

## CHIANTI CONTRAFFATTO E IN POLVERE, "SERVE UN ACCORDO TRA UNIONE EUROPEA E USA"

Firenze, 14 ottobre 2019 – Sono oltre 15mila le violazioni online del marchio Chianti, scovate nei primi nove mesi dell'anno negli Stati Uniti. Sono stati gli esperti di Griffeshield, azienda specializzata in nuove tecnologie informatiche a supporto delle medie e grandi aziende internazionali, ad individuarle e rimuoverne 10mila 700. La creatività dei truffatori del web non conosce limiti: c'è infatti il Chianti in polvere e quello al mirtillo rosso e, per la maggior parte, si tratta di violazioni del marchio Chianti, vendita di vini ed etichette Chianti contraffatti. **LEGGI ANCHE: Vino, ecco vincitori Calice d'Oro**

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 6000. Seguono oltre 3000 casi di concorrenza sleale, cioè di Chianti falso spacciato per vero, e poco meno di 2000 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.

Il "tradimento" alla denominazione, arriva proprio dagli Stati Uniti, che è il primo mercato del **Consorzio Vino Chianti**, quello in cui le aziende consorziate maggiormente esportano le proprie produzioni. Oltretutto i frodatori sarebbero quelli più difficili da disinnescare. E le motivazioni le spiega il presidente del **Consorzio Vino Chianti**, Giovanni Busi.

Che ripercussioni avrà sulla denominazione l'aver stanato le contraffazioni?

"Sicuramente l'effetto sarà positivo: visto che il mercato richiede sempre più "Chianti docg", per la nostra denominazione ci saranno aumenti nelle vendite da parte delle singole aziende".

Quali sono le tutele che il Consorzio mette in atto per garantire il prodotto al consumatore finale?

"Tutte le nostre bottiglie escono con una fascetta al di sopra della quale c'è scritto Chianti docg. E in questo modo il consumatore è certo del contenuto. Le contraffazioni che noi riscontriamo riguardano invece Chianti venduto in tetrapak, cosa che è assolutamente vietata dal disciplinare, e non esiste fascetta. Fortunatamente in Italia, come nel resto dell'Unione Europea, niente di questo può succedere perché i controlli sono molto severi e, cosa più importante, la contraffazione è considerata come reato di frode".

Come mai negli Stati Uniti queste truffe sono più diffuse?

"Il problema maggiore è legato al riconoscimento del marchio 'Chianti'. Purtroppo, a suo tempo, in America la denominazione Chianti non è stata registrata come marchio. E, quando noi ci abbiamo provato in tempi più recenti, il marchio esisteva già. Pertanto, al momento, la denominazione Chianti viene considerata dagli statunitensi come "nome generico".

Un bel problema. Quale potrebbe essere la soluzione?

"Da parte nostra stiamo tentando in tutti i modi di sollecitare attraverso l'Unione Europea, l'accordo bilaterale, di natura politica, con gli Stati Uniti, per far riconoscere le denominazioni italiane come emblema di un'area geografica ben precisa. Non scordiamoci che la contraffazione ruba mercato alle nostre aziende le quali, correttamente, seguono invece i diktat imposti dal disciplinare. Insomma, il presidente Trump pensa soltanto a sanzionare o ad applicare nuovi dazi quando in realtà, quello che serve, è un mercato libero e una protezione per le nostre denominazioni e per il lavoro delle nostre aziende".

**ALTRO SU MSN: Cibi contraffatti in Ue un affare da 5 miliardi (Mediaset)**

Continua

[ CHIANTI CONTRAFFATTO E IN POLVERE, "SERVE UN ACCORDO TRA UNIONE EUROPEA E USA" ]