

## Condizioni Generali di Vendita del Product Placement – Fiction

### Art. 1 Definizioni

Contratto di Product Placement: si compone: 1) ordine che riporta le condizioni particolari; 2) condizioni generali di contratto per il Product Placement; 3) allegati: 3.1 Prodotti; 3.2 Procedure Provisorie di Autoregolamentazione della Rai; 3.3 Piano di realizzazione del Product Placement; 4) e ogni altro documento predisposto da Rai Pubblicità e/o il Committente che espressamente concordano di allegare al Contratto (di seguito "Contratto").

Committente: si intende il soggetto che dispone dei poteri necessari ad autorizzare l'utilizzo nell'ambito del Programma dei Prodotti.

Piano di realizzazione del Product Placement: si intende il documento che, a titolo esemplificativo, riporta i termini e le modalità di collocazione dei Prodotti nell'ambito del Programma oggetto di Product Placement ed il valore delle scene (di seguito "Piano").

Product Placement: si intende ogni forma di comunicazione commerciale audiovisiva che consiste nell'inserire o nel fare riferimento a un prodotto, a un servizio o a un marchio così che appaia all'interno di un programma dietro pagamento o altro compenso.

Prodotti: si intendono i marchi/prodotti/servizi del Committente, oggetto di Product Placement nell'ambito del Programma.

Programma: si intende il Programma nell'ambito del quale viene realizzato il Product Placement oggetto del Contratto.

### Art. 2 Oggetto

2.1 Oggetto delle presenti condizioni generali di contratto è la disciplina dei rapporti contrattuali tra Rai Pubblicità, concessionaria in esclusiva che gestisce la vendita degli spazi per le comunicazioni commerciali del Gruppo Rai, incaricata della vendita del Product Placement nell'ambito del Programma ed il Committente interessato alla collocazione dei propri Prodotti.

2.2 L'ordine di cui le condizioni generali di contratto costituiscono parte integrante si rende impegnativo per Rai Pubblicità mediante accettazione.

### Art. 3 Modalità di realizzazione del Product Placement

3.1 Rai Pubblicità comunica al Committente il Piano.

3.2 Il Committente prende atto che le modalità di collocazione dei Prodotti oggetto di Product Placement di cui al Piano sono suscettibili di variazione in corso d'opera e fino ad ultimazione del Programma da parte di Rai per esigenze di coerenza e integrità del contesto narrativo del Programma nonché per esigenze di natura editoriale.

3.3 Rai Pubblicità garantisce esclusivamente il collocamento dei Prodotti nell'ambito del Programma. Resta, comunque, inteso che, fermo restando l'impegno di Rai Pubblicità ad adoperarsi per conformarsi al meglio al Piano, qualora si dovessero stabilire delle variazioni di Piano che comportino una riduzione delle scene oggetto di Product Placement, il corrispettivo dovuto dal Committente a Rai Pubblicità verrà proporzionalmente diminuito tenuto conto del valore della singola scena (così come indicato nel Piano) soppressa, senza che il Committente possa avanzare alcuna pretesa anche a titolo di risarcimento e/o indennizzo nei confronti di Rai Pubblicità e Rai.

3.4 Rai Pubblicità si impegna a non collocare nelle singole scene del Programma di cui al Piano Prodotti direttamente concorrenti con quelli oggetto di Product Placement.

### Art. 4 Consegna materiali

4.1 Il Committente si obbliga a consegnare a Rai e/o ad altro soggetto incaricato i Prodotti, non modificati rispetto a quelli reperibili in commercio, entro il termine tassativo e con le modalità che gli verranno comunicati da Rai Pubblicità. La natura tassativa del termine risiede nell'esigenza inderogabile di non ritardare in alcun modo le riprese e/o la registrazione del Programma.

4.2 Il Committente, con riferimento ai Prodotti si obbliga ad assumere tutti gli eventuali obblighi ed oneri connessi e conseguenti alla realizzazione del Product Placement, quali responsabilità per i danni occorsi a terzi/cause, assistenza e/o sostituzione etc., che non siano derivanti da un uso improprio dei Prodotti.

4.3 Il Committente prende sin da ora atto che nel caso di mancato rispetto del termine tassativo per la consegna dei Prodotti, Rai Pubblicità/Rai hanno la facoltà di reperire in altro modo i Prodotti previa comunicazione al Committente, al quale verranno altresì addebitate le spese sostenute per il relativo reperimento. La realizzazione del Product Placement si svolgerà regolarmente a norma di Contratto.

4.4 Qualora il Committente, entro il giorno successivo dalla comunicazione di cui al punto sub 4.3, comunichi per iscritto a Rai Pubblicità il proprio dissenso a procedere secondo quanto indicato nella suddetta comunicazione o qualora Rai Pubblicità/Rai non siano in grado - nel rispetto dei tempi imposti dal Piano - di reperire i Prodotti, Rai Pubblicità/Rai saranno libere di realizzare le riprese svolte dall'obbligo di realizzare il Product Placement di cui alla presente scrittura, fermo rimanendo l'obbligo del Committente di risarcire il danno occorso.

### Art. 5 Programmazione

5.1 Il Committente prende atto che la trasmissione del Programma nell'ambito del quale sono stati collocati i Prodotti può subire delle variazioni da parte di Rai rispetto al Piano originario (orari, date, rete, etc.).

5.2 La variazione di data e/o orario e/o rete di trasmissione del Programma oggetto del Product Placement non darà diritto al Committente ad avanzare alcuna pretesa anche a titolo di risarcimento e/o indennizzo nei confronti di Rai Pubblicità e Rai.

### Art. 6 Corrispettivo e Condizioni di pagamento

6.1 Il corrispettivo non è comprensivo di eventuali spese di realizzazione a carico del Committente.

6.2 Il pagamento del corrispettivo avverrà a 45 giorni data fattura.

6.3 In caso di ritardo nel pagamento, Rai Pubblicità applicherà interessi di mora calcolati al tasso di riferimento europeo maggiorato di tre punti percentuali. L'inadempimento nel pagamento del corrispettivo con le modalità sopra indicate, autorizzerà Rai Pubblicità a sospendere senz'altro l'esecuzione delle prestazioni e a ritenere la presente scrittura risolta di diritto.

### Art. 7 Riconoscimento sconto d'agenzia e manleva

7.1 Il corrispettivo dovuto per il Product Placement sarà soggetto ad uno sconto del 15% nel caso in cui il Committente si avvenga di un'impresa e/o struttura, professionalmente idonea, operante nel settore della comunicazione. Resta in ogni caso convenuto che tale impresa non avrà alcunché a pretendere, a nessun titolo, nei confronti di Rai Pubblicità.

7.2 Resta, inoltre, inteso che qualora il Committente dovesse agire in nome proprio e per conto di un terzo il Committente dovrà consegnare a Rai Pubblicità lettera formale di incarico, sottoscritta dal terzo, contenente diretta assunzione di impegno da parte di quest'ultimo per tutte le obbligazioni derivanti dal Contratto.

### Art. 8 Responsabilità

8.1 Il Committente dichiara di assumere ogni responsabilità in ordine alla titolarità o legittimazione all'utilizzo dei marchi e/o dichiara di avere la disponibilità dei prodotti/servizi forniti, manlevando e tenendo indenni Rai Pubblicità/Rai verso i terzi in genere, da qualsiasi conseguenza possa derivare dall'utilizzo dei Prodotti, non solo nell'ambito del Programma, ma, altresì in tutte quelle attività che possono essere collegate e/o con sequenti alla realizzazione e diffusione del Programma stesso nonché dalla modalità di fatturazione dell'ordine.

8.2 Rai Pubblicità si impegna ad eseguire l'attività oggetto del Contratto con cura e diligenza. Rai Pubblicità garantisce, inoltre, che l'attività oggetto del Contratto sarà effettuata nel pieno rispetto di tutte le disposizioni normative e autoregolamentari applicabili vigenti ed emanando, con specifico, ma non esaustivo, riguardo alle disposizioni in materia di Product Placement.

8.3 Rai Pubblicità garantisce che Rai dispone legittimamente del Programma ai fini della collocazione del Product Placement di cui al Contratto.

8.4 Nel caso di comunicazioni commerciali relative ai giochi con vincite in denaro, il Committente dichiara che le comunicazioni commerciali sono conformi alla disciplina vigente e, per l'effetto, dichiara di manlevare Rai Pubblicità e la Rai con apposita lettera di manleva reperibile sul sito [www.raipubblicita.it](http://www.raipubblicita.it).

8.5 Nel rispetto della disciplina legislativa in materia, Rai Pubblicità emetterà le fatture nei confronti del Committente, intendendosi per Committente sia il soggetto che agisce in nome e per proprio conto, sia il soggetto che, munito di mandato scritto, agisce in nome proprio e per conto di un soggetto terzo."

### Art. 9 Diritti di utilizzo

9.1 Il Committente cede a titolo non esclusivo e gratuito, a Rai Pubblicità, a Rai, ai loro licenziatari e ad altri aventi causa, il diritto di utilizzo dei Prodotti di cui al Contratto, non solo nell'ambito del Programma e/o di altri programmi ad esso collegati/derivati, ma in tutte quelle attività che possono essere ad esso collegate e conseguenti (a titolo esemplificativo: attività di promozione, homevideo, la vendita di DVD, la diffusione attraverso pay tv, internet, televisione, telefonia e qualsiasi mezzo presente e futuro), ivi comprese eventuali repliche del Programma, in versione anche parziale e/o rididata, anche nell'ambito di altri programmi e/o canali e senza limiti di tempo.

9.2 Rai Pubblicità e il Committente prendono atto che il Contratto in nessun caso può integrare licenza di uso dei marchi, ovvero dei loghi, segni distintivi, claims e diciture del Committente, di Rai Pubblicità, di Rai e/o del Programma.

### Art. 10 Riservatezza

Rai Pubblicità e il Committente si impegnano ad osservare la massima riservatezza in merito al contenuto del Contratto.

### Art. 11 Attività di comunicazione

11.1 Il Committente dovrà sottoporre preventivamente a Rai Pubblicità ogni comunicazione di carattere informativo del Product Placement di cui al Contratto che intende divulgare.

11.2 E' vietata l'associazione al Programma in qualsiasi modo ed ai suoi protagonisti dei Prodotti oggetto di Product Placement di cui al Contratto.

### Art. 12 Fonti normative e autoregolamentari

12.1 Il Product Placement è previsto e disciplinato dal D. lgs. n. 177/2005 "Testo unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici", così come modificato dal D. lgs. 15 marzo 2010, n. 44, e deve essere realizzato nel rispetto dei principi e delle modalità fissate dalla normativa in materia e dalle Procedure Provisorie di Autoregolamentazione della Rai di cui all'Allegato 2, dal Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale e dal D. lgs. 205/2006 "Codice del Consumo".

12.2 Il Committente prende atto che le disposizioni del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale e del Codice di Autoregolamentazione TV e Minor sono vincolanti e obbligatorie per il mezzo di diffusione e si impegna a rispettare detti Codici ed a conformarsi alle decisioni dei loro organi giudicanti, anche in ordine alla eventuale pubblicazione delle stesse.

### Art. 13 Responsabilità Amministrativa

13.1 Le Parti dichiarano di essere a conoscenza della normativa vigente in materia di responsabilità amministrativa della persona giuridica e, in particolare, del disposto del D. lgs. 8 giugno 2001, n. 231. A tale riguardo, il Committente dichiara di aver preso visione del documento "Modello di organizzazione, gestione e controllo ex D. lgs. 231/2001" elaborato da Rai Pubblicità e consultabile nell'area "L'Azienda" del sito [www.raipubblicita.it](http://www.raipubblicita.it). L'osservanza delle prescrizioni contenute nel suddetto decreto è considerata parte essenziale, nell'interesse di Rai Pubblicità anche ai sensi e per gli effetti dell'art. 1456 c.c., delle obbligazioni assunte dal Committente con il Contratto. La violazione di una delle prescrizioni contenute nel suddetto decreto, costituirà inadempimento contrattuale, con ogni conseguenza di legge, anche in ordine alla facoltà di risoluzione del Contratto, impregiudicato il risarcimento del danno.

### Art. 14 Codice Etico

14.1 Il Committente preso atto dei Principi etici e generali di onestà e osservanza della legge, pluralismo, professionalità, imparzialità, correttezza, riservatezza, trasparenza, diligenza, lealtà e buona fede nonché del contenuto tutto del Codice Etico del Gruppo Rai - che dichiara di conoscere globalmente e nelle sue singole parti, avendone presa completa e piena visione nell'area "L'Azienda" del sito [www.raipubblicita.it](http://www.raipubblicita.it) - si impegna, per tutta la durata del Contratto, ad attenersi al Codice stesso e a farlo conoscere nonché a farvi attenere i propri dipendenti, collaboratori, soci e chiunque partecipi all'esecuzione del contratto, osservando e facendo osservare ai citati soggetti un comportamento ad esso pienamente conforme e che non risulti lesivo dell'immagine e, comunque, dei valori morali e materiali in cui il Gruppo Rai si riconosce e che applica nell'esercizio della propria attività, anche con riferimento ai rapporti con i terzi. L'osservanza delle disposizioni tutte di detto Codice è considerata parte essenziale, nell'interesse di Rai Pubblicità anche ai sensi e per gli effetti dell'art. 1456 c.c., delle obbligazioni assunte dal Committente con il Contratto. La violazione anche di uno solo degli obblighi indicati dal Codice Etico costituisce, in conformità a quanto previsto al punto 10 del Codice medesimo, inadempimento contrattuale, con ogni conseguenza di legge, anche in ordine alla facoltà di risoluzione del Contratto, impregiudicato il risarcimento del danno.

### Art. 15 Privacy

15.1 Il Committente dichiara di aver preso visione dell'informativa ai sensi dell'art. 13 del D. lgs. 30 giugno 2003, n. 196 consultabile all'indirizzo <http://www.raipubblicita.it/legal#informativaperclienti>.

### Art. 16 Modifiche

16.1 Qualsiasi modificazione del rapporto contrattuale ed eventuali condizioni aggiuntive o speciali non sono valide se non pattuite per iscritto.

### Art. 17 Foro Competente

17.1 Per qualsiasi contestazione o controversia comunque dipendente dal rapporto contrattuale, come pure nell'ipotesi di contenzioso o di connessione di cause, ove Rai Pubblicità sia convenuta è esclusivamente competente il Foro di Torino, ove Rai Pubblicità sia attrice, la stessa potrà ricorrere tanto al Foro di Torino quanto a quello del domicilio del convenuto.

### Art. 18 Mediazione

18.1 Nell'ipotesi in cui una delle Parti promuova un procedimento di mediazione ai sensi del D. lgs. 4 marzo 2010, n. 28, competente esclusivo sarà uno degli organismi di conciliazione iscritti nell'apposito Registro tenuto dal Ministero della Giustizia, sito nel Comune di Torino.

### Art. 19 Imposte e spese di bollo e registro

Tutti gli oneri fiscali comunque derivanti dal rapporto contrattuale sono a completo carico del Committente, comprese le eventuali spese di bollo e registro del contratto in caso d'uso.

\_\_\_\_\_  
(firma e timbro del Committente)

\_\_\_\_\_  
(luogo e data)

Ai sensi e per gli effetti di cui agli artt. 1341 e 1342 c.c.

Art. 3.3 Modalità di realizzazione del Product Placement, art. 4 Consegna materiali, art. 5.2 Programmazione, art. 8 Responsabilità, art. 13 Responsabilità Amministrativa, art. 14 Codice Etico, art. 17 Foro competente.

\_\_\_\_\_  
(firma e timbro del Committente)

\_\_\_\_\_  
(luogo e data)

Informativa "privacy" ai sensi del D. lgs. 196/03 consultabile all'indirizzo internet <http://www.raipubblicita.it/legal#informativaperclienti>