affiliata:

AFFILIATO

E.N.S.I.
ENTE NAZIONALE
SPORT INCLUSIVI

LOMBARDIA

3. Nei casi in cui soggetti terzi abbiano la necessità di citare la partnership ENSI in occasione di iniziative nazionali quali, Convegni, dibattiti, manifestazioni, campagne - di norma - devono ottenere l'autorizzazione dall'ENSI Nazionale e utilizzare la dizione **"IN COLLABORAZIONE CON"**.

4. Nei casi in cui soggetti terzi abbiano la necessità di citare la partnership ENSI in occasione di iniziative di interesse territoriale/regionale quali, Convegni, dibattiti, manifestazioni, campagne - di norma - devono ottenere l'autorizzazione dal Comitato ENSI del rispettivo livello di riferimento territoriale, regionale (rispettando le relative personalizzazioni) e utilizzare la dizione **"IN COLLABORAZIONE CON"**. Il marchio ufficiale deve sempre contenere la personalizzazione del relativo livello.

Esempio marchio per uso terzi per iniziativa Nazionale:

IN COLLABORAZIONE CON:

E.N.S.I.
ENTE NAZIONALE
SPORT INCLUSIVI

Esempio marchio per uso terzi per Regionale:

IN COLLABORAZIONE CON:

E.N.S.I.
ENTE NAZIONALE
SPORT INCLUSIVI

LOMBARDIA

5. I terzi che utilizzano su autorizzazione esplicita il marchio ENSI non possono modificarlo, né ritoccarlo, né imitarlo.

6. E' fatto divieto a terzi dell'utilizzo di informazioni riguardanti l'attività associativa per finalità private, e/o che procurino un profitto diretto o indiretto. L'ENSI diffida dall'utilizzo sistematico di informazioni riguardanti la sua attività anche nel caso che vengano associate, volontariamente o in maniera automatica e casuale, a pubblicità sconvenienti o lesive l'immagine dell'ENSI, la sua etica e i suoi valori.

7. Per finalità di comunicazione e informazione (testate giornalistiche, siti internet o presenze nei social network), senza espressa autorizzazione ENSI, non è consentito utilizzare o imitare in alcuna forma o derivazione il marchio, la denominazione ENSI e creare associazioni con uno qualsiasi dei simboli che compongono parti del marchio ENSI, né la sua denominazione

8. Tutto ciò che è riconducibile a finalità istituzionali ENSI di comunicazione (attraverso la rete o altri strumenti) è di responsabilità ENSI, deve essere gestito all'interno della piattaforma ENSI e affidato alla responsabilità diretta del presidente pro-tempore ENSI oppure, ove nominato, del responsabile comunicazione del livello nazionale, regionale o territoriale di competenza.

6. LA PRESENZA DELL'ENSI NELLA COMUNICAZIONE, IN RETE E LA PIATTAFORMA NAZIONALE WEB ENSI

1. Le testate dei periodici stampa, telematiche, on-line che utilizzano il marchio o la denominazione ENSI e le testate istituzionali dei periodici di stampa, telematiche, on-line ENSI o che siano riconducibili per consuetudine a rappresentare all'esterno l'informazione ufficiale dell'ENSI, devono essere registrate al Tribunale civile- Sezione stampa secondo le normative vigenti (Legge 8/2/1948 n. 47) a nome e con la denominazione ENSI del relativo livello.

La registrazione stampa dei siti internet ENSI, ad ogni livello, non è obbligatoria per legge.

2. La registrazione del dominio www.entenazionalesportinclusivi.org presso l'Organismo responsabile dell'assegnazione e della gestione dei domini Internet (e quindi di tutti i siti istituzionali dell'associazione, ai vari livelli nazionale, regionale e territoriale) è responsabilità nazionale ENSI che ne è titolare. Ogni altro dominio internet eventualmente necessario all'interno dell'ENSI, deve essere preventivamente autorizzato dal Consiglio Nazionale, e ricondotto all'interno della piattaforma ENSI secondo quanto stabilito da questo Regolamento.

3. L'ENSI si avvale di un articolato sistema di comunicazione interna ed esterna, basato sulla multimedialità e l'interazione di diversi canali di comunicazione. Questa rete connette l'interno e l'esterno dell'associazione in una logica di sistema, per rendere sempre più interconnessa e visibile l'ENSI e la sua comunicazione.

Il baricentro del sistema è la **Piattaforma Nazionale web ENSI www.entenazionalesportinclusivi.org** realizzata per accogliere le esigenze comunicative di tutta l'associazione.

4. La Piattaforma ENSI è il baricentro della comunicazione interna ed esterna ENSI e rappresenta una scelta strategica praticata dall'associazione comprese le sue articolazioni.

Con la Piattaforma ENSI si trasmette un'idea di associazione nazionale, evitando una rappresentazione associativa dispersiva, discontinua, affidata alla mediazione di contenuti informativi tematicamente slegati, e favorendo, invece, un'unica impostazione visuale dei contenuti e organizzativa. La presenza di un sito internet "unico" esprime una volontà partecipativa diffusa e autenticamente interattiva, una testimonianza di continuità costante e in tempo reale. La Piattaforma ENSI consente di trasformarsi nel tempo in modo da accogliere le innovazioni tecnologiche e i nuovi fabbisogni che emergono dalle articolazioni del sistema di comunicazione ENSI, con particolare riferimento ai settori, al territorio e alle associazioni e società sportive.

5. La presenza nella Piattaforma ENSI è obbligatoria per Comitati Territoriali e Regionali ENSI e, ovviamente, per le Strutture di attività ad ogni livello; per le iniziative, i progetti e le campagne promosse dall'ENSI.

I casi relativi a particolari eccezioni dovute a indicazioni diverse prescritte da bandi di progetto saranno di volta in volta valutati dalla Direzione Nazionale.

7. COMUNICARE L'ENSI ATTRAVERSO LA RETE E I SOCIAL NETWORK

1. Le trasformazioni tecnologiche rapidissime e pervicaci, invadono la vita privata e quella sociale di tutte le persone, rischiano di tagliare fuori chi non è al passo. L'ENSI ha la responsabilità di essere il più possibile aggiornata, abbracciare una visione moderna delle relazioni e della pratica sportiva inclusiva utilizzare al meglio le importanti e utili innovazioni tecnologiche, mettere in connessione i vari sistemi informatici in uso nei comitati e migliorare i servizi, la formazione e le infrastrutture comunicative a disposizione dell'intera articolazione associativa e dei suoi dirigenti in modo da limitare i danni di un possibile *digital divide* che minaccia di dividere anziché unificare l'associazione. Per questo il Regolamento di comunicazione interviene per tutelare il più possibile l'identità di associazione nazionale, che è patrimonio di tutti, su un terreno in continuo movimento.

2. La responsabilità legale della Piattaforma ENSI comprendente i siti dei Comitati Territoriali, Regionali (compreso settori e Discipline) è del presidente nazionale ENSI, in quanto rappresentante legale dell'associazione titolare del dominio www.entenazionalesportinclusivi.org. La responsabilità della pubblicazione dei contenuti è del responsabile comunicazione, secondo le leggi in materia di stampa.

3. La responsabilità dei contenuti dei siti regionali, territoriali (compreso settori e discipline) e delle Strutture di Attività nazionali ricompresi in Piattaforma ENSI viene trasferita, attraverso una specifica modulista (che deve essere sottoscritta dai suddetti presidenti territoriali e regionali e dai responsabili nazionali discipline), ai coordinatori ENSI dei diversi livelli e ai Responsabili delle Discipline.

Il Consiglio Nazionale potrà, tramite l'utilizzo di password, autorizzare chi avrà accesso al portale per l'inserimento di notizie, iniziative e dati in generale.

Le persone autorizzate dal Consiglio Nazionale, di cui al punto precedente, si impegnano a non caricare o inserire dati o notizie:

- a) **in violazione della proprietà intellettuale.** Nello spazio web è possibile pubblicare esclusivamente propri contenuti. L'ENSI NAZIONALE non sarà ritenuta responsabile della pubblicazione di foto, testi, immagini o materiale audio-visivo su cui non si hanno diritti;
- b) **in violazione della privacy o del diritto all'immagine.** i Comitati Territoriali, Regionali, le Discipline Nazionali, per poter inserire dati personali quali, a titolo esemplificativo e non esaustivo, recapiti telefonici ed e-mail o foto, devono ottenere dal diretto interessato il consenso – espresso per iscritto – nel rispetto della normativa sulla privacy alla diffusione dei medesimi;
- c) **di disturbo dell'ordine pubblico** sul sito inteso come spamming, ricerca voti, invio di e-mail non richieste in privato o con messaggi pubblici;
- d) **razzisti, xenofobi e discriminatori.** Su qualsiasi area dello spazio web fornito dall'ENSI NAZIONALE è vietato inserire note razziste, propaganda di discriminazione delle preferenze sessuali, foto razziste o insulti a stranieri;
- e) **recanti pubbliche offese, pubblicazione di foto pornografiche, pedofilia, offerte di prostituzione o di accompagnamento, invito esplicito o implicito ad attività sessuali.** E' proibito caricare foto e testi esplicitamente o implicitamente erotici. E' proibito invitare pubblicamente o privatamente ad attività sessuali.
- f) **recanti calunnie, diffamazioni, persecuzioni.** E' severamente vietato pubblicare messaggi o foto con contenuto dannoso, minaccioso, fuorviante, rancoroso, aggressivo, razzista, volgare, denigratorio, indecente, offensivo, violento, osceno o pornografico. Discussioni su argomenti politici/religiosi sono permesse, se non sono denigratorie;
- g) L'ENSI NAZIONALE SI RISERVA LA FACOLTA' DI:
 - 1) sospendere il servizio;
 - 2) bloccare l'accesso alla Piattaforma ENSI al Comitato Territoriale, Regionale, alla Disciplina Nazionale;
 - 3) cancellare, senza preavviso, i contenuti di pertinenza del Comitato Territoriale, Regionale, delle Discipline Nazionali qualora siano in contrasto con i principi di cui al presente Regolamento;
 - 4) assumere eventuali provvedimenti nei confronti dei soggetti che violano il presente Regolamento.

4. Nell'utilizzo dei canali di comunicazione e dei social network dei quali l'ENSI è titolare e nell'inserimento di contenuti testuali, video o fotografici, l'ENSI (ad ogni livello) è chiamata al rispetto delle leggi vigenti, alle norme dell'informazione (ove sussista o non sussista la registrazione al Tribunale della stampa) a quelle della difesa della privacy, della tutela dei

minori (per i quali si rimanda ai principi della Carta di Treviso), della riservatezza sui dati sensibili delle persone e alla cura del linguaggio utilizzato, con particolare riferimento al rispetto dei generi, delle minoranze, delle persone con disabilità (Convenzione Onu), dei migranti (Carta di Roma), delle persone LGBT. Questo è il principio base che l'ENSI, ad ogni livello, si impegna a rispettare: la pubblicazione di notizie o di immagini su altrui persone non possono ledere la loro reputazione o decoro.

5. Social Network: riconoscibilità della presenza istituzionale ENSI. La denominazione deve corrispondere alla denominazione del livello ENSI Comitato Territoriale, Comitato Regionale, Nazionale, stessa cosa per le Discipline. La modalità di denominazione adottata è la seguente: per il livello nazionale ENSI Nazionale; per i Comitati regionali e territoriali, prima ENSI e poi il nome del regionale/territoriale di riferimento, (esempio: ENSI Piemonte, oppure ENSI Perugia); Per le Strutture di attività nazionali prima ENSI poi la denominazione della Disciplina (esempio: ENSI Baskin, ENSI Ginnastica inclusiva, etc.); per le Discipline Territoriali/Regionali prima ENSI poi denominazione del territoriale/regionale di riferimento e infine la denominazione della Disciplina (esempio: ENSI Piemonte Baskin, oppure ENSI Perugia Calcioalilla inclusivo)

6. Presenza istituzionale ENSI nel web e nei social. La decisione di attivare la presenza istituzionale ENSI nei social network va presa dal presidente del Comitato territoriale, regionale o nazionale, nel rispetto degli organismi dirigenti. Gli accessi per attivare i canali istituzionali nei social vanno effettuati esclusivamente con una mail ENSI istituzionale (.....@ENSI.it). La responsabilità associativa nei confronti degli organismi dirigenti ENSI è del presidente ENSI e/o di un suo delegato. Nel caso delle Strutture di attività è del Presidente ENSI del rispettivo livello /o suo delegato.

7. Custodia delle credenziali di accesso al sistema di comunicazione ENSI web e social. Il presidente (o suo delegato) a livello nazionale, regionale e territoriale (nel rispetto della normativa sulla privacy) dovrà:

- a. custodire le credenziali di accesso al sito internet ENSI e alle presenze istituzionali ENSI sui social, in modo da poter intervenire in caso di necessità e urgenza;
- b. autorizzare nuove aperture di presenza istituzionali ENSI da parte di varie articolazioni di sua competenza territoriale, regionale, nazionale;
- c. avere ed aggiornare la mappa (lista) degli account istituzionali aperti con intestazione ENSI sui vari social network con relative credenziali e identità degli amministratori;

8. Immagine ENSI nel web. Rendere riconoscibile la “presenza” istituzionale ENSI. Per *l'immagine nelle pagine Facebook*: per quella più piccola, nella testata si adotta il marchio ENSI (con la personalizzazione per il Comitato territoriale, regionale, o anche strutture di attività, come indicato dal precedente art. 3). Per *l'immagine di copertina* (quella più grande) verranno scelte le immagini più gradite e più rappresentative del livello/attività di competenza.

9. Tenere visibilmente separata la presenza “istituzionale” ENSI da quella personale dei dirigenti ENSI (a livello nazionale, regionale e territoriale). Si tratta di presenze che necessitano di profili e di fisionomia complessiva diverse e distinte. Tenendo presente che ai dirigenti ENSI si chiede di osservare il Codice Etico anche per gli spazi gestiti con identità privata in rete.

10. La pubblicità e la “promozione” nei siti istituzionali ENSI e nei social network, nelle riviste e testate on line e cartacee e nelle pagine dei social network.

L'ENSI si impegna a non diffondere contenuti pubblicitari ingannevoli, offensivi, non rispettosi della dignità delle persone, discriminatori, violenti, e in contrasto o “concorrenza” con la *mission* ENSI. Si impegna a esplicitare lo scopo pubblicitario di determinate pubblicità e si impegna a non pubblicizzare prodotti nocivi per la salute, prodotti “a rischio” o esplicitamente contrastanti con campagne sui diritti che essa stessa sostiene. Ad esempio: azzardo e prodotti ottenuti con sfruttamento minorile. Si impegna ad evitare pubblicità e inserzioni a “rotazione automatica”, senza poterne conoscere preventivamente il contenuto. Questo tipo di messaggi sono da evitare perché potrebbero prefigurare un possibile pregiudizio o danno alla immagine dell'associazione o alle sue iniziative o attività. Sono altresì esclusi i soggetti che palesemente nelle proprie attività non rispettino i seguenti principi, come definiti dalla Risoluzione 2003/16 della Sottocommissione delle Nazioni Unite sulla Promozione e Protezione dei Diritti Umani del 13 Agosto 2003 e dalle legislazioni internazionali e nazionali vigenti. Sono altresì escluse le imprese a qualunque titolo coinvolte nella produzione, commercializzazione, finanziamento e intermediazione di armi di qualunque tipo (compresi i sistemi elettronici e le sostanze chimiche, biologiche e nucleari).

11. L'ENSI dispone di un sistema di posta elettronica le cui modalità di utilizzo sono approvate dalla Direzione Nazionale.