Chianti sotto assedio digitale: 2.500 violazioni online in sei mesi

scritto da Redazione Wine Meridian | 23 Gennaio 2026



Il Consorzio Vino Chianti ha individuato 2.507 contenuti online non autorizzati in sei mesi, distribuiti su 411 siti web, marketplace e social network. Il fenomeno riguarda prodotti contraffatti, wine kit, articoli commerciali e phishing. L'attività di enforcement ha portato alla rimozione di 1.091 contenuti illeciti, ma la minaccia resta diffusa.

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”.

Punti chiave

1. **2.507 contenuti illeciti individuati** i**n sei mesi su 411 siti web**, marketplace e social network globali.
2. **Violazioni riguardano prodotti contraffatti**, wine kit domestici, formati non consentiti e articoli commerciali vari.
3. **1.091 contenuti rimossi dal web grazie all’attività di enforcement** strutturata del Consorzio.
4. **83 account social e 105 domini utilizzano impropriamente**

la denominazione Chianti per scopi commerciali.

5. **Azione legale in preparazione contro i casi più gravi**, in collaborazione con autorità e piattaforme digitali.