

Seguici su:

CERCA

FESTIVAL GUSTO 2025

LE STORIE

VINI E SPIRITI

VIAGGI DI GUSTO

CHI SIAMO

adv



LA DENUNCIA

Falso Chianti, dai kit per vino fai da te ai profili fake sui social: oltre 2.500 casi in sei mesi

a cura della redazione del Gusto



Etichette contraffatte, usi commerciali del nome per magliette e oggetti, formati di bottiglie non ammessi. Il Consorzio rafforza il monitoraggio digitale e intensifica le azioni di tutela del marchio

23 GENNAIO 2026 ALLE 15:27

2 MINUTI DI LETTURA

Dai kit per produrre vino in casa all'utilizzo del nome Chianti per abbigliamento e oggettistica, passando per marketplace e

 SALUTE

social network: sono oltre 2.500 i contenuti digitali irregolari individuati negli ultimi sei mesi. Il dato emerge dal report di online brand protection - overview 2025, commissionato dal **Consorzio Vino Chianti**, che fotografa con precisione l'ampiezza e la pervasività del fenomeno nel mondo online.

Nel periodo preso in esame sono stati rilevati **2.507 contenuti riconducibili a utilizzi non autorizzati** della denominazione Chianti, distribuiti su 411 siti web differenti. Le segnalazioni riguardano piattaforme di e-commerce internazionali, marketplace, social network e nomi a dominio che impiegano il termine Chianti al di fuori del perimetro consentito. L'attività di monitoraggio ha interessato l'intero ecosistema digitale, mettendo in evidenza come il nome della denominazione venga spesso utilizzato in contesti estranei al vino a denominazione di origine.

LA NOVITÀ

Langhe Nebbiolo Doc in bag-in-box: la svolta che accende il dibattito nella terra del Barolo

di **Lara Loreti**
21 Gennaio 2026



“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”.

L'analisi mostra che una quota significativa delle violazioni riguarda prodotti potenzialmente contraffatti o non autorizzati, come vini venduti in formati non ammessi, prodotti trasformati e wine kit per l'autoproduzione domestica. Accanto a questi casi, sono emersi numerosi **utilizzi impropri del marchio per capi di abbigliamento**, accessori, bicchieri e altri oggetti di uso quotidiano. In alcune circostanze sono stati individuati anche siti di phishing che sfruttavano immagini e riferimenti al Chianti con finalità ingannevoli.

Parallelamente all'attività di controllo, nel corso del 2025 il Consorzio ha intensificato le azioni di contrasto, ottenendo la rimozione dal web di 1.091 contenuti illeciti. Un risultato che conferma l'efficacia di un presidio strutturato e continuativo, ma

Tornano le Arance della Salute Airc, il 24 gennaio in 3mila piazze per ricerca sul cancro



Leggi anche

Lo sciopero dello champagne: tagli ai bonus per la crisi, la protesta dei lavoratori Lvmh

Daniela Mastroberardino rieledda alla guida delle Donne del Vino: “È il tempo della consapevolezza”

Vino in affanno sui mercati esteri: 110 milioni persi negli ultimi 3 mesi negli Usa fra dazi e crisi

IL GUSTO



Falso Chianti, dai kit per vino fai da te ai profili fake sui social: oltre 2.500 casi in sei mesi

A CURA DELLA REDAZIONE DEL GUSTO

Masterchef, come si crea il pane perfetto? I segreti della panificazione svelati da Casci Ceccacci

Dieta al femminile su misura, il segreto? Seguire i ritmi ormonali

DI GIORGIO E CATERINA CALABRESE

Parte il campionato per celebrare la pasta fatta a mano

DI LUISA MOSELLO

che evidenzia allo stesso tempo la portata di un fenomeno ampio e in continua trasformazione, particolarmente concentrato sulle grandi piattaforme di e-commerce attive a livello globale e locale.

LA NOVITÀ

Langhe Nebbiolo Doc in bag-in-box: la svolta che accende il dibattito nella terra del Barolo

di **Lara Loretì**
21 Gennaio 2026



Anche il fronte dei social network si conferma delicato: il monitoraggio ha individuato 83 account che utilizzano la denominazione Chianti all'interno del nome o dell'identità digitale, soprattutto in ambiti legati al vino e alla ristorazione. Sul versante dei nomi a dominio, l'analisi ha rilevato 105 domini contenenti il termine Chianti, molti dei quali riferibili a ristoranti e vinerie e potenzialmente critici sia per la tutela del marchio sia per una corretta informazione dei consumatori.

“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”.

Argomenti

Cantine e vini

Vini e spiriti

© Riproduzione riservata