vinetur

California autoriza a las bodegas usar vídeos en redes para promocionar catas en restaurantes

La nueva ley elimina una limitación que impedía anunciar con formato audiovisual actos en locales con licencia

martes 6 de octubre de 2026



Las bodegas que operan en California podrán usar vídeos en redes sociales para promocionar cenas con enólogo y catas celebradas en restaurantes y otros comercios con licencia a partir del próximo 1 de enero de 2027. La posibilidad llega tras la aprobación y firma de la ley SB 1273, impulsada por la asociación Napa Valley Vintners (NVV), que agrupa a cerca de 550 bodegas.

La norma amplía una excepción dentro de las llamadas leyes de “tied-house”, el conjunto de reglas que marca la separación entre productores y comercios que venden alcohol al público. En este caso, el cambio afecta a la manera en que las bodegas pueden anunciar actividades celebradas en locales de terceros. Hasta ahora, podían difundir cierta información sobre esos eventos, pero no utilizar vídeo para hacerlo.

NVV explica que llevaba cerca de una década intentando adaptar esa regulación a los hábitos actuales de comunicación. La asociación señala que, a través de seminarios sobre cumplimiento normativo y asesoramiento legal a sus socios, detectó limitaciones que complicaban la promoción de actos organizados en restaurantes y otros establecimientos autorizados.

Ese trabajo llevó en 2017 al inicio de una campaña para cambiar la ley y, un año después, a la aprobación de la AB 2452, también promovida por NVV. Aquella reforma amplió la información que las bodegas podían compartir sobre los eventos admitidos: eliminó la prohibición de usar fotografías e ilustraciones y permitió volver a publicar contenidos en redes sociales. Sin embargo, el vídeo quedó fuera de esa excepción.

Michelle Novi, asesora jurídica interna de Napa Valley Vintners, sostiene que la forma en que los consumidores descubren bodegas y actividades ha cambiado mucho desde la última actualización normativa, en 2018. A su juicio, el vídeo es una de las herramientas más eficaces para llegar al público y resulta especialmente útil para las bodegas pequeñas e independientes, que suelen contar con menos recursos de marketing.

La SB 1273 fue presentada por el senador estatal Christopher Cabaldon y tuvo como coautores al senador McNerney y a la asambleísta Aguiar-Curry. NVV trabajó en su elaboración y tramitación con el despacho Dickenson Peatman & Fogarty y con la firma de asuntos públicos Platinum Advisors, que actúa como su representante en

Sacramento.

El cambio puede tener efecto más allá de una modificación técnica. Para el sector de las bebidas alcohólicas, abre una vía más flexible para comunicar actos presenciales ligados a la venta y la promoción, y puede facilitar la colaboración de las bodegas con restaurantes y tiendas dentro de los límites que marca la ley de California. También refuerza el peso de los formatos audiovisuales en la promoción comercial, un terreno que hasta ahora dejaba a estas empresas en una posición más limitada que la de otros anunciantes.

NVV afirma que representa los intereses de sus miembros y de la región vinícola de Napa ante administraciones locales, estatales, federales e internacionales. La asociación sostiene que su trabajo consiste en localizar problemas que afectan a las bodegas y promover soluciones para sus negocios y para el conjunto del sector del vino. En esa línea sitúa la nueva ley, que entrará en vigor al comienzo de 2027 y permitirá a las bodegas usar una herramienta que ya forma parte del consumo diario de información en redes sociales.