

CODICE DI AUTOREGOLAMENTAZIONE IN MATERIA DI  
INSERIMENTO DI PRODOTTI  
(ART.40 *BIS*, D.Lgs. 177/05)

PARAGRAFO I – DEFINIZIONI GENERALI

1. FINALITÀ

Il presente codice di autoregolamentazione (“Codice”) è adottato in applicazione dell’art.40 *bis*, comma 5, del “Testo Unico dei servizi di media audiovisivi e radiofonici” ed è inteso ad illustrare i principi ed i criteri che i produttori televisivi associati all’APT – Associazione Produttori Televisivi (“Produttori”) rispetteranno con riferimento all’inserimento di prodotti nell’ambito delle opere audiovisive da essi realizzate (“Opere”).

2. PRINCIPI

I principi fondamentali cui si ispira il presente Codice sono i seguenti.

A) L’inserimento di prodotti nell’ambito delle Opere deve essere coerente con il contesto artistico/narrativo.

B) Le Opere non devono contenere alcun riferimento promozionale ai beni/servizi oggetto di inserimento.

C) Non deve essere dato indebito rilievo ai prodotti/servizi oggetto di inserimento.

3. AMBITO DI APPLICAZIONE

I Produttori effettueranno inserimento di prodotti unicamente nelle tipologie di opere previste dall’art.40 *bis*, comma 1, ovvero:

- opere cinematografiche;
- film e serie prodotti per i servizi di media audiovisivi;
- programmi sportivi;
- programmi di intrattenimento leggero.



#### PARAGRAFO II – OPERE E PRODOTTI ESCLUSI

##### 4. OPERE DESTINATE AD UN PUBBLICO DI BAMBINI

I Produttori non effettueranno inserimento di prodotti nell'ambito di Opere che, per la loro natura o contenuto, sono chiaramente destinate ad un pubblico di bambini.

##### 5. PRODOTTI A BASE DI TABACCO O SIGARETTE

I Produttori non effettueranno inserimento di prodotti a base di tabacco o sigarette, nonché l'inserimento di prodotti di imprese la cui principale attività sia costituita dalla produzione o vendita di prodotti a base di tabacco.

##### 6. PRODOTTI MEDICINALI O DI CURE MEDICHE

I Produttori non effettueranno inserimento di prodotti medicinali o di cure mediche che si possono ottenere esclusivamente su prescrizione.

##### 7. BEVANDE ALCOLICHE

Nel caso in cui l'inserimento di prodotti riguardi bevande alcoliche, i Produttori presteranno particolare cautela ed attenzione a non incoraggiare un consumo smodato di tali prodotti, indipendentemente dalla tipologia di destinatari cui si rivolge l'Opera.

#### PARAGRAFO III – REALIZZAZIONE DEGLI INSERIMENTI

##### 8. COERENZA CON IL CONTESTO NARRATIVO

Gli inserimenti di prodotti saranno coerenti con la struttura artistica/narrativa dell'Opera.

In particolare, le modalità di raffigurazione del prodotto/servizio oggetto di inserimento nell'ambito dell'Opera non comporteranno "forzature" nella sequenza delle scene o interruzioni nello sviluppo dell'azione che risultino prive di giustificazione o non proporzionate rispetto alle esigenze narrative.



9. ASSENZA DI SPECIFICI RIFERIMENTI PROMOZIONALI A BENI O SERVIZI

L'inserimento di prodotti e le Opere nell'ambito delle quali viene realizzato l'inserimento non incoraggeranno direttamente l'acquisto o la locazione di beni o servizi, né faranno specifici riferimenti promozionali a tali beni o servizi.

In particolare, non verrà fatto alcun riferimento al prezzo o alle condizioni di vendita del prodotto/servizio oggetto di inserimento, né verranno fatti riferimenti elogiativi alle sue qualità/caratteristiche che risultino privi di giustificazione o non proporzionati rispetto alle esigenze narrative.

10. NESSUNA PREMINENZA INDEBITA

In nessun caso verrà data indebita rilevanza al prodotto/servizio oggetto di inserimento.

Il carattere indebito della rilevanza data al prodotto/servizio inserito verrà valutato avuto riguardo all'eccessiva insistenza sul marchio del prodotto, nonché alla gestualità esasperata, forzata o comunque artificiosa dei personaggi.