

***SEZIONE POLIZIA POSTALE E COMUNICAZIONI  
BRESCIA***

***Vivere nel  
mondo digitale***

***A CURA DI ANTONIO  
FIORENTINO***

***ISTITUTO EINAUDI CHIARI***

***03 MARZO 2022***



# Un po' di statistica.....

Attività della Polizia Postale e delle comunicazioni di Brescia  
anno 2021:

62 perquisizioni ( detenzione pedo –terrorismo -  
truffe e-commerce)

4 arresti in flagranza di reato

98 persone indagate per diverse ipotesi di cybercrime

1 ordine di custodia cautelare in carcere

1010 denunce ricevute

# LA POLIZIA POSTALE E DELLE COMUNICAZIONI



Le competenze specifiche sono state delineate dal cd Decreto Minniti del 15/08/2017

Pedofilia e pedopornografia online –  
adescamento online - **Cyberbullismo**  
Hacking  
cyberTERRORISMO  
Frodi finanziarie telematiche  
Cybercrime indotto



**Acquisizione notizie di reato,**  
**attività investigativa d'iniziativa e su delega A.G.,**  
**analisi forensi.....**  
**perquisizioni Informatiche.**

# cybercrime

- PHISHING – SMSALIAS – VISHING - SIMSWAP  
VIOLAZIONE HOME BANKING
- CEO FRAUD – FRODI FINANZIARIE CON DIROTTAMENTO  
DI BONIFICI
- TRADING ONLINE- FOREX
- RICICLAGGIO
- REATI TRANSFRONTALIERI
- HACKING - RANSOMWARE

La nostra vera arma...  
**È la conoscenza!**





## *INTERNET....LE OPPORTUNITA'*

- ✓ **Facilità estrema nelle comunicazioni**
- ✓ **Accessibilità di notizie**
- ✓ **Scambio di informazioni in tempo reale**
- ✓ **Possibilità di conoscere realtà e persone di tutto il mondo**
- ✓ **Disponibilità di diversi servizi (e-commerce, e-mail, chat line, pagine web piene di informazioni varie, newsgroup di diverse tematiche...)**
- ✓ **Applicazioni (APP) che consentono di fare qualsiasi cosa (quasi tutto)....**







**Polizia di Stato**

**Puoi raccontare cosa ti succede**

**Puoi mostrare cose che ti riguardano**

**Puoi far partecipare altri alla tua vita**

**Ricevere feedback e complimenti**

**Osservare gli altri**

**Partecipare alla vita degli altri**

**Ti sembra di essere anonimo e invisibile**







*Da internet 1.0 a  
internet...2.0*

**+ OPPORTUNITÀ**

=

**MAGGIORI PERICOLI!!!!**



**Polizia di Stato**



# I PERICOLI



## 1° PERICOLO

### NATIVI DIGITALI vs IMMIGRATI DIGITALI

TENDENZA ad abdicare ad una parte del loro ruolo educativo?????!!!!

MANCANZA DELLA CULTURA della sicurezza  
informatica-telematica



## NATIVI DIGITALI vs IMMIGRATI DIGITALI

**IGNORARE** le più elementari regole di difesa da adottare durante la navigazione nella rete.

sottovalutazione delle conseguenze che possono scaturire da questa condotta omissiva nella delicata fase adolescenziale dei propri ragazzi.





**sostanziale differenza di gusti e di obiettivi nello sfruttamento delle potenzialità del servizio telematico tra genitori e figli**



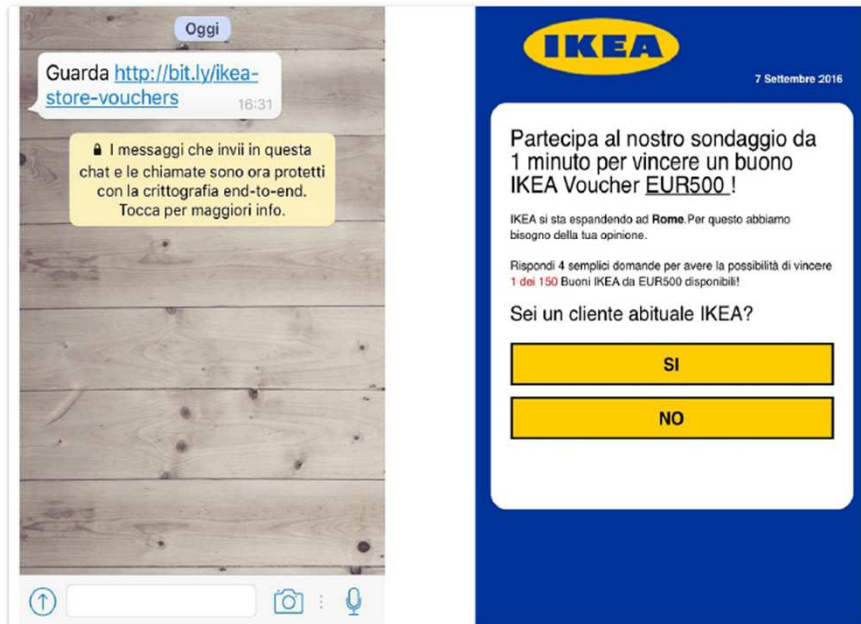
creare dei profili estremamente personalizzati, esponendosi a tutti i pericoli della rete.

Esiste un pericolo reale legato a una scarsa attenzione a proteggere le password degli account di accesso ai servizi internet.

**I ragazzi ignorano le regole che regolano il vivere civile** e, soprattutto nell'ambito virtuale, tendono a sottovalutare le conseguenze delle proprie azioni

# Scam commerciale o sentimentale

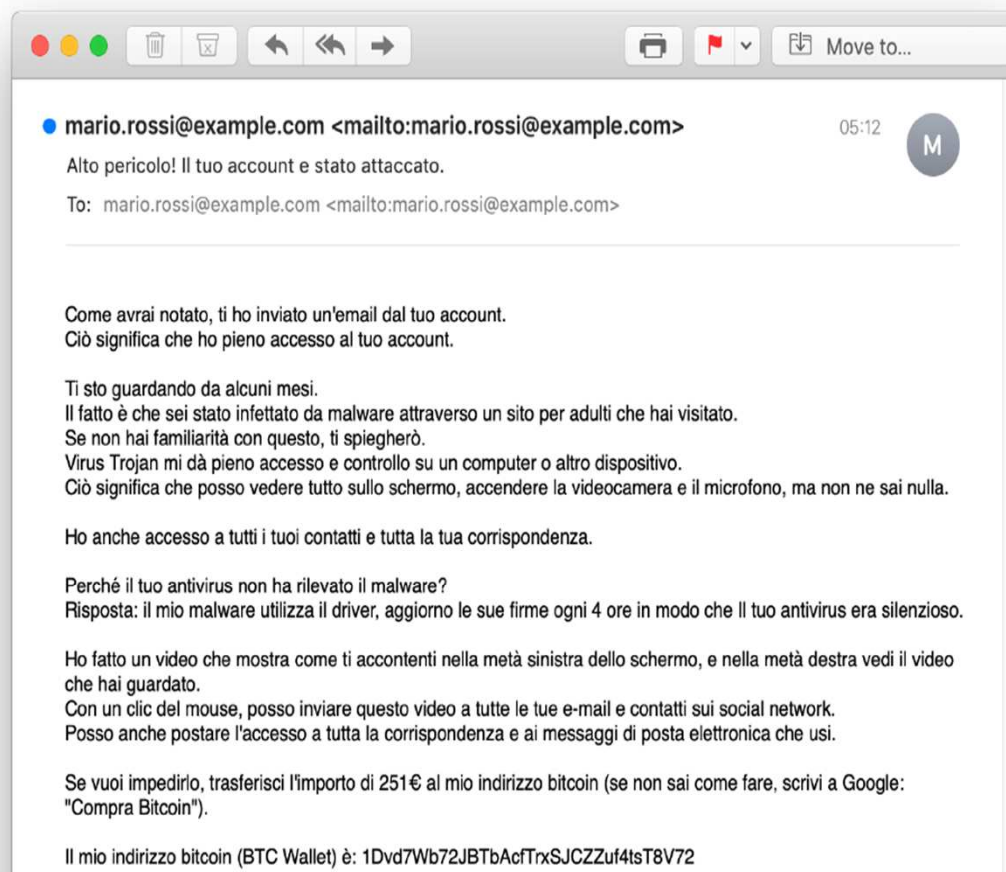
+ SCAM



+

# sex extortion

## + SEXTORTION





# INGEGNERIA SOCIALE

## + TIPOLOGIA PHISHING

### Phishing

#### La massa

Con una grande rete,  
qualche pesce prenderò...

### Spear Phishing

#### Al 91% ferisce!

Studio l'obiettivo e lo  
colpisco, ferendolo!

### Clone Phishing

#### Cambio solo l'IBAN...

La tecnica perfetta per un  
Man in the Mail.

### Whaling

#### Caccia alla Balena

Il CEO è l'obiettivo!

### BEC

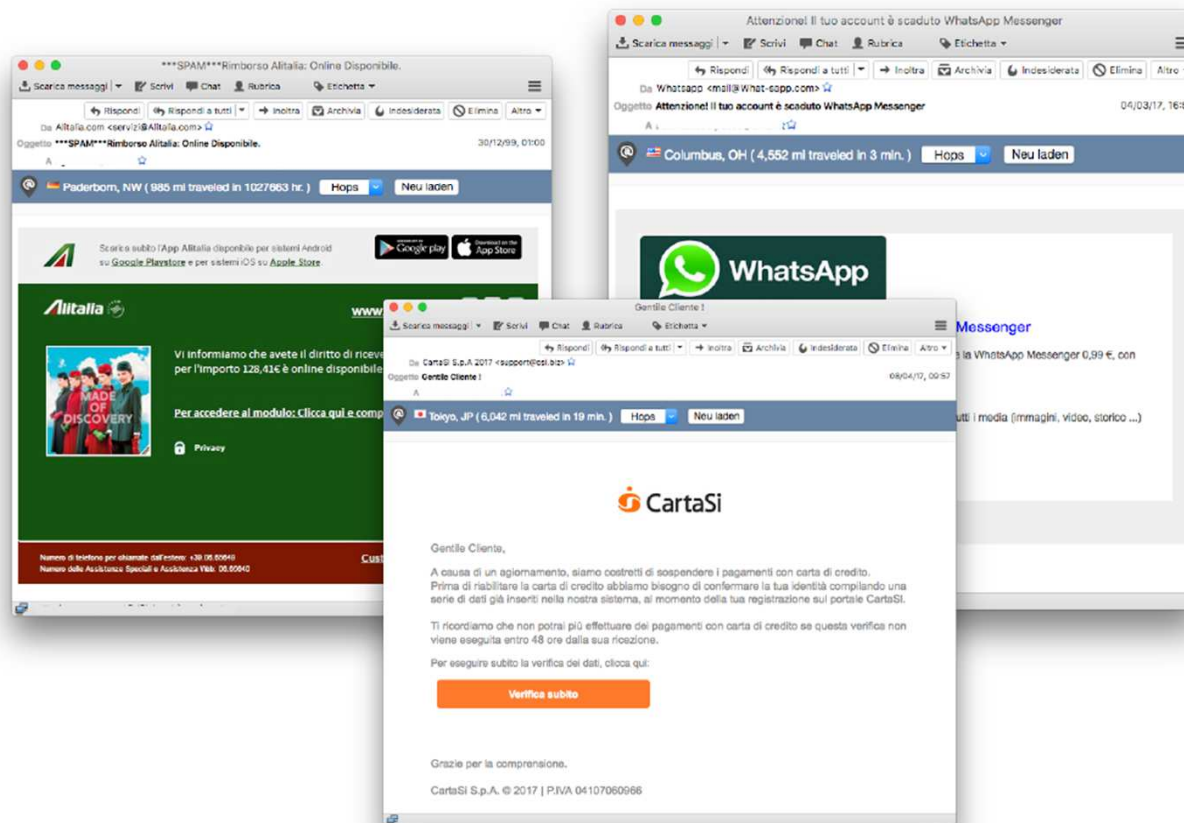
#### Business Email Compromise

Impersona il CEO!



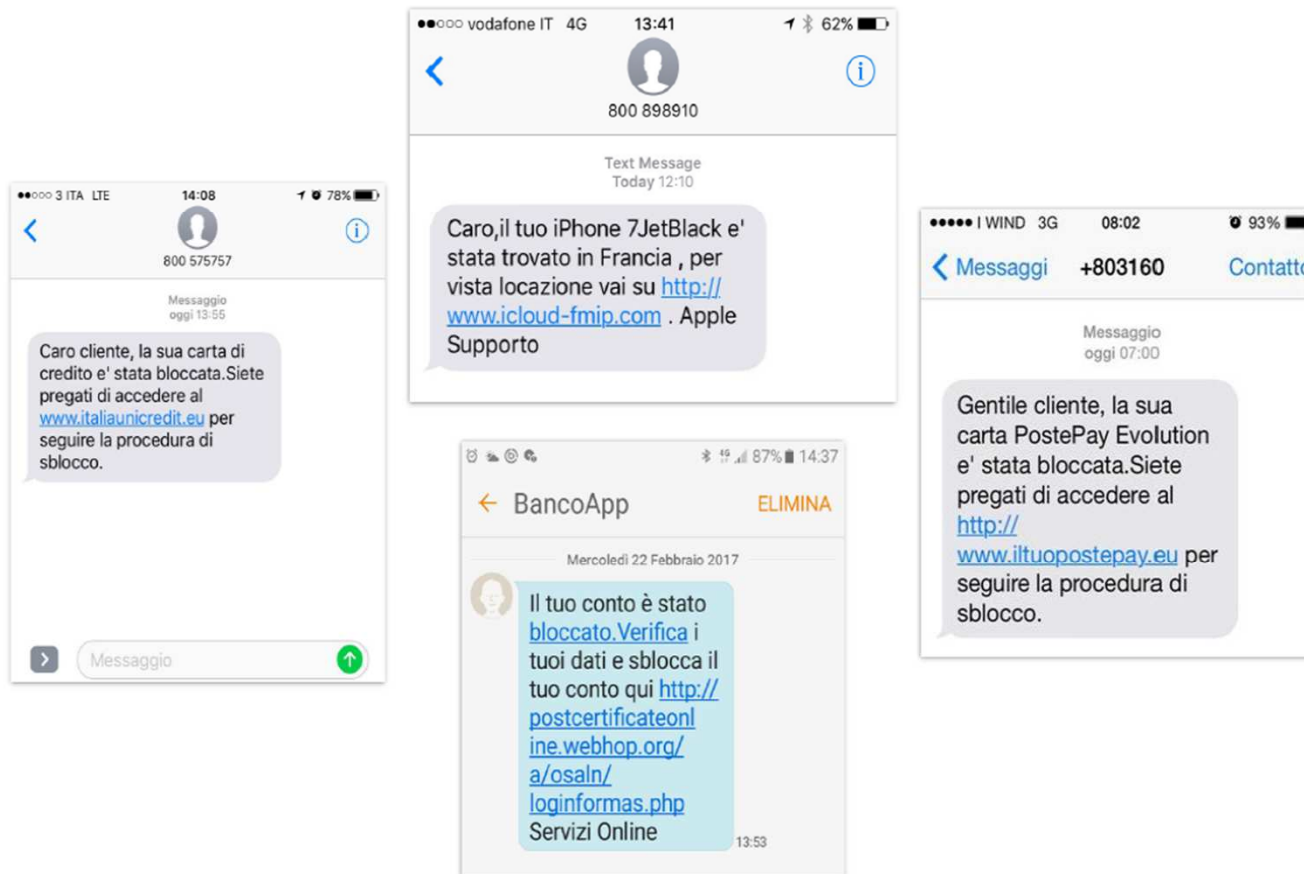
# PHISHING MAIL: CIRCA L'80 % DELLE INSIDIE ARRIVANO TRAMITE MAIL

+ VETTORI: EMAIL



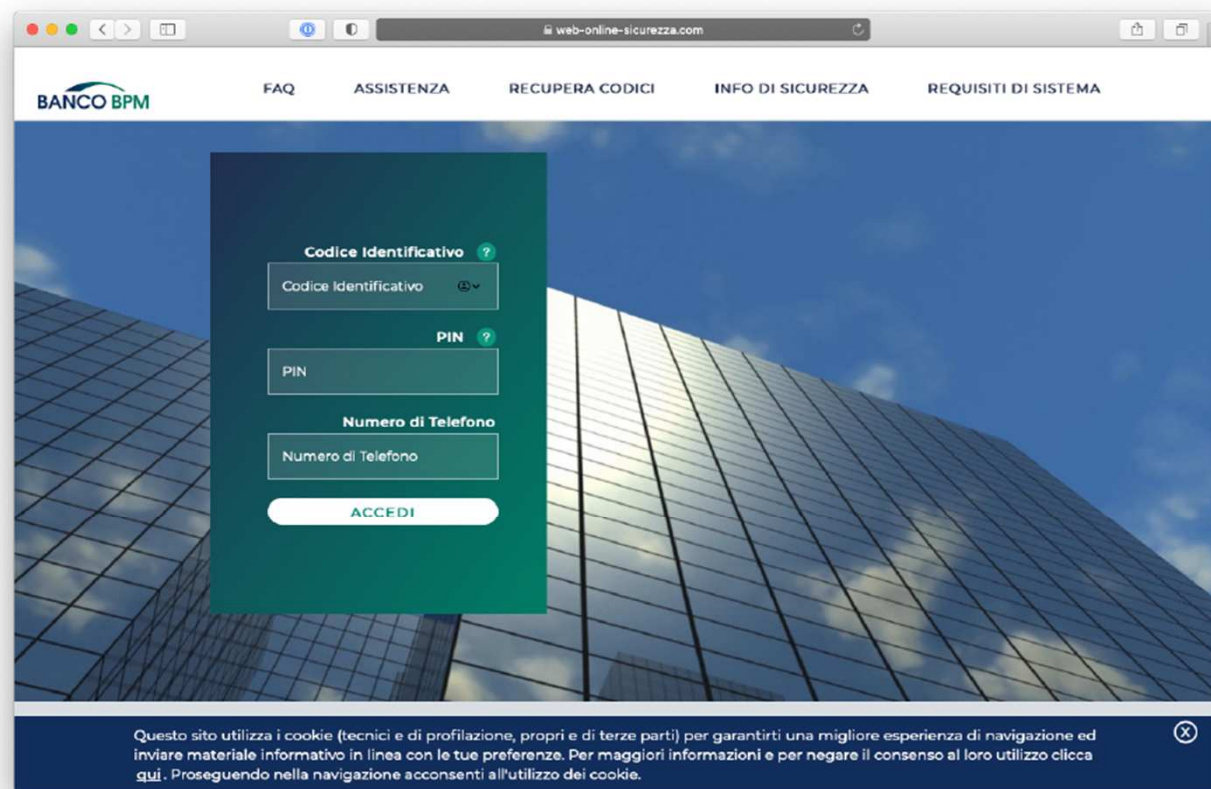
# SMISHING: in aumento dopo l'introduzione della strong authentication in ambito finanziario

## + VETTORI: SMISHING



# phishing – smishing finanziario

## + TARGET FINANZIARIO



web-online-sicurezza.com

BANCO BPM

FAQ ASSISTENZA RECUPERA CODICI INFO DI SICUREZZA REQUISITI DI SISTEMA

Codice Identificativo ?

Codice Identificativo

PIN ?

PIN

Numero di Telefono

Numero di Telefono

ACCEDI

Questo sito utilizza i cookie (tecnici e di profilazione, propri e di terze parti) per garantirti una migliore esperienza di navigazione ed inviare materiale informativo in linea con le tue preferenze. Per maggiori informazioni e per negare il consenso al loro utilizzo clicca [qui](#). Proseguendo nella navigazione accetti all'utilizzo dei cookie.

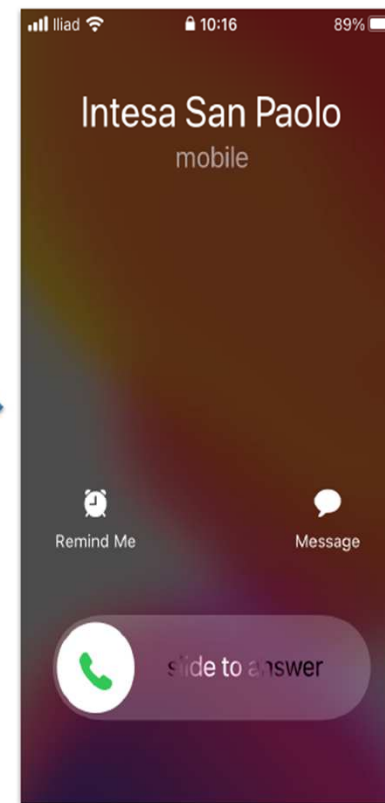
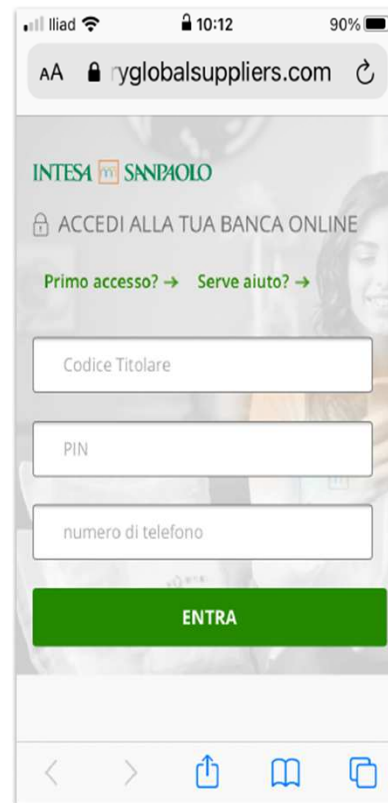
# FINTA TELEFONATA DELL'OPERATORE BANCARIO

+ VETTORI: VISHING



# SEQUENZA DI PHISHING BANCARIO

## + PHISHING FINANZIARIO ALLO STATO DELL'ARTE



# I dati memorizzati in uno smart phone sono un vero «tesoro» per gli hacker

DATI PERSONALI

CONTATTI IN RUBRICA

LOCALIZZAZIONI DEL GPS

MAIL

CHAT ISTANTANEE

FOTO

DOCUMENTI

ACCESSI AD ARCHIVI REMOTI PREIMPOSTATI CON PASSWORD  
MEMORIZZATA

WALLET DI CRYPTOVALUTA

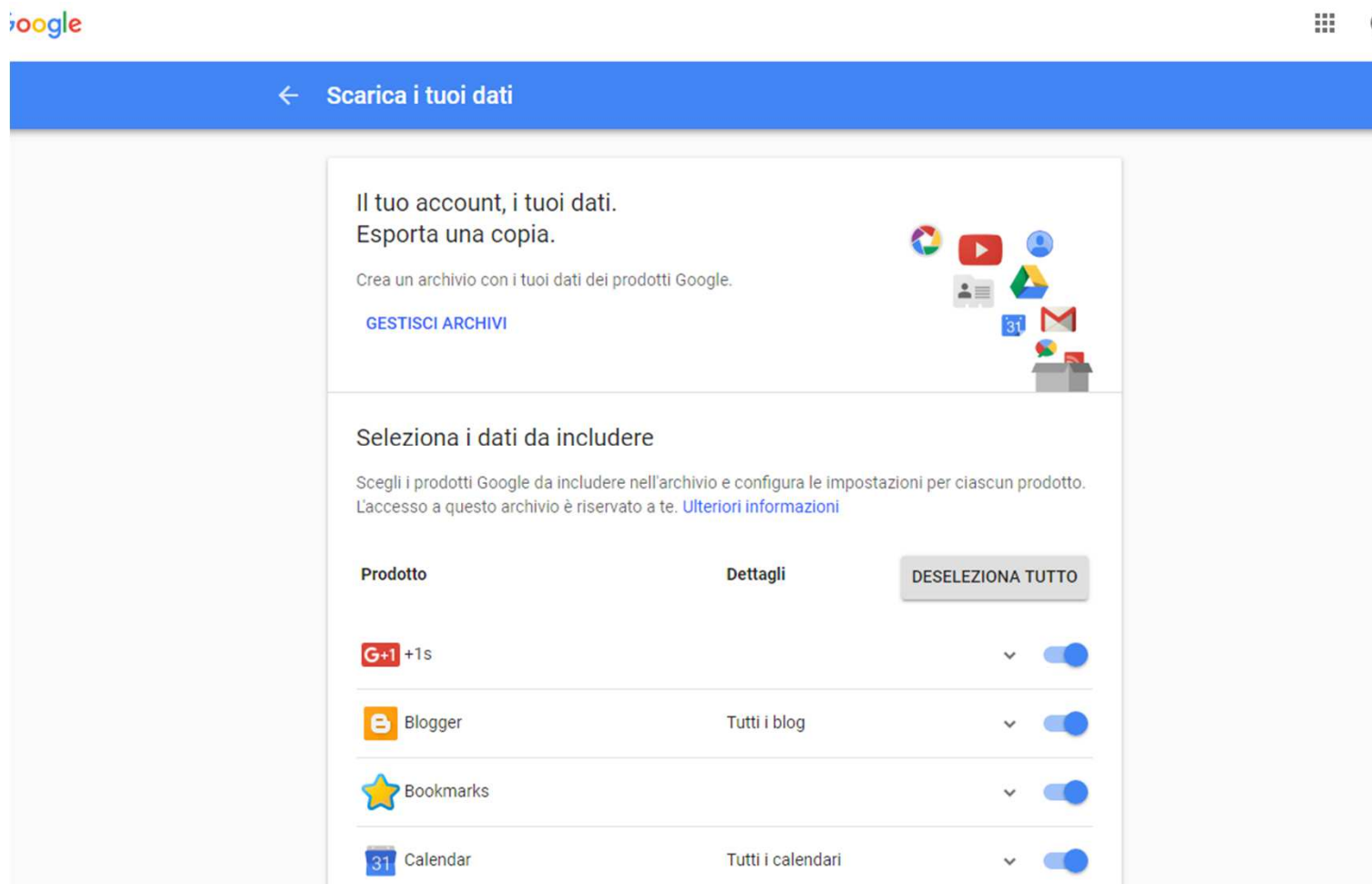
APP HOME BANKING

APP PER E-COMMERCE CON PAGAMENTO PREIMPOSTATO  
SULLA PROPRIA CARTA DI CREDITO

INFORMAZIONI AZIENDALI NEL CASO DI BYOD



# TAKEOUT.GOOGLE.COM



The screenshot shows the Google Takeout interface. At the top left is the Google logo. On the right, there are icons for a grid and a user profile. A blue header bar contains a back arrow and the text 'Scarica i tuoi dati'. Below this, the main content area is divided into sections. The first section is titled 'Il tuo account, i tuoi dati. Esporta una copia.' and includes a sub-section 'Crea un archivio con i tuoi dati dei prodotti Google.' with a link 'GESTISCI ARCHIVI'. To the right of this text is a cluster of icons representing various Google services: Photos, YouTube, Drive, Contacts, Calendar, and Gmail. The second section is titled 'Seleziona i dati da includere' and contains instructions: 'Scegli i prodotti Google da includere nell'archivio e configura le impostazioni per ciascun prodotto. L'accesso a questo archivio è riservato a te. [Ulteriori informazioni](#)'. Below the instructions is a table with columns for 'Prodotto', 'Dettagli', and a 'DESELEZIONA TUTTO' button. The table lists four products: '+1s', 'Blogger', 'Bookmarks', and 'Calendar', each with a dropdown arrow and a toggle switch.

google

← Scarica i tuoi dati

Il tuo account, i tuoi dati.  
Esporta una copia.

Crea un archivio con i tuoi dati dei prodotti Google.

[GESTISCI ARCHIVI](#)

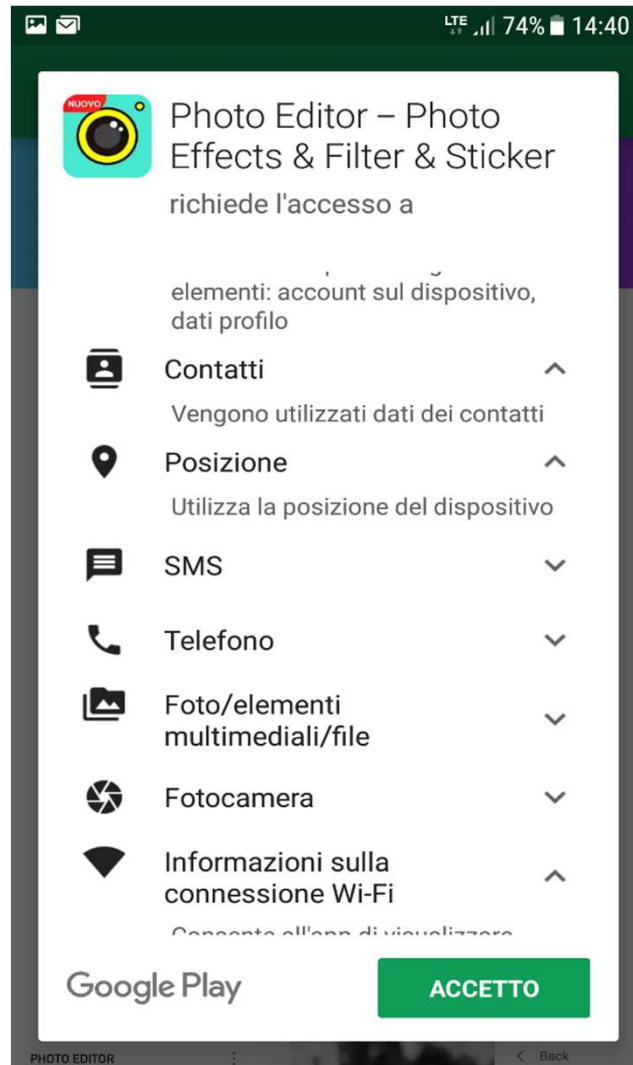
Seleziona i dati da includere

Scegli i prodotti Google da includere nell'archivio e configura le impostazioni per ciascun prodotto. L'accesso a questo archivio è riservato a te. [Ulteriori informazioni](#)

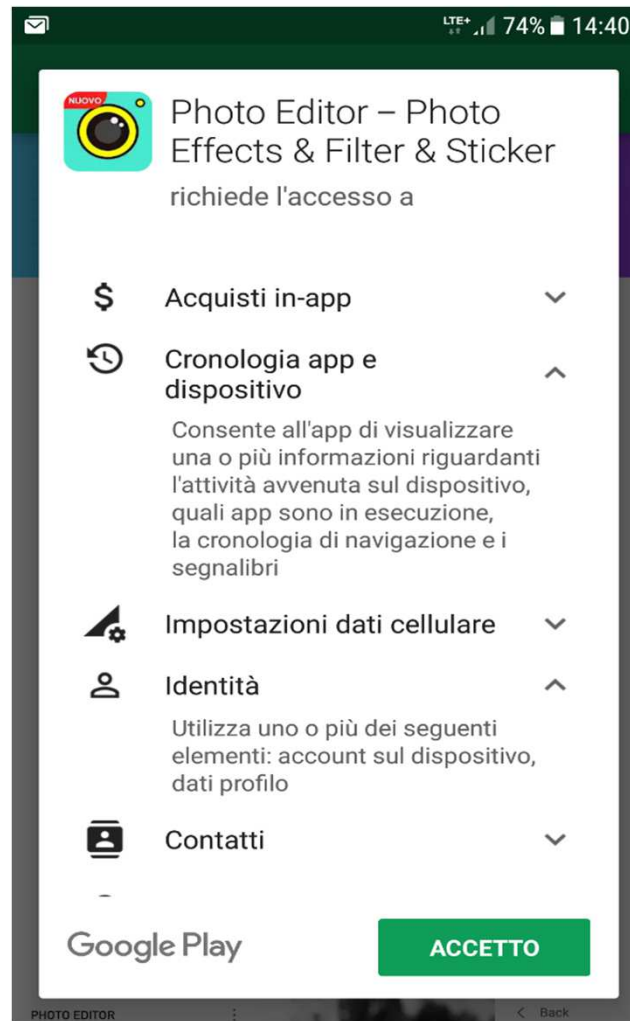
Prodotto	Dettagli	DESELEZIONA TUTTO
+1s		▼ <input checked="" type="checkbox"/>
Blogger	Tutti i blog	▼ <input checked="" type="checkbox"/>
Bookmarks		▼ <input checked="" type="checkbox"/>
Calendar	Tutti i calendari	▼ <input checked="" type="checkbox"/>



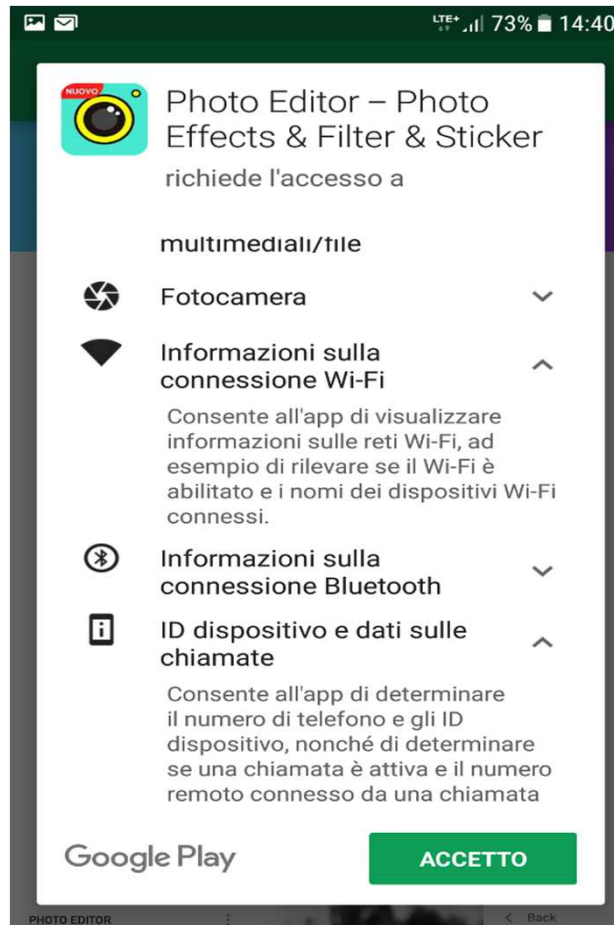
# Siamo sicuri che le APP siano gratuite??!!



**Siamo sicuri che le APP siano gratuite??!!**



# Siamo sicuri che le APP siano gratuite??!!



# LIMITI ETA' RICHIESTI NEL MONDO DIGITALE

- **13 ANNI** PER ATTIVARE UN PROFILO SOCIALE SULLE PIATTAFORME USA
- **14 ANNI** PER ACQUISIRE L'IMPUTABILITA'
- **14 ANNI** E' ETA' MINIMA RICHIESTA PER AVVIARE AUTONOMAMENTE UNA RICHIESTA DI RIMOZIONE DI CONTENUTI LESIVI NELL' AMBITO DI UN ATTACCO DI CYBERBULLISMO ( NUOVA LEGGE CONTRASTO BULLISMO)
- **16 ANNI** LIMITE PREVISTO DA NUOVO REGOLAMENTO PRIVACY PER POTER ESPRIMERE CONSENSO AL TRATTAMENTO DEI DATI E QUINDI PER POTER ATTIVARE UN ACCOUNT ED UN PROFILO DIGITALE. (entrerà in vigore nel maggio 2018)

# FAMILY LINK : APP controllo parentale

Google Family Link è un servizio di controllo genitori familiare di Google che consente ai genitori di regolare i parametri per i dispositivi dei propri figli. L'applicazione consente ai genitori di limitare i contenuti, approvare o disapprovare app, impostare i tempi di utilizzo e altro ancora



# INSTAGRAM

## POSTIAMO CON LA TESTA!

Instagram è una applicazione per la condivisione di foto e video semplice da utilizzare con un numero di utenti in costante crescita, soprattutto tra i ragazzi che la usano per catturare momenti speciali, ma anche per intrattenere conversazioni divertenti: usano foto, filtri, commenti, didascalie, emoticon, hashtag e link ad altri siti per parlare e condividere i loro interessi.



## INSTAGRAM POSTIAMO CON LA TESTA!

**Rispetta la privacy delle altre persone.** Se in una foto che pubblichi è presente un'altra persona, assicurati che non abbia problemi se la condividi o la tagghi nella foto.

**I tuoi post hanno un impatto sugli altri.** Rifletti sull'effetto che i contenuti che pubblichi hanno sulle altre persone, che li riguardano o meno. A volte, gli amici che non sono presenti nella foto o nel video potrebbero rimanerci male perché sono stati esclusi.



# INSTAGRAM – PERICOLO PER LA SALUTE MENTALE DEGLI ADOLESCENTI....E NON SOLO!

Secondo un'inchiesta del *WSJ*, un gruppo di ricerca specifico di Facebook – che attraverso focus group, sondaggi online e diari quotidiani si occupò per 18 mesi di una serie di questioni relative alle interazioni delle e degli utenti con le piattaforme – aveva concluso e reso noto all'azienda, a partire dal 2019, che per una parte significativa di utenti vulnerabili Instagram può generare «**confronti sociali negativi**» più di altri social media, quando quelle persone valutano il loro valore in relazione alle attrattive, alla ricchezza e al successo di altre persone.

Su Instagram i filtri e i contenuti presentati attraverso la funzione “Esplora” si concentrano sull'abbellimento del volto, su immagini del corpo e su messaggi riguardanti stili di vita e regimi alimentari più di quanto accada su app di aziende rivali come TikTok o Snapchat. E che **Instagram è in grado di aggravare in molte giovani ragazze problemi di conflittualità con l'immagine del proprio corpo, contribuendo a favorire l'insorgenza di disturbi alimentari e di altro tipo, o a provocare atti di autolesionismo.**

Secondo il sondaggio «Il 32 per cento delle ragazze adolescenti hanno detto che quando si sentivano male in relazione ai loro corpi, Instagram le faceva sentire peggio», annotò il gruppo di ricerca sulla bacheca interna di Facebook a marzo 2020. Un'altra presentazione del gruppo indicava che, tra giovani adolescenti che avevano riferito pensieri di suicidio, il 13 per cento dell'utenza britannica e il 6 per cento di quella americana trovava in Instagram l'origine del desiderio di uccidersi. Come altre precedenti e successive inchieste su Facebook, anche quella del *WSJ* sugli effetti dannosi di Instagram sulle utenti più giovani concluse comunque che uno sforzo da parte dell'azienda per affrontare i problemi e tentare di contenerli c'era stato, seppur minimo.





# COME GESTIRE INSTAGRAM PER I MINORENNI

- Da qualche tempo, quando un minore di 18 anni si iscrive a Instagram, l'opzione di default è quella del profilo privato. In altre parole, quella modalità per cui post e storie non sono pubbliche, ma visibili solo a chi è autorizzato. Mantenere questa impostazione è una buona norma per evitare intrusioni indesiderate. Un'accortezza in più è compilare una lista di Amici più stretti, per decidere il pubblico di ogni storia pubblicata.

# COME GESTIRE INSTAGRAM PER I MINORENNI

- Anche su Instagram, come sulla maggior parte dei social network, si possono bloccare gli account che ci infastidiscono. Un passo in più è la moderazione preventiva dei messaggi privati, i famosi DM. Nella sezione privacy, è possibile controllare chi può contattarci in privato e scegliere di non ricevere per nulla comunicazioni da chi non ci segue. I DM possono essere anche filtrati, così come i commenti, se contengono parole offensive. Per farlo, si può andare nella sezione privacy, poi su parole nascoste e compilare una lista di termini o emoji: Instagram eliminerà ancora prima della pubblicazione messaggi e commenti che contengono quanto indicato dall'utente.

# COME GESTIRE INSTAGRAM PER I MINORENNI

## **Gestire il tempo di utilizzo della piattaforma**

Il tempo trascorso sui social network è una delle questioni più importanti nella relazione degli adolescenti con il digitale. Alla base della gestione delle ore passate online c'è, prima di tutto, una fondamentale mediazione con la famiglia. Instagram mette comunque a disposizione uno strumento che permette di visualizzare il tempo trascorso sulla piattaforma e di fissare un limite giornaliero: una volta superato, l'applicazione invia un promemoria.

# COME GESTIRE INSTAGRAM PER I MINORENNI

## - Influenzare l'algoritmo

Come tutti i social network, Instagram utilizza un algoritmo che ha il ruolo di segnalare a ogni utente i contenuti più adatti a lui, sulla base degli interessi mostrati. Dal 2022, Instagram introdurrà la possibilità di visualizzare i post in ordine cronologico. Per il momento, è possibile, in primo luogo, disattivare gli aggiornamenti di quei profili che non ci va più di vedere ma che non vogliamo smettere di seguire. Inoltre, possiamo contrassegnare i post consigliati nella sezione Esplora o nel feed principale come "Non mi interessa". In questo modo, Instagram inizierà a suggerire meno contenuti di quel genere.

# COME GESTIRE INSTAGRAM PER I MINORENNI

## - PROTEGGERE LE IDENTITA' DIGITALI

è molto importante, per Instagram e qualunque altro servizio digitale, attivare l'autenticazione a due fattori. Questa opzione, che si può selezionare nella sezione 'Sicurezza' delle impostazioni, raddoppia le credenziali di accesso: oltre a nome utente e password, servirà un codice di sicurezza inviato tramite un'app di autenticazione o tramite SMS.

WEB REPUTATION

VIRALITA'

# SICUREZZA ON LINE

## Come possiamo proteggerci?



Una password sicura  
e segreta

Digita la password ogni volta



Crea Password difficili:  
numeri, maiuscole, minuscole,  
simboli, lunghezza **IA@\*\$&89**



Cambia spesso la password

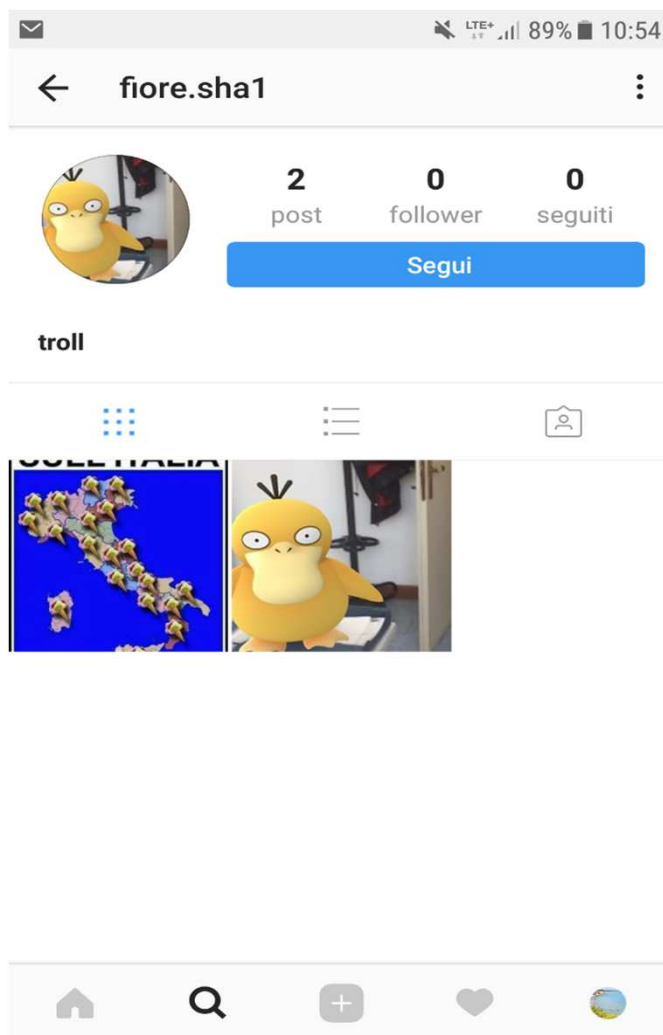
Se possibile non utilizzare lo stesso  
username e/o la stessa password per  
siti web diversi o per account  
importanti: email, banca...



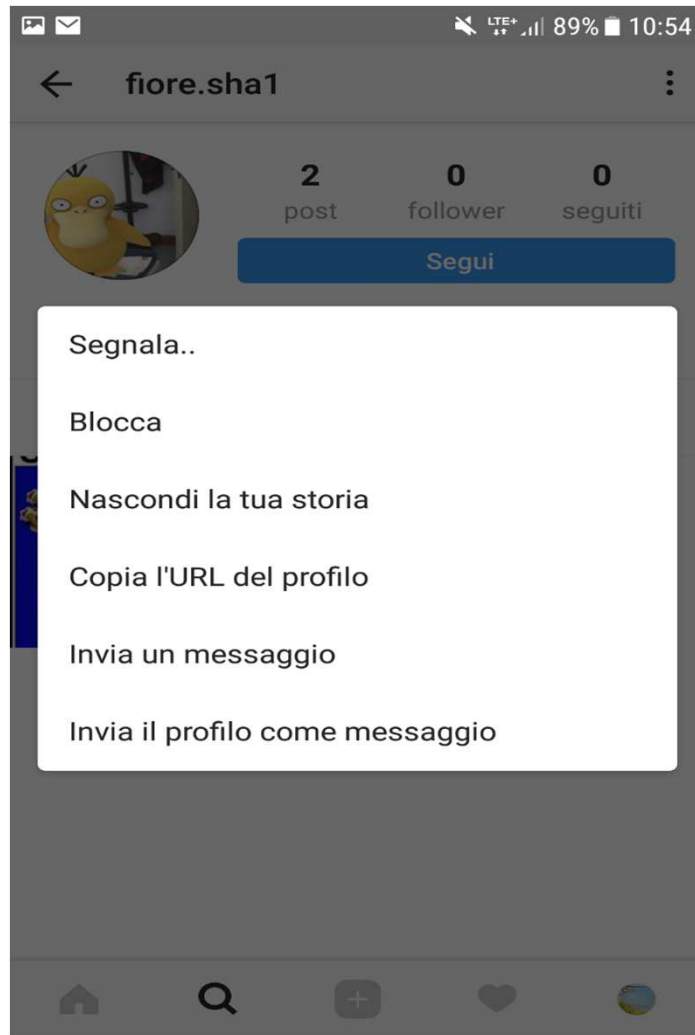
Non dire la tua password a nessuno!

 **polizia**  
delle comunicazioni

# INSTAGRAM POSTIAMO CON LA TESTA!



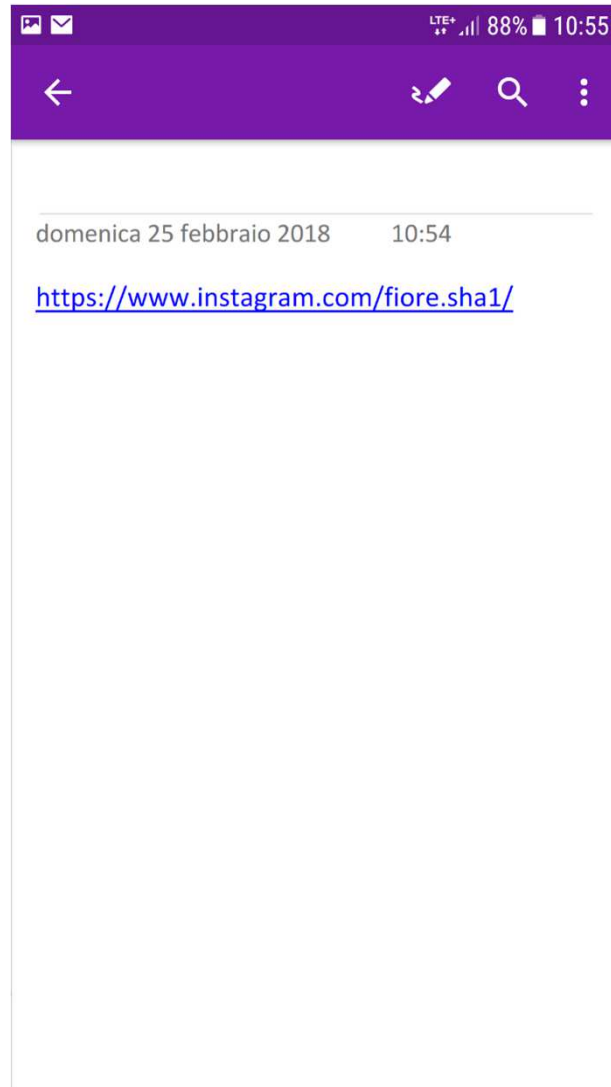
# INSTAGRAM COME DIFENDERCI



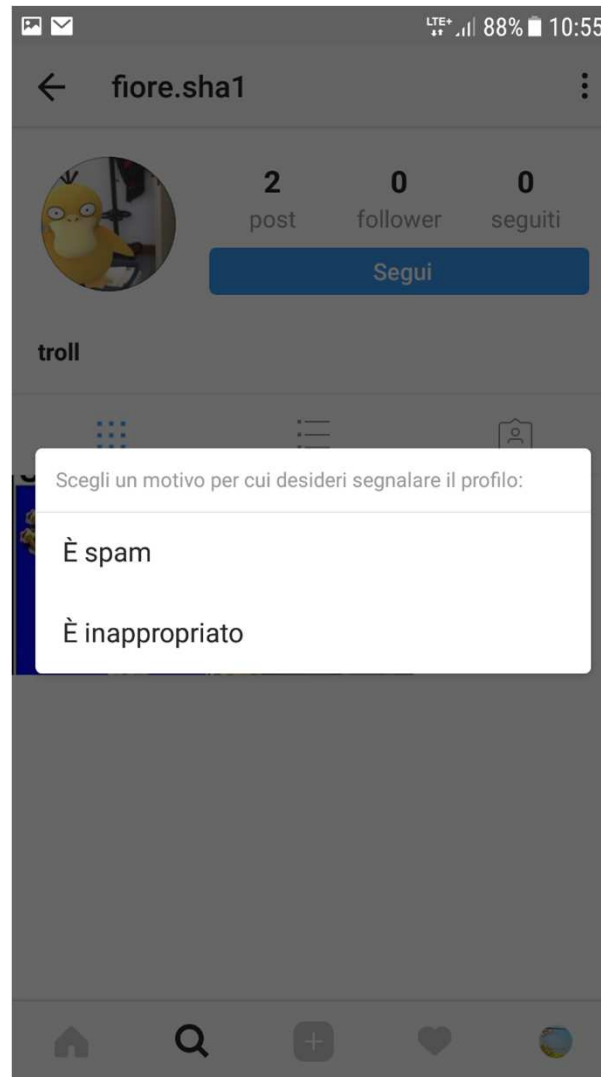


# INSTAGRAM

## ID PROFILO-DATO IMPORTANTE

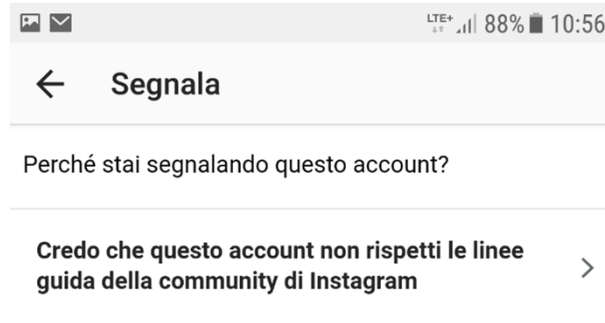


# INSTAGRAM POSTIAMO CON LA TESTA!



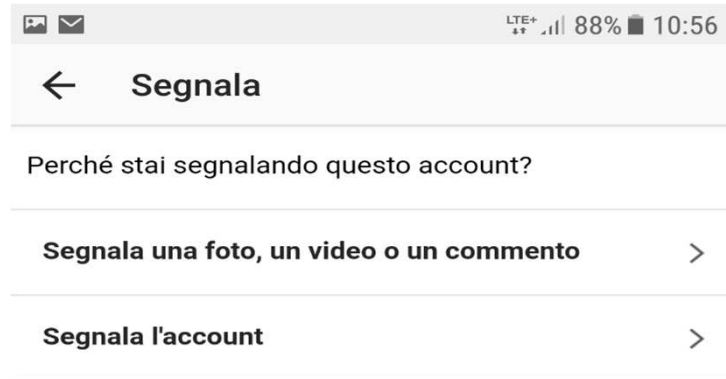
# INSTAGRAM

## POSTIAMO CON LA TESTA!



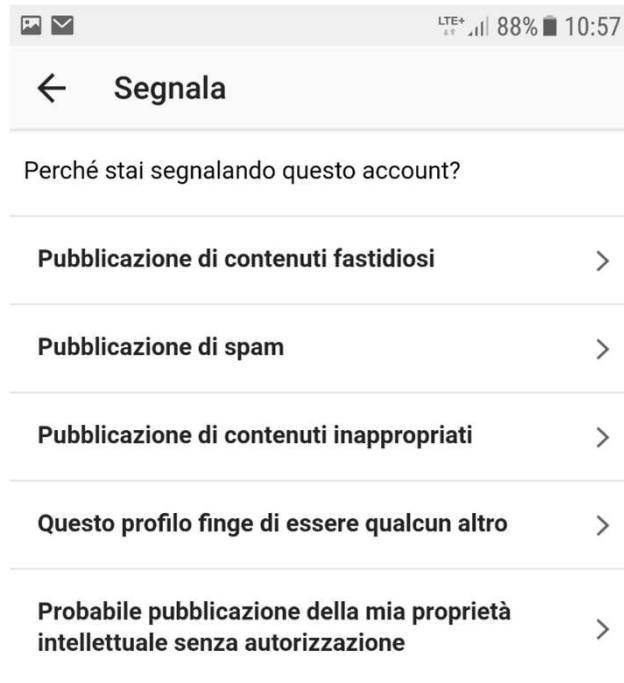
# INSTAGRAM

## POSTIAMO CON LA TESTA!



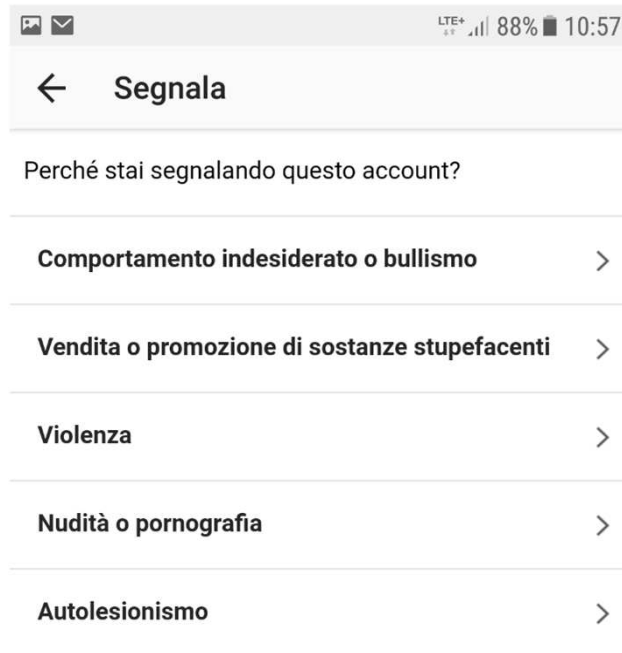
# INSTAGRAM

## POSTIAMO CON LA TESTA!



# INSTAGRAM

## POSTIAMO CON LA TESTA!



# INSTAGRAM

## POSTIAMO CON LA TESTA!



# INSTAGRAM POSTIAMO CON LA TESTA!



Centro assistenza

Cosa posso fare se visualizzo qualcosa che non mi piace su Instagram?

Se visualizzi qualcosa che non ti piace su Instagram puoi:

- [segnalarlo dall'app](#) se non rispetta le [Linee guida della comunità](#);
- [smettere di seguire](#) la persona che ha condiviso il contenuto;
- [bloccare](#) la persona che ha condiviso il contenuto.



# INSTAGRAM

## POSTIAMO CON LA TESTA!



### Come faccio a segnalare un post o un profilo che presenta contenuti offensivi o è spam?

Se non hai un account Instagram, puoi segnalarci usi impropri, spam o altri elementi che non rispettano le nostre [Linee guida della comunità](#) usando [questo modulo](#).

Se hai un account Instagram, puoi segnalarci usi impropri, spam o altri elementi che non rispettano le nostre [Linee guida della comunità](#) dall'app stessa.

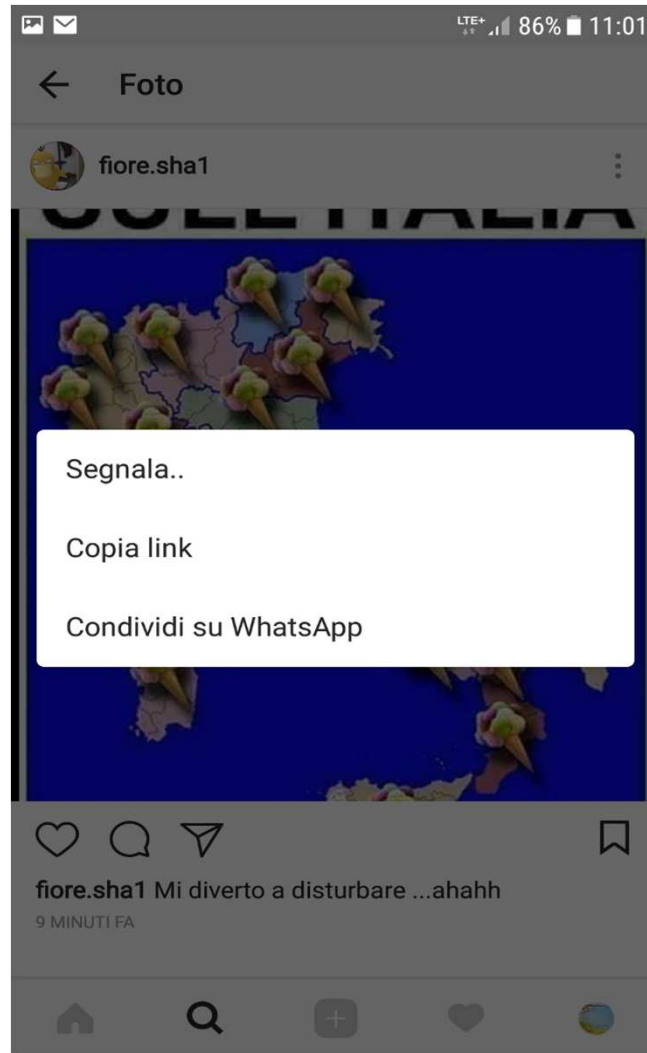
Per segnalare un post:

1. Tocca  (iOS) o  (Android) sopra il post.
2. Tocca **Segnala**.
3. Segui le istruzioni visualizzate sullo schermo.

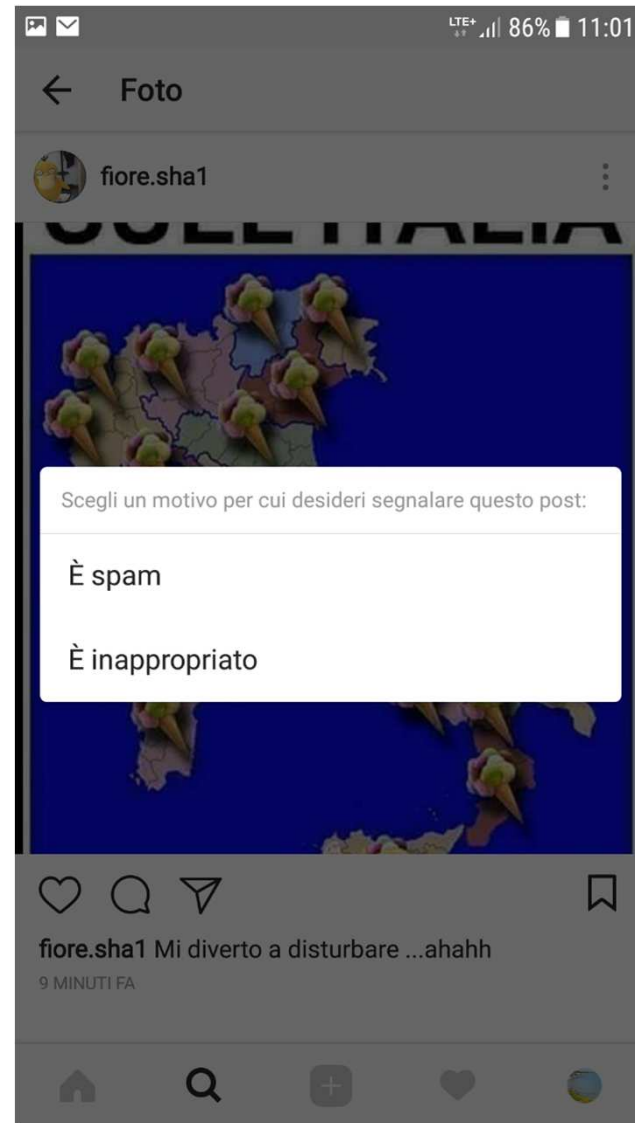
Per segnalare un profilo:

1. Tocca  (iOS) o  (Android) in alto a

# INSTAGRAM POSTIAMO CON LA TESTA!

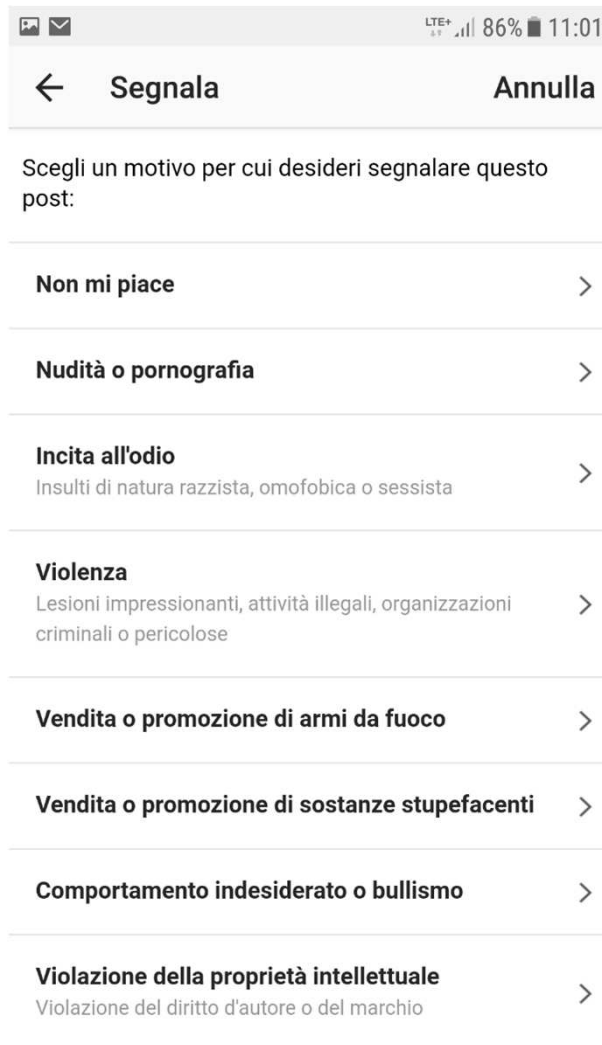


# INSTAGRAM POSTIAMO CON LA TESTA!



# INSTAGRAM

## POSTIAMO CON LA TESTA!



The image shows a screenshot of the Instagram reporting interface. At the top, there is a status bar with LTE+ signal, 86% battery, and the time 11:01. Below the status bar is a navigation bar with a back arrow, the word "Segnala", and "Annulla". The main content area is titled "Scegli un motivo per cui desideri segnalare questo post:". Below this title is a list of reporting reasons, each with a right-pointing chevron icon. The reasons are: "Non mi piace", "Nudità o pornografia", "Incita all'odio" (with a subtext "Insulti di natura razzista, omofobica o sessista"), "Violenza" (with a subtext "Lesioni impressionanti, attività illegali, organizzazioni criminali o pericolose"), "Vendita o promozione di armi da fuoco", "Vendita o promozione di sostanze stupefacenti", "Comportamento indesiderato o bullismo", and "Violazione della proprietà intellettuale" (with a subtext "Violazione del diritto d'autore o del marchio").

← Segnala Annulla

Scegli un motivo per cui desideri segnalare questo post:

- Non mi piace >
- Nudità o pornografia >
- Incita all'odio >  
Insulti di natura razzista, omofobica o sessista
- Violenza >  
Lesioni impressionanti, attività illegali, organizzazioni criminali o pericolose
- Vendita o promozione di armi da fuoco >
- Vendita o promozione di sostanze stupefacenti >
- Comportamento indesiderato o bullismo >
- Violazione della proprietà intellettuale >  
Violazione del diritto d'autore o del marchio

# INSTAGRAM

## POSTIAMO CON LA TESTA!

📷 ✉️ LTE+ 86% 11:02

← Segnala Annulla

Segnalare come simboli o contenuti di incitazione all'odio?

Cosa rimuoviamo:

- Foto che incitano all'odio o simboli come la svastisca o il segno con le mani del Potere bianco
- Post con didascalie che incoraggiano la violenza o gli attacchi basati sull'identità delle persone
- Minacce specifiche di violenza fisica, furto o vandalismo

Se segnali il post di qualcuno, Instagram non comunica a tale persona chi ha effettuato la segnalazione.

**Segnala**

Blocca fiore.sha1 se non desideri che veda la tue foto o i tuoi video o che ti trovi su Instagram.

**Blocca**



## Centro assistenza

Utilizzo di Instagram >

Gestione dell'account >

Instagram for Business >

Risoluzione dei problemi e guida per l'accesso >

Privacy e centro per la sicurezza >

## Account che promuovono contenuti inneggianti all'odio

> Segnalazione di contenuti intimidatori o atti di bullismo su Instagram.

Se è stato creato un account con il solo intento di infastidire o intimidire un'altra persona oppure se il solo scopo di una foto o un commento è infastidire o intimidire qualcuno, [invia una segnalazione](#). Puoi anche scoprire cosa fare se ritieni che qualcuno [finga di essere te](#) o [un'altra persona su Instagram](#).

Una volta segnalato il contenuto offensivo, prendi in considerazione l'idea di [bloccare la persona](#).

Scopri come [segnalare altri account o post](#) che non rispettano le nostre [Linee guida della community](#).

Che errore si è verificato?

- Le informazioni sono fuorvianti
- La soluzione non funziona
- Non mi piace il prodotto o la normativa
- Altro

[Permalink](#) · [Articoli correlati](#)



Dove sono fisicamente le informazioni degli utenti ?



Chi ne può disporre oltre a Facebook?



Cosa ne sarà dopo la morte digitale degli utenti?



# Termini d'uso

<http://www.facebook.com/legal/terms>

## 2. Condivisione dei contenuti e delle informazioni

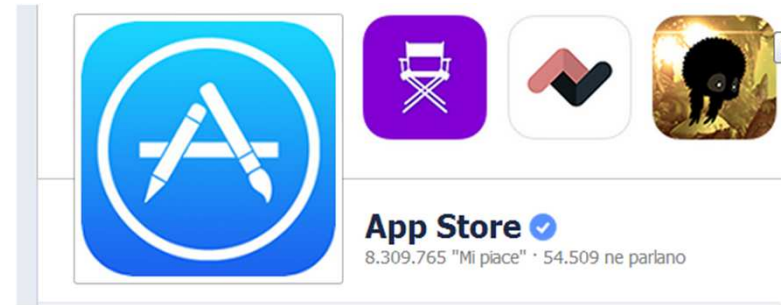
L'utente è il proprietario di tutti i contenuti e le informazioni pubblicate su Facebook e può controllare in che modo possono essere condivise mediante le [impostazioni sulla privacy](#) e delle [applicazioni](#). Inoltre:

1. Per quanto riguarda i contenuti coperti da diritti di proprietà, ad esempio foto e video (Contenuti IP), l'utente concede a Facebook le seguenti autorizzazioni, soggette alle [impostazioni sulla privacy](#) e [delle applicazioni](#) dell'utente stesso: l'utente fornisce a Facebook una licenza non esclusiva, trasferibile, che può essere concessa come sotto-licenza, libera da royalty e valida in tutto il mondo, che consente l'utilizzo di qualsiasi Contenuto IP pubblicato su Facebook o in connessione con Facebook (Licenza IP). La Licenza IP termina nel momento in cui l'utente elimina i Contenuti IP presenti sul suo account, a meno che tali contenuti non siano stati condivisi con terzi e che questi non li abbiano eliminati.
2. Quando l'utente elimina Contenuti IP, questi vengono eliminati in modo simile a quando si svuota il cestino del computer. Tuttavia, è possibile che i contenuti rimossi vengano conservati come copie di backup per un determinato periodo di tempo (pur non essendo visibili ad altri).
3. Quando si usa un'applicazione, i contenuti e le informazioni vengono messi in condivisione con l'applicazione. Le applicazioni devono rispettare la privacy dell'utente, ed è l'accordo accettato al momento dell'aggiunta dell'applicazione che controlla il modo in cui l'applicazione può utilizzare, archiviare e trasferire i contenuti e le informazioni (ulteriori informazioni sulla Piattaforma sono disponibili nella nostra [Normativa sulla privacy](#) e nella [pagina della Piattaforma](#)).
4. Quando l'utente pubblica contenuti o informazioni usando l'impostazione tutti, concede a tutti, anche alle persone che non sono iscritte a Facebook, di accedere e usare tali informazioni e di associarle al suo profilo (ovvero al suo nome e alla sua immagine).
5. I commenti o i suggerimenti degli utenti relativi a Facebook sono sempre benvenuti. Tuttavia, l'utente deve essere al corrente del fatto che potremmo usarli senza alcun obbligo di compenso nei suoi confronti (allo stesso modo in cui l'utente non è obbligato a fornirli).





## IL BUSINESS DEI SOCIAL NETWORK



La principale fonte di guadagno dei *social networks* proviene da:

- vendita a terzi delle informazioni sugli utenti
- pubblicità mirata (profilazione)
- *Social commerce*
- *Testimonial pubblicitari involontari*



# RISCHIO: cyberbullismo



**Se sei vittima di prepotenze in rete  
NON RIMANERE IN SILENZIO**

**Anche sul web ci sono regole, Leggi e polizia in grado di ascoltarti,  
aiutarti, trovare le tracce e identificare i prepotenti**

**NESSUNO RIMANE ANONIMO E IMPUNITO**

**anche se non sai chi sia  
anche se è minorenne**

## REVENGE PORN Art. 612 ter C.P.

Una delle principali novità contenute nel c.d. “**Codice Rosso**” (legge 19 luglio 2019, n. 69) è rappresentata dalla introduzione nel codice penale del delitto di diffusione illecita di immagini o video sessualmente espliciti.

Si tratta della criminalizzazione in via specifica del fenomeno conosciuto come “*Revenge porn*”, nato nel mondo inglese per indicare la divulgazione non consensuale, dettata da finalità vendicative, di immagini intime raffiguranti l'*ex partner*.

# CODICE ROSSO

La finalità del Codice Rosso è quella non solo di punire gli autori delle violenze, ma anche di proteggere e dare sostegno alle vittime, fin dalle fasi iniziali del procedimento e di rendere più efficace e tempestiva la risposta giudiziaria.

In particolare è stato modificato l'art.347 c.p.p., che prevede l'obbligo da parte della polizia giudiziaria di riferire al pubblico ministero la notizia di reato “ immediatamente anche in forma orale”

Prevede che il pubblico ministero assuma informazioni dalla persona offesa e da chi ha presentato denuncia o querela entro **tre giorni dall'iscrizione della notizia di reato.**

È stata prevista dunque la priorità nella trattazione delle indagini in tema di violenza domestica e di genere, per poter adottare tempestivamente provvedimenti di protezione della vittima.

# CODICE ROSSO

Valutare il pericolo imminente per la vittima tenendo conto dei seguenti aspetti:

dal racconto dei fatti, profilo dello stalker, possibilità per la vittima di proteggersi autonomamente .

Vi è particolare attenzione per la **persona offesa**, anche sotto il profilo di una corretta informazione sui propri diritti sui servizi di assistenza per le vittime di reato, nonché sul corso del procedimento.