Il Sole 24 Ore – Diritto 24 Il product placement, o collocamento di marchi e prodotti all'interno di un film

OSSERVATORIO SUL DIRITTO D'AUTORE

*Il **product placement** è il posizionamento di un marchio all'interno delle scene di un film o altro prodotto audiovisivo a fronte del pagamento di un corrispettivo da parte dell'azienda che viene pubblicizzata. È una forma di pubblicità indiretta che trova limiti ulteriori rispetto a quelli previsti per le comunicazioni commerciali audiovisive, proprio a causa della interferenza dei contenuti promozionali con quelli divulgativi-informativi e del conseguente possibile addebito di pubblicità non trasparente o surrettizia.*

Nell'ambito delle misure volte a rendere più flessibili e nello stesso tempo più certe le norme che disciplinano le ***comunicazioni commerciali audiovisive*** (sulla cui ampia definizione si veda la lett. h dell'art. 1), la Direttiva 2010/13/UE sui servizi di media audiovisivi prevede, e definisce esplicitamente, il concetto di "*inserimento di prodotti", vale dire "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 di un compenso*" (lett. *m* art. cit.).

Per leggere l'intero articolo a firma dell'avv. Giovanni Bonomo per Il Sole 24 Ore – Diritto24, clicca il link