

Falso Chianti online: oltre 2.500 utilizzi illeciti in sei mesi sotto la lente del Consorzio

Dai wine kit fai-da-te all'abbigliamento, passando per marketplace e social network: un report fotografa l'uso improprio del nome Chianti nel mondo digitale. Il **Consorzio Vino Chianti** rafforza il monitoraggio e annuncia azioni di tutela più incisive, anche sul piano legale. Oltre 2.500 contenuti illeciti online individuati in appena sei mesi. È il dato centrale che emerge dal Report di Online Brand Protection Overview 2025, commissionato dal **Consorzio Vino Chianti**, che analizza la diffusione degli usi impropri della denominazione nel contesto digitale globale.



Marketplace, social e domini: il perimetro delle violazioni Nel periodo monitorato sono stati rilevati 2.507 contenuti non autorizzati, distribuiti su 411 siti web, tra piattaforme di e-commerce internazionali, social network e nomi a dominio contenenti il termine Chianti. Un utilizzo che spesso travalica il perimetro del vino Chianti DOCG, coinvolgendo ambiti del tutto estranei alla denominazione. Dai wine kit al merchandising Le violazioni più frequenti riguardano prodotti potenzialmente contraffatti wine kit per la produzione domestica, vini commercializzati in formati non consentiti, oltre a un ampio ricorso al nome Chianti per abbigliamento, accessori, bicchieri e oggetti di uso comune. In alcuni casi sono stati individuati anche siti di phishing, che sfruttano l'immagine del Chianti per finalità ingannevoli. Enforcement e rimozioni: i primi risultati Nel corso del 2025 il Consorzio ha intensificato l'attività di controllo e intervento, ottenendo la rimozione di 1.091 contenuti illeciti. Un risultato che conferma l'efficacia di un presidio strutturato, ma che evidenzia anche un fenomeno ancora ampio e in costante evoluzione, soprattutto sulle grandi piattaforme di e-commerce. Social network e identità digitali Particolarmente sensibile anche il fronte social: sono stati individuati 83 account che utilizzano la denominazione Chianti nel nome o nell'identità digitale, mentre l'analisi dei domini ha portato alla luce 105 nomi a dominio contenenti il termine, spesso riconducibili a ristoranti e vinerie, con potenziali criticità per la corretta informazione del consumatore. La posizione del Consorzio Il report dimostra quanto il nome Chianti sia oggi esposto a utilizzi impropri, soprattutto online, afferma Giovanni Busi, presidente del **Consorzio Vino Chianti**. Questo genera confusione e danneggia il lavoro dei produttori. Difendere il Chianti significa difendere un patrimonio collettivo, il territorio e la credibilità della denominazione sui mercati internazionali. Enrico Serafino debutta al Tardini con una Lounge tra vino, calcio e ospitalità