

# CONDIZIONI GENERALI DI VENDITA DEL PRODUCT PLACEMENT / BRANDED CONTENT

## ART. 1 DEFINIZIONI

Contratto di Product Placement: si compone: dell'ordine che riporta le condizioni particolari; delle condizioni generali di contratto per il Product Placement; degli allegati (1. Prodotti; 2. Documento di autoregolamentazione sul Product Placement ai sensi dell'art. 40 bis comma 5 D.Lgs. 177/2005; 3. Piano di realizzazione del Product Placement), e ogni altro documento predisposto da Rai Pubblicità e/o dal 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 e/o 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 diffuso sui mezzi TV, radio e media digitali di RAI e/o nella disponibilità di RAI e/o delle società del Gruppo RAI di cui Rai Pubblicità è concessionaria, 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 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, qualora si dovessero stabilire variazioni del Piano, Rai Pubblicità si adopererà per conformarsi al meglio al suddetto Piano. Qualora si dovessero verificare 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, limitatamente al periodo indicato nell'ordine, 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/cose, 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 in 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 svincolate 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 e/o la pubblicazione di estratti dello stesso 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 e/o piattaforma Internet di trasmissione e/o pubblicazione di estratti 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'inadempienza 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 avvalga 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 DICHIARAZIONI, GARANZIE E IMPEGNI DEL COMMITTENTE

8.1 Il Committente dichiara: i) 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 (impegnandosi a fornirne prova, ove richiesto); ii) di non violare alcun diritto di terzi di qualsivoglia natura, ivi inclusi a titolo esemplificativo i diritti d'autore, diritti connessi o altri diritti di proprietà industriale e intellettuale, diritti al nome o all'immagine, o altri diritti della personalità; iii) che i Prodotti non contengono alcun elemento sonoro e/o visivo osceno o in qualsiasi modo offensivo, diffamatorio o denigratorio. Il Committente si impegna a manlevare e tenere indenni Rai Pubblicità/RAI per ogni e qualsiasi reclamo, pretesa o richiesta, di qualsivoglia natura ed entità, sollevati da qualsiasi terzo a qualsiasi titolo a) derivanti dalla violazione delle dichiarazioni, garanzie ed impegni del Committente oggetto del presente articolo o b) da qualsiasi conseguenza possa derivare dall'utilizzo dei Prodotti, non solo nell'ambito del Programma, ma, altresì in tutte quelle attività che possono essere connesse, relative o conseguenti alla realizzazione e diffusione del Programma stesso oggetto dell'ordine nonché dalla modalità di fatturazione dell'ordine.

8.2 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 COMUNICAZIONI COMMERCIALI DURANTE IL PERIODO ELETTORALE

Nel caso di comunicazioni commerciali diffuse durante il periodo elettorale - ferme le prescrizioni di cui alla linea editoriale di Rai (disponibile nella sezione "Rai per gli operatori della Pubblicità" del sito di Rai) e le prescrizioni applicabili alle pubbliche amministrazioni e ad integrazione di quanto previsto all'articolo "Responsabilità del Committente": il Committente garantisce che le comunicazioni commerciali non contengono immagini o riferimenti a candidati, esponenti di partito e movimenti politici, parlamentari europei, membri uscenti del parlamento italiano o membri del Governo italiano, delle giunte e dei consigli regionali o degli enti locali né affermazioni, dichiarazioni o comportamenti che possano, direttamente o indirettamente, influenzare o orientare il voto degli elettori, fornire indicazioni di voto o manifestare preferenza di voto. Per l'effetto il Committente si impegna a manlevare e tenere indenni Rai Pubblicità e RAI per ogni e qualsiasi reclamo, pretesa, richiesta avanzata dalle Autorità competenti o da terzi, connessa o conseguente alla diffusione di tali comunicazioni commerciali.

## ART. 10 DIRITTI DI UTILIZZO

10.1 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 ridettata, anche nell'ambito di altri programmi e/o canali e/o piattaforme e/o mediante pubblicazione di estratti sui profili social RAI e/o Rai Pubblicità, e senza limiti di tempo.

10.2 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. 11 RISERVATEZZA

Il Committente si impegna ad osservare la massima riservatezza in merito alle informazioni che riceve da Rai Pubblicità in fase precontrattuale e/o contrattuale (inclusi a titolo esemplificativo dati di pianificazione, corrispettivo, scontistica applicata, entità degli investimenti, tempi e modi degli investimenti, condizioni proposte, pianificazioni proposte, contenuto incontri tra le parti, etc.) di seguito "informazioni". Il Committente garantisce di aver applicato tutte le azioni necessarie per prevenire l'uso e/o la comunicazione e/o la diffusione non autorizzata da Rai Pubblicità delle Informazioni e garantisce che proteggerà le Informazioni con cura non inferiore a quella che utilizza per proteggere le proprie informazioni riservate per impedire l'uso non autorizzato e/o la comunicazione e/o la diffusione. Il Committente garantisce che le Informazioni saranno utilizzate unicamente per l'esecuzione del contratto con Rai Pubblicità. Il Committente garantisce che le Informazioni saranno comunicate unicamente al proprio personale che deve conoscere le Informazioni per l'assunzione dell'attività e che è stato adeguatamente istruito nonché ha accettato di mantenere tali Informazioni come riservate. Qualsiasi comunicazione e/o diffusione delle Informazioni da parte del Committente a terzi (inclusi a titolo esemplificativo consulenti, collaboratori, società del gruppo, agenzie, appaltatori/subappaltatori, clienti, auditor, etc.) è soggetta all'approvazione preventiva di Rai Pubblicità. Il Committente in ogni caso si obbliga a prevedere negli accordi con i terzi adeguata clausola di riservatezza a tutela delle Informazioni, restando in ogni caso solidalmente responsabile con i terzi nei confronti di Rai Pubblicità in caso di violazione da parte di questi ultimi (ancorché eventualmente non informati) di tali obblighi di riservatezza.

## ART. 13 FONTI NORMATIVE E AUTOREGOLAMENTARI

13.1 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 stabilite dalla normativa in materia e dal Documento di autoregolamentazione sul Product Placement ai sensi dell'art. 40 bis comma 5 D. Lgs. 177/2005 di RAI di cui all'Allegato 2, dal Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale e dal D. lgs. 205/2006 "Codice del Consumo".

13.2 Il Committente prende atto che le disposizioni del Codice di Autodisciplina della Comunicazione Commerciale e del Codice di Autoregolamentazione TV e Minori 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. 14 RESPONSABILITÀ AMMINISTRATIVA

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. 15 CODICE ETICO

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, 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. 16 INFORMATIVA PER IL TRATTAMENTO DEI DATI PERSONALI AI SENSI DEGLI ARTT. 13 E 14 DEL REGOLAMENTO UE 2016/679 ("GDPR")

Titolarietà. Titolare del trattamento è Rai Pubblicità S.p.A., con sede legale in Torino, Via Giovanni Carlo Cavalli, 6 10138 Torino.

Finalità del trattamento. Rai Pubblicità S.p.A. tratta i dati personali dei soggetti interessati per la sola finalità della instaurazione ed esecuzione dei rapporti contrattuali per la diffusione/pubblicazione delle Comunicazioni Commerciali sui mezzi per i quali essa è concessionaria indicati sul sito [www.raipubblicita.it](http://www.raipubblicita.it), nonché per la ideazione e realizzazione di prodotti pubblicitari, nonché per finalità ad essa strettamente correlate.

Esercizio dei diritti. In relazione al trattamento dei dati personali, in ogni momento l'interessato potrà ottenere la conferma dell'esistenza o meno dei medesimi dati presso Rai Pubblicità S.p.A. e conoscerne il contenuto e l'origine, chiederne l'integrazione o la rettifica oppure, nei casi previsti dalla legge, la portabilità, la limitazione di trattamento, la cancellazione dei dati trattati, nonché opporsi, per motivi legittimi, al loro trattamento; su richiesta, potrà ottenere l'elenco aggiornato dei responsabili esterni del trattamento. L'interessato ha anche il diritto di proporre reclamo al Garante per la protezione dei dati personali qualora ritenga che i suoi diritti non siano stati rispettati o che non abbia ricevuto riscontro alle sue richieste secondo legge. Le richieste dovranno essere formulate via e-mail all'indirizzo: [privacy@raipubblicita.it](mailto:privacy@raipubblicita.it).

Per maggiori informazioni sul trattamento dei dati personali, si invitano gli interessati a consultare l'informativa completa presente sul sito [www.raipubblicita.it/legai](http://www.raipubblicita.it/legai).

## ART. 17 MODIFICHE

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

## ART. 18 FORO COMPETENTE

Per qualsiasi contestazione o controversia comunque dipendente dal rapporto contrattuale, come pure nell'ipotesi di continenza o di concessione 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. 19 MEDIAZIONE

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. 20 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)

(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 Dichiarazioni, garanzie e impegni del Committente, art. 14 Responsabilità Amministrativa, art. 15 Codice Etico, art. 18 Foro competente.

(Firma e Timbro del Committente)

(Data)