

# Condizioni Generali di Vendita del Product Placement – Intrattenimento

## 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 Provvisorie di Autoregolamentazione della RAI; 3.3 Piano o 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 a utilizzare l'utilizzo nell'ambito del Programma dei Pro dotti.

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 (di seguito “Piano”).

Product Placement: si intende ogni forma di comunicazione commerciale audiovisiva che consiste nell' inserire o nel far e 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 R ai, incaricata della vendita del Product Placement nell'ambito del Programma ed il Committente interessato alla collocazione dei propri Prodotti.

2.2 L'or dine 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 il Piano è suscettibile 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, qualora si dovessero stabilire variazioni del Piano, Rai Pubblicità si adopererà per confo rmarsi al meglio al suddetto Piano.

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 pe r 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 nel caso di mancato rispetto del termine tassativo per la consegna dei Prodotti, Rai Pubblicità/RAI hanno la facoltà di reperir e in altro modo i Prodotti previa comunicazione al Committente, al quale verranno altresì addebitate le spese sostenute per il relativo

reper imento. 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 R ai Pubblicità/RAI non siano in grado – nel rispetto dei tempi imposti dal Piano - di reperir e i Prodotti, Rai Pubblicità/RAI saranno libere di realizzare le riprese svincolate dall'obbligo di realizzare il Product Placement di cui alla presente scrittura, f ermo 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 R AI rispetto al Piano originario (or ari, 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 n on 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 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 R esta, inoltre, inteso che qualora il Committente dovesse agir e in nome proprio e per conto di un terzo il Committente dovrà consegnare a R ai Pubblicità lettera formale di incarico, sottoscritta dal terzo, con tenente 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 emanande, 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.

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 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 la Rai Pubblicità e la 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 dir itto 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 e semplificativo: 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 rieditata, anche nell' ambito di altri pro grammi e/o canali 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'esecuzione 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. 12 Attività di comunicazione

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

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

## Art. 13 Fonti normative e autoregolamentari

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 Provvisorie 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”.

## 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 e, 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. L' osservanza delle prescrizioni contenute nel suddetto decreto è considerata parte essenziale, nell'interesse di R ai 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 - si impegna, per tutta la durata del Contratto, ad attenersi al Codice stesso e a farlo conoscere nonché a farvi attener e i propri dipendenti, collaboratori, soci e chiunque partecipi all'esecuzione del con tratto, 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., d elle 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 p unto 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/publicazione delle Comunicazioni Commerciali sui mezzi per i quali essa è concessionaria indicati sul sito 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/legal](http://www.raipubblicita.it/legal).

## 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 connessione di cause, ove Rai Pubblicità sia con venuta e esclusivamente competente il Foro di Torino, ove Rai Pubblicità sia attrice, la st essa 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 r apporto 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)