Brindo: la nuova etichetta digitale per adeguarsi agli standard Ue

20230926124818chooselife-2259ebe2

A partire **dall'8 dicembre 2023** diventerà operativo il Regolamento europeo n.2021/2117, che **obbliga le aziende vinicole a fornire ai consumatori l'elenco degli ingredienti e degli allergeni** (come i solfiti) e la dichiarazione nutrizionale di ogni vino (anche aromatizzato) messo in commercio.

Un obbligo di legge che farà da volano alla diffusione del QR Code sulle etichette, una soluzione attualmente ancora poco utilizzata, visto che è presente solo sul 20% delle oltre 5 mila etichette di vino digitalizzate grazie a **Immagino**, il tool di GS1 Italy Servizi - la società nata per supportare l'adozione delle soluzioni GS1 Italy - che crea il gemello digitale di un prodotto fisico.

Di fronte al probabile cambiamento dello scenario grazie all'entrata in vigore del Regolamento europeo n.2021/2117, con i suoi **aumentati obblighi informativi a carico dei produttori vinicoli, Brindo** offre un vero e proprio servizio di etichettatura digitale sviluppato per il settore vinicolo da GS1 Italy Servizi.

Brindo è un **portale web** con cui le aziende vinicole possono condividere con i consumatori tutte le informazioni relative a ogni singola bottiglia. Su questo portale **ogni vino ha una pagina dedicata**, a cui i consumatori possono accedere in modo semplice e immediato, scansionando un QR Code apposto sull'etichetta del vino.

Il "segreto" di questo QR Code è che contiene un GS1 Digital Link, lo standard univoco globale realizzato da GS1 che **permette a consumatori e operatori di accedere in ogni momento e istantaneamente a tutti i tipi di informazioni sul prodotto**, sempre aggiornate e complete: dalle indicazioni obbligatorie, a quelle ambientali, fino ai consigli d'uso e le normative.

Brindo permette di raccogliere e **veicolare anche comunicazioni commerciali e di marketing** in sezioni distinte da quelle obbligatorie, così come prevede la legge, e anche di **condividere immagini**

fotografiche di qualità assicurando al contempo l’identificazione corretta dei prodotti nel mondo digitale. Il tutto senza dover sviluppare (e mantenere) un sito o delle pagine dedicate e senza dover adottare soluzioni proprietarie basate su QR Code non strutturati.