

VINO IN POLVERE E CHIANTI AI MIRTILLI: LA TRUFFA COLOSSALE DEL WEB

Firenze, 14 ottobre 2019 - C'è il Chianti in polvere e c'è il Chianti al mirtillo rosso: la creatività dei truffatori sul #web non conosce limiti, un frode colossale e continuativa ai danni del **Consorzio #vino Chianti** che si è affidato ad un'agenzia specializzata di "cacciatori" per scovare le minacce che arrivano dalla rete e neutralizzarle. Un'attività di monitoraggio continuativa a tutela delle aziende e della reputazione del marchio che in quasi due anni ha dato buoni frutti.

Nei primi nove mesi del 2019 (da gennaio a settembre) i cacciatori di Griffeshield, azienda specializzata in nuove tecnologie informatiche a supporto delle medie e grandi aziende internazionali, hanno individuato oltre 15.600 minacce e ne hanno rimosse 10.700 : per la gran parte si tratta di violazioni del marchio Chianti, vendita di vini Chianti contraffatti e vendita di etichette Chianti contraffatte.

La forma principale di frode è rappresentata dai cosiddetti wine kit, ovvero preparati chimici in polvere per fare il #vino in casa al costo di un euro a bottiglia: ne sono state individuate e rimosse ben 6.000 . Seguono oltre 3.000 casi di concorrenza sleale, cioè di Chianti falso spacciato per vero, e poco meno di 2.000 violazioni del marchio commesse attraverso la commercializzazione di etichette contraffatte. La principale piazza di frode sono siti #web dedicati, come Italian Chianti style, Original Chianti, Vintners Reserve Chianti e World Vineyard Italian Chianti, seguiti dai principali marketplaces, come e-Bay e Amazon.

Alla fine del terzo trimestre 2019 Griffeshield ha rilevato e rimosso 4.852 nuove violazioni, segno del fatto che l'attività di monitoraggio non può essere mai interrotta, perché i truffatori si muovono velocemente spostandosi da una parte all'altra del #web quando vengono scovati. I risultati dell'attività avviata all'inizio del 2018 sono però molto positivi: con un totale di minacce potenziali rilevate nel primo semestre 2018 pari a 71.891, dopo quasi due anni di operatività la situazione di presenta nettamente migliorata, con un totale di violazioni rilevate online pari a 15.638.

"Nel 2019 le violazioni individuate sono state un terzo rispetto all'anno precedente. Un netto calo, segno che il lavoro funziona - commenta il presidente del **Consorzio #vino Chianti**, #giovannibusi -. Ma è un dato che non ci permette di rilassarci: il lavoro di tutela del nostro brand e delle nostre aziende deve continuare in modo serrato e determinato perché i danni che queste truffe provocano sono milionari".

La piazza peggiore sono gli Stati Uniti, perché da qui provengono i frodatori più difficili da disinnescare: il tasso di successo delle attività di "enforcement" (ovvero la pressione per rimuovere i prodotti sleali) è pari soltanto al 78% a causa della scarsa volontà di collaborare. Male anche nel Regno Unito, mercato principale dei wine kit, dove i truffatori tendono a scaricare la responsabilità sui fornitori e il tasso di successo delle richieste di rimozione si ferma al 91%. Paradossalmente il tasso di successo è pieno (100%) in Cina, dove tutte le operazioni di invito all'interruzione dei comportamenti scorretti vanno a buon fine.

"È uno sforzo enorme - conclude #giovannibusi - che ci permette di eliminare la stragrande maggioranza delle violazioni e frodi che danneggiano il marchio Chianti nel mondo. Queste azioni hanno lo scopo di aumentare la pressione e quindi il rischio di incorrere in cause legali, educando la rete di vendita online a rispettare il marchio Chianti e soprattutto i diritti dei produttori dell'autentico #vino Chianti".

[VINO IN POLVERE E CHIANTI AI MIRTILLI: LA TRUFFA COLOSSALE DEL WEB]