

**250. Decreto legge 19 ottobre 1992 n. 408. Disposizioni urgenti in materia di pubblicità televisiva.**

*Questo decreto legge è stato pubblicato in GU 19 ottobre 1992 n. 246, è entrato in vigore il 20 ottobre 1992, ed è stato convertito con modificazioni dalla legge 16 dicembre 1992 n. 483.*

Il Presidente della Repubblica

Visti gli articoli 77 e 87 della Costituzione;

Ritenuta la straordinaria necessità ed urgenza di dettare assicurare nel 1993 adeguate risorse finanziarie alla concessionaria pubblica del servizio radiotelevisivo, nonché di garantire la proprietà pubblica;

Ritenuta la straordinaria necessità ed urgenza di dettare norme in materia di pubblicità al fine di assicurare una più equa ripartizione delle risorse e garantire il pluralismo nell'informazione;

Vista la deliberazione del Consiglio dei Ministri, adottata nella riunione del 15 ottobre 1992;

Sulla proposta del Presidente del Consiglio dei Ministri adottata nella riunione del 15 ottobre 1992;

Sulla proposta del Consiglio dei Ministri e del Ministro delle poste e delle telecomunicazioni:

Emana il seguente decreto legge:

**3.** I programmi di sponsorizzazione sono considerati messaggi pubblicitari nella misura minima del tre per cento della durata dei programmi stessi da comprendersi nei limiti di affollamento settimanale e giornaliero rispettivamente stabiliti per la concessionaria del servizio pubblico radiotelevisivo e per i concessionari privati.

**5.** Il presente decreto entra in vigore il giorno successivo a quello della sua pubblicazione nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica Italiana e sarà presentato alle Camere per la conversione in legge.