

MENU

EN



WineNews

THE POCKET WINE WEB SITE IN ITALY

Venerdì 23 Gennaio 2026 - Aggiornato alle 16:56



ITALIA

MONDO

NON SOLO VINO

NEWSLETTER

LA CANTINA DI WINENEWS

DICONO DI NOI

WINENEWS TV

ITALIA
IL CASO

HOME > ITALIA

Il Chianti "sotto attacco" sul web: 2.500 contenuti illeciti individuati online negli ultimi 6 mesi

Sono i numeri del Report di "Online Brand Protection - Overview" 2025, commissionato dal Consorzio, che fotografa la grandezza del fenomeno

FIRENZE, 23 GENNAIO 2026, ORE 16:56



Il Chianti, la Docg più grande della Toscana



1/2



Oltre 2.500 contenuti online individuati negli ultimi 6 mesi, distribuiti tra siti web, marketplace, social network e nomi a dominio che utilizzano in modo improprio la



for a better wine world

denominazione Chianti, la denominazione più grande e "pop" della Toscana enoica e, quindi, una delle più famose e iconiche nel mondo. 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. E che dimostra come le "distorsioni" vadano oltre la bottiglia, tanto che c'è chi sfrutta il valore, il prestigio e la fama di un marchio, in modo non appropriato, anche nella galassia di visitatori che popolano il web quotidianamente.

Nel periodo analizzato, spiega la nota, 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 ad 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 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, infatti, individuato 83 account che utilizzano la denominazione Chianti nel nome o nell'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 - spiega Giovanni Busi, presidente 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".


BERTANI

FRANCIACORTA
