

33. Decreto ministeriale 13 luglio 1995 n. 385. Regolamento recante norme sulle modalità di espletamento dei servizi audiotex e videotex.

Questo decreto è stato pubblicato in GU 18 settembre 1995 n. 218, ed è entrato in vigore il 3 ottobre 1995.

11. Inserti pubblicitari. 1. Le informazioni o prestazioni audiotex e videotex non possono ospitare inserti pubblicitari.

2. Nel rispetto delle modalità previste dal comma 2 dell'art. 3, fuori dal "messaggio di presentazione" è ammessa la citazione dell'eventuale sponsor del servizio.

3. Sono, inoltre, ammessi messaggi informativi nei servizi esplicitamente e chiaramente destinati ad offrire supporti informativi per gli acquisti, in cui l'azione dell'utente si configura in termini di ricerca attiva e volontaria dei suddetti messaggi.

17. Pubblicità nei servizi. 1. Ai messaggi pubblicitari riguardanti i servizi audiotex e videotex ivi compresi quelli internazionali, da chiunque effettuati, si applicano le norme e le limitazioni di cui alla vigente legislazione in materia di pubblicità di beni o servizi.

2. La pubblicità relativa alle informazioni o prestazioni dei servizi di cui al comma 1, da chiunque eseguita e qualunque sia il mezzo utilizzato, non deve contenere elementi offensivi per la dignità delle persone, evocanti discriminazioni razziali, di sesso o di nazionalità, offensivi di convinzioni religiose ed ideali. La pubblicità, inoltre, non deve indurre a comportamenti pregiudizievole per la salute, la sicurezza e l'ambiente. Essa deve evitare ambiguità ed omissioni che possano indurre in errore il consumatore riguardo alle caratteristiche ed al prezzo.

3. In ogni caso, qualunque sia il mezzo utilizzato, la pubblicità deve riportare in modo chiaro, facilmente percepibile, inequivocabile e disposto orizzontalmente (nel caso di citazioni visive):

a. la natura del servizio, la durata massima e gli eventuali divieti per i minori;

b. il costo del servizio al minuto più IVA;

c. l'identità del fornitore del servizio completa di ragione sociale, sede ed indirizzo in Italia;

d. nel caso di servizi di chat-lines, la pubblicità deve indicare anche un numero di telefono a cui l'utente può rivolgersi per qualsiasi evenienza;

e. nel caso di servizi connessi con manifestazioni a premio, gli estremi dell'autorizzazione ministeriale.

4. Restano ferme, con riferimento alle pubblicità radiotelevisive, le norme recate dalla legge 6 agosto 1990, n. 223, nonché, in generale, quelle di cui al decreto legislativo 25 gennaio 1992, n. 74.

5. Qualora le informazioni o prestazioni audiotex e videotex vengano pubblicizzate su mezzi destinati espressamente a bambini o adolescenti, tale pubblicità deve essere conforme alle disposizioni di cui all'art. 6.

6. La pubblicità relativa a servizi che offrono informazioni o consulenze deve indicare chiaramente la qualifica professionale dell'esperto o esperti o della organizzazione responsabile delle informazioni o della consulenza, salvo che ciò non sia vietato dalle norme che disciplinano la pubblicità di categorie professionali e dei loro aderenti.

7. Per i servizi audiotex di cui al comma 3 dell'art. 8, e laddove ci si avvalga della facoltà ivi prevista, la pubblicità deve contenere l'avvertenza che il servizio non è preceduto da "messaggio di presentazione".