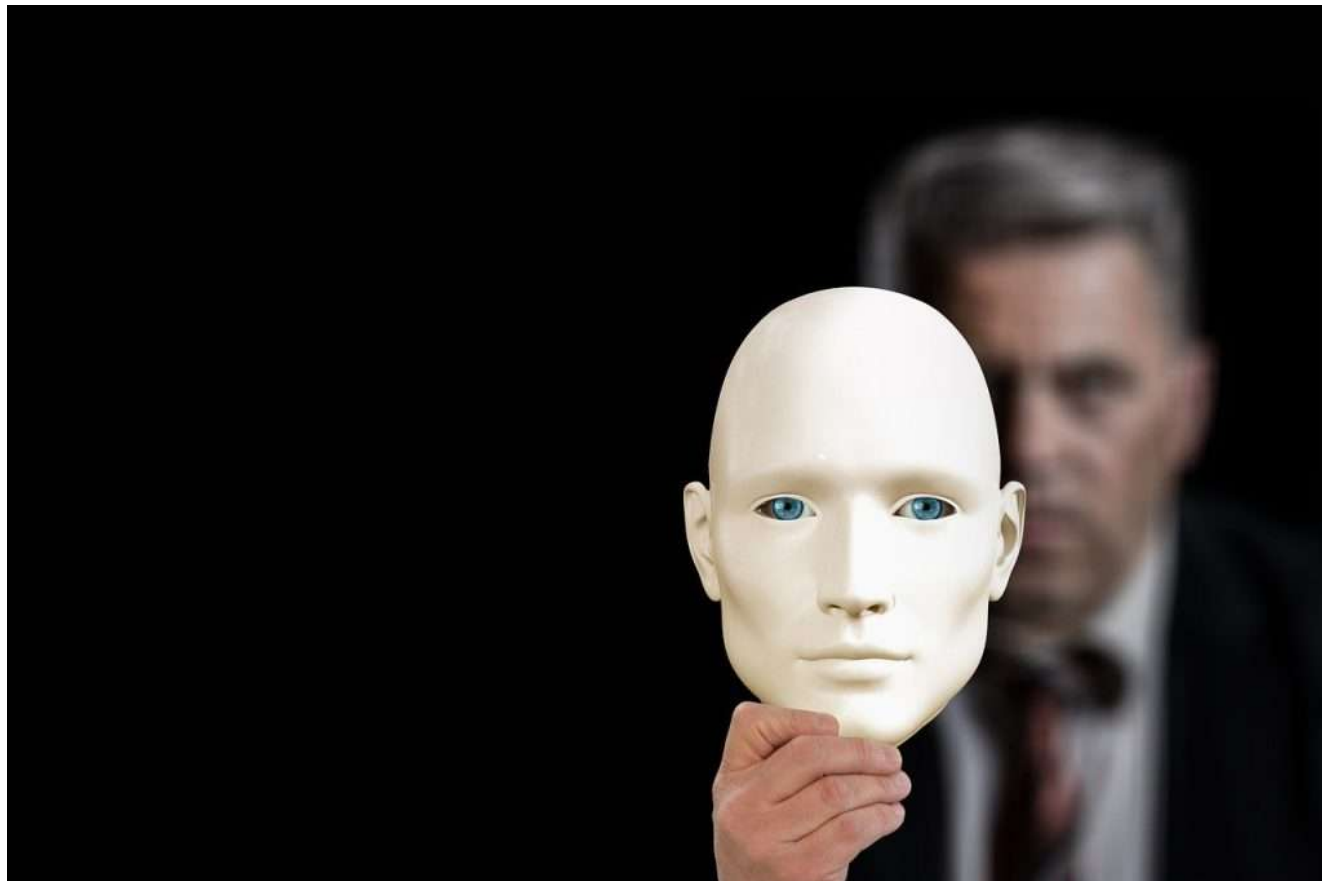


USA: vino e salute crescono gli annunci ingannevoli

scritto da Emanuele Fiorio | 28 Agosto 2020



Secondo quanto riporta Wine Business International, la “Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau” (TTB) statunitense ha diramato un avviso riguardo la pubblicità del vino.

Nell’ultima newsletter ha dichiarato: “Abbiamo trovato, sia sui siti web aziendali che sulle pagine social media, un **numero crescente di annunci relativi a bevande alcoliche che suggeriscono una relazione tra il consumo di prodotti alcolici e presunti benefici o effetti sulla salute**”.

Negli ultimi cinque anni sono sorte **diverse aziende vinicole i cui fondatori sono legati all’industria del benessere**, da Dry Farm Wines agli anonimi produttori di FitVine, fino a Cameron Diaz e Katherine Power che hanno appena lanciato il loro brand Avaline. Questi vini sono spesso posizionati come alternativa più salutare rispetto agli altri vini.

“Agita il vino. Brucia calorie”, promette **“ironicamente”** FitVine.

Poi ci sono i post su Facebook di Dry Farm Wines che affermano che è possibile **“bere vino senza rinunciare alla propria dieta** Paleo, Keto o Low Carb – niente postumi da sbornia, mal di testa o nebbia cerebrale”.

L’avviso della TTB precisa inoltre che: **“le norme sulla pubblicità del TTB proibiscono qualsiasi dichiarazione relativa alla salute che sia falsa o che tenda a creare idee fuorvianti sugli effetti del consumo di alcool sulla salute”.**

Qualsiasi produttore che non sia sicuro che il proprio materiale di marketing sia conforme alla legge o meno può sottoporlo alla revisione del TTB, gratuitamente.