

OIVE actualiza Código de Comunicación Comercial del Vino



- ❖ **La nueva versión aclara que solo las cuñas de radio que superen los 20 segundos estarán acogidas al código**

Madrid, 1 de diciembre de 2018 – El pasado agosto entró en vigor el nuevo Código de Comunicación Comercial del Vino promovido por la Organización Interprofesional del Vino de España (OIVE). En estos meses de implantación, el interés tanto de operadores como de organizaciones del sector ha ido creciendo y también la necesidad de matizar algunos aspectos. Por este motivo, OIVE ha decidido lanzar una nueva edición revisada, con la aprobación del órgano de control AUTOCONTROL, que clarifica algunas dudas en lo que respecta a las comunicaciones comerciales sonoras y ofrece una guía inicial que resume las razones por las que adherirse a dicho código.

Comunicaciones comerciales en radio

La versión actualizada, disponible desde este mes de diciembre en la web de OIVE, se centra, por un lado, en las comunicaciones comerciales sonoras donde se especifica que solo las cuñas de radio que superen los 20 segundos estarán acogidas al código y estarán obligadas a incluir una breve locución con el mensaje “disfrútalo con moderación” o equivalente.

Por otro lado, al inicio del Código se ha añadido una breve guía en la que se explica las razones de esta iniciativa cuyo objetivo es asegurar que toda comunicación comercial del vino lleve el mensaje de moderación, contribuyendo así a la educación de los consumidores y reducir los problemas causados por el abuso de alcohol.

Nuevos diseños de logos Wine in Modetarion

Wine in Moderation es una marca registrada propiedad de la asociación Wine in Moderation – Art de Vivre Aisbl con sede en Bélgica. Cuando acaba de celebrar su décimo aniversario, la asociación ha renovado el diseño de sus logos dotándoles de líneas más depuradas y ofreciendo una gran variedad de estilos. El uso de estos símbolos y logotipos está reservado solo a los operadores y organizaciones que se adhieran a dicho Código. Además, OIVE ofrece al sector otros símbolos que hacen referencia a colectivos o situaciones en las que el vino es incompatible como los menores, el consumo durante la etapa de embarazo y la conducción. Estos logotipos y símbolos, como especifica el código, serán mostrados a consumidores y público en un formato claramente visible y legible. Los menores también estarán protegidos por los controles de edad en el acceso a las páginas web de vino.

Desde OIVE animamos a unirse al mayor número de empresas con el fin de lanzar un mensaje conjunto a la sociedad. El vino es un alimento que forma parte de nuestra cultura, historia y gastronomía. Este producto, arraigado al territorio donde se produce, es también generador de valor en la zona y su consumo siempre ha estado ligado a un disfrute inteligente y moderado. No se entiende de otra forma el vino.

Más información en www.interprofesionaldelvino.es

[Descargar nueva versión Código de Comunicación](#)



Sobre OIVE

La Interprofesional del Vino de España (OIVE) es una Organización sin ánimo de lucro que agrupa a las entidades representativas de la cadena de valor del sector vitivinícola español. Se constituye como un instrumento al servicio del sector para atajar las debilidades del sector a través de la unión y el trabajo conjunto de los diferentes agentes que la forman.