

**Ministero per i Beni e le Attività culturali
Decreto 30 luglio 2004**

Modalità tecniche di attuazione del collocamento pianificato di marchi e prodotti nelle scene di un'opera cinematografica "product placement" [1]

(Gazzetta Ufficiale n. 235 del 6 ottobre 2004)

Art. 1 - Ammissibilità del collocamento pianificato di marchi e prodotti

1. Ai sensi dell'art. 9 del decreto legislativo 22 gennaio 2004, n. 28, è ammesso il collocamento pianificato di marchi e prodotti nelle scene di un'opera cinematografica "product placement" con le modalità tecniche previste dal presente decreto.
2. Le forme di collocamento pianificato di cui al comma 1 sono rimesse alla contrattazione tra le parti, nel rispetto dei limiti di cui all'art. 2.

Art. 2 - Requisiti e limiti di applicazione

1. La presenza di marchi e prodotti è palese, veritiera e corretta, secondo i criteri individuati negli articoli 3, 3-bis e 6 del decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74. Essa deve integrarsi nello sviluppo dell'azione, senza costituire interruzione del contesto narrativo.
2. Ai fini della riconoscibilità delle forme di collocamento pianificato di cui all'art. 1, l'opera cinematografica deve contenere un avviso nei titoli di coda che informi il pubblico della presenza dei marchi e prodotti all'interno del film, con la specifica indicazione delle ditte inserzioniste.
3. Alle forme di collocamento di marchi e prodotti di cui all'art. 1 si applicano i divieti e le limitazioni di cui alla legge 10 aprile 1962, n. 165, all'art. 8, comma 5, della legge 6 agosto 1990, n. 223, ed all'art. 2 del decreto ministeriale 30 novembre 1991, n. 425. Si applicano, altresì, le disposizioni in materia di tutela amministrativa e giurisdizionale di cui all'art. 7 del decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74.

Note

[1] Il presente testo non ha carattere di ufficialità normativa.