

Su questo sito utilizziamo cookie tecnici e, previo tuo consenso, cookie di profilazione, nostri e di terze parti, per proporti pubblicità in linea con le tue preferenze. Se vuoi saperne di più o prestare il consenso solo ad alcuni utilizzi [clicca qui](#). Cliccando in un punto qualsiasi dello schermo, effettuando un'azione di scroll o chiudendo questo banner, invece, presti il consenso all'uso di tutti i cookie **OK**

FRANCIA
ITALIA



Dal kit per il Chianti in polvere a quello al mirtillo, 15.600 tentate truffe in 9 mesi: il Consorzio si affida ai cacciatori di frodi online

Marta Panicucci

50 MINUTI

2



Kit per la produzione di 'Chianti' in polvere in vendita su ebay.

Voi berreste mai un bicchiere di **Chianti al mirtillo rosso**, oppure un calice di vino fatto con **Chianti in polvere**? Ecco. Se per un italiano la proposta probabilmente suona spaventosa, per gli stranieri, americani in primis, può essere al contrario allettante. **Le frodi legate ai prodotti di eccellenza dell'agrifood italiano**, come il vino, stanno assumendo **dimensioni colossali** e la creatività dei truffatori sul web non conosce limiti.

Tanto che il **Consorzio Vino Chianti** ha deciso di affidarsi ad un'agenzia specializzata di **'cacciatori' di truffe online** per scovare tutte le minacce che girano in rete. Da circa due anni il Consorzio – che in Toscana conta oggi 3.000 produttori che lavorano su più di 15.500 ettari di vigneto per 800.000 ettolitri di Chianti all'anno – ha ingaggiato un team di cacciatori di **Griffshield**, azienda specializzata in nuove tecnologie informatiche a supporto delle medie e grandi aziende

FinanciaLounge

Contenuti offerti da **FINANCIALOUNGE**



Mercati, per Legg Mason è il momento di spostarsi su titoli difensivi



AllianzGI: Brexit e dazi, i mercati aspettano un cenno per scattare



Goldman Sachs AM: la rassicurazione della Fed per ora può bastare



Il boom dei consumi lungo la Nuova Via della Seta

Guarda Anche



Australia: trovato un esemplare del leggendario 'Mola Mola', il pesce più grande del mondo



Ecco perché i figli di 'genitori-elicottero' hanno più successo in società, ed ecco cosa rischiano



La più grande portacontainer al mondo in Europa: ecco com'è il colosso dei mari



internazionali per neutralizzare le truffe online e difendere la reputazione del marchio.

Nei primi nove mesi del 2019 gli informatici 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**.

Ad andare per la maggiore sono i cosiddetti **'wine kit', ovvero preparati chimici in polvere** che permettono al consumatore di **prepararsi da solo il vino in casa**, al costo di un euro a bottiglia: da gennaio a settembre i cacciatori hanno individuato circa **6.000 truffe con i wine kit**.

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. Ma **dove si 'spacciano' questi prodotti falsi?** Il **Consorzio Vino Chianti** spiega che **la principale piazza di frode sono siti web dedicati**, come Italian Chianti style, Original Chianti, Vintners Reserve Chianti e World Vineyard Italian Chianti, che già nel nome hanno un riferimento diretto al blasonato marchio di vino toscano.

Ma si può inciampare in un Chianti contraffatto o in povere anche su piattaforme più conosciute e usate come **e-Bay e Amazon**. Quando viene individuata una violazione, il titolare del marchio originale invita il soggetto a interrompere il comportamento scorretto e a rimuovere la truffa dal web. Ma non sempre, purtroppo, le richieste vengono accolte. **Il paese più restio a collaborare sembrano essere gli Stati Uniti**: il tasso di successo delle attività di "enforcement", ovvero la pressione per rimuovere i prodotti sleali da parte dei cacciatori di truffe online, è pari soltanto al 78%. Male **anche nel Regno Unito, il 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%. Si registra invece un **ottimo tasso di successo, pari al 100%, in Cina**, dove tutte le operazioni di invito all'interruzione dei comportamenti scorretti vanno a buon fine. Grazie all'azione dei cacciatori di frodi e all'attività di "enforcement" comunque la situazione è migliorata: **nel primo semestre 2018 erano state individuate ben 71.891 truffe online**.

*"Nel 2019 le violazioni individuate sono state un terzo rispetto all'anno precedente – commenta il presidente del **Consorzio Vino Chianti**, Giovanni Busi – un netto calo, segno che il lavoro funziona, 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".*

Si tratta addirittura di truffe miliardarie se si allarga lo sguardo al resto della penisola e all'intero paniere dei prodotti del Made in Italy.



I 10 mestieri che attirano le personalità psicopatiche

da Taboola

Più letti Oggi

- 1** Nuovi guai per Boeing: a terra anche alcuni 737Ng. Mentre Airbus mette a segno un colpo grosso e le vendite volano
- 2** Le prime 10 città del mondo con le persone più ricche, una classifica
- 3** Zona franca addio, a Campione d'Italia arriva l'Iva: da gennaio entrerà nell'Unione doganale
- 4** In un mese Salvini ha speso 124mila € per sponsorizzare i suoi post Facebook, Zingaretti 1.400, Di Maio zero
- 5** Norvegia: l'autostrada con vista sulle balene è la più bella del mondo. Ma anche tra le più pericolose

Dal Web



Social innovation. La tecnologia al servizio dell'uomo, benvenuti nell'era 5.0

La Repubblica per Hitachi



Si alla pasta, bocciate le diete "low-carb"

Conad



Internet senza telefono, le migliori 5 offerte del mese.

Offerte Adsl e Fibra | Ricerca annunci



L'Italia infatti detiene il primato mondiale per l'agroalimentare con 822 prodotti Dop, Igp, Stg registrate a livello europeo su 3.036 totali nel mondo (Rapporto Ismea – Qualivita 2018). Lo scorso anno il comparto delle indicazioni geografiche italiane ha superato per la prima volta i 15,2 miliardi di euro di valore della produzione per un contributo del 18% al valore economico complessivo del settore agroalimentare nazionale e tocca gli 8,8 miliardi di export (+4,7%). I dati confermano che il patrimonio agroalimentare italiano è unico al mondo in termini di qualità ed assortimento, un primato però che lo espone ai rischi di imitazioni fino alle vere e proprie truffe.

La fame di 'italianità' e la forte richiesta dei prodotti tricolore, a volte difficilmente reperibili e particolarmente costosi all'estero, **ha dato vita negli anni ad una vera e propria economia parallela di prodotti contraffatti** che sottraggono ingenti risorse al tessuto agroalimentare italiano. Questo fenomeno è ormai conosciuto come **'Italian Sounding'**, pratica che prevede l'utilizzo di denominazioni geografiche, immagini, colori e marchi che **evocano l'Italia** in modo da indurre in errore anche l'ignaro consumatore straniero che, convinto che aver comprato un prodotto proveniente dall'Italia, porterà in tavola il **Parmesan cheese o la Zottarella**.

Secondo Coldiretti, nel **2018 il valore del falso Made in Italy agroalimentare ha superato i 100 miliardi** nel mondo con un aumento record del 70% nel corso dell'ultimo decennio per effetto della pirateria internazionale e dell'escamotage dell'Italian Sounding. Basti pensare che **l'export di prodotti agroalimentari italiani nel 2018 si è fermato a quota 41,8 miliardi** per capire l'entità del danno che le truffe arrecano all'economia italiana. Secondo Autentico, il progetto nato per contrastare il fenomeno dell'Italian Sounding, **ogni anno 1,2 miliardi di persone nel mondo comprano cibo italiano, ma 2 prodotti su 3 venduti all'estero sono soltanto imitazioni**.

Il fenomeno l'agropirateria internazionale colpisce tutte le regioni italiane con un lungo esempio di prodotti 'copiati': la Fontina della Valle d'Aosta, il Gorgonzola del Piemonte, il Parmigiano Reggiano e la Bresaola della Valtellina, il Prosecco veneto, il prosciutto San Daniele del Friuli-Venezia Giulia, il Grana Padano, l'aceto Balsamico e la Mortadella emiliana, le mozzarelle di Bufala della Campania, il Pecorino Romano e in Toscana, oltre al Chianti anche il salame toscano.

Fenomeno che non potrà che peggiorare sulla scia della guerra commerciale e delle politiche economiche internazionali: il via libera ai dazi del presidente degli Stati Uniti, Donald Trump e **gli accordi commerciali come il Ceta** (accordo di libero scambio tra Canada e Unione europea) vanno ad aggravare una situazione già preoccupante per le aziende italiane. Il **Canada, per esempio, ha già legittimato la produzione delle imitazioni delle più note specialità enogastronomiche italiane**, mentre l'imposizione dei dazi negli Stati Uniti porterà ad un incremento della produzione e della diffusione di prodotti fake.



Scopri Nespresso Easy - Ottieni una macchina omaggio

Nespresso

Contenuti Sponsorizzati da Taboola

Come previsto, il 18 ottobre sono scattati i dazi annunciati da Trump con un effetto sull'Italia di 500 milioni e un probabile crollo dell'export pari al 20%. Nella black list Usa dei prodotti Made in Italy, ci sono infatti il Parmigiano Reggiano, il Grana Padano e il Gorgonzola, ma anche salumi, agrumi, succhi e liquori.

Secondo le analisi di Filiera Italia si è trattato di un **“attacco selettivo”**, ha detto il coordinatore Luigi Scordamaglia **“riservato a quelle eccellenze del Made in Italy più imitate e contraffatte negli Usa”**.

Per cercare di arginare il fenomeno dell'italian Sounding e dell'impatto dei dazi sul dilagare dei prodotti farlocchi, nei giorni scorsi è stato presentato a Colonia un **protocollo d'intesa firmato da Filiera Italia, Coldiretti, Fiera di Colonia e Ice** per avviare una collaborazione al fine di arginare l'agropirateria che colpisce il Made in Italy. Il documento prevede rapporti sulla diffusione del fake Italian, l'attivazione di un help desk dedicato agli operatori internazionali che vogliono approfondire i valori del vero Made in Italy, supporto legale in caso di rilevazione di concorrenza sleale, attività di sensibilizzazione e supporto per i partner che vogliono partecipare a fiere all'estero. Un'iniziativa necessaria, ma che, senza il coinvolgimento e la collaborazione dei Paesi direttamente interessati, rischia di rivelarsi soltanto l'ennesima arma spuntata.

Business Insider Italia

Vuoi ricevere ogni giorno le migliori notizie di Business Insider Italia? Iscriviti gratuitamente alla nostra newsletter

ISCRIVITI

Taboola Feed

