

# Occhio, il «falso Chianti» sa di mirtillo

Il presidente del Consorzio assolda un team di esperti cacciatori di frodi. «Già scoperte oltre quindicimila minacce»

di **Lisa Ciardi**  
FIRENZE

**Il kit con il Chianti** in polvere (falso ovviamente) per farsi il vino in casa. O ancora, il Chianti fake aromatizzato al mirtillo rosso o ad altri frutti. È una galleria degli orrori enologici quella scoperta dai cacciatori di Griffeshield, azienda specializzata nell'uso di nuove tecnologie informatiche a difesa di marchi e prodotti. Un team assoldato dallo stesso **Consorzio Vino Chianti**, guidato dal presidente Giovanni Busi, per arginare il fenomeno dei prodotti 'fake'.

**Presidente, nella battaglia contro i falsi quali risultati avete ottenuto?**

«Nei primi nove mesi del 2019, da gennaio a settembre, i due studi legali ai quali ci siamo affidati hanno individuato oltre 15.600 minacce e ne hanno rimosse 10.700: si tratta in gran parte di violazioni del marchio Chianti, di etichette o vini contraffatti. 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 stati individuati e rimossi ben 6mila. Seguono oltre 3mila casi di concorrenza sleale, cioè di Chianti falso spacciato per vero, e poco meno di 2mila violazioni del marchio commesse attraverso la commercializzazione di etichette contraffatte. La principale piazza di frode sono siti web specializzati, seguiti dai principali

**GLI '007' IN CAMPO**

**Un team specializzato analizza il web per scovare chi spaccia bottiglie fake**



Il Consorzio Chianti fa conoscere direttamente in Cina i prodotti autentici partecipando spesso a fiere specializzate

marketplaces, come e-Bay e Amazon».

**Quali sono i prodotti più strani che avete trovato?**

«Il kit per farsi il vino partendo dai preparati in polvere è sicuramente uno di questi, ma anche il Chianti al mirtillo rosso non è da meno. Ci sono poi moltissimi altri prodotti, presentati sempre con il falso nome «Chianti», che vengono aromatizzati al sapore di frutta. Di ogni gusto».

**Come mai hanno successo all'estero?**

«Purtroppo non sarei così categorico. In Toscana siamo cresciuti fra i vigneti e probabilmente a molti di noi anche solo l'idea di un vino al mirtillo crea disgusto,

ma non è detto che sia per tutti così. All'estero poi, magari in paesi dove la cultura del vino non è affermata, immagino non sembri così strano creare del Chianti, che ovviamente Chianti non è, a partire da una polvere solubile, un po' come succede col latte».

**Che fare allora?**

«Da anni combattiamo questi prodotti fake: contrastarli è uno dei compiti principali del Consorzio. Abbiamo due studi legali impegnati costantemente nell'individuare le frodi e devo dire che ci aiuta molto anche il Ministero, attraverso l'Icrf, ovvero l'ispettorato Centrale Repressione Frodi. Proprio il Ministero ha individuato il Chianti come uno dei prodot-

ti da proteggere, perché più spesso oggetto di fake e frodi. C'è poi, come dicevo, un problema forte di educazione al consumo: anche su questo stiamo lavorando da tempo».

**Cosa succede quando viene individuato un prodotto fake?**

«I nostri legali scrivono immediatamente sia al produttore che alla piattaforma web che commercializza il prodotto e nell'80% dei casi otteniamo l'immediata rimozione. Se questo non accade va avanti l'iter legale. I risultati ci sono: su 71.891 minacce potenziali rilevate nel primo semestre 2018,

**LE PIAZZE PEGGIORI**

**Difficile estirpare i falsi sia negli Usa che nel Regno Unito Più facile in Cina**

oggi la situazione si presenta nettamente migliorata, con un totale di violazioni rilevate online pari a 15.638».

**Quali sono le piazze peggiori?**

«Gli Stati Uniti, perché da qui provengono i frodati più difficili da disinnescare: il tasso di successo delle attività di 'enforcement' (ovvero la pressione per rimuovere i prodotti sleali) è del 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».

**Avete una stima dei danni?**

«Si stima che l'attuale giro d'affari di 350-400 milioni di euro l'anno del Chianti potrebbe crescere del 10% eliminando i prodotti fake».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

## I PRECEDENTI

### Copiano di tutto Dall'olio alle borse

La nostra regione  
sempre più nel mirino  
di chi ne sfrutta la fama

#### FIRENZE

**Negli anni se ne sono visti** di ogni forma, colore e sapore. Tanto che, tempo fa, sono state loro dedicate anche mostre organizzate da Osservatorio anti contraffazione della Camera di Commercio di Firenze, Nas e Coldiretti. Sono i prodotti «fake», spacciati come toscani, ma realizzati altrove e con modalità lontane da quelle tradizionali. Ecco allora, oltre al falso Chianti, la Finocchiona «Columbus» made in Usa, il «Firenza Salami» prodotto in Germania o il latte americano «Tuscan». Altra vittima ricorrente è l'olio: controllando i prodotti che vengono venduti spacciati in etichetta come toscani, le forze dell'ordine hanno scoperto molte volte origini ben diverse. Infine, la più classica delle contraffazioni, quella dei prodotti pellettieri, un must in Toscana che risente assai dell'incessante attività dei falsari. Il tutto a creare inevitabile disagio nei produttori corretti, nonché danno all'immagine complessiva delle genuine lavorazioni toscane.

