

Il presente di Siena, aggiornato

[News](#)[Economia](#)[Cultura](#)[Voci del territorio](#)[Turismo](#)[Eventi](#)[Magazine](#)[Sport](#)del23 Gennaio 2026/[InEconomia](#), [In Evidenza](#)

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

[Home](#) > [In Evidenza](#) >

Condividi su

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

Oltre **2.500 contenuti online individuati negli ultimi sei mesi**, distribuiti tra siti web, marketplace, social network e nomi a dominio che utilizzano in modo improprio la denominazione Chianti. È quanto emerge dal **Report di Online Brand Protection – Overview 2025**, commissionato dal **Consorzio Vino Chianti**, che fotografa con precisione la dimensione e la diffusione del fenomeno nel contesto digitale.

Nel periodo analizzato sono stati identificati **2.507 contenuti** riconducibili a usi non autorizzati della denominazione, ospitati su **411 siti web differenti**, presenti su **numerose piattaforme di e-commerce internazionali** e diffusi anche attraverso **social network e nomi a dominio** contenenti il termine Chianti. L'attività di monitoraggio ha interessato l'intero ecosistema digitale, evidenziando come il nome Chianti venga utilizzato ben oltre il perimetro del vino a denominazione di origine. L'analisi mostra che una parte rilevante delle violazioni riguarda **prodotti potenzialmente contraffatti, prodotti trasformati non autorizzati, wine kit per la produzione domestica di vino, vini venduti in formati non consentiti**, oltre a usi impropri del marchio per **abbigliamento, accessori, bicchieri e altri articoli di uso comune**. In diversi casi sono stati individuati anche **siti di phishing** che utilizzavano immagini e riferimenti al Chianti per finalità ingannevoli.

Accanto all'attività di monitoraggio, nel corso del 2025 il Consorzio ha rafforzato l'azione di enforcement, che ha portato alla **rimozione di 1.091 contenuti illeciti** dal web. Un risultato significativo, che conferma l'efficacia di un presidio strutturato e continuo, ma che al tempo stesso restituisce la misura di un fenomeno ampio e in costante evoluzione, con una forte concentrazione sulle grandi piattaforme internazionali di e-commerce e sui marketplace attivi a livello globale e locale.

Anche i social network rappresentano un ambito sensibile: il monitoraggio ha individuato **83 account** che utilizzano la denominazione Chianti all'interno del nome o dell'identità digitale, prevalentemente in contesti legati al vino e alla ristorazione, mentre l'analisi dei nomi a dominio ha rilevato **105 domini** contenenti il termine Chianti, molti dei quali riconducibili a ristoranti e vinerie e potenzialmente critici per la tutela del marchio e per la corretta informazione dei consumatori.

“Il report dimostra con chiarezza quanto il nome Chianti sia oggi esposto a utilizzi impropri e strumentali, soprattutto online – **Giovanni Busi, presidente del Consorzio Vino Chianti** –. Una parte consistente delle violazioni riguarda ambiti completamente estranei al Chianti DOCG: prodotti alimentari trasformati, wine kit, accessori e articoli commerciali che sfruttano un nome noto per generare valore improprio. Questo crea confusione nel consumatore e danneggia il lavoro dei produttori”.

“Il Chianti oggi è uno dei portabandiera del vino italiano: questo da una parte ci rallegra per il suo riconoscimento, ma dall'altra spinge il Consorzio a rafforzare l'attività di monitoraggio e di enforcement e, laddove ne ricorrano le condizioni, ci muoveremo anche per vie legali, in collaborazione con le autorità competenti e con le piattaforme coinvolte. Difendere il nome Chianti – conclude Busi – significa difendere un patrimonio collettivo, il territorio e la credibilità della denominazione sui mercati internazionali”.

Condividi:



Altro