

Italia a Tavola



Quotidiano di enogastronomia, turismo, ristorazione e accoglienza
Venerdì 23 Gennaio 2026 | aggiornato alle 18:37 | 116976 articoli pubblicati

CHECK-IN

APP DOWNLOAD  [WINE](#) [ATTUALITÀ](#) [HORECA](#) [CHECK-IN](#) [ALIMENTI](#) [APPUNTAMENTI](#) [SALUTE](#) [RICETTE](#)

2.500 ILLECITI

[HOME](#) » [WINE](#) » CANTINE e CONSORZI

Contraffazioni e abusi online: il Chianti è tra i nomi più esposti ai falsi sul web

Oltre 2.500 contenuti online utilizzano in modo improprio la denominazione Chianti. È quanto emerge dal Report di Online Brand Protection 2025 del Consorzio, che fotografa un fenomeno diffuso tra e-commerce, social network e web

di [Redazione Italia a Tavola](#)

23 gennaio 2026 | 16:06

2.500 ILLECITI

CANTINE e CONSORZI

Contraffazioni e abusi online: il Chianti è tra i nomi più esposti ai falsi sul web

Oltre 2.500 contenuti online utilizzano in modo improprio la denominazione Chianti. È quanto emerge dal Report di Online Brand Protection 2025 del Consorzio, che fotografa un fenomeno diffuso tra e-commerce, social network e web

di [Redazione Italia a Tavola](#)

23 gennaio 2026 | 16:06

Il nome Chianti continua a essere uno dei più esposti agli abusi nel mondo digitale. Tra e-commerce, social network e siti web, l'uso improprio della denominazione resta diffuso e in continua evoluzione. Un report del [Consorzio Vino Chianti](#) fotografa numeri, canali e criticità di una pressione che va ben oltre il vino in bottiglia.



Falso Chianti, oltre 2.500 contenuti illeciti individuati online negli ultimi sei mesi

Il nome Chianti sotto pressione nel mondo digitale

Oltre 2.500 contenuti online che utilizzano in modo improprio la denominazione Chianti sono stati individuati negli ultimi sei mesi all'interno dell'ecosistema digitale. È quanto emerge dal **Report di Online Brand Protection - Overview 2025**, commissionato dal **Consorzio Vino Chianti**, che restituisce una fotografia puntuale di un fenomeno ormai strutturale e diffuso, ben oltre i confini della produzione vitivinicola.



*Giovanni Busi, presidente del **Consorzio Vino Chianti***

Nel periodo analizzato sono stati censiti 2.507 contenuti irregolari, distribuiti su 411 siti web differenti, presenti su piattaforme di e-commerce internazionali, social network e nomi a dominio che includono il termine Chianti. Un utilizzo che, come evidenzia il report, «si estende ben al di fuori del perimetro della denominazione di origine»,

Dalle imitazioni ai wine kit, un uso che va oltre il vino

L'analisi mette in luce come una parte consistente delle violazioni riguardi **prodotti potenzialmente contraffatti**, ma anche **prodotti trasformati non autorizzati**, kit per la produzione domestica di vino e vini commercializzati in **formati non consentiti**. Accanto a questi casi, il nome Chianti viene spesso associato a **abbigliamento**, **accessori**, **bicchieri e oggetti di uso comune**, sfruttando la notorietà della denominazione come elemento attrattivo.

LEGGI ANCHE

[Consorzio Vino Chianti](#), Giovanni Busi confermato presidente

[Consorzio Vino Chianti](#) riduce la produzione per limitare le giacenze di magazzino

[Consorzio vino Chianti Classico festeggia a Firenze i suoi primi 100 anni](#)

Nuova guida per il [Consorzio Vino Chianti](#): Saverio Galli Torrini direttore

In alcuni casi più critici, il monitoraggio ha individuato anche **siti di phishing**, che utilizzano immagini, nomi e riferimenti al Chianti con finalità ingannevoli. «Un fenomeno che non danneggia solo il marchio, ma rischia di confondere il consumatore», spiegano fonti vicine al dossier.

Enforcement e rimozioni: un presidio continuo

Accanto all'attività di analisi e mappatura, nel corso del 2025 il [Consorzio Vino Chianti](#) ha intensificato le azioni di **enforcement**, ottenendo la rimozione di **1.091 contenuti illeciti** dal web. Un risultato che conferma l'efficacia di un controllo strutturato e continuativo, ma che allo stesso tempo evidenzia come il fenomeno resti ampio e in costante trasformazione.



Il nome Chianti continua a essere uno dei più esposti agli abusi nel mondo digitale

La concentrazione maggiore delle violazioni si registra sulle **grandi piattaforme internazionali di e-commerce** e sui marketplace attivi sia a livello globale sia locale, dove la velocità di pubblicazione e la frammentazione dei controlli rendono più complesso l'intervento tempestivo.

Social network e domini, un'area ancora sensibile

Il monitoraggio ha interessato anche i **social network**, dove sono stati individuati **83 account** che utilizzano la denominazione Chianti all'interno del nome o dell'identità digitale. Si tratta in prevalenza di profili legati al mondo del vino e della ristorazione, ma non sempre riconducibili a soggetti autorizzati.



Analoga attenzione è stata riservata ai **nomi a dominio**: l'analisi ha rilevato **105 domini** contenenti il termine **Chianti**, molti dei quali riferibili a ristoranti, vinerie o attività commerciali. Una zona grigia che, pur non configurando automaticamente una violazione, rappresenta un punto critico per la **tutela del marchio** e per la corretta informazione del consumatore finale.

Tutela del valore e informazione al consumatore

Il report restituisce l'immagine di una denominazione fortemente attrattiva, ma proprio per questo esposta a utilizzi impropri. La strategia del Consorzio punta a rafforzare il presidio digitale come strumento di tutela del valore economico e culturale del **Chianti**, ma anche come garanzia di trasparenza per il mercato. «Difendere il nome significa difendere l'identità del vino e il lavoro dei produttori», è la linea che emerge dall'azione portata avanti negli ultimi mesi.

 **Consorzio Vino Chianti**

 Viale Belfiore 9 50144 Firenze

 Tel +39 055 333600