vinetur

Un giudice archivia la causa sulle etichette dei tequila 100% agave di Diageo

Un tribunale federale di Brooklyn ha ritenuto che i querelanti abbiano fornito prove insufficienti per dimostrare di aver pagato un sovrapprezzo per Casamigos e Don Julio.

venerdì 2 ottobre 2026



Diageo ha ottenuto l’archiviazione di una proposta class action che accusava la società di aver commercializzato in modo falso i tequila Casamigos e Don Julio come “100% agave”, dopo che un giudice federale di Brooklyn ha stabilito che gli acquirenti che avevano promosso la causa non avevano dimostrato in modo adeguato di aver subito un danno.

La giudice federale LaShann DeArcy Hall, del Distretto orientale di New York, ha stabilito mercoledì che i querelanti, un gruppo che comprendeva consumatori individuali e ristoranti, non avevano fornito un supporto sufficiente alla loro tesi secondo cui avevano pagato di più per i prodotti a causa di un'etichettatura ingannevole. La causa, depositata lo scorso anno, sosteneva che gli acquirenti avrebbero scelto marche diverse o pagato meno per i tequila di Diageo se avessero saputo che le etichette erano false.

Nel suo provvedimento, Hall si è concentrata sui limiti delle prove presentate dai querelanti. Ha scritto che il tribunale non poteva ragionevolmente desumere un'etichettatura errata diffusa e sistemica da uno studio basato su cinque campioni. L'ordinanza diceva che i querelanti non avevano mostrato, in modo giuridicamente sufficiente, in che modo il presunto problema di etichettatura si traducesse per loro in un danno concreto.

Il caso ruotava attorno a una delle pretese più importanti nel mercato del tequila. I prodotti etichettati "100% agave" vengono in genere venduti a un prezzo maggiorato perché la dicitura segnala agli acquirenti che il distillato è stato prodotto interamente con zuccheri di agave anziché con una formula mista. I querelanti sostenevano che i consumatori avessero pagato quel sovrapprezzo nella convinzione che Casamigos e Don Julio soddisfacessero tale standard.

Diageo ha respinto le accuse. Un portavoce della società ha dichiarato che il gruppo degli spirits era «lieto che il tribunale avesse respinto nella loro interezza le accuse dei querelanti di adulterazione». L'azienda stava contrastando le affermazioni secondo cui le etichette avrebbero fuorviato i consumatori sul contenuto delle bottiglie.

Gli avvocati dei querelanti hanno contestato con forza la decisione e hanno lasciato intendere che la battaglia potrebbe non essere finita. Steve Berman, uno degli avvocati che rappresentano gli acquirenti, ha dichiarato in un comunicato che la decisione «interpreta male il verbale» e che i querelanti potrebbero chiedere al tribunale di riconsiderarla. In una dichiarazione separata, i querelanti hanno affermato che i consumatori pagano di più per il tequila etichettato "100% agave" e dovrebbero ricevere ciò che credono di acquistare. Hanno anche detto che test di laboratorio

indipendenti sui tequila Diageo hanno rilevato che nessuno dei prodotti esaminati si avvicinava neppure a essere fatto interamente con agave al 100%.

La causa faceva parte di un insieme più ampio di procedimenti contro Diageo nel tribunale federale di Brooklyn. Hall aveva sospeso diverse cause correlate mentre esaminava il primo caso depositato. La sua decisione probabilmente influenzerà il modo in cui quelle altre rivendicazioni andranno avanti, se è che andranno avanti.

Il provvedimento conta al di là di questa disputa perché le rivendicazioni su ingredienti e origine svolgono un ruolo centrale in tutto il settore delle bevande, soprattutto negli spirits. Le etichette del tequila hanno un peso legale, commerciale e di branding, e i produttori fanno spesso ricorso a termini come “100% agave” per differenziare i prodotti in un mercato affollato. La decisione potrebbe allentare una parte della pressione legale sulle aziende di bevande che affrontano cause analoghe per etichettatura ingannevole quando i querelanti non riescono a dimostrare chiaramente un danno economico o a presentare prove abbastanza ampie a sostegno di accuse di illeciti sistematici. Allo stesso tempo, il caso mostra che il linguaggio dell’etichettatura premium resta un fattore di rischio per i produttori perché può diventare la base di contenziosi per frode dei consumatori quando gli acquirenti sostengono di aver pagato di più facendo affidamento su quelle dichiarazioni.

Il caso è Avi Pusateri et al v. Diageo North America, No. 1:25-cv-02482-LDH-CHK, presso la U.S. District Court for the Eastern District of New York. Gli avvocati dei querelanti includono Steve Berman e Nathaniel Tarnor di Hagens Berman e David Fernandes di Baron Budd. Diageo è rappresentata da Timothy Martin, Ellen Holloman e Christopher Le Coney di Kaplan Martin.