

## **EEUU refuerza la normativa contra la publicidad enganosa sobre la sostenibilidad de los productos**

**Reforzará la normativa contra el uso engañoso del término sostenibilidad en la publicidad y el marketing de los productos que induzca al consumidor a creer que un artículo es respetuoso del medioambiente.**

La Comisión Federal de Comercio de Estados Unidos (FTC, según sus siglas en inglés) reforzará la normativa contra el uso engañoso del término sostenibilidad en la publicidad y el marketing de los productos, que induzca al consumidor a creer que un artículo es respetuoso del medioambiente si no es cierto, informa el portal de Internet "SustainableLifeMedia.com".

En el marco de esta iniciativa, dicha comisión ha ordenado a 75 empresas, entre ellas las cadenas de grandes almacenes Target y Wal-Mart y el portal de Internet Amazon, que cambien las etiquetas de sus prendas de vestir de rayón confeccionadas con bambú, ya que indican que son sostenibles a pesar de que en su fabricación se utilizan químicos contaminantes.

FTC subraya que el bambú es un cultivo sostenible, sin embargo, si en el proceso para transformarlo en materiales textiles o para la decoración se emplean productos químicos contaminantes, el producto final no se puede comercializar como respetuoso del medioambiente.

Por ello, dicha comisión ha advertido que endurecerá las medidas contra el uso engañoso del término sostenibilidad, así como las sanciones contra las empresas que incurran en esta práctica.

(SERVIMEDIA)

Fecha artículo: lun 08 feb 2010 06:00:00 CET