

Documento recante le modalità di funzionamento e gli scopi dell'osservatorio permanente in materia di inserimento dei prodotti ai sensi dell'articolo 40 bis del Testo Unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici.

L'articolo 40 bis del "Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici", come introdotto dal decreto legislativo 15 marzo 2010, n. 44, attribuisce all'Autorità il compito di vigilare sul rispetto delle procedure e dei documenti di autoregolamentazione recanti la disciplina applicativa dei principi in materia di inserimento dei prodotti nei programmi, che gli operatori sono tenuti ad adottare e trasmettere all'Autorità per poter avvalersi di tale particolare comunicazione commerciale introdotta e disciplinata dai criteri generali di cui al citato articolo 40 bis.

Tali procedure e documenti, in base a quanto stabilito dalla normativa primaria, devono rispettare i seguenti criteri generali:

- **Relativamente all'ambito di applicazione**, l'inserimento di prodotti può avvenire sia dietro corrispettivo monetario che dietro fornitura gratuita di determinati beni e servizi, ed è consentito nelle opere cinematografiche, in film e serie prodotti per i servizi di media audiovisivi, in programmi sportivi e in programmi di intrattenimento leggero, con esclusione dei programmi per bambini; è vietato l'inserimento di prodotti a base di tabacco, sigarette e prodotti da questo derivati, di medicinali e di cure mediche ottenibili previa prescrizione;
- **Relativamente alle modalità di realizzazione dell'inserimento di prodotti**, il contenuto e, nel caso di trasmissioni televisive, la programmazione dei programmi recanti inserimento dei prodotti non devono essere influenzati in modo da compromettere la responsabilità e l'indipendenza editoriale del fornitore di servizi media; gli inserimenti di prodotti non devono incoraggiare direttamente l'acquisto o la locazione di beni o servizi, in particolare facendo riferimenti promozionali a tali beni o servizi, né attribuendone indebito rilievo; devono fornire un'adeguata informativa ai telespettatori (tramite avvisi all'inizio e alla fine della trasmissione, nonché alla ripresa dopo un'interruzione pubblicitaria riguardo all'esistenza dell'inserimento di prodotti) nel caso in cui il programma nel quale sono inseriti i beni e/o servizi sia prodotto ovvero commissionato dal fornitore di servizi media audiovisivi ovvero da una sua controllata.

L'Autorità, stante la complessità della materia oggetto dell'autoregolamentazione, avuto specifico riguardo alla novità delle fattispecie e alla diversificazione delle

possibili forme di inserimento dei prodotti anche in relazione ai diversi media audiovisivi e radiofonici, ha ritenuto l'opportunità di istituire un apposito osservatorio permanente in materia di inserimento dei prodotti, quale sede di interlocuzione tra gli operatori e l'Autorità.

Scopo dell'osservatorio permanente è:

- di costituire una stabile sede di interlocuzione fra gli operatori e l'Autorità deputata alla trattazione delle problematiche afferenti alla applicazione pratica dell'inserimento dei prodotti nei programmi dei servizi di media audiovisivi e radiofonici, alla individuazione delle fattispecie concrete e alla analisi della compatibilità delle varie forme di inserimento con la normativa interna e comunitaria;

- di garantire il contributo tecnico dell'Autorità alle istanze istituzionali e autodisciplinari, interne, comunitarie e internazionali sulla specifica materia del *product placement*

Sono invitati alla interlocuzione con l'osservatorio i fornitori di servizi di media audiovisivi, lineari e non lineari, le associazioni rappresentative delle emittenti radiofoniche e televisive nazionali e locali, le emittenti anche analogiche, i produttori, le concessionarie di pubblicità e gli altri soggetti interessati. È gradita, altresì, la partecipazione di organismi autodisciplinari, istituzioni ed enti tecnico-scientifici pubblici o privati senza fini di lucro aventi competenze rilevanti in aspetti specifici della materia trattata, associazioni dei consumatori e degli utenti di cui all'art. 137 del decreto legislativo 6 settembre 2005, n. 206, "Codice del consumo, a norma dell'art. 7 della legge 29 luglio 2003, n. 229".

La responsabilità dell'osservatorio, in quanto specificazione delle competenze dell'Ufficio contenuti e obblighi di programmazione della Direzione Contenuti Audiovisivi e Multimediali è conferita all'avv. Giulio Votano, dirigente del predetto Ufficio.

Le comunicazioni di interlocuzione con l'Osservatorio dovranno essere indirizzate a: *Autorità per le Garanzie nelle Comunicazioni - Direzione Contenuti Audiovisivi e Multimediali - Osservatorio permanente per l'inserimento dei prodotti nei programmi - Via Isonzo, 21b - 00198 Roma.*

Le comunicazioni potranno essere inviate anche tramite fax al numero: 06/69644926 o in formato elettronico (formato Word) al seguente indirizzo e-mail: dic@agcom.it. La trasmissione in formato elettronico non è sostitutiva dell'invio della relativa documentazione cartacea.

Tutti gli eventuali documenti e informazioni trasmesse dovranno indicare, separatamente, le eventuali parti da sottrarre all'accesso e alla pubblicazione, riportando le motivazioni in merito al pregiudizio concreto e attuale derivante dalla messa a disposizione della documentazione inviata nel corso dei lavori del tavolo tecnico.

Gli avvisi relativi alle eventuali riunioni dell'osservatorio verranno pubblicati sul sito dell'Autorità www.agcom.it.