Contraffazione nel vino: perché investire in tecnologie anti-frode?

scritto da Redazione Wine Meridian | 3 Giugno 2025

Dai recenti casi di vino contraffatto nel Regno Unito al ruolo crescente della tecnologia nella tracciabilità, il settore vitivinicolo è sotto assedio. I produttori devono agire: tutelare marchi, innovare con soluzioni come blockchain e RFID, e formare i consumatori. Proteggere l'autenticità non è più un'opzione: è la nuova frontiera della fiducia nel vino.

Il vino contraffatto non è solo un danno economico, ma un attacco diretto alla fiducia del consumatore e alla credibilità del marchio. È quanto emerso da un'inchiesta pubblicata su *The Shout New Zealand* a firma di Charlotte Cowan, che parte dal caso recente di bottiglie false del noto brand australiano Yellow Tail apparse nuovamente sul mercato

britannico.

Anche se, secondo la proprietà Casella Family Brands, l'episodio potrebbe derivare da un precedente ciclo di contraffazione, il fenomeno è tutt'altro che sporadico. Si tratta di un problema strutturale che **minaccia in particolare i produttori focalizzati sull'export**, spesso privi di strumenti concreti per contrastare efficacemente le sofisticate filiere del falso.

Il primo strumento che ogni cantina dovrebbe attivare è la protezione del proprio marchio. Senza una registrazione solida nei mercati chiave, è quasi impossibile ottenere tutela legale in caso di contraffazioni. Ma oggi non basta più registrare solo il nome o il logo: anche colori, forme della bottiglia, chiusure personalizzate, elementi grafici distintivi possono essere legalmente protetti. Si tratta di asset strategici che contribuiscono alla riconoscibilità del brand e rendono più difficile la replica da parte dei falsari. **Un passo ulteriore, già attuato dalle aziende più attente, è il deposito di notifiche doganali.** In pratica, si autorizzano le autorità di frontiera a bloccare spedizioni sospette che violano i diritti di marchio, creando una vera e propria "frontiera difensiva" contro il commercio illecito.

Alla componente legale si affianca oggi un ventaglio di **soluzioni tecnologiche** per garantire l'autenticità della bottiglia. **Codici QR dinamici, sigilli olografici, chip NFC e persino sistemi blockchain** stanno ridefinendo il concetto di tracciabilità. Un esempio concreto è il progetto europeo TRACEWINDU, che mira a creare un archivio digitale completo di tutte le fasi di produzione e distribuzione di un vino. Il consumatore, scansionando un QR code, potrebbe accedere a informazioni certificate su provenienza, fermentazione, imbottigliamento e distribuzione. Tra le innovazioni più promettenti si segnala anche la **sperimentazione di tag RFID chipless** realizzati con grafene indotto da laser (LIG), integrati direttamente nel tappo. Questi dispositivi, non

replicabili e a basso costo, **potrebbero rappresentare il futuro della lotta alla contraffazione** nel segmento premium.

Ma anche le tecnologie più avanzate rischiano di fallire se manca il coinvolgimento del consumatore finale. **I brand devono quindi investire in campagne di sensibilizzazione**, spiegando come riconoscere i falsi, come segnalarli e, dettaglio spesso trascurato, come smaltire correttamente le bottiglie vuote per evitare che vengano riutilizzate in modo fraudolento. Dagli errori ortografici sulle etichette alle differenze di texture o colore, **esistono vari indizi che possono aiutare a smascherare un vino contraffatto.** Ma serve un'azione coordinata tra produttori, distributori e clienti per rendere la vita difficile ai falsari.

Garantire che una bottiglia aperta a Berlino, Boston o Bangkok contenga davvero il vino prodotto in vigna è una sfida globale. Ma è anche una responsabilità etica e commerciale per le aziende vitivinicole che puntano a mercati internazionali. La complessità del commercio mondiale del vino continuerà a crescere, ma con una **strategia integrata tra tutela legale, innovazione tecnologica e cultura della trasparenza**, i marchi del vino possono non solo proteggersi, ma rafforzare il loro legame di fiducia con il pubblico.

Punti chiave:

1. **Contraffazione diffusa**: Anche marchi internazionali come Yellow Tail sono colpiti da sofisticate reti di falsificazione, minando reputazione e sicurezza.
2. **Marchi registrati essenziali**: Proteggere il brand nei mercati esteri è fondamentale per intraprendere azioni legali contro i falsi.
3. **Difesa attraverso il design**: Forme delle bottiglie, capsule, etichette e colori distintivi possono essere

registrati e difesi legalmente.

4. **Tecnologia al servizio dell’autenticità**: Blockchain, QR code, chip NFC e tag RFID offrono tracciabilità sicura lungo tutta la filiera.
5. **Coinvolgere i consumatori**: La formazione all’identificazione dei falsi e allo smaltimento corretto delle bottiglie è parte integrante della strategia anti-frode.