

Governo e Commissione europea intervengano per fermare il decreto belga sulla pubblicità delle bevande alcoliche

scritto da Redazione Wine Meridian | 9 Aprile 2024



Nel gennaio di quest'anno, il Regno del Belgio ha notificato alla Commissione europea nel quadro della procedura TRIS un decreto che, da un lato, introduce importanti forme di tutela nei riguardi dei minori, dall'altro, autorizza il Ministero della Salute belga a sviluppare un'avvertenza sanitaria che dovrà comparire in tutte le forme di pubblicità delle bevande alcoliche.

“L'impegno del settore per tutelare i minori non è in

discussione – afferma la Presidente di Federvini **Micaela Pallini** – Restiamo convinti che vadano fatti sforzi per contrastare ogni forma di promozione delle bevande alcoliche verso i minori, così come è massimo l'impegno per combattere **l'abuso di alcol**, come dimostrano l'iniziativa "No Binge" – promossa da Federvini, in collaborazione con diverse università italiane e in sede europea – e iniziative come Wine in Moderation. Tuttavia non possiamo non denunciare i rischi di un provvedimento come quello belga e per questo auspicchiamo che l'Italia intervenga con decisione e puntualità nella sede prevista, attraverso un parere circostanziato entro la scadenza prevista del 22 aprile".

Da un lato, infatti, l'ampia definizione che viene data di "**pubblicità**" rende il campo di applicazione della norma belga pressoché sconfinato, con il rischio che anche un'etichetta o elementi tipici della presentazione di una bevanda alcolica possano rientrare nella definizione di pubblicità e, quindi, obbligati a riportare il messaggio sulle avvertenze sanitarie. Dall'altro, l'**avvertenza sanitaria**, il cui contenuto e forma saranno decisi dal Ministero della Salute belga, lasciano i produttori italiani di vini, aperitivi, amari, liquori e distillati *Made in Italy* nell'ambiguità più totale non avendo alcun elemento per poter valutare nel complesso il provvedimento, con l'aggravante di non poter ricorrere a nessun altro messaggio equivalente.

Dopo il caso degli *health warnings* introdotti dall'Irlanda, largamente contestati in Europa e non solo, e alla luce di questa nuova iniziativa belga, Federvini sottolinea l'importanza che non vengano prese **singole iniziative nazionali**, non allineate a livello europeo. In quanto tali azioni unilaterali potrebbero compromettere l'armonizzazione normativa e l'efficacia complessiva delle misure comunitarie.

"Se la pubblicità delle bevande alcoliche in tutta l'UE è materia già regolamentata – ricorda **Micaela Pallini** Presidente di Federvini – in Italia con il codice di autodisciplina della

comunicazione commerciale dell'Istituto dell'autodisciplina pubblicitaria, prima, e con le linee guida promosse dalla Federazione stessa, poi, abbiamo voluto scrivere nero su bianco che è vietata verso i minori qualsiasi forma di pubblicità diretta e indiretta. Ma non è questo il punto – prosegue la Presidente – perché il vero **rischio** che si cela dietro al provvedimento belga è di ritrovarci fra qualche anno un messaggio sanitario sulla falsariga di quello irlandese!"