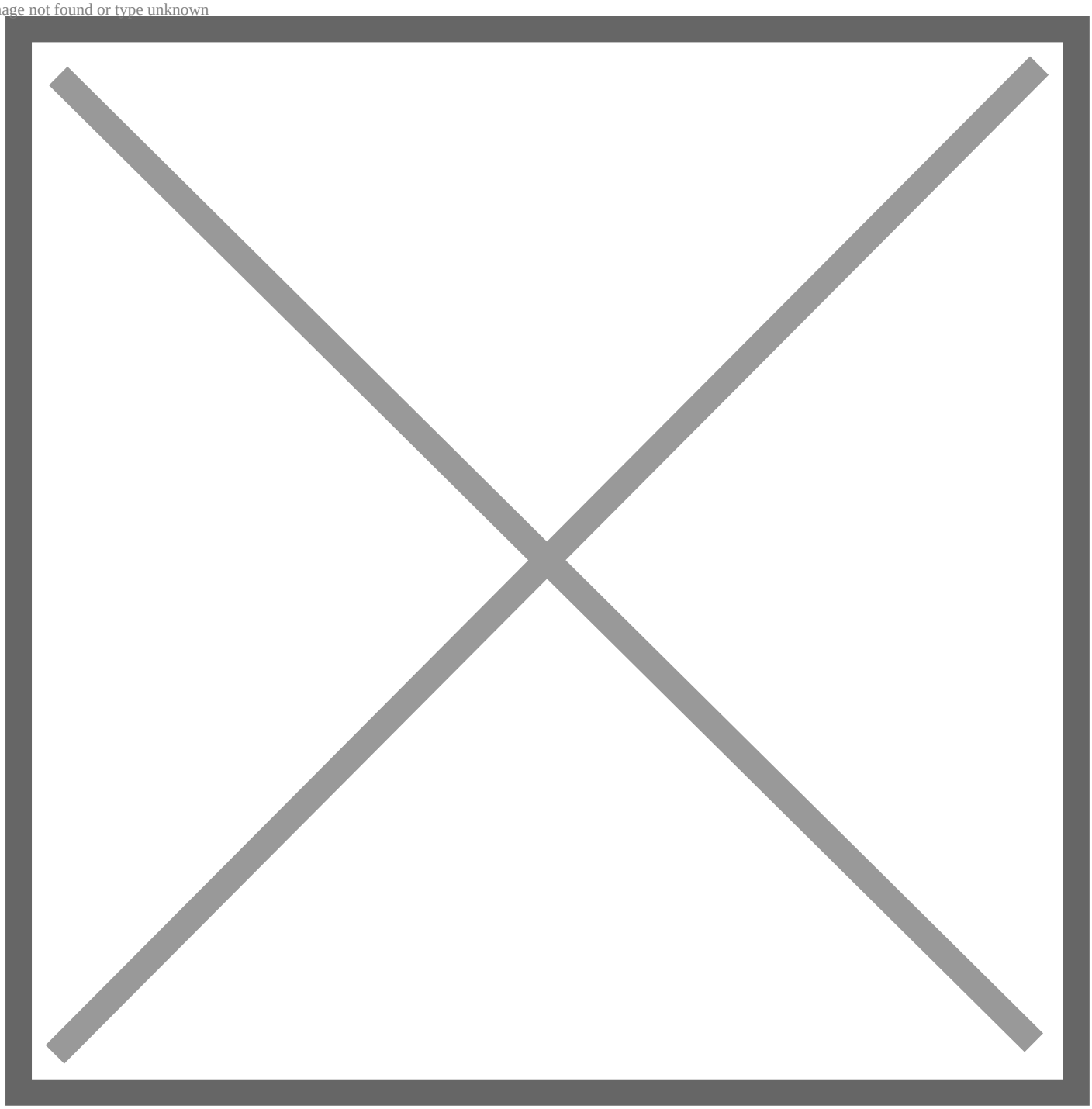
Image not found or type unknown



la riforma

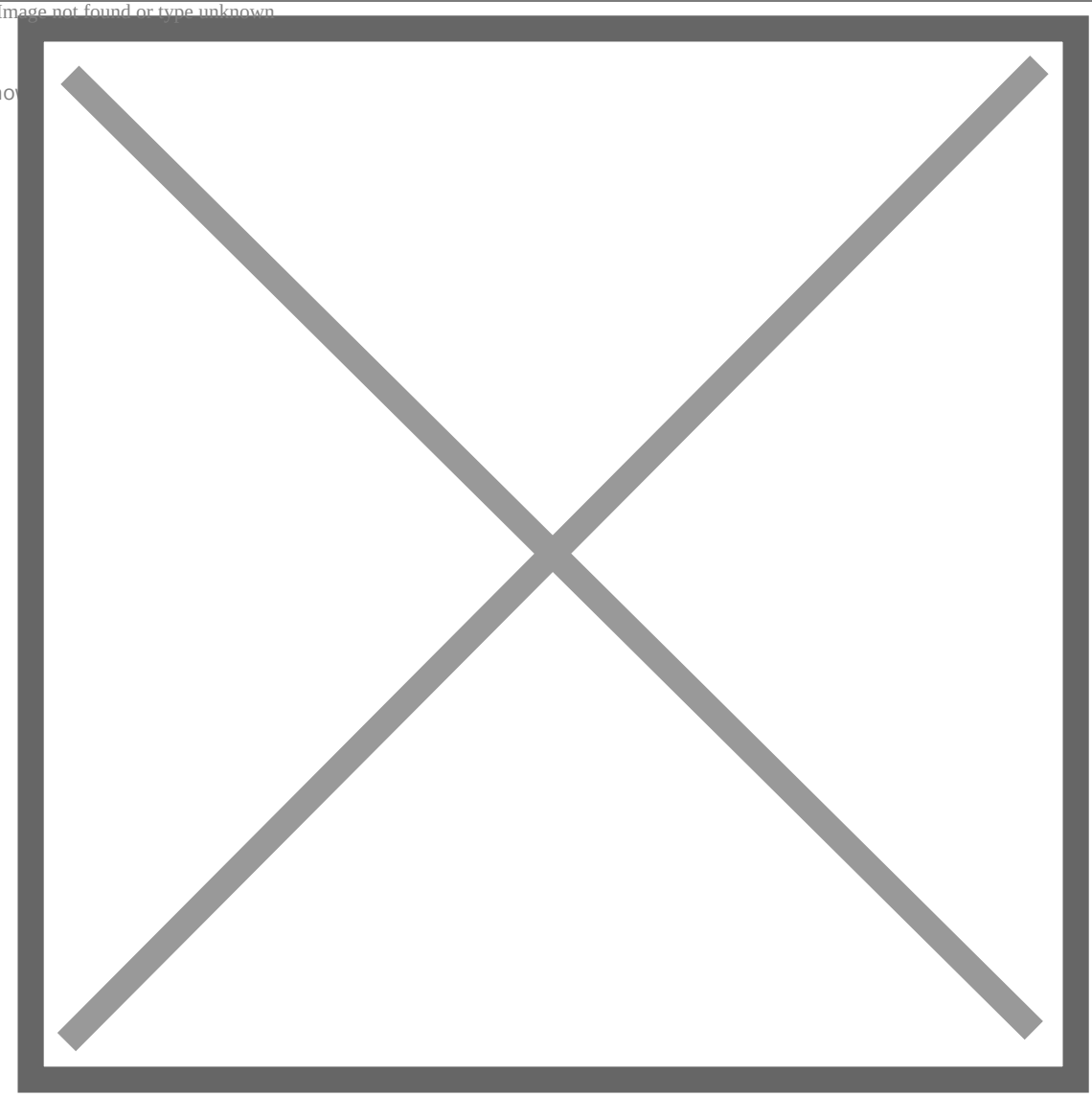
Recensioni on line, il difficile equilibrio nel mercato digitale

EDITORIALI 27_12_2024

img

Image not found or type unknown

Image not found or type unknown



Sono diventate l’incubo di ristoratori e albergatori, che temono ogni giorno di poter essere giudicati e a volte anche diffamati da consumatori pretenziosi o semplicemente molto esigenti. Le recensioni online sono una vera e propria spada di Damocle sulla gestione delle attività commerciali, soprattutto nel settore della ristorazione e del turismo, e rischiano di compromettere la reputazione professionale di migliaia di operatori del commercio.

Spesso, infatti, non sono sincere, ma riflettono interessi subdoli e intenzioni manipolatorie. Le recensioni online influenzano una percentuale significativa delle scelte dei consumatori: secondo il Centro Studi del Ministero delle Imprese e del Madein Italy, l'82% delle prenotazioni di alloggi e il 70% delle scelte nei ristoranti dipendonoda recensioni online. Tuttavia, il fenomeno delle recensioni false è in crescita. Nel 2022, TripAdvisor ha segnalato che 1,3 milioni di recensioni, pari al 4,3% del totale, erano false. L'Italia figura tra i principali paesi coinvolti nella compravendita di recensioni.

Le recensioni false non solo danneggiano l'immagine delle imprese, ma possono intaccare fino al 30% del fatturato di hotel e ristoranti, alterando la concorrenza e truffando i consumatori.

Proprio per questo il governo ha deciso di correre ai ripari. Il Consiglio dei Ministri, nella seduta del 23 dicembre, su proposta del Ministro delle Imprese e del Made in Italy, Adolfo Urso, ha avviato l'esame di un disegno di legge annuale per le Piccole e Medie Imprese (PMI). Questo provvedimento introduce una serie di misure volte a contrastare il fenomeno delle recensioni false online, con significative implicazioni per consumatori, imprese e piattaforme digitali. L'obiettivo è promuovere trasparenza, correttezza e condizioni di mercato più eque.

Secondo i dettagli del disegno di legge, le recensioni online dovranno rispettare nuove regole più stringenti, anzitutto sul versante dell'identificazione degli utenti: chi scrive una recensione dovrà dimostrare la propria identità e la presenza nel locale o nella struttura recensita, fornendo ad esempio una ricevuta o uno scontrino di una cena o di un pernottamento. Ci saranno anche tempistiche ristrette: la recensione dovrà essere pubblicata entro quindici giorni dall'esperienza. Sarà vietata ogni forma di compravendita di recensioni, inclusi sconti, offerte o altre gratifiche in cambio di giudizi positivi. Quando la regolamentazione entrerà in vigore, risulterà più curata anche la qualità delle recensioni. I testi dovranno essere "sufficientemente dettagliati" e pertinenti rispetto al servizio o al prodotto recensito.

Novità importanti riguarderanno anche il diritto all'oblio per le imprese: gli esercenti potranno chiedere la rimozione di recensioni negative se queste sono più vecchie di due anni, se sono scritte da autori non verificati o risultano false o diffamatorie o se essi dimostrano di aver migliorato i propri standard qualitativi. In altri termini, quei giudizi potranno essere rimossi se ritenuti inattendibili, privi di paternità certa o non più allineati alla reale e attuale qualità del servizio.

Le piattaforme digitali avranno l'obbligo di identificare chiaramente gli utenti e vigilare sull'autenticità delle recensioni. La responsabilità di garantire il rispetto delle nuove regole sarà affidata all'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (Antitrust), che potrà infliggere sanzioni tra i 5.000 euro e i 10 milioni di euro per violazioni accertate.

La regolamentazione delle recensioni online è stata accolta positivamente da associazioni di categoria come FIPE-Confcommercio, che vedono nelle nuove regole un'opportunità per tutelare consumatori e imprese. «Questo disegno di legge può rappresentare una svolta decisiva per il nostro settore», ha dichiarato Roberto Calugi, Direttore Generale di FIPE-Confcommercio, sottolineando l'importanza di promuovere una competizione leale e di rafforzare la fiducia dei clienti.

Tuttavia, la normativa presenta anche alcune criticità: le procedure di verifica dell'identità e le tempistiche ridotte potrebbero anzitutto scoraggiare molti consumatori dal lasciare recensioni, anche autentiche. Inoltre, il prevedibile calo delle recensioni potrebbe ridurre la varietà di opinioni disponibili, limitando la capacità dei consumatori di effettuare scelte informate. Infine, la possibilità di richiedere la rimozione di recensioni negative potrebbe essere utilizzata impropriamente da alcuni operatori per manipolare la propria reputazione online.

In definitiva, la stretta sulle recensioni online rappresenta un passo importante verso un mercato digitale più trasparente e affidabile. Tuttavia, sarà fondamentale bilanciare le esigenze di tutela delle imprese con la libertà di espressione dei consumatori. Un'applicazione efficace e proporzionata delle nuove regole, insieme a campagne di sensibilizzazione sull'importanza delle recensioni autentiche, sarà cruciale per garantire che questa riforma, in via di approvazione definitiva, produca effetti positivi senza compromettere il dinamismo imprenditoriale e commerciale.