

Milioni di recensioni fasulle per danneggiare bar e ristoranti

I dati raccolti da **Confcommercio Fipe** parlano di un sistema creato dalla concorrenza
“Spesso anche per gli addetti ai lavori è difficile riconoscere quelle non veritiere”

di VALENTINA LUPIA

Da commenti negativi su piatti mai stati presenti in menu a frasi non circostanziate scritte da persone che in quel ristorante non ci hanno mai messo piede, oppure valutazioni positive scritte da amici per far alzare il punteggio sui portali. Mentre il senato sta lavorando a una stretta sulle recensioni online, la **Fipe-Confcommercio** fa i conti: a Roma quelle fasulle, lasciate su Google o Tripadvisor, sono ben 13 milioni.

➔ alle pagine 2 e 3

Milioni di recensioni false online la grande truffa a bar e ristoranti

I dati raccolti da **Fipe Confcommercio** evidenziano gli effetti di un fenomeno che fa danni
E può incidere sul 30% del fatturato di un'attività. Il caso dei pacchetti di giudizi in vendita

di VALENTINA LUPIA

“Bisogna fare attenzione a quelle poco circostanziate: ma è difficile riconoscere le fasulle anche per gli addetti ai lavori”

Da commenti negativi su piatti mai stati presenti in menu a frasi non circostanziate scritte da persone che in quel locale non ci hanno mai messo piede oppure valutazioni positive scritte da amici per far alzare il punteggio sui portali. Mentre il senato sta lavorando a una stretta sulle recensioni online, la **Fipe-Confcommercio** fa i conti: a Roma quelle fasulle, lasciate su Google o Tripadvisor, sono ben 13 milioni. Un nu-

mero che potrebbe essere addirittura sottostimato.

Le vittime sono ristoranti, ma anche gastronomie, bar, gelaterie, botteghe alimentari di vario genere che quotidianamente, accanto a valutazioni di clienti più o meno soddisfatti, si ritrovano giudizi privi di particolari, che raccontano di portate che quel locale non propone, lasciate da profili con nomi fittizi e senza foto.

Il danno non è solo reputazionale: secondo i numeri del Centro studi del ministero delle Imprese e del Made in Italy, il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante dove andare a mangiare sulle recensioni online. Ed è per questo che spingendo gli avventori a preferire un locale piuttosto che un altro le valutazioni possono incidere – dice la Federazione italiana dei pubblici esercizi – fino al 30% sul fatturato di un'attività.

Il punto è che non tutte, positive o negative, sono autentiche. «E quelle fasulle non sono facilmente riconoscibili da un utente medio – spiega Giuseppe Bassanelli, fondatore della gelateria ‘I Mannari’ e ingegnere – Ci sono quelle realizzate in buona fede dagli amici di chi apre un locale, che sono ovviamente positive, e poi quelle fatte dai competitor con l'obiettivo di affossare un'attività». O ancora, prosegue l'imprenditore, «ci sono le valutazioni scritte da agenzie che ti vogliono vendere



dei pacchetti: prima te ne fanno di negative e dopo ti chiamano proponendosi di aiutarti a risolvere il punteggio». Ovviamente previo pagamento.

Un racket in piena regola a cui qualcuno si è ribellato. È il caso di Vincenzo Colao, patron di Ripa12, che è stato contattato da un numero del Bangladesh il cui titolare si è presentato come «promotore professionale di recensioni Google». Gli è stato proposto un pacchetto di «100 recensioni positive al costo di 400 euro», che però «io ho rifiutato, perché non interessato». Da quel momento però i messaggi da parte di quel contatto sono aumentati, fino a quando il ristorante ha ricevuto una minaccia in un italiano confuso: «Sono passati dieci giorni ormai e non accetti più recensioni. Il mio lavoratore inizierà a dare recensioni negative quando si arrabbia». Per questo l'anno scorso si è rivolto al commissariato di Trastevere della polizia di Stato.

Anche Sergio Paolantoni, presidente della **Fipe-Concommercio** e a capo del Caffè Palombini dell'Eur ha ricevuto recensioni secondo lui fasulle. «Capire se una valutazione è veritiera o meno è difficile anche per chi è del settore», spiega. Eppure è un tema che con milioni di turisti e pellegrini in città è centrale: «Bisogna prestare molta attenzione, tanto alle recensioni negative poco circostanziate quanto a quelle super positive – prosegue Paolantoni – perché in entrambi i casi potrebbe trattarsi di un fake, magari ad opera di agenzie specializzate». Così organizzate «che ora propongono anche foto - aggiunge Colao -. Basta vedere le recensioni di un noto ristorante di Trastevere: stranamente, sono tutte accompagnate da diverse immagini. Non una, ma tre, quattro. Ed è raro che i clienti lo facciano».

LA PROPOSTA

DS88

DS88

Un regolamento per la tutela della cucina romana



↑ Tra i piatti tipici il carciofo alla giudia

Un regolamento «per la valorizzazione e la tutela della cucina tipica di Roma». A lavorarci da settimane è il consigliere comunale Marco Di Stefano (Noi Moderati). L'obiettivo è creare una sorta di registro dei ristoranti tradizionali per valorizzare il patrimonio enogastronomico capitolino «come forma di cultura viva». Secondo la bozza del documento, che dovrà poi andare in aula ed essere votato, «almeno il 50% dei piatti presenti nel menu» dovrà essere preparato secondo ricette «della tradizione romana e giudaico-romana». E la carta dei vini dovrà includere «una significativa selezione di etichette del territorio laziale». Da cui, preferibilmente, dovrà arrivare anche l'olio.

SU TRIPADVISOR

I messaggi degli utenti nel mirino dei gestori

Il ristorante recensito come un bar

1

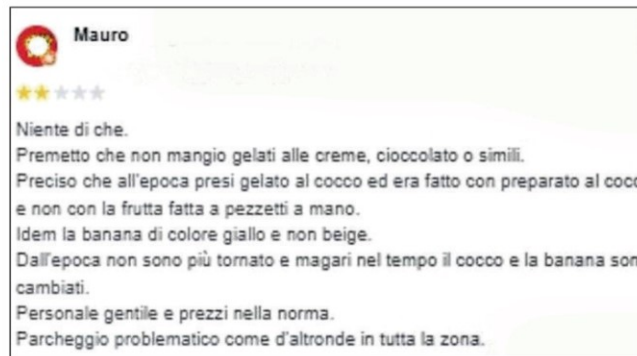
Uno dei trucchi più facili da individuare è quello dello scambio: un ristorante viene recensito come un bar, una pizzeria come una gelateria. A destra, il primo caso: il locale propone antipasti, primi, secondi



La doppia valutazione a distanza di anni

2

La stroncatura è articolata e soprattutto copia-incollata a distanza di anni contro lo stesso locale. Così, moltiplicando le cattive recensioni, viene demolito il nome di un ristorante





Romani e turisti pranzano nei ristoranti tra le vie del centro storico

Lotta alle false recensioni, dati in chiaro sotto tutela della privacy

False recensioni, i dati in chiaro sotto tutela della privacy. La commissione Ue, pur condividendo l'obiettivo del ddl «Lotta alle false recensioni», chiede chiarimenti sulle competenze e sull'applicazione territoriale e mette in guardia da possibili ripercussioni. Il provvedimento è previsto nel «disegno di legge annuale sulle pmi – capo IV, articoli 12-17 (si veda *ItaliaOggi* di ieri), in attuazione dell'art. 18 della legge 180/2011» e ha lo scopo di proteggere i consumatori da contenuti ingannevoli che circolano sulle piattaforme digitali, e si va ad inserire in un contesto normativo europeo che ha già preso in carico la questione. Il 14 aprile la commissione Ue si è espressa con un parere formale, accogliendo l'iniziativa italiana e rilevandone la coerenza con il regolamento (UE) 2022/2065 sui servizi digitali (*Digital Services Act*) e con la direttiva 2000/31/CE sull'e-commerce. Tali normative, insieme alla direttiva 2005/29/CE sulle pratiche commerciali sleali, sono la colonna portante della strategia Ue per la protezione del consumatore nello spazio digitale.

Il regolamento sui servizi digitali, in particolare, introduce una serie di obblighi per i fornitori di servizi intermediari – come le piattaforme online – mirati a contrastare la diffusione di contenuti illegali, incluse le recensioni fraudolente, garantendo al contempo un mercato interno più sicuro ed efficiente. Proprio per questa sovrapposizione normativa, Bruxelles sottolinea che l'iniziativa italiana rientra nell'ambito di applicazione del regolamento europeo, e chiede quindi alle autorità italiane di fornire ulteriori chiarimenti circa gli obblighi previsti per i servizi della società dell'informazione e il campo di applicazione territoriale del disegno di legge. Dato l'obbligo per i prestatori di servizi intermediari di assicurare che i destinatari dei servizi siano in grado di identificare l'utente che invia la recensione e di verificare che la recensione sia attendibile e provenga da un utente che abbia effettivamente utilizzato o acquistato il prodotto, la prestazione o il servizio, la commissione avverte sul rischio di incorrere in violazioni della privacy per gli utenti coinvolti.

Da segnalare che l'art. 12 del ddl, richiamando la tutela del consumatore, è apprezzato dalla Commissione. Tuttavia, Bruxelles ricorda che la direttiva sulle pratiche commerciali sleali stabilisce una piena armonizzazione delle norme Ue: gli stati non possono introdurre disposizioni più restrittive rispetto a quelle già previste, salvo nei casi ammessi dalla stessa direttiva. Un limite che mira a garantire uniformità nel mercato unico, evitando frammentazioni legislative tra i Paesi Ue.

Alberto Moro

— © Riproduzione riservata — ■



FUORI ONDA

0DS88

0DS88

IL DDL «CONGELATO»

False recensioni, faro Ue Governo verso modifiche

Si fa ancora più accidentato il percorso delle norme volute dal Governo per contrastare le false recensioni. Le misure inserite nel disegno di legge annuale per le Pmi varato dal Consiglio dei ministri di gennaio sono infatti al centro di una serie di osservazioni critiche formulate dalla Commissione europea che è tornata per la terza volta a chiedere all'esecutivo di Roma una serie di chiarimenti, dal momento che «le autorità italiane non hanno risposto in modo sufficiente alla richiesta di informazioni supplementari». Il governo sta ancora interloquendo con Bruxelles e conta di poter chiudere positivamente con parziali modifiche in Parlamento, senza stravolgere l'impianto generale.

Secondo la commissione l'intervento italiano si sovrappone al regolamento sui servizi digitali causando un'interferenza sull'obiettivo della sua «piena armonizzazione» a livello europeo con il rischio di frammentazione del mercato interno e incertezza giuridica. Nel «parere circostanziato» firmato dal commissario europeo per l'industria e l'imprenditoria Stéphane Séjourné si sottolinea che il regolamento costituisce già «un'efficace soluzione normativa a livello dell'Unione per affrontare alcuni degli obiettivi perseguiti» dal progetto italiano con un'«ampia gamma di obblighi ai prestatori di servizi intermediari per combattere la diffusione di contenuti illegali online» e la protezione dei consumatori che ne è uno dei principi guida.

© RIPRODUZIONE RISERVATA



PUGLIA
0DS88

0DS88

I DATI FIPE-CONFCOMMERCIO

PROPOSTA NORMATIVA

Prevede tra l'altro un limite temporale per pubblicare i «commenti», la verifica dell'autenticità e la possibilità di rimuoverli

«STOP FAKE REVIEWS»

È la campagna della Federazione italiana pubblici esercizi e Hotrec per ribadire l'urgenza di norme più trasparenti ed efficaci

False recensioni online, è allarme

Ristoratori e operatori del turismo danneggiati. D'ingeo: fatturati in calo per le Pmi

GIANPAOLO BALSAMO

● Dal Nord al Sud Italia, Puglia compresa, il fenomeno delle «fake reviews» (false recensioni) sta tenendo il mondo del commercio con il fiato sospeso. Sono diventate l'incubo di ristoratori e albergatori, che temono ogni giorno di poter essere giudicati e a volte anche diffamati da consumatori pretenziosi che, attraverso false recensioni pubblicate online, rischiano di compromettere la reputazione professionale di migliaia di operatori del commercio in termini reputazionali ed economici, se si pensa che le recensioni in generale hanno un impatto che può arrivare anche fino al 30% sul fatturato, alterando le corrette dinamiche di concorrenza.

Le «false recensioni» rappresentano una vera e propria spada di Damocle sulla gestione delle attività commerciali, soprattutto nel settore della ristorazione e del turismo. Secondo i dati del Ministero delle imprese e del Made in Italy, il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante sulle recensioni online, e secondo l'Ufficio studi della Federazione italiana pubblici esercizi (Fipe) di Confcommercio, il 65% dei consumatori legge le recensioni prima di scegliere un locale: di questi, il 66% le ritiene decisive per la scelta del locale dove recarsi. Se poi si considera che l'82,8% dei ristoratori ritiene le recensioni molto-abbastanza importanti, si comprende facilmente perché questi sono esposti ai ricatti di chi vuole vendere recensioni false (siti di recensioni). Nel 2024, inoltre, ben l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (dati TripAdvisor).

Anche il ministro del Turismo, Daniela Santanchè, ha rimarcato l'importanza di «proteggere imprese e consumatori da contenuti ingannevoli, per fare un passo avanti nella costruzione di un mercato digitale più trasparente e affidabile e l'impegno a continuare il lavoro con determinazione, per costruire un testo efficace e coe-

rente con la normativa europea».

Dall'analisi di questi dati nasce la proposta normativa italiana, contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annuale sulle Piccole medie imprese.

«Le recensioni dei consumatori rappresentano un elemento chiave nel processo decisionale di acquisto - ha spiegato il presidente di Confcommercio Puglia, Vito D'Ingeo - ma secondo un'indagine recente, un consumatore su due ha dichiarato di non riuscire a verificare se le recensioni pubblicate provengano da clienti reali e in che modo vengano raccolte. Nonostante le attuali normative dell'Unione Europea, come la Direttiva sulle pratiche commerciali sleali e il Digital Services Act, il problema delle rei manipolate rimane diffuso». «Il Governo - ha aggiunto - ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali».

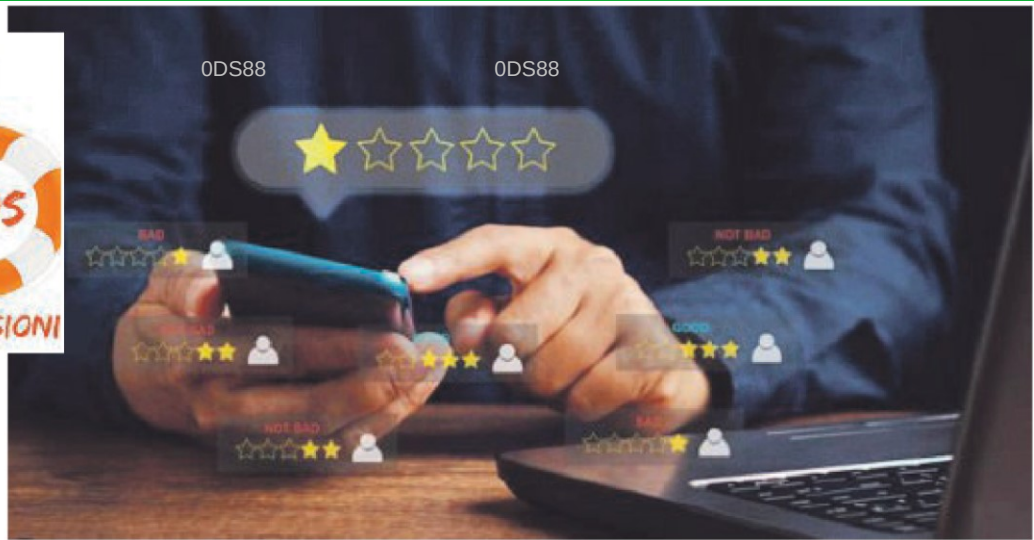
La proposta normativa italiana, attualmente incardinata presso il Senato, prevede la limitazione temporale per la pubblicazione delle recensioni (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), la necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. Per la prima volta, si riconosce alle imprese un diritto all'oblio digitale e si vieta esplicitamente il commercio di recensioni.

Fipe, insieme ad Hotrec, l'associazione europea di riferimento per il turismo, hanno deciso di sostenere la proposta italiana attraverso contributi tecnici e la campagna «Stop fake reviews», per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente ed efficace. «Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni - ha commentato Nicola Pertuso, presidente Fipe Confcommercio Bari-BAT».





**«STOP FAKE
REVIEWS»** false
recensioni online. Fipe
lancia una campagna
per tutelare gli operatori
del commercio-turismo



Ristorazione. Studio della Fipe
Guerra alle false recensioni

Secondo i dati elaborati dal Centro Studi del Mimit, il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante sulle recensioni online, e secondo l'Ufficio Studi di Fipe - Confindustria, possono incidere fino al 30% sul fatturato di un locale. Ma nel 2024, nel 18,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (dati TripAdvisor). Il 66% dei consumatori ha dichiarato di imbattersi regolarmente in recensioni inattendibili.

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - 88



Troppe false recensioni l'appello dei commercianti

Francesca VALENTINO

Per ristoranti e hotel le recensioni possono fare la differenza ma quando sono false rischiano di creare enormi danni di immagine e soprattutto economici.

Da anni ormai ristoratori e operatori turistici vivono con il timore del giudizio espresso via "rete" dei clienti attraverso recensioni online affidate ad apposite piattaforme e siti specializzati che alle volte possono sfociare in giudizi diffamatori in grado di minare la stabilità di un settore che vive con il fiato sul collo delle false recensioni, le cosiddette fake reviews. Un argomento che ritorna al centro del confronto istituzionale alla luce della nuova proposta normativa, al momento incardinata al Senato per l'approvazione definitiva. Secondo i dati del Centro Studi del Ministero dell'Industria e del

Made in Italy, il 70% dei consumatori sceglie un ristorante in base alle recensioni online, che arrivano ad incidere fino al 30% sul fatturato di un locale. Lo scorso anno si è scoperto che ben l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso. I dati sono stati resi noti da TripAdvisor, la principale piattaforma online di recensioni. E proprio dall'analisi nasce la proposta contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annuale sulle PMI.

«Le recensioni dei consumatori rappresentano un elemento chiave nel processo decisionale di acquisto» afferma il presidente di Confcommercio Bari e Puglia, Vito D'Ingeo. «Secondo un'indagine recente, un consumatore su due ha dichiarato di non riuscire a verificare se le re-

censioni pubblicate provengano da clienti reali e in che modo le stesse siano raccolte. Nonostante le attuali normative dell'UE, come la Direttiva sulle pratiche

commerciali sleali e il Digital Services Act, il problema delle recensioni manipolate rimane diffuso», continua D'Ingeo. La proposta normativa prevede misure concrete: le recensioni possono essere fatte entro 15 giorni dalla fruizione del servizio, la necessità di verificare l'autenticità della recensione e il diritto per le imprese recense di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. «Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività, che non possono difendersi da recensioni false o malevole», argomenta ancora il presidente di Confcommercio Puglia. La proposta italiana ha sollevato un confronto con le istituzioni europee e i principali operatori digitali, da TripAdvisor a Trustpilot, che hanno espresso parere contrario. Per questo, Fipe - insieme ad Hotrec, l'associazione europea di riferimento per il turismo - hanno deciso di sostenere la proposta italiana attraverso contributi tecnici e la campagna "Stop Fake Reviews", per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente ed efficace. «Il Governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali», è l'auspicio di D'Ingeo.

C'è il plauso di Confcommercio alla proposta normativa per garantire i controlli



Lo scorso anno si è scoperto che l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso. Per questo è stata chiesta una stretta

I RISTORATORI
«Noi rovinati dalle false recensioni»
Diana Alfieri a pagina 5

L'INDAGINE Ministero ed Epam

«Le recensioni false rovinano i ristoranti» Serve l'oblio digitale

È la proposta del ministro Urso insieme al limite temporale della pubblicazione

Lino Stoppani (Epam): «Appreziamo molto la proposta del governo, sono misure decisive per la credibilità del mercato»

Diana Alfieri

■ Piace, oltre alla cena, la recensione online. Secondo il Centro Studi Mimit del ministero delle Imprese, il 70% di chi si appresta a cercare un ristorante basa la sua scelta sulle recensioni online. L'Ufficio Studi di Fipe-Confcommercio, la Federazione italiana dei pubblici esercizi, calcola che le recensioni online incidano fino al 30% sul fatturato di un locale. Ma nel 2024 l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (dati TripAdvisor) e il 66% dei frequentatori di ristoranti ha dichiarato di imbattersi regolarmente in recensioni inattendibili.

Secondo un sondaggio di Epam, l'Associazione pubblici esercizi di Confcommercio Milano, condotto su più temi, per il 77% dei ristoranti milanesi, le recensioni sulle grandi piattaforme hanno un impatto sull'andamento delle attività. Per il 60% degli intervistati le re-

censioni false o non verificate rappresentano un problema concreto che danneggia la reputazione e i fatturati della propria impresa.

In Parlamento - ha ricordato il ministro Adolfo Urso all'assemblea di Confcommercio - c'è la proposta normativa (nel disegno di legge annuale sulle pmi) all'attenzione del Senato che prevede sulle recensioni online misure concrete: dalla limitazione temporale per la loro pubblicazione (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), alla necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. Per la prima volta si riconoscebbe alle imprese un diritto all'oblio digitale vietando esplicitamente il commercio di recensioni.

«Appreziamo l'iniziativa del Governo. Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del merca-

to digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività, che non possono difendersi da recensioni false o malevole. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali» ha affermato Lino Stoppani, presidente di Epam e Fipe.

La proposta italiana ha sollevato, in questi mesi, un ampio confronto con le istituzioni europee e i principali operatori digitali, da TripAdvisor a Trustpilot, che hanno espresso parere contrario. Per questo, Fipe-Confcommercio, insieme ad Hotrec, l'associazione europea di riferimento per il turi-

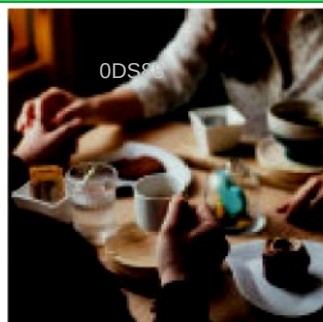


smo, ha deciso di sostenerla attraverso contributi tecnici e con la campagna «Stop Fake Reviews», per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente ed efficace.

L'auspicio è che il percorso parlamentare prosegua rapidamente, preservando l'impianto del provvedimento. «Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori sia gli esercenti - ha concluso Lino Stoppani - promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni».

GENOVA FALSE RECENSIONI, FIPE APPREZZA LA PROPOSTA DI LEGGE PER CONTRASTARLE

Servizio a pagina 11



ALESSANDRO CAVO (PRESIDENTE FIPE CONFCOMMERCIO LIGURIA): «ATTO DI CORAGGIO SUL TEMA»

False recensioni, una proposta di legge per contrastarle

■ Il fenomeno delle recensioni false continua a minare la fiducia dei consumatori e a danneggiare pesantemente le aziende del comparto ristorazione. Secondo i dati del Centro Studi del Mimit, il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante sulle recensioni online, e secondo l'Ufficio Studi di Fipe-Confcommercio, esse possono incidere fino al 30% sul fatturato di un locale. Un impatto notevole, aggravato da però un dato allarmante: nel 2024, l'8,6% delle recensioni pubblicate su TripAdvisor è risultato falso. Inoltre, due consumatori su tre dichiarano di imbattersi frequentemente in commenti inattendibili. È su queste basi che si inserisce la proposta normativa italiana contro le false recensioni, contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annuale sulle Pmi. La proposta normativa, attualmente incardinata presso il Senato, prevede misure concrete: dalla limitazione temporale per la pubblicazione delle recensioni (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), alla necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. Per la prima volta, evidenza Fipe (Federazione Italiana Pubblici Esercizi), si riconosce alle imprese un diritto all'oblio digitale e si vieta esplicitamente il commercio di recensioni. «Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività che non possono difendersi da recensioni false o malevole - commenta Alessandro Cavo, presidente Fipe Confcommercio Liguria -. Il Governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali».



Fipe: «False recensioni ai locali, si arrivi a una legge»

L'APPELLO

TREVISO «Apprezziamo l'iniziativa del governo sulle false recensioni dei locali. Ora bisogna arrivare fino in fondo». L'appello è lanciato da Dania Sartorato, presidente di Fipe-Confindustria di Treviso. Secondo il centro studi del ministero delle imprese, il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante sulle recensioni online. E per l'ufficio studi di Fipe-Confindustria queste possono incidere fino al 30% sul fatturato di un locale. Ma nel 2024 l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso, stando ai dati TripAdvisor. Da qui la proposta di legge che mette in conto limiti di tempo (recensione da pubblicare entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), la verifica dell'autenticità e il diritto per le imprese di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. «Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività, che non possono difendersi da recensioni false o malevole», sottolinea Sartorato - ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali». La proposta italiana ha sollevato in questi mesi un ampio confronto anche a livello europeo. E Fipe - insieme ad Hotrec, l'associazione europea di riferimento per il turismo - hanno deciso di sostenere la proposta italiana attraverso la campagna "Stop Fake Reviews". Ora la palla è al Senato. «Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni - conclude Sartorato - i pubblici esercizi stanno dimostrando, di fronte ad un ricco programma di eventi che coinvolge a vari livelli tutti i centri della Marca, di avere un ruolo trainante per il rilancio del territorio e di mantenere la massima responsabilità sul contenimento dei prezzi di listino: a Treviso il prezzo medio della tazzina di caffè oscilla tra 1,24 e 1,34 euro, con variazioni minime rispetto all'anno scorso».



«Stop alle false recensioni»

Musacci (Fipe) in favore della proposta di legge governativa

Ferrara Secondo uno studio del ministero, il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante sulle recensioni online, che possono incidere fino al 30% del fatturato, stando a Fipe-Confcommercio. Ma l'anno scorso ben l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (dati TripAdvisor), e il 66% dei consumatori dichiara d'imbattersi regolarmente in recensioni inattendibili. Per questo è incardinata una proposta di legge, in Senato, appoggiata dallo stesso ministero del Turismo, che prevede tra l'altro limitazione temporale per pubblicare le recensioni (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), necessità di verificarne l'autenticità, diritto per le imprese di replicare e chiedere la rimozione dei commenti ingannevoli o superati; si riconosce alle imprese un diritto all'oblio digitale e si vieta esplicitamente il commercio di recensioni, visto che non di rado vengono proposti servizi a pagamento per ottenerne di positive.

«Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia d'imprese, in particolare micro e

piccole attività, che non possono difendersi da recensioni false o malevoli - commenta Matteo Musacci, presidente provinciale Fipe - Il governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali».

La proposta italiana in questi mesi è dibattuta anche a livello europeo, con i principali operatori digitali come Tripadvisor o Trustpilot, che hanno espresso parere contrario. Per questo Fipe assieme a Hotrec, l'associazione europea di riferimento per il turismo, hanno deciso di sostenere la proposta italiana anche sui social, per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più chiaro, auspicando che l'iter parlamentare mantenga integra la proposta governativa. «Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni» è la conclusione di Musacci. ●

© RIPRODUZIONE RISERVATA



8,6%

Il tasso di recensioni false che compaiono online secondo i dati del portale specializzato di Tripadvisor



Matteo Musacci
Presidente provinciale di Fipe



Recensioni false su Tripadvisor parte la rivolta dei ristoratori

Al via la stretta del Governo sulle valutazioni online

Il 70% dei clienti prima di scegliere il ristorante dove andare a pranzo o a cena guarda le recensioni e se sono negative cambia destinazione. Peccato però che molte di quelle recensioni siano false, create da concorrenti ad hoc oppure commissionate ad altri dietro compenso: tra i ristoratori la rivolta è partita e il Governo ha deciso di imporre una stretta.

► Mura e Zizi alle pag. 6 e 7



Fango digitale e truffe la rivolta dei ristoratori contro le false recensioni

Il 70% dei clienti sceglie in base alle valutazioni online
Fipe: «Bene la stretta del governo, ma servono più tutele»

Il 66% dei consumatori ha dichiarato di imbattersi regolarmente in giudizi inattendibili sulle piattaforme

► di Ilenia Mura

Sassari «Camerieri pessimi, un'ora e mezza per portare una pizza». «Bagni sporchi, il letto scomodo, un posto dove non tornare mai più»: e giù duro con la lunga sequenza di critiche negative vergate nei principali siti di recensioni online. Quella vagonata di fango rimarrà sempre lì, granitica, sul web, frequentato da milioni di utenti. Da una parte il cliente, scontento e imbufalito. Dall'altra il ristoratore o albergatore di turno piazzato sulla gogna mediatica senza alcun diritto all'oblio per chi, magari, è stato beccato in difetto in una singola serata andata storta. O, peggio ancora, ci sono casi in cui si diventa vittima di ritorsioni da parte di chi offre recensioni per farti salire sull'olimpio. Per poi cacciarti

all'inferno se qualcosa non va: e se non paghi. Secondo i dati del Centro Studi del Mimit, il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante sulle recensioni online, e secondo l'Ufficio Studi di Fipe-Confcommercio, possono incidere fino al 30% sul fatturato di un locale. Ma nel 2024, ben l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (dati TripAdvisor). Il 66% dei consumatori ha dichiarato di imbattersi regolarmente in recensioni inattendibili. Dall'analisi di questi dati nasce la proposta normativa italiana, contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annuale sulle pmi. Così il presidente della Fipe Confcommercio Sud Sardegna Emanuele Frongia: «In merito apprezziamo le parole espresse in una nota stampa dalla ministra del Turismo Daniela Santanchè, che ha rimarcato l'importanza di proteggere imprese e consumatori da contenuti ingannevoli, per fare un passo avanti nella costruzione di un mercato digitale più traspa-

rente l'impegno a continuare il lavoro con determinazione, per costruire un testo efficace e coerente con la normativa europea. La proposta normativa, attualmente incardinata presso il Senato, prevede misure concrete: dalla limitazione per la pubblicazione delle recensioni (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), alla necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti. Per la prima volta, si riconosce alle imprese un diritto all'oblio digitale e si vieta esplicitamente il commercio di recensioni. «Siamo di fronte a



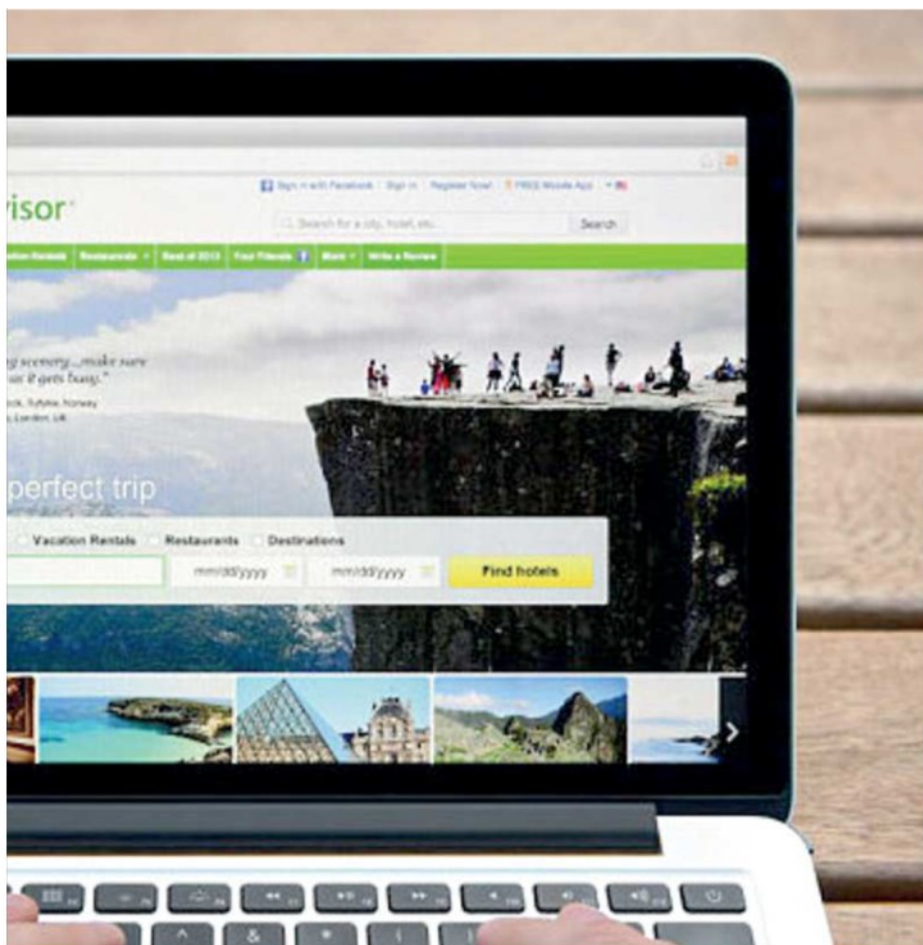
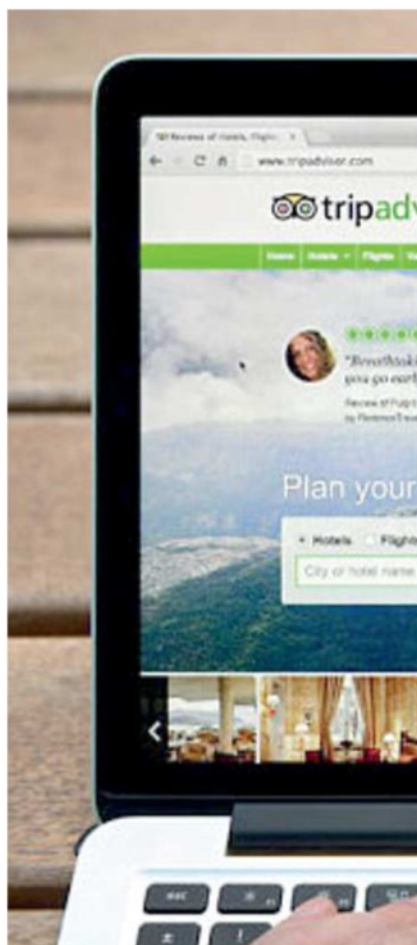
un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela delle imprese, in particolare quelle piccole, che non possono difendersi da recensioni malevole», commenta Frongia: «Il Governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme». Anche in Sardegna le vittime delle recensioni false sono note e palesi: «Si vede subito quando sono costruite per danneggiare un'at-

tività. Spesso sono sgrammaticate, altre volte è chiaro che chi scrive non è mai entrato nel ristorante accusato», spiega Frongia. Offresi recensione positiva: «Molte di queste società sono in Turchia. In tanti sono stati danneggiati». La proposta italiana ha sollevato in questi mesi un ampio confronto con le istituzioni europee e i principali operatori digitali, da TripAdvisor a Trustpilot, che hanno espresso parere contrario. Per questo, Fipe - insieme ad Hotrec, l'associazione europea di riferimento

per il turismo - hanno deciso di sostenere la proposta italiana attraverso contributi tecnici e la campagna "Stop Fake Reviews", per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente ed efficace. L'auspicio è che il percorso parlamentare prosegua rapidamente, preservando l'impianto del provvedimento. «Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito», conclude Frongia.



Emanuele Frongia
Fipe
Confcommercio Sud
Sardegna



Hotel e locali: solo recensioni certificate

La sfida dei piccoli alle piattaforme

La norma nel ddl Pmi all'esame di Bruxelles. **Fipe-Confcommercio**: il governo tenga il punto

di **Rita Querezè**

È una specie di Davide contro Golia. Davide sono le imprese italiane del turismo, in gran parte piccole e a gestione familiare, dagli hotel ai ristoranti. A interpretare Golia le grandi piattaforme che ospitano recensioni, da Google a Booking e Tripadvisor. I pareri dei consumatori sono diventati cruciali per il successo di un'attività. Ma nel settore si moltiplicano le segnalazioni di opinioni false (sarebbero già l'8,6%) e la compravendita di interi pacchetti di recensioni fittizie. Così il governo è arrivato a inserire nel disegno di legge Pmi varato lo scorso gennaio una disciplina rigorosa per le recensioni online. Primo: chi le pubblica deve verificare che a postare il commento sia una persona che è stata nel ristorante o nell'hotel di cui parla. Vietate le recensioni a scoppio ritardato: oltre i 15 giorni dalla visita al locale. Il ristoratore/albergatore, inoltre, deve poter rispondere.

Ovviamente per diventare legge il ddl deve fare tutto il suo iter in parlamento. Il vaglio però non è nemmeno cominciato: prima deve pronunciarsi l'Europa. Il via libera Ue (tramite la cosiddetta procedura Tris, *Technical regulation information system*) è necessario perché gli Stati non possono varare normative in contrasto con le regole europee sul commercio, a partire da quelle che riguardano la concorrenza.

Bene, l'Europa ha chiesto

chiarimenti a febbraio. Non soddisfatte delle risposte, ha chiesto altri chiarimenti a fine aprile con un documento che ha di fatto rinviato ogni decisione. Fortissima l'opposizione delle grandi piattaforme. A promuovere il provvedimento è invece **Fipe**, la federazione dei pubblici esercizi di **Confcommercio**, insieme con Fiat, Fto, **Federalberghi**.

«Un punto deve essere chiaro: non siamo contro le recensioni, siano esse positive o negative, contrastiamo soltanto quelle false — tiene a precisare il direttore generale di **Fipe** Roberto Calugi —. Il problema è che sempre più spesso il gioco è truccato. E ora l'intelligenza artificiale rischia di peggiorare le cose».

Ma è davvero possibile esercitare una specie di «riconoscimento» su chi lascia una recensione? «Nessuno vuole limitare la possibilità di lasciare una recensione anche con un nick name, ma chi lascia un commento deve davvero essere stato nel ristorante o nell'hotel di cui sta parlando. Ci sono sistemi molto semplici, anche rispondendo a un sms, per verificare che dietro a un commento ci sia davvero una persona».

Il ddl Pmi parla di responsabilità penale per chi compra recensioni o le rilascia a pagamento. Mentre rimanda all'Agcom per la stesura di un regolamento dettagliato. L'esito della sfida in Europa non è scontato. «Ci aspettiamo che il governo italiano tenga il punto — conclude Calugi —. La concorrenza leale si gioca su questo».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

8,6

per cento
le recensioni
false online
su hotel
e ristoranti.
Si tratta di
un fenomeno
in crescita:
nel 2022
erano il 4,4%



In campo
Il direttore
generale
di **Fipe**
Confcommer-
cio Roberto
Calugi



Questo sito contribuisce alla audience di

QUOTIDIANO NAZIONALE[CAGLIARI](#) [HINTERLAND](#) [SULLA SULCITANA](#) [SUD SARDEGNA](#) [SARDEGNA](#) [CALCIO](#) [EVENTI](#) [CONTATTI](#) [SOSTIENICI](#)[Iscriviti al canale](#)[Home](#) > [hinterland](#)

Il ristorante? Si sceglie in base alle recensioni online, peccato che tante siano false: la Fipe all'attacco

“Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività, che non possono difendersi da recensioni false o malevole”, commenta il presidente della Fipe Confcommercio Sud Sardegna Emanuele Frongia. “Il Governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato”

di [Redazione Cagliari Online](#) — 6 Giugno 2025 in [hinterland](#)

Per le ultime notizie entra nel nostro [canale Whatsapp](#)

ZAMPETTA SARDEGNA



90%

Secondo i dati del Centro Studi del MIMIT, il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante sulle recensioni online, e secondo l'Ufficio Studi di FIPE- Confcommercio, esse possono incidere fino al 30% sul fatturato di un locale. Ma nel 2024, ben l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (dati TripAdvisor). Il 66% dei consumatori ha dichiarato di imbattersi regolarmente in recensioni inattendibili. Dall'analisi di questi dati nasce la proposta normativa italiana, contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annuale sulle PMI. In merito apprezziamo le parole espresse ieri in una nota stampa dal Ministro del Turismo Daniela Santanchè, che ha rimarcato l'importanza di proteggere imprese e consumatori da contenuti ingannevoli, per fare un passo avanti nella costruzione di un mercato digitale più trasparente e affidabile e l'impegno a continuare il lavoro con determinazione, per costruire un testo efficace e coerente con la normativa europea. La proposta normativa, attualmente incardinata presso il Senato, prevede misure concrete: dalla limitazione temporale per la pubblicazione delle recensioni (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), alla necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. Per la prima volta, si riconosce alle imprese un diritto all'oblio digitale e si vieta esplicitamente il commercio di recensioni. "Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività, che non possono difendersi da recensioni false o malevole", commenta il presidente della Fipe Confcommercio Sud Sardegna Emanuele Frongia. "Il Governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali." La proposta italiana ha sollevato in questi mesi un ampio confronto con le istituzioni europee e i principali operatori digitali, da TripAdvisor a Trustpilot, che hanno espresso parere contrario. Per questo, FIPE – insieme ad HOTREC, l'associazione europea di riferimento per il turismo – hanno deciso di sostenere la proposta italiana attraverso contributi tecnici e la campagna "Stop Fake Reviews", per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente ed efficace. L'auspicio è che il percorso parlamentare prosegua rapidamente, preservando l'impianto del provvedimento. "Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni – conclude Frongia".

Aa

25 Giugno 2025

Ultimo: Droghe, preoccupano le nuove sostanze, presenti nei cibi e nei prodotti da



sardegnagol



POLITICA SARDEGNA

False recensioni online: FIPE plaude all'iniziativa del Governo: "Stop alla manipolazione delle opinioni".

 6 Giugno 2025  Redazione

Il fenomeno delle recensioni false continua a minare la fiducia dei consumatori e a danneggiare pesantemente le aziende del comparto ristorazione. Secondo il Centro Studi del MIMIT, il 70% dei clienti sceglie dove mangiare in base ai giudizi online, mentre l'Ufficio Studi di FIPE-Confcommercio stima che tali recensioni possano influenzare fino al 30% del fatturato di un locale. Un impatto notevole, aggravato da un dato allarmante: nel 2024, l'8,6% delle recensioni pubblicate su TripAdvisor è risultato falso. Inoltre, due consumatori su tre dichiarano di imbattersi frequentemente in commenti inattendibili.

È su queste basi che si inserisce la proposta normativa italiana contro le false recensioni, contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annuale sulle PMI. Una iniziativa accolta dalla FIPE – Federazione Italiana Pubblici Esercizi – che, in una nota ufficiale, ha ribadito la necessità di difendere imprese e utenti da contenuti ingannevoli, favorendo la costruzione di un ecosistema digitale più trasparente e affidabile.

La norma, attualmente all'esame del Senato, introduce una serie di misure concrete: pubblicazione delle recensioni entro 15 giorni dalla fruizione del servizio, verifica dell'autenticità dei contenuti, diritto di replica per le imprese e possibilità di richiedere la rimozione di commenti falsi o non aggiornati. Tra le novità più significative, l'introduzione del diritto all'oblio digitale per le imprese e il divieto esplicito di compravendita di recensioni.

“Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e

piccole attività, che non possono difendersi da recensioni false o malevole", commenta il presidente della Fipe Confcommercio Sud Sardegna Emanuele Frongia. "Il Governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali. Occorre una legge chiara che protegga consumatori e operatori – conclude Frongia – e che favorisca una concorrenza fondata sulla qualità reale del servizio, non sulla manipolazione delle opinioni."

A sollevare la questione al Parlamento europeo, negli ultimi mesi, è stato anche l'eurodeputato del Partito Popolare Europeo **Dimitris Tsiodras**: "Le recensioni dei consumatori rappresentano un elemento chiave nel processo decisionale di acquisto, ma secondo un'indagine recente, **un consumatore su due** ha dichiarato di non riuscire a verificare se le recensioni pubblicate provengano da clienti reali e in che modo vengano raccolte. Nonostante le attuali normative dell'UE, come la **Direttiva sulle pratiche commerciali sleali** e il **Digital Services Act**, il problema delle recensioni manipolate rimane diffuso".

foto Sardegnagol riproduzione riservata

← Messina: "L'Europa punti sui giovani, non sulla difesa".

Codici: "Le nuove regole UE sui rimborsi per voli in ritardo o cancellati sono un affront
o per i cittadini europei". →

Share This Post:



(<https://www.facebook.com/youtg.net/>)

Perdi peso

🐦 (<https://twitter.com/youtghet>)

Perdi peso con il tuo piano dieta mediterranea personalizzato

🔗 (<https://t.me/youtgnews>)

📷

No.Diet

Scop

(<https://www.instagram.com/youtgnet>)

SERVIZI INFORMATICI



(/component/banners/click/220)

Stretta sulle recensioni fake, le reazioni in Sardegna: "Bene, ma ora arriviamo fino in fondo"

📘 (/#facebook) 🐦 (/#twitter) 📞 (/#whatsapp) 📧 (/#telegram)



(https://www.youtg.net/images/com_droppics/254/locali-tavolini-cagliari-centro.webp?1689924221)

Seguici anche sul nostro canale Whatsapp (<https://whatsapp.com/channel/0029Vays9W9KWEKiWPbQTh0p>)

CAGLIARI. Secondo i dati del Centro Studi del Mimit, il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante sulle recensioni online, e secondo l'Ufficio Studi di Fipe-Confindustria, esse possono incidere fino al 30% sul fatturato di un locale. Ma nel 2024, ben l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (dati TripAdvisor). Il 66% dei consumatori ha dichiarato di imbattersi regolarmente in recensioni inattendibili.

Dall'analisi di questi dati nasce la proposta normativa italiana, contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annuale sulle PMI. "Apprezziamo le parole espresse ieri in una nota stampa dal Ministro del Turismo Daniela Santanchè", è il commento della Fipe, "che ha rimarcato l'importanza di proteggere imprese e consumatori da contenuti ingannevoli, per fare un passo avanti nella costruzione di un mercato digitale più trasparente e affidabile e l'impegno a continuare il lavoro con determinazione, per costruire un testo efficace e coerente con la normativa europea".

La proposta normativa, attualmente incardinata presso il Senato, prevede misure concrete: dalla limitazione temporale per la pubblicazione delle recensioni (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), alla necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. Per la prima volta, si riconosce alle imprese un diritto all'oblio digitale e si vieta esplicitamente il commercio di recensioni.

"Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività, che non possono difendersi da recensioni false o malevole", commenta il presidente della Fipe Confindustria Sud Sardegna Emanuele Frongia. "Il governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali." La proposta italiana ha sollevato in questi mesi un ampio confronto con le istituzioni europee e i principali operatori digitali, da TripAdvisor a Trustpilot, che hanno espresso parere contrario. Per questo, FIPE - insieme ad HOTREC, l'associazione europea di riferimento per il turismo - hanno deciso di sostenere la proposta italiana attraverso contributi tecnici e la campagna "Stop Fake Reviews", per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente ed efficace. L'auspicio è che il percorso parlamentare prosegua rapidamente, preservando l'impianto del provvedimento. "Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni - conclude Frongia".

Redazione 06 Giugno 2025

Sicurezza per l'aerospazio

Elettronica affidabile per condizioni estreme.

Farnell

[Learn More](#)

Altre in Sardegna



IN SARDEGNA (/CANALI/IN-SARDEGNA)

**CagliariNews**

False recensioni, ristoratori furiosi anche a Cagliari: “Vogliamo una legge che ci tuteli”

Otto giudizi online su cento, in media, sono farlocchi, spesso fatti per mettere in crisi un imprenditore. Succede anche nel capoluogo sardo, ecco nel dettaglio la proposta “anti fake” di Emanuela Frongia della Fipe Confcommercio (nel tondo)

di La Redazione

Giugno 6, 2025

CERCA

CERCA

Ristoranti di Cagliari colpiti da false recensioni

Le false recensioni ai ristoranti di Cagliari sono nella media nazionale: circa l'8% dei giudizi scritti online sono infatti farlocchi, ovviamente in negativo. Secondo i dati del Centro Studi del MIMIT, il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante sulle recensioni online, e secondo l'Ufficio Studi di FIFE-Confcommercio, esse possono incidere fino al 30% sul fatturato di un locale. Ma nel 2024, ben l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (dati TripAdvisor). Il 66% dei consumatori ha dichiarato di imbattersi regolarmente in recensioni inattendibili. Dall'analisi di questi dati nasce la proposta normativa italiana, contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annuale sulle PMI.

In merito apprezziamo le parole espresse ieri in una nota stampa dal Ministro del Turismo Daniela Santanchè, che ha rimarcato l'importanza di proteggere imprese e consumatori da contenuti ingannevoli, per fare un passo avanti nella costruzione di un mercato digitale più trasparente e affidabile e l'impegno a continuare il lavoro con determinazione, per costruire un testo efficace e coerente con la normativa europea.

La proposta normativa, attualmente incardinata presso il Senato, prevede

ULTIME NOTIZIE

Pula, addio a Francesco Silvia

Cagliari, addio a Marco Ferro

Paura a Monastir, 2 ospiti del centro migranti pestati dal branco

Cagliari, decine di auto “svaligate” al quartiere del Sole: “Da bande di ragazzini”

Cagliari, accusato di

misure concrete: dalla limitazione temporale per la pubblicazione delle recensioni (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), alla necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. Per la prima volta, si riconosce alle

imprese un diritto all'oblio digitale e si vieta esplicitamente il commercio di recensioni.

“Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività, che non possono difendersi da recensioni false o malevole”, commenta il presidente della Fipe Confcommercio Sud Sardegna Emanuele Frongia. “Il Governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali.”

La proposta italiana ha sollevato in questi mesi un ampio confronto con le istituzioni europee e i principali operatori digitali, da TripAdvisor a Trustpilot, che hanno espresso parere contrario. **Per questo, FIPE – insieme ad HOTREC, l'associazione europea di riferimento per il turismo – hanno deciso di sostenere la proposta italiana attraverso contributi tecnici e la campagna “Stop Fake Reviews”, per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente ed efficace.**

L'auspicio è che il percorso parlamentare prosegua rapidamente, preservando l'impianto del provvedimento. *“Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni – conclude Frongia”.*

violenza sessuale su una ragazzina: Max Coviello condannato

TOP NEWS



1 Pula, addio a Francesco Silvia



2 Cagliari, addio a Marco Ferro



3 Paura a Monastir, 2 ospiti del centro migranti pestati dal branco



4 Cagliari, decine di auto “svaligiate” al quartiere del Sole: “Da bande di ragazzini”



5 Cagliari, accusato di violenza sessuale su una ragazzina: Max Coviello condannato

CAGLIARI

EMANUELE FRONGIA

FAKE

FALSE RECENSIONI

FIPE CONFCOMMERIO

RISTORANTI

Per ricevere gli aggiornamenti di Cagliari News nella tua casella di posta, inserisci la tua e-mail

Economia

12 Giugno 2025

Polvere di stelle | A che punto sono le norme italiane contro le false recensioni online



di Lidia Baratta

La Commissione europea ha chiesto di nuovo chiarimenti sulle misure inserite nel ddl annuale per le pmi. Il governo apre a modifiche, ma la Fipe chiede che non si sviscoli il senso della legge, mentre online è esploso il mercato del falso





(Unsplash)

È ancora tutta in salita la strada delle nuove norme approvate dal governo italiano per contrastare il mercato delle false recensioni online di bar, alberghi e ristoranti. Le misure sono state inserite nel disegno di legge annuale per le piccole e medie imprese, attualmente in commissione Industria al Senato. Ma ora sono al centro di una serie di osservazioni critiche e giudizi negativi arrivati dalla Commissione europea, che per la terza volta ha chiesto chiarimenti a Roma, visto che «le autorità italiane non hanno risposto in modo sufficiente alla richiesta di informazioni supplementari».



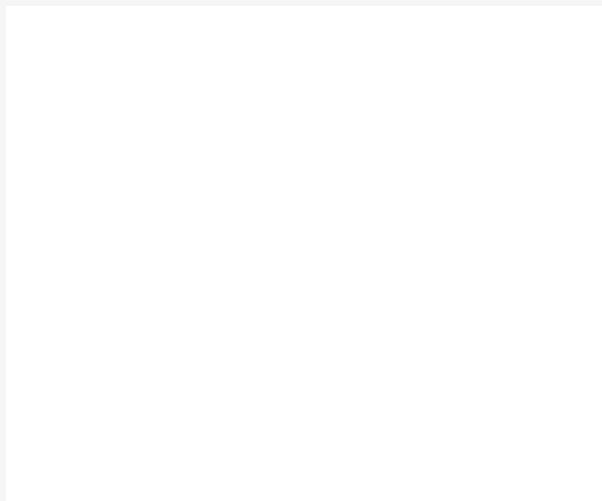
Secondo Bruxelles, la nuova legge italiana si sovrapporrebbe infatti al Digital Service Act, il regolamento europeo sui servizi digitali. Il commissario per l'industria e l'imprenditoria Stéphane Séjourné ha spiegato nel suo parere che il regolamento costituisce già «un'efficace soluzione normativa a livello dell'Unione per affrontare alcuni degli obiettivi perseguiti» dal governo italiano. Il problema riguarda soprattutto la richiesta alle piattaforme di verificare che le recensioni siano scritte da consumatori reali e non dalle fabbriche di recensioni false che spopolano ormai in Rete. Richiesta alla quale i grandi colossi delle *review* hanno risposto picche.



L'interlocuzione tra la ministra del Turismo Daniela Santanchè e la Commissione europea intanto va avanti. Il governo conta di poter apportare solo piccole modifiche alla legge, senza stravolgere l'impianto generale. Cosa che però temono le associazioni di categoria che più si sono battute per la stretta contro le false recensioni.

«Nonostante la normativa europea oggi dica che è illegale, basta cercare su qualsiasi motore di ricerca “acquisto recensioni” per trovarsi davanti al *Far*

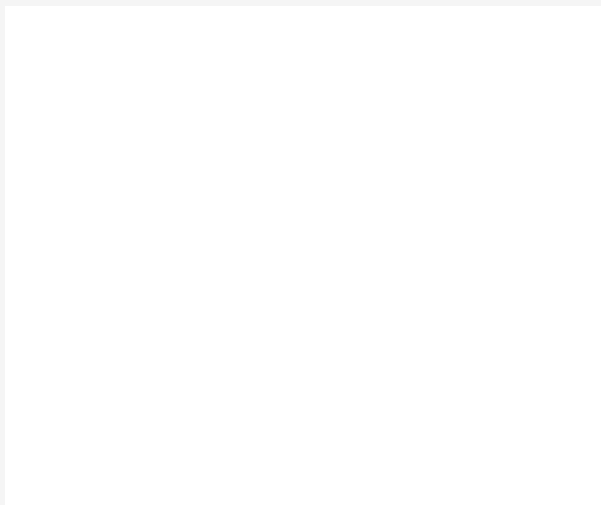
West», dice Roberto Calugi, direttore generale di Fipe Confcommercio, l'associazione di categoria che rappresenta i pubblici esercizi italiani. «Quello che noi chiediamo è che si tenga il punto e che non si sviscoli il disegno di legge approvato. Non si comprende perché uno Stato sovrano non possa adottare una normativa più restrittiva finalizzata a tutelare i consumatori e le imprese. Esiste un mercato illegale di recensioni false che influenza il destino di ristoranti, bar e alberghi e manipola anche le scelte dei consumatori che va combattuto».



Poiché il tema incide sia sui consumatori che sul mercato interno, prima di essere approvato dal Parlamento italiano, il 17 gennaio 2025 il ddl sulle pmi è stato notificato all'Ue tramite la procedura Tris, quella che serve in via preventiva a evitare infrazioni. Le nuove norme, al capo IV del ddl, prevedono che la recensione online possa essere scritta al massimo entro quindici giorni dalla data in cui si è stati nel ristorante o albergo. Il consumatore potrà continuare a rimanere anonimo attraverso un *nickname*, ma per garantire l'autenticità la piattaforma dovrà verificare che si tratti effettivamente di una persona fisica. Tra le proposte, c'è poi la possibilità di replica da parte del ristoratore (cosa che non tutte le piattaforme permettono) e anche il diritto alla rimozione delle recensioni dopo due anni dalla pubblicazione, se il ristoratore ha adottato le misure per risolvere le critiche che hanno portato a una eventuale valutazione negativa. E, ovviamente, la legge prevede poi anche il divieto di sponsorizzare le recensioni a pagamento.

La notifica a Bruxelles ha attivato il cosiddetto periodo di “*standstill*” di tre mesi, durante il quale lo Stato membro notificante non può adottare la normativa e si possono segnalare eventuali violazioni dei principi generali e delle politiche dell'Ue. Da allora, l'associazione Eu Tech Travel (che rappresenta Booking e TripAdvisor), TripAdvisor e Trustpilot hanno depositato pareri fortemente

negativi sulla proposta italiana. E anche Fipe, insieme con la propria associazione europea Hotrec, ha interloquito con la Commissione europea, depositando le sue osservazioni.



Il periodo di “*standstill*” è finito il 20 maggio, ma le interlocuzioni tra le autorità italiane e la Commissione europea sono ancora in corso per trovare un compromesso sul testo. I dati della Commissione europea d'altronde parlano chiaro: il 66 per cento dei siti analizzati nel 2021 non era in grado di verificare l'adozione di misure per garantire l'autenticità delle recensioni.

Ma è una battaglia di Davide contro Golia. Anche perché, davanti a recensioni false o diffamatorie, il ristoratore da solo ha pochi strumenti per potersi rivolgere alle grandi piattaforme e chiedere la rimozione di commenti e valutazioni che per i ristoratori sono ormai una questione di vita o di morte.

Secondo il centro studi del ministero delle Imprese, il 70 per cento dei consumatori basa infatti la scelta del ristorante dopo aver letto le recensioni. Che possono incidere fino al 30 per cento delle entrate di un ristorante. Ma sulle piattaforme più consultate è difficile ormai distinguere commenti falsi positivi o falsi negativi, scritti da umani o da bot. E alla Fipe arrivano di continuo segnalazioni di ristoratori che vengono contattati da fantomatiche agenzie che propongono la vendita di «pacchetti di recensioni online». Tutte false. Tutte scritte senza mai aver messo piede in un ristorante.

Come è successo a Vincenzo Colao, titolare del ristorante Ripa 12 a Trastevere, Roma, contattato da una agenzia che gli proponeva la vendita di recensioni positive. «A uno di questi ho risposto che non mi interessava», racconta Colao. «Hanno continuato a insistere, mi offrivano cento recensioni a quattrocento euro.

Finché una notte mi arriva un messaggio di minaccia: “O compri le recensioni positive o ti inondiamo di recensioni negative”». Colao denuncia l'accaduto, i ricatti finiscono. La polizia verifica che si trattava di un numero registrato in Bangladesh, ma i messaggi arrivavano dall'Italia.

La fabbrica delle recensioni false è difficile da bloccare. «Continuano ad arrivarci email, messaggi e telefonate con proposte simili», racconta Colao. «So di non essere unico, capita a molti ristoratori e tanti le comprano».

Eppure, per chiedere la cancellazione di recensioni false o negative, magari scritte da concorrenti o ex dipendenti che si sono lasciati male con il titolare, per i ristoratori è una vera e propria impresa. Bisogna chiamare in causa colossi come Google o Tripadvisor, ma non tutti hanno la forza per farlo. «Le piattaforme non rispondono, bisogna rivolgersi agli avvocati e pagare migliaia di euro per farsi rispondere», dice Colao. A volte si riesce a rintracciare il cliente che ha scritto recensioni diffamatorie, altre volte l'accesso viene negato. Ma nella maggior parte dei casi queste cause finiscono per essere archiviate nel *mare magnum* della giustizia italiana. «Servirebbe un garante per i ristoratori e i clienti. Non è possibile che locali accanto a me, dopo poche settimane dall'apertura avevano già migliaia di recensioni. Noi siamo qui da 34 anni e ne abbiamo cinquecento».

Secondo il “Review Transparency Report”, Tripadvisor ha individuato nel 2022 ben 1,3 milioni di recensioni false, un dato in crescita rispetto alle 943.000 segnalate nel 2020. Nel 2022 le recensioni false hanno rappresentato il 4,37% di tutti gli invii, rispetto al 3,6% del 2020. Basta fare la prova e digitare su Google «come comprare recensioni» per trovarsi immediatamente nel grande bazar della reputazione online. Si offrono pacchetti di recensioni positive, commenti strabilianti e stelline. Non sempre cinque, il massimo, per non dare nell'occhio.

[U](#)

Recensioni false, un danno per i ristoratori

Fontanari (Associazione Ristoratori del Trentino): «Bene il Governo, ora servono regole chiare per difendere imprese e clienti dai giudizi truccati»

13/06/2025 da Ufficio stampa



TRENTO. Secondo i dati del Centro Studi del MIMIT, il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante sulle recensioni online, e secondo l'Ufficio Studi di FIPE-Confcommercio, esse possono incidere fino al 30% sul fatturato di un locale. Ma nel 2024, ben l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (dati TripAdvisor). Il 66% dei consumatori ha dichiarato di imbattersi regolarmente in recensioni inattendibili. Dall'analisi di questi dati nasce la proposta normativa italiana, contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annuale sulle PMI.

«In merito - fa sapere FIPE Italia - apprezziamo le parole espresse in una nota stampa dal Ministro del Turismo Daniela Santanchè, che ha rimarcato l'importanza di proteggere imprese e consumatori da contenuti ingannevoli, per fare un passo avanti nella costruzione di un mercato digitale più trasparente e affidabile e l'impegno a continuare il lavoro con determinazione, per costruire un testo efficace e coerente con la normativa europea».

La proposta normativa, attualmente incardinata presso il Senato, prevede misure concrete: dalla limitazione temporale per la pubblicazione delle recensioni (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), alla necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. Per la prima volta, si riconosce alle imprese un diritto all'oblio digitale e si vieta esplicitamente il commercio di recensioni.

«Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività, che non possono difendersi da recensioni false o malevoli», commenta Marco Fontanari, presidente dell'Associazione Ristoratori del Trentino aderente a Confcommercio Trentino e FIPE. «Il Governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di



[\(/index.php/notizia/ordinanza-anti-vetro-per-le-feste-vigiliane-2025\)](/index.php/notizia/ordinanza-anti-vetro-per-le-feste-vigiliane-2025)

«Ordinanza anti-vetro» per le Feste Vigiliane 2025
[\(/index.php/notizia/ordinanza-anti-vetro-per-le-feste-vigiliane-2025\)](/index.php/notizia/ordinanza-anti-vetro-per-le-feste-vigiliane-2025)



[\(/notizia/fiavet-porta-gli-studenti-volo-con-air-dolomiti\)](/notizia/fiavet-porta-gli-studenti-volo-con-air-dolomiti)

Fiavet porta gli studenti «in volo con air dolomiti»
[\(/notizia/fiavet-porta-gli-studenti-volo-con-air-dolomiti\)](/notizia/fiavet-porta-gli-studenti-volo-con-air-dolomiti)



[\(/notizia/assemblea-annuale-dell-associazione-attivita-di-servizio-del-trentino\)](/notizia/assemblea-annuale-dell-associazione-attivita-di-servizio-del-trentino)

Assemblea annuale dell'Associazione Attività di servizio del Trentino
[\(/notizia/assemblea-annuale-dell-associazione-attivita-di-servizio-del-trentino\)](/notizia/assemblea-annuale-dell-associazione-attivita-di-servizio-del-trentino)

fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali. È una battaglia di civiltà che riguarda anche la dignità del nostro lavoro quotidiano, spesso esposto al linciaggio digitale senza possibilità di replica».

La proposta italiana ha sollevato in questi mesi un ampio confronto con le istituzioni europee e i principali operatori digitali, da TripAdvisor a Trustpilot, che hanno espresso parere contrario. Per questo, FIPE - insieme ad HOTREC, l'associazione europea di riferimento per il turismo - ha deciso di sostenere la proposta italiana attraverso contributi tecnici e la campagna "Stop Fake Reviews", per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente ed efficace.

L'auspicio è che il percorso parlamentare prosegua rapidamente, preservando l'impianto del provvedimento. «Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni – conclude Fontanari».



(/notizia/riva-del-garda-fierecongressi-rinnova-il-cda)

Riva del Garda Fierecongressi, rinnovato il cda (/notizia/riva-del-garda-fierecongressi-rinnovato-il-cda)



(/index.php/notizia/l-attuazione-della-nuova-direttiva-europea-sull-accessibilit-dei-prodotti-servizi)

L'attuazione della nuova direttiva europea sull'accessibilità dei prodotti e servizi

(/index.php/notizia/l-attuazione-della-nuova-direttiva-europea-sull-accessibilit-dei-prodotti-e-servizi)



(/index.php/notizia/rincari-del-prezzo-del-caffè-trento-sotto-la-media-italiana)

Rincari del prezzo del caffè, Trento sotto la media italiana (/index.php/notizia/rincari-del-prezzo-del-caffè-trento-sotto-la-media-italiana)



(/index.php/notizia/trento-aria-condizionata)

INCHIESTA CORRUZIONE



CONDIVIDI

APPREZZAMENTO

False recensioni online, FIPE Confcommercio: "Apprezziamo l'iniziativa del governo, ora bisogna arrivare fino in fondo"

La proposta normativa: dalla limitazione temporale per la pubblicazione delle recensioni alla necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati



Ge24

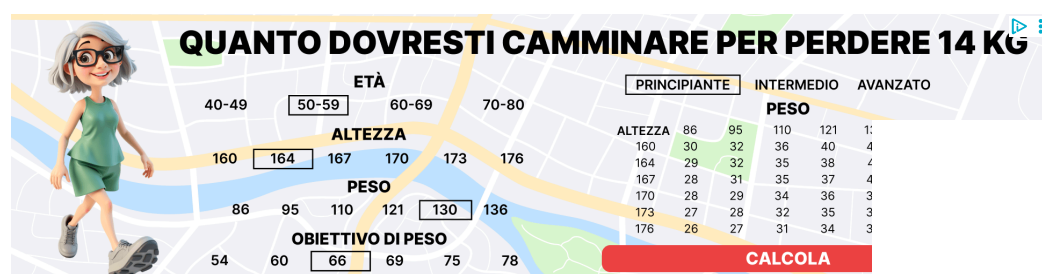
di Redazione

16 Giugno 2025 - 15:47



Genova. Il fenomeno delle **recensioni false** continua a minare la fiducia dei consumatori e a danneggiare pesantemente le aziende del comparto ristorazione. Secondo i **dati del Centro Studi del MIMIT**, il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante sulle recensioni online, e secondo l'**Ufficio Studi di FIPE-Confcommercio**, esse possono incidere fino al 30% sul fatturato di un locale. Un impatto notevole, aggravato da però **un dato allarmante**: nel 2024, l'8,6% delle recensioni pubblicate su TripAdvisor è risultato falso. Inoltre, **due consumatori su tre dichiarano di imbattersi frequentemente in commenti inattendibili**. E' su queste basi che si inserisce la proposta normativa italiana contro le false recensioni, contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annuale sulle PMI.

La proposta normativa, attualmente incardinata presso il Senato, prevede misure concrete: dalla limitazione temporale per la pubblicazione delle recensioni (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), alla necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. Per la prima volta, evidenzia FIPE (Federazione Italiana Pubblici Esercizi), si riconosce alle imprese un diritto all'oblio digitale e si vieta esplicitamente il commercio di recensioni.



"Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività che non possono difendersi da recensioni false o malevole – commenta **Alessandro Cavo**, presidente FIPE Confcommercio Liguria -. Il Governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali".

La proposta italiana ha sollevato in questi mesi un ampio confronto con le istituzioni europee e i principali operatori digitali, da TripAdvisor a Trustpilot, che hanno espresso parere contrario. Per questo, FIPE – insieme ad **HOTREC**, l'associazione europea di riferimento per il turismo – ha deciso di sostenere la proposta italiana attraverso contributi tecnici e la campagna **"Stop Fake Reviews"**, per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente ed efficace.

L'auspicio è che il percorso parlamentare prosegua rapidamente, preservando l'impianto del provvedimento. "Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni", conclude Cavo.



Più informazioni

commercio Genova

Investire in Amazon CFD? Calcola il tuo potenziale second...

hubformarket | Sponsorizzato

Rome: AudioNova cerca per un test 700 persone nate prima del 1974

AudioNova | Sponsorizzato

Nuova CUPRA Formentor e-HYBRID

Fino a 860 km di autonomia complessiva, con oltre 120 km di autonomia in modalità elettrica.

CUPRA | Sponsorizzato

Configura Auto

CUPRA Born Impulse+

Sistema di infotainment con display touch da 12,9", cerchi in lega da 20".

CUPRA | Sponsorizzato

Configura Auto

Mi Piace Così | Quanto costa perdere peso?

Prova una settimana gratuita

Mi Piace Così | Sponsorizzato

Kamiq 130 Edition. Pensato con quello che desideri, di serie.

Tuo con Sensori di parcheggio, Telecamera posteriore e tanto altro, di serie.

Škoda | Sponsorizzato

Scopri di più

Il titolo eToro si quota in borsa: scopri il buzz dell'IPO oggi

L'azienda fondata in Europa 18 anni fa ha fatto il suo ingresso a Wall Street: l'Europa rimane il centro di interesse con l'Italia tra i mercati a più alta ...

eToro | Sponsorizzato

Clicca qui

I moderni condizionatori portatili non necessitano di installazione: guarda!

Condizionatori Portatili | Ricerca annunci | Sponsorizzato

Scopri di più

Addio ai costosi pannelli solari e benvenuto al generatore solare

Pannelli solari | Ricerca Annunci | Sponsorizzato

Clicca qui

Depuratore d'acqua di nuova generazione: ecco quanto...

Depuratori d'acqua | Sponsorizzato

Scopri di più

Incidente mortale in A7: uomo di 46 anni si schianta con un maxi scooter. Passeggera gravissima al pronto soccorso - Genova 24

Genova24.it

I RISTORATORI

«Noi rovinati
dalle false
recensioni»

Diana Alfieri a pagina 5

L'INDAGINE Ministero ed **Epam**

«Le recensioni false rovinano i ristoranti» Serve l'oblio digitale

È la proposta del ministro Urso insieme al limite temporale della pubblicazione

Lino Stoppani (Epam): «Appreziamo molto la proposta del governo, sono misure decisive per la credibilità del mercato»

Diana Alfieri

■ Piace, oltre alla cena, la recensione online. Secondo il Centro Studi Mimit del ministero delle Imprese, il 70% di chi si appresta a cercare un ristorante basa la sua scelta sulle recensioni online. L'Ufficio Studi di Fipe-Confcommercio, la Federazione italiana dei pubblici esercizi, calcola che le recensioni online incidano fino al 30% sul fatturato di un locale. Ma nel 2024 l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (dati TripAdvisor) e il 66% dei frequentatori di ristoranti ha dichiarato di imbattersi regolarmente in recensioni inattendibili.

Secondo un sondaggio di Epam, l'Associazione pubblici esercizi di Confcommercio Milano, condotto su più temi, per il 77% dei ristoranti milanesi, le recensioni sulle grandi piattaforme hanno un impatto sull'andamento delle attività. Per il 60% degli intervistati le re-

censioni false o non verificate rappresentano un problema concreto che danneggia la reputazione e i fatturati della propria impresa.

In Parlamento - ha ricordato il ministro Adolfo Urso all'assemblea di Confcommercio - c'è la proposta normativa (nel disegno di legge annuale sulle pmi) all'attenzione del Senato che prevede sulle recensioni online misure concrete: dalla limitazione temporale per la loro pubblicazione (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), alla necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. Per la prima volta si riconoscebbe alle imprese un diritto all'oblio digitale vietando esplicitamente il commercio di recensioni.

«Appreziamo l'iniziativa del Governo. Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del merca-

to digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività, che non possono difendersi da recensioni false o malevole. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali» ha affermato Lino Stoppani, presidente di Epam e Fipe.

La proposta italiana ha sollevato, in questi mesi, un ampio confronto con le istituzioni europee e i principali operatori digitali, da TripAdvisor a Trustpilot, che hanno espresso parere contrario. Per questo, Fipe-Confcommercio, insieme ad Hotrec, l'associazione europea di riferimento per il turi-



«Una legge contro le recensioni false»

«Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni con recensioni false». Lo dichiara **Marco Fontanari**, presidente dell'Associazione ristoratori del Trentino aderente a Confcommercio Trentino e Fipe, che si augura che venga approvato il disegno di legge attualmente incardinato al Senato, che prevede misure concrete: dalla limitazione temporale per la pubblicazione delle recensioni (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), alla necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. Per la prima volta, si riconosce alle imprese un diritto all'oblio digitale e si vieta esplicitamente il commercio di recensioni.

«Siamo di fronte a un passaggio decisivo - sostiene Fontanari - per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività, che non possono difendersi

da recensioni false o malevole».

«Il Governo - prosegue - ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali. È una battaglia di civiltà che riguarda anche la dignità del nostro lavoro quotidiano, spesso esposto al linciaggio digitale senza possibilità di replica».

I ristoratori trentini ricordano che secondo i dati del Centro Studi del ministero delle Imprese e del made in Italy, il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante sulle recensioni online, e secondo l'Ufficio Studi di Fipe-Confcommercio, le recensioni possono incidere fino al 30% sul fatturato di un locale. Ma nel 2024, ben l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (dati TripAdvisor).

Il 66% dei consumatori ha dichiarato di imbattersi regolarmente in recensioni inattendibili. Dall'analisi di questi dati nasce la proposta normativa italiana, contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annua-



le sulle Pmi.

La proposta italiana, informa l'Associazione ristoratori del Trentino, ha sollevato in questi mesi un ampio confronto con le istituzioni europee e i principali operatori digitali, da TripAdvisor a Trustpilot, che hanno espresso parere contrario. Per questo, Fipe -

insieme ad Hotrec, l'associazione europea di riferimento per il turismo - ha deciso di sostenere la proposta italiana attraverso contributi tecnici e la campagna «Stop Fake Reviews», per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente ed efficace.

L'auspicio è che il percorso



Marco Fontanari

parlamentare prosegua rapidamente, preservando l'impianto del provvedimento. «Serve una normativa chiara - conclude il presidente Fontanari - che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni».

RIGOTTI (FIMAA)

«Nel 2024 un più 4% di compravendite»

«Il 2024 ha segnato un'inversione di rotta significativa per il nostro settore, con un incremento del 4% nelle compravendite rispetto all'anno precedente». Lo ha comunicato ieri Severino Rigotti, presidente di Fimaa Trentino, assemblea ordinaria annuale della Federazione italiana mediatori agenti d'affari, parlando del settore immobiliare.

«Dopo un 2023 difficile, - ha aggiunto - in cui il mercato delle nuove costruzioni si era pressoché fermato, questo dato rappresenta una boccata d'ossigeno. Ma non possiamo accontentarci: la nostra categoria ha bisogno di stabilità normativa, di tutele concrete e di un riconoscimento pieno del proprio valore professionale».

Turismo | I commenti negativi possono pesare fino al 30% del fatturato. Al vaglio una legge per verificare le presenze

Ristoranti e alberghi contro le recensioni false

di Chiara Valcanover

Le recensioni online di ristoranti e alberghi sono uno strumento potente, ma sempre più inaffidabile. Secondo i dati del Centro studi del Mimit, il 70% dei consumatori si basa su di esse per scegliere dove mangiare, e queste possono pesare fino al 30% sul fatturato di un ristorante. Nel 2021 nell'ambito ristoranti, l'8,6% delle recensioni online è risultato falso. Il 66% degli utenti afferma di trovare spesso contenuti inattendibili. Per rispondere a questo fenomeno, è in discussione al Senato una proposta normativa italiana che introduce misure concrete per contrastare le recensioni manipolate. Tra le novità principali: l'obbligo di pubblicare le recensioni entro 15 giorni dalla fruizione del servizio. Per Marco Fontanari, presidente dell'Associazione ristoratori del Trentino, si tratta di un momento cruciale: «Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità



Asat Il presidente Gianni Battaola

del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività, che non possono difendersi da recensioni false o malevole», ha dichiarato. «Il Governo ha avuto il merito di

affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non cedere alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali. È una battaglia di civiltà che riguarda anche la dignità

del nostro lavoro quotidiano». «Il problema dei commenti falsi persiste anche nell'ambito alberghiero, seppur in misura minore – gli fa eco il presidente di Asat (l'associazione albergatori del Trentino), Gianni Battaola. Questo perché alcune piattaforme, come Booking, verificano che chi scrive una recensione abbia davvero usufruito del servizio, offrendo maggiore affidabilità. Altre, come Google, permettono di commentare senza controlli, esponendo le imprese al rischio di giudizi». La proposta di legge italiana ha sollevato un ampio confronto con le istituzioni europee e i principali operatori digitali, che hanno espresso parere contrario. Per questo, Fipe (Federazione italiana pubblici esercizi), insieme ad Hotrec, l'associazione europea di riferimento per il turismo ha deciso di avviare una campagna per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente.

smo, ha deciso di sostenerla attraverso contributi tecnici e con la campagna «Stop Fake Reviews», per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente ed efficace.

L'auspicio è che il percorso parlamentare prosegua rapidamente, preservando l'impianto del provvedimento. «Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori sia gli esercenti - ha concluso Lino Stoppani - promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni».

IL SONDAGGIO DI EPAM

Recensioni ai ristoranti Gli operatori chiedono tutele

■ Il 70% dei consumatori (dati Centro Studi MIMIT) basa la scelta del ristorante sulle recensioni online. L'Ufficio Studi di **Fipe-Confcommercio**, la Federazione italiana dei pubblici esercizi, calcola che le recensioni online incidono fino al 30% sul fatturato di un locale. Ma nel 2024 l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (TripAdvisor) e il 66% dei consumatori ha dichiarato di imbattersi regolarmente in recensioni inattendibili. Per il 77% degli operatori milanesi - secondo un sondaggio di **Epam**, l'Associazione pubblici esercizi di **Confcommercio Milano**, condotto su più temi legati al comparto - le recensioni sulle grandi piattaforme hanno un impatto sull'andamento delle attività. Per il 60% degli intervistati le recensioni false o non verificate costituiscono un problema concreto che danneggia la reputazione e i fatturati della propria impresa. «Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori sia gli esercenti - afferma **Lino Stoppani**, presidente di **Epam** e **Fipe** - promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni».



ECONOMIA & FINANZA

Esportati 30 miliardi di piatti di pasta

POLLENZO- L'Unione italiana Food esporta il 40% del totale dell'industria alimentare e le prospettive sono positive, ma resta il nodo dazi. Sono 30 miliardi di piatti di pasta, 56 miliardi di tazzine di caffè, quasi 1

miliardo di chilogrammi tra biscotti, fette biscottate, crackers e dolci come pandori, panettoni e colombe, 4 miliardi di prodotti a base di cioccolato.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

alberto
ACCONCIATURE UNISEX

Novità parrucche e protesi cutanee

Si riceve su appuntamento

VIA REPUBBLICA, 15 - CARNAGO (VA) • Tel. 0331 993414
CEL. 340 2886237 • albertoacconciature@hotmail.it

di EMANUELA SPAGNA

Qual è il gesto che tutti noi compiamo prima di prenotare una cena o un pranzo fuori? Prendiamo lo smartphone e cerchiamo le recensioni sul locale. Fin qui nulla di male, se non fosse che proprio quei giudizi espressi da sedicenti avventori, ora stanno alterando il mercato della ristorazione. In che modo? con giudizi falsi o costruiti ad arte. E così, secondo i dati elaborati dal centro studi di Fipe Confcommercio, le recensioni negative possono incidere fino al 30% sul fatturato di un ristorante. «Chi lavora onestamente va difeso» sottolinea Giordano Ferrarese, presidente provinciale e membro del consiglio nazionale di Fipe.

Recensioni pagate

Tra l'altro, proprio lo stesso Ferrarese racconta di aver ricevuto una proposta quanto mai singolare via mail. «Ho ricevuto una mail diretta alla casella di posta del ristorante - spiega - con una proposta vergognosa: 50 recensioni positive a 200 euro, 100 a quattrocento euro. Erano dichiarate verificabili, ma il come resta un mistero. Per me è stato un segnale di allarme e ho denunciato il fatto». È chiaro, dunque, che quello che si profila è un mercato delle recensioni che, inevitabilmente, penalizza chi lavora onestamente.

La giungla delle piattaforme

Le esperienze, tra i ristoratori varesini, testimoniano come i leoni da tastiera siano disseminati un po' ovunque sulle piattaforme. «È chiaro che quando si apre una attività le recensioni, soprattutto all'inizio contano - spiega Massimo Musazzi (Ti Garba a Busto Arsizio) - ma vanno anche valutate con attenzione. A noi ad esempio è stato dato un voto basso perché in caso di pioggia ci si può bagnare andando dall'auto all'ingresso». È chiaro che viene da sorridere, ma «è indicativo del fatto che oggi è in corso un abuso dello strumento». Della stessa opinione anche Adriano Pelandella, (Smeraldo a Dumenza) che ricorda ancora una pessima recensione per degli spaghetti ai frutti di mare per il suo ristorante che è noto per la selvaggina e il mare non l'ha nel menù. «Una tutela per noi sarebbe utile - sottolinea - Penso ad esempio a un QR code che consenta di verificare chi scrive la recensione. Vero è, però, che la qualità del lavoro batte tutto e il passaparola dei clienti ha ancora valore». Un pensiero ribadito anche da Antonello Cioffi (Piedigrotta a Varese): «Chi lavora bene raccoglie risultati - sottolinea - indipendentemente dalle persone pronte a scrivere qualunque cosa soltanto per imitare alcuni programmi televisivi. Serve rispetto per chi lavora. Ad esempio, per fare una recensione si potrebbe richiedere lo scontrino del locale. A noi è capitato di leggere giudizi su pranzi o cene di giorni in cui eravamo chiusi».

Regole chiare

Quella intrapresa da Fipe Confcommercio è una vera e propria battaglia. «Siamo di fronte a un passaggio cruciale per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, soprattutto quelle più piccole», afferma Ferrarese. «Una recensione falsa può compromettere in un attimo la reputazione costruita in anni di lavoro. Rilanciamo con forza il lavoro della federazione nazionale: servono regole chiare, strumenti efficaci e pene certe contro chi danneggia deliberatamente il lavoro altrui».

Quello che sta emergendo è un vero e proprio crescendo delle opinioni pilotate, false e non identificabili
La battaglia di Fipe Confcommercio



Le testimonianze dei ristoratori varesini
«Bisogna trovare il modo di controllare chi scrive, ma per fortuna il passaparola vale ancora »

Sotto, in senso orario: Giordano Ferrarese, Antonello Cioffi, Adriano Pelandella e Massimo Musazzi



ALL'ESAME DEL SENATO

Una legge per tutelare chi lavora

VARESE - Serve una legge per tutelare chi lavora seriamente. È questa la convinzione dei referenti di Fipe Confcommercio. E a questa esigenza risponde la proposta contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annuale sulle PMI, attualmente all'esame del Senato. Il testo introduce misure decisive per contrastare le false recensioni, come l'obbligo di pubblicare il commento entro 15 giorni dalla fruizione del servizio, l'autenticazione dell'utente che recensisce, il diritto di replica per l'impresa e la possibilità di richiedere la rimozio-

ne di contenuti falsi, superati o chiaramente lesivi. Per la prima volta, si parla di diritto all'oblio digitale anche per le imprese, e viene vietato esplicitamente il commercio di recensioni, un mercato grigio che continua a proliferare al di fuori di ogni controllo. La proposta italiana - sostenuta anche a livello europeo da Hotrec, la federazione continentale del turismo - ha aperto un confronto con le grandi piattaforme, da TripAdvisor a Trustpilot, che hanno manifestato contrarietà.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

«Stop alle false recensioni»

Musacci (Fipe) in favore della proposta di legge governativa

Ferrara Secondo uno studio del ministero, il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante sulle recensioni online, che possono incidere fino al 30% del fatturato, stando a Fipe-Confcommercio. Ma l'anno scorso ben l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (dati TripAdvisor), e il 66% dei consumatori dichiara d'imbattersi regolarmente in recensioni inattendibili. Per questo è incardinata una proposta di legge, in Senato, appoggiata dallo stesso ministero del Turismo, che prevede tra l'altro limitazione temporale per pubblicare le recensioni (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), necessità di verificarne l'autenticità, diritto per le imprese di replicare e chiedere la rimozione dei commenti ingannevoli o superati; si riconosce alle imprese un diritto all'oblio digitale e si vieta esplicitamente il commercio di recensioni, visto che non di rado vengono proposti servizi a pagamento per ottenerne di positive.

«Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia d'imprese, in particolare micro e

piccole attività, che non possono difendersi da recensioni false o malevoli - commenta Matteo Musacci, presidente provinciale Fipe - Il governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali».

La proposta italiana in questi mesi è dibattuta anche a livello europeo, con i principali operatori digitali come Tripadvisor o Trustpilot, che hanno espresso parere contrario. Per questo Fipe assieme a Hotrec, l'associazione europea di riferimento per il turismo, hanno deciso di sostenere la proposta italiana anche sui social, per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più chiaro, auspicando che l'iter parlamentare mantenga integra la proposta governativa. «Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni» è la conclusione di Musacci. ●

© RIPRODUZIONE RISERVATA



8,6%

Il tasso di recensioni false che compaiono online secondo i dati del portale specializzato di Tripadvisor



Matteo Musacci
Presidente provinciale di Fipe



Recensioni false su Tripadvisor parte la rivolta dei ristoratori

Al via la stretta del Governo sulle valutazioni online

Il 70% dei clienti prima di scegliere il ristorante dove andare a pranzo o a cena guarda le recensioni e se sono negative cambia destinazione. Peccato però che molte di quelle recensioni siano false, create da concorrenti ad hoc oppure commissionate ad altri dietro compenso: tra i ristoratori la rivolta è partita e il Governo ha deciso di imporre una stretta.

► Mura e Zizi alle pag. 6 e 7



Fango digitale e truffe la rivolta dei ristoratori contro le false recensioni

Il 70% dei clienti sceglie in base alle valutazioni online

Fipe: «Bene la stretta del governo, ma servono più tutele»

Il 66% dei consumatori ha dichiarato di imbattersi regolarmente in giudizi inattendibili sulle piattaforme

► di Ilenia Mura

Sassari «Camerieri pessi-
mi, un'ora e mezza per por-
tare una pizza». «Bagni sporchi,
il letto scomodo, un posto do-
ve non tornare mai più»: e giù
duro con la lunga sequenza di
critiche negative vergate nei
principali siti di recensioni on-
line. Quella vagonata di fango
rimarrà sempre lì, granitica,
sul web, frequentato da milio-
ni di utenti. Da una parte il
cliente, scontento e imbufali-
to. Dall'altra il ristoratore o al-
bergatore di turno piazzato
sulla gogna mediatica senza al-
cun diritto all'oblio per chi,
magari, è stato beccato in difet-
to in una singola serata andata
storta. O, peggio ancora, ci so-
no casi in cui si diventa vittima
di ritorsioni da parte di chi of-
fre recensioni per farti salire
sull'olimpio. Per poi cacciarti

all'inferno se qualcosa non va:
e se non paghi. Secondo i dati
del Centro Studi del Mimit, il
70% dei consumatori basa la
scelta del ristorante sulle re-
censioni online, e secondo
l'Ufficio Studi di Fipe-Con-
fcommercio, possono incidere
fino al 30% sul fatturato di un
locale. Ma nel 2024, ben l'8,6%
delle recensioni pubblicate è
risultato falso (dati TripAdvi-
sor). Il 66% dei consumatori
ha dichiarato di imbattersi re-
golarmente in recensioni inat-
tendibili. Dall'analisi di questi
dati nasce la proposta norma-
tiva italiana, contenuta nel Ca-
po IV del Disegno di Legge an-
nuale sulle pmi. Così il presi-
dente della Fipe Confcommer-
cio Sud Sardegna Emanuele
Frongia: «In merito apprezzi-
amo le parole espresse in una
nota stampa dalla ministra
del Turismo Daniela Santan-
chè, che ha rimarcato l'importan-
za di proteggere imprese e
consumatori da contenuti in-
gannevoli, per fare un passo
avanti nella costruzione di un
mercato digitale più traspa-

rente l'impegno a continuare
il lavoro con determinazione,
per costruire un testo efficace
e coerente con la normativa
europea. La proposta normati-
va, attualmente incardinata
presso il Senato, prevede misu-
re concrete: dalla limitazione
per la pubblicazione delle re-
censioni (entro 15 giorni dalla
fruizione del servizio), alla ne-
cessità di verificarne l'autenti-
cità, fino al diritto per le impre-
se recensite di replicare e chie-
dere la rimozione di commen-
ti. Per la prima volta, si ricono-
sce alle imprese un diritto
all'oblio digitale e si vieta espli-
citamente il commercio di re-
censioni. «Siamo di fronte a



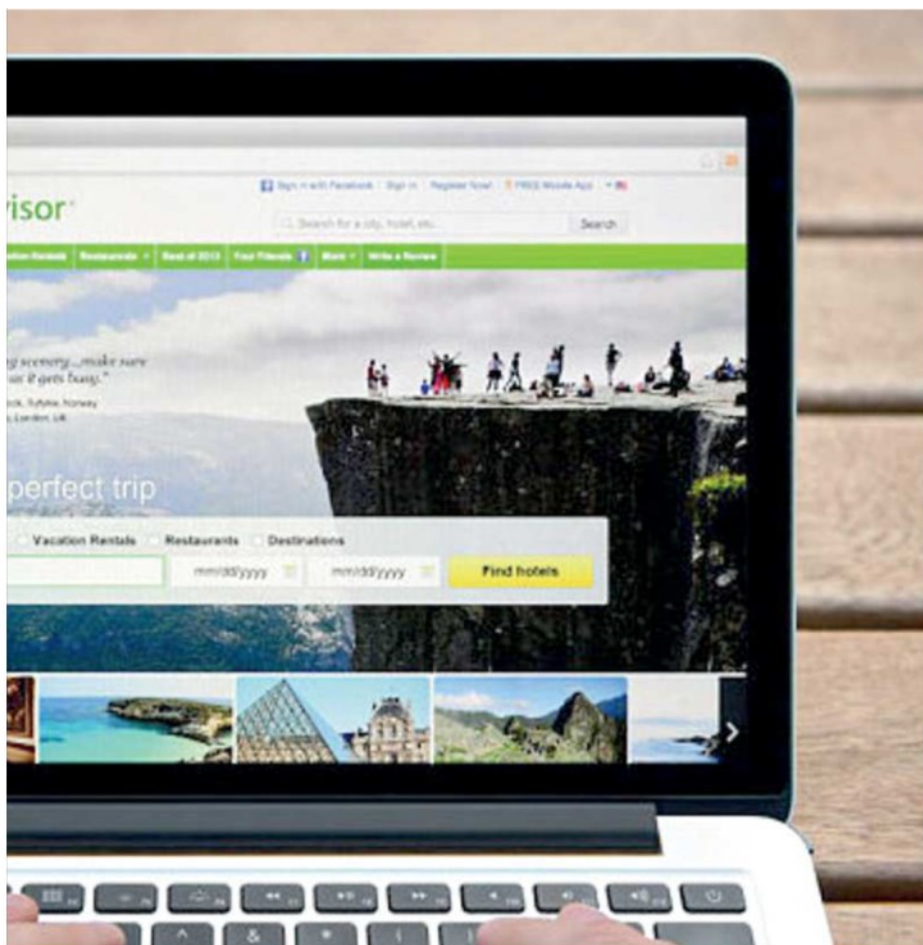
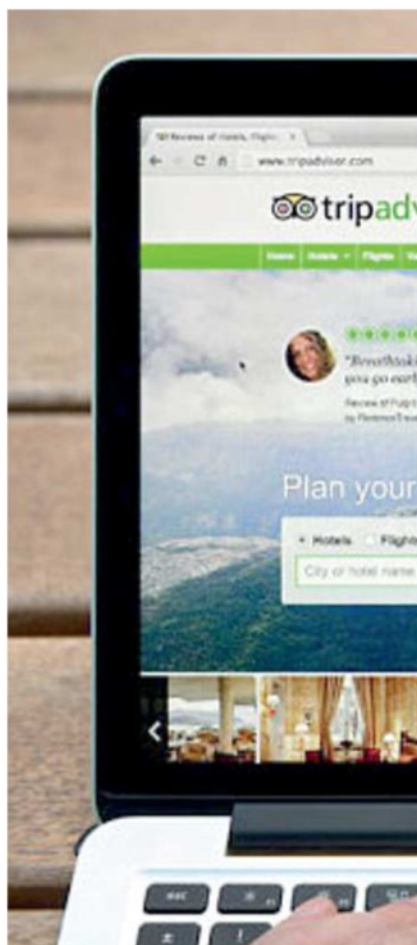
un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela delle imprese, in particolare quelle piccole, che non possono difendersi da recensioni malevole», commenta Frongia: «Il Governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme». Anche in Sardegna le vittime delle recensioni false sono note e palesi: «Si vede subito quando sono costruite per danneggiare un'at-

tività. Spesso sono sgrammaticate, altre volte è chiaro che chi scrive non è mai entrato nel ristorante accusato», spiega Frongia. Offresi recensione positiva: «Molte di queste società sono in Turchia. In tanti sono stati danneggiati». La proposta italiana ha sollevato in questi mesi un ampio confronto con le istituzioni europee e i principali operatori digitali, da TripAdvisor a Trustpilot, che hanno espresso parere contrario. Per questo, Fipe - insieme ad Hotrec, l'associazione europea di riferimento

per il turismo - hanno deciso di sostenere la proposta italiana attraverso contributi tecnici e la campagna "Stop Fake Reviews", per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente ed efficace. L'auspicio è che il percorso parlamentare prosegua rapidamente, preservando l'impianto del provvedimento. «Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito», conclude Frongia.



Emanuele Frongia
Fipe
Confcommercio Sud
Sardegna



Mozione. Angeli sollecita contributi pubblici per l'acquisto di impianti di sicurezza

La consigliera provinciale Eleonora Angeli, vuole impegnare la Giunta a finanziare sistemi antifurto per le attività economiche



«Aiuti agli esercenti per prevenire i furti»

Con una mozione la consigliera provinciale Eleonora Angeli (Lista Fugatti) punta ad impegnare la giunta provinciale a prevedere una serie di interventi economici per sostenere gli esercizi commerciali e altre attività che hanno subito furti e gravi danneggiamenti considerato che, osserva la consigliera: «Negli ultimi mesi, in particolare nel territorio del capoluogo e in diverse aree della Provincia, si è verificata un'escalation di furti, effrazioni ed atti vandalici ai danni di pubblici esercizi quali bar, ristoranti, tabaccherie e negozi nonché abitazioni private».

In particolare la mozione propone di «valutare, compatibilmente con le risorse disponibili, l'attivazione di un fondo straordinario rivolto alle imprese del territorio che operano nel commercio, ristorazione, servizi e turismo, volto all'erogazione di contributi a fondo

perduto da erogarsi a copertura di parte della spesa sostenuta per l'acquisto, l'installazione e l'eventuale adeguamento degli impianti di sicurezza».

E si elencano i dispositivi di sicurezza che possono essere finanziati con soldi pubblici ovvero «sistemi antifurto nebbiogeni, impianti anti-intrusione e antiscazzo, impianti di videosorveglianza, sistemi di allarme sonoro e visivo, serrande rinforzate, porte blindate, vetrine an-

tisfondamento ed altri strumenti di protezione e dissuasione fisica o elettronica validamente certificati».

Angeli fa proprio dunque l'appello delle associazioni di categoria, come Confesercenti e Confcommercio, che «hanno espresso la necessità di un intervento urgente, sia per contrastare questi fenomeni sia per sostenere concretamente le imprese nel dotarsi di misure di sicurezza».

COMMERCIO

Fontanari (Ristoratori del Trentino) sostiene la proposta a difesa delle imprese che oggi subiscono un danno e non possono difendersi

«Una legge contro le recensioni false»

«Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni con recensioni false». Lo dichiara Marco Fontanari, presidente dell'Associazione ristoratori del Trentino aderente a Confcommercio Trentino e Fipe, che si augura che venga approvato il disegno di legge attualmente incardinato al Senato, che prevede misure concrete: dalla limitazione temporale per la pubblicazione delle recensioni (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), alla necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recense di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. Per la prima volta, si riconosce alle imprese un diritto all'oblio digitale e si vieta esplicitamente il commercio di recensioni.

«Siamo di fronte a un passaggio decisivo - sostiene Fontanari - per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività, che non possono difendersi

da recensioni false o malevole».

«Il Governo - prosegue - ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali. È una battaglia di civiltà che riguarda anche la dignità del nostro lavoro quotidiano, spesso esposto al linciaggio digitale senza possibilità di replica».

I ristoratori trentini ricordano che secondo i dati del Centro Studi del ministero delle Imprese e del made in Italy, il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante sulle recensioni online, e secondo l'Ufficio Studi di Fipe-Confcommercio, le recensioni possono incidere fino al 30% sul fatturato di un locale. Ma nel 2024, ben l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (dati TripAdvisor).

Il 66% dei consumatori ha dichiarato di imbattersi regolarmente in recensioni inattendibili. Dall'analisi di questi dati nasce la proposta normativa italiana, contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annua-



le sulle Pmi.

La proposta italiana, informa l'Associazione ristoratori del Trentino, ha sollevato in questi mesi un ampio confronto con le istituzioni europee e i principali operatori digitali, da TripAdvisor a Trustpilot, che hanno espresso parere contrario. Per questo, Fipe -

insieme ad Hotrec, l'associazione europea di riferimento per il turismo - ha deciso di sostenere la proposta italiana attraverso contributi tecnici e la campagna «Stop Fake Reviews», per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente ed efficace.

L'auspicio è che il percorso



Marco Fontanari

parlamentare prosegua rapidamente, preservando l'impianto del provvedimento. «Serve una normativa chiara - conclude il presidente Fontanari - che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni».

RIGOTTI (FIMAA)

«Nel 2024 un più 4% di compravendite»

«Il 2024 ha segnato un'inversione di rotta significativa per il nostro settore, con un incremento del 4% nelle compravendite rispetto all'anno precedente». Lo ha comunicato ieri Severino Rigotti, presidente di Fimaa Trentino, assemblea ordinaria annuale della Federazione italiana mediatori agenti d'affari, parlando del settore immobiliare.

«Dopo un 2023 difficile, - ha aggiunto - in cui il mercato delle nuove costruzioni si era pressoché fermato, questo dato rappresenta una boccata d'ossigeno. Ma non possiamo accontentarci: la nostra categoria ha bisogno di stabilità normativa, di tutele concrete e di un riconoscimento pieno del proprio valore professionale».

MOSTRE

Il consiglio provinciale ospita da ieri l'esposizione «Monti a palazzo Trentini»

L'arte celebra la rinascita di Stava

FABIO PETERLONGO

È stata inaugurata ieri la mostra d'arte pittorica, scultorea e fotografica «Monti a palazzo Trentini»: la mostra si articola in tre rassegne che coinvolgono artisti locali del passato e del presente accomunati dalla sensibilità verso il delicato equilibrio della montagna. Come tema trasversale c'è il disastro di Stava, a quarant'anni dall'inondazione che costò la vita a 268 persone il 19 luglio 1985. La prima esposizione è curata dal collettivo del Primiero «Merlo Coderlo Enterprise»: fino a fine giugno saranno esposte le opere di venti artisti primierotti che raffigurano la bellezza, ma anche la delicatezza, dei monti del Primiero, come ha spiegato il curatore Paolo Meneguz. Tra le opere scultoree, ci sono due realizzazioni di Giuliano Orsingher e una scultura di Gianluca Zeni che fa riferimento al collasso dell'ambiente e della civiltà. Il 4 luglio avrà il via la rassegna dedicata alla tragedia di Stava, curata dalla Fondazione Stava 1985. Tra le opere esposte ci sarà una composizione fotografica particolarmente significativa: mostra lo sfondo della Valle di Stava oggi, verde e fiorente, e poi la mano di un anziano, a simboleggiare chi ha contribuito alla resurrezione di quella terra, intenta a mostrare un'istantanea della Stava sfigurata. Ha spiegato il presidente della Fondazione Stava 1985, Michele Longo: «Nel trentennale del disastro il presidente Mattarella disse che la tragedia di Stava è il sim-



Uno scorcio della mostra a palazzo Trentini (Foto PANATO)



Da sinistra: Meneguz, Soini, Longo e De Nadal

bolo di un modo gravemente sbagliato di gestire l'economia e l'ambiente. Anche una mostra d'arte può contribuire a indicare quale sia il modo giusto per farlo: gli artisti locali hanno voluto raccontare la bellezza delle montagne, ma anche la privazione di quella bellezza. Stava rappresenta il momento in cui le montagne trentine hanno perso la loro verginità». Il 4 luglio partirà anche la rassegna dedicata alla Valle di Fiemme e alle sue «Montagne Incantate», curata dal collettivo AlteTerreArte, che proporrà anche opere dedicate a Stava, per rias-

umere il senso di disperazione della tragedia e la volontà di riprendere il cammino della vita, come ha indicato il curatore Franco De Nadal. Il presidente del Consiglio provinciale Claudio Soini ha apprezzato il tentativo di fare memoria attraverso l'arte: «Dalla tragedia di Stava il Trentino ha saputo rinascere e imparare».

A margine della mostra, abbiamo chiesto al presidente Claudio Soini una riflessione sull'approvazione da parte del Consiglio dei Ministri della riforma dello Statuto d'Autonomia, che riconosce nuove com-

petenze esclusive alle province autonome di Trento e Bolzano, tra cui ambiente, commercio, grandi carnivori e dà maggiori strumenti di autogoverno nel quadro del dettato costituzionale: «È una grande soddisfazione perché questa riforma non è solo un maquillage, ma una vera manutenzione straordinaria dello Statuto. Il Consiglio provinciale affronterà nuove competenze importanti per cui siamo certamente attrezzati». Il ddl di riforma costituzionale approderà in Parlamento, con l'obiettivo di approvarlo entro il 2027.

Energia

Infrastruttura a Pergine, Trento più «green»

Nuova stazione elettrica di Terna Meno CO2 e addio ai vecchi tralicci



Nell'ambito del riassetto della rete a 132 kV previsto da Terna nell'area di Trento, è entrata in esercizio la nuova Stazione Elettrica (SE) in località Cìrè, nel comune di Pergine Valsugana. L'infrastruttura è stata collegata alla nuova Cabina Primaria di Set distribuzione e, tramite i raccordi aerei e in cavo interrato, alle cabine di Ora e Borgo Valsugana entrambe di proprietà del distributore locale e all'esistente SE Trento Sud di Terna.

Il progetto, per cui la società guidata da Giuseppina Di Foggia ha investito circa 43 milioni di euro, permetterà una maggiore affidabilità all'alimentazione del carico della città di Trento, limitando al minimo le perdite di trasmissione di rete, con conseguente riduzione di emissio-

ne di CO2 pari a circa 6.300 tonnellate per anno.

Inoltre, il completamento dell'opera, consentirà la demolizione di oltre 12 km di linee aeree e 59 sostegni di cui 55 risalenti agli anni '40, che attualmente attraversano il centro abitato di Trento. Il piano ha già visto la rimozione dei conduttori e di 4 sostegni nel comune di Pergine Valsugana.

Il Piano di Sviluppo 2025-2034 di Terna prevede per il Trentino-Alto Adige un investimento di 1 Miliardo di euro nei prossimi 10 anni. Circa la metà delle risorse saranno destinate alla provincia autonoma di Trento. Le nuove infrastrutture consentiranno di rafforzare la magliatura della rete, incrementando l'efficienza e l'adeguatezza del sistema elettrico.

CONFCOMMERCIO FIPE

Stop alle false recensioni La tutela dei ristoranti ora è proposta di legge

Secondo i dati del centro studi del Ministero delle imprese e del made in Italy (Mimit), il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante sulle recensioni online che, a parere dell'Ufficio studi di Confcommercio Fipe nazionale, possono incidere fino al 30% sul fatturato di un locale. Nel 2024, tuttavia l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (dati TripAdvisor) e il 66% dei consumatori ha dichiarato di imbattersi regolarmente in recensioni inattendibili. Dall'a-



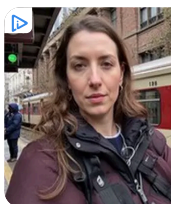
Antonio Dalla Mora

nalisi di questi dati nasce la proposta normativa italiana, contenuta nel capo IV del disegno di legge annuale sulle Pmi.

Lo rende noto il capogruppo provinciale di Confcommercio Fipe Udine Antonio Dalla Mora nel precisare che la proposta normativa, attualmente incardinata al Senato, prevede misure concrete: dalla limitazione temporale per la pubblicazione delle recensioni alla necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. Per la prima volta, si riconosce alle imprese un diritto all'oblio digitale e si vieta esplicitamente il commercio di recensioni. «Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese,

in particolare micro e piccole attività, che non possono difendersi da recensioni false o malevole – commenta Dalla Mora –. Il Governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali».

Confcommercio Fipe, insieme a Hotrec, l'associazione europea di riferimento per il turismo, ha deciso di sostenere la proposta italiana attraverso contributi tecnici e la campagna "Stop fake reviews". L'auspicio di Dalla Mora è che il percorso parlamentare prosegua: «Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni». —



ATTUALITÀ - 16 giugno 2025, 16:00

False recensioni online: FIPE Confcommercio plaude all'iniziativa del Governo: "Serve arrivare fino in fondo"

Il fenomeno delle recensioni ingannevoli danneggia imprese e consumatori: la proposta normativa italiana, in discussione al Senato, mira a tutelare il settore della ristorazione, che subisce perdite fino al 30% del fatturato a causa dei commenti non autentici





Il mondo della ristorazione è sempre più alla mercé delle recensioni online, un fenomeno che, se da un lato offre trasparenza, dall'altro è minato dalla piaga dei commenti falsi, capaci di minare la fiducia dei consumatori e causare gravi danni economici alle aziende.

Secondo i dati del Centro Studi del **MIT** (*Ministero delle imprese e del Made in Italy*), il 70% dei consumatori basa la scelta di un ristorante sulle recensioni in rete, e per l'Ufficio Studi di FIPE-Confcommercio, queste possono incidere fino al 30% sul fatturato di un locale. Un impatto significativo, aggravato da un dato allarmante: nel 2024, l'8,6% delle recensioni pubblicate su TripAdvisor è risultato falso. Inoltre, due consumatori su tre dichiarano di imbattersi frequentemente in commenti inattendibili.

È su queste basi che si inserisce la proposta normativa italiana contro le false recensioni, contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annuale sulle PMI, attualmente incardinata presso il Senato. La proposta prevede misure concrete: dalla limitazione temporale per la pubblicazione delle recensioni (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), alla necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. Per la prima volta, come evidenziato da FIPE (*Federazione Italiana Pubblici Esercizi*), si riconosce alle imprese un diritto all'oblio digitale e si vieta esplicitamente il commercio di recensioni.

"Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività che non possono difendersi da recensioni false o malevole - commenta **Alessandro Cavo**, presidente FIPE Confcommercio Liguria -. Il Governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali".

La proposta italiana ha sollevato in questi mesi un ampio confronto con le istituzioni europee e i principali operatori digitali, come TripAdvisor e Trustpilot, che hanno espresso parere contrario. Per questo, FIPE - insieme ad HOTREC, l'associazione europea di riferimento per il turismo - ha deciso di sostenere la proposta italiana attraverso contributi tecnici e la campagna "Stop Fake Reviews", per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente ed efficace. L'auspicio è che il percorso parlamentare prosegua rapidamente, preservando l'impianto del provvedimento.

"Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni" ha concluso Cavo.



Le false recensioni stanno affossando i ristoranti italiani: un business da 8,6% di contenuti fasulli minaccia il 30% del fatturato dei locali, ma FIPE (*Federazione Italiana Pubblici Esercizi*) e il Governo sono pronti per una legge nazionale.

Secondo i dati del Centro Studi del MIMIT, il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante sulle recensioni online, e secondo l'Ufficio Studi di FIPE-Confcommercio, queste possono incidere fino al 30% sul fatturato di un locale. Ma nel 2024, ben l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (dati TripAdvisor). Il 66% dei consumatori ha dichiarato di imbattersi regolarmente in recensioni inattendibili. Dall'analisi di questi dati nasce la proposta normativa italiana, contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annuale sulle PMI.

La proposta normativa, attualmente incardinata presso il Senato, prevede misure concrete: dalla limitazione temporale per la pubblicazione delle recensioni (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), alla necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. Per la prima volta, si riconosce alle imprese un diritto all'oblio digitale e si vieta esplicitamente il commercio di recensioni.

Carlomaria Balzola, presidente di Fipe Confcommercio di Savona: "Nella nostra provincia il settore ristorazione è uno dei motori trainanti e bisogna fare in modo che le recensioni false o discreditanzi possano essere ridotte, affinché diventino davvero strumento a servizio del cliente. Bisogna fare in modo e speriamo che il legislatore possa creare davvero un metodo per arrivare alla corretta identità, di chi scrive la recensione. Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività, che non possono difendersi da recensioni false o malevole. Il Governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali".

Dal Savonese arriva anche la testimonianza del ristoratore Riccardo Rebagliati, alla guida del Mosè di Celle oltre che delegato Fipe di zona: «lo rispondo a tutte le recensioni, trovo sia segno di rispetto per i clienti. Mi capita anche di smascherare false recensioni. Ritengo quindi che le recensioni debbano essere corredate dallo scontrino, dalle foto dei piatti, qualcosa che certifichi l'effettiva presenza della persona nei nostri locali, in modo da filtrare o contenuti e dare una fotografia reale a chi legge per informarsi».

La proposta italiana ha sollevato in questi mesi un ampio confronto con le istituzioni europee e i principali operatori digitali, da TripAdvisor a Trustpilot, che hanno espresso parere contrario. Per questo, FIPE - insieme ad HOTREC, l'associazione europea di riferimento per il turismo - hanno deciso di sostenere la proposta italiana attraverso contributi tecnici e la campagna "Stop Fake Reviews", per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente ed efficace.

L'auspicio è che il percorso parlamentare prosegua rapidamente, preservando l'impianto del provvedimento. "Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni", conclude Balzola.

Iscriviti ai canali di Primocanale su WhatsApp, Facebook e Telegram. Resta aggiornato sulle notizie da Genova e dalla Liguria anche sul profilo Instagram e sulla pagina Facebook

TAGS

- RISTORANTI
- CUCINA



Ente Bacini s.r.l.
riparazioni navali dal 1892

>>>

GUARDA QUI
TUTTE LE NEWS

<<<

GUARDA LA DIRETTA



ECONOMIA

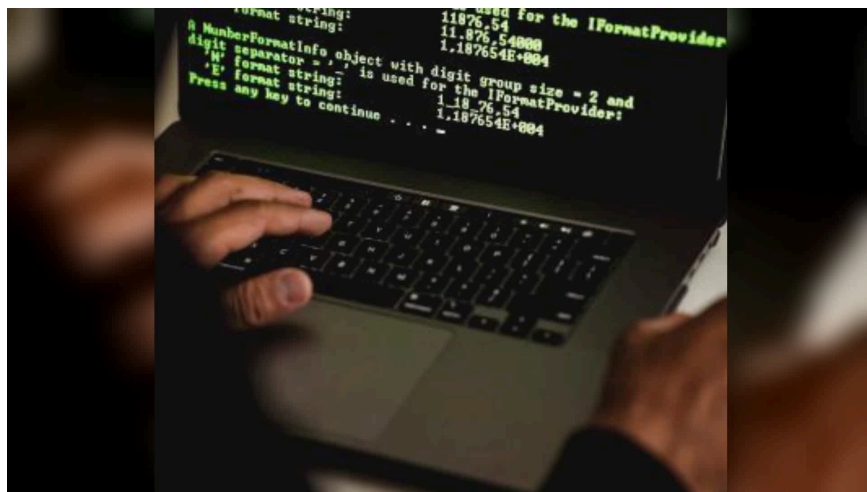
FIPE Confcommercio: "Recensioni false dannose per i ristoratori, ora servono regole certe"

di Redazione

Lun 16 Giugno 2025

🕒 1 min, 48 sec

Presidente Cavo: "Tutelare sia consumatori che esercenti, promuovendo concorrenza fondata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni"





Antico Forno a Legna
DA CARLO

Eccellenze Liguri:
l'Antico Forno da
Carlo e il canestrello
della Val Trebbia

VAI ALL' INTERVISTA



Le recensioni false online continuano a rappresentare una seria minaccia per la ristorazione italiana. A denunciarlo è FIPE Confcommercio, che apprezza l'iniziativa normativa del governo ma sollecita una rapida approvazione senza compromessi. "Ora bisogna arrivare fino in fondo", ha affermato **Alessandro Cavo**, presidente di FIPE Confcommercio Liguria.

Secondo il Centro Studi del MIMIT, il 70% dei consumatori sceglie un ristorante in base alle recensioni online. L'Ufficio Studi di FIPE aggiunge che queste valutazioni possono incidere fino al 30% sul fatturato di un locale. Tuttavia, nel 2024 ben l'8,6% delle recensioni pubblicate su TripAdvisor è risultato falso e due consumatori su tre riferiscono di imbattersi frequentemente in commenti inattendibili.

In questo contesto si inserisce la proposta normativa contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annuale sulle PMI, attualmente all'esame del Senato. Il testo prevede che le recensioni possano essere pubblicate solo entro quindici giorni dalla fruizione del servizio, introduce l'obbligo di verificarne l'autenticità e riconosce alle imprese recensite il diritto di replicare e di chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. Per la prima volta viene inoltre sancito un diritto all'oblio digitale per le aziende e viene vietato esplicitamente il commercio di recensioni.

Per FIPE si tratta di un passaggio cruciale per la credibilità del mercato digitale e la difesa delle migliaia di imprese, in particolare le micro e piccole attività, spesso esposte agli effetti negativi delle recensioni false. "Il governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali", ha commentato ancora Cavo.

La proposta italiana ha infatti aperto un dibattito anche in ambito europeo, suscitando le critiche di operatori come TripAdvisor e Trustpilot. In risposta, FIPE – insieme ad HOTREC, la federazione europea che rappresenta il settore turistico – ha avviato la campagna "Stop Fake Reviews" per sostenere la proposta e sollecitare un quadro normativo più trasparente ed efficace.

FIPE auspica che il Parlamento prosegua rapidamente l'iter legislativo mantenendo l'impianto originario del provvedimento. "Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori sia gli esercenti, promuovendo una concorrenza fondata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni", ha concluso Cavo.

Per restare sempre aggiornati sulle principali notizie sulla Liguria seguiteci sul canale Telenord, su **Whatsapp**, su **Instagram**, su **Youtube** e su **Facebook**.

Tags:

confcommercio cavo recensioni

Condividi:



ALTRE NOTIZIE



IL CASO

Guerra Israele-Iran, Messina (Assarmatori): "Chiusura Hormuz dirompente per shipping, in discussione gli equilibri del mondo"

23/06/2025
di Stefano Risetto



NOMINA

Confcommercio Liguria, Alessandro Cavo nuovo presidente

20/06/2025
di Stefano Risetto



NUDA PROPRIETÀ
GLI SPECIALISTI SICASA

ALESSANDRO CAVO (PRESIDENTE FIPE CONFCOMMERCIO LIGURIA): «ATTO DI CORAGGIO SUL TEMA»

False recensioni, una proposta di legge per contrastarle

■ Il fenomeno delle recensioni false continua a minare la fiducia dei consumatori e a danneggiare pesantemente le aziende del comparto ristorazione. Secondo i dati del Centro Studi del Mimit, il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante sulle recensioni online, e secondo l'Ufficio Studi di Fipe-Confcommercio, esse possono incidere fino al 30% sul fatturato di un locale. Un impatto notevole, aggravato da però un dato allarmante: nel 2024, l'8,6% delle recensioni pubblicate su TripAdvisor è risultato falso. Inoltre, due consumatori su tre dichiarano di imbattersi frequentemente in commenti inattendibili. È su queste basi che si inserisce la proposta normativa italiana contro le false recensioni, contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annuale sulle Pmi. La proposta normativa, attualmente incardinata presso il Senato, prevede misure concrete: dalla limitazione temporale per la pubblicazione delle recensioni (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), alla necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. Per la prima volta, evidenzia Fipe (Federazione Italiana Pubblici Esercizi), si riconosce alle imprese un diritto all'oblio digitale e si vieta esplicitamente il commercio di recensioni. «Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività che non possono difendersi da recensioni false o malevole - commenta Alessandro Cavo, presidente Fipe Confcommercio Liguria -. Il Governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali».



I ristoratori di Varese: «Una recensione negativa può distruggerci»



VARESE – «Una falsa recensione può creare danni incalcolabili a un ristorante. Chi lavora onestamente va difeso».

Parte da qui la presa di posizione di **Fipe Confcommercio provincia di Varese**, che aderisce con convinzione alla campagna nazionale **“Stop Fake Reviews”**, voluta da **Fipe nazionale** – presieduta da **Lino Stoppani** – per contrastare un fenomeno sempre più pervasivo e pericoloso per il settore dei pubblici esercizi.

Secondo **i dati del Centro Studi del MIMIT**, il **70% dei consumatori sceglie un locale in base alle recensioni online**. E secondo l'Ufficio Studi di Fipe, quelle recensioni possono incidere fino al 30% sul fatturato di un ristorante. Numeri che confermano quanto sia cruciale garantire la **veridicità** dei contenuti pubblicati. Eppure, nel 2024, **l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso** (fonte: TripAdvisor) e due consumatori su tre dichiarano di imbattersi abitualmente in recensioni inattendibili.

Regole chiare e pene certe

«Siamo di fronte a un passaggio cruciale per la **credibilità del mercato digitale** e per la **tutela di migliaia di imprese**, soprattutto quelle più piccole», afferma **Giordano Ferrarese**, presidente provinciale e membro del consiglio nazionale della Federazione italiana pubblici esercizi. «Una recensione falsa può compromettere in un attimo la **reputazione costruita in anni di lavoro**. Per questo **condividiamo e rilanciamo con forza il lavoro della federazione nazionale**: servono regole chiare, strumenti efficaci e pene certe contro chi danneggia deliberatamente il lavoro altrui».

U Light Dark **i lavora seriamente**

A questa esigenza risponde la proposta normativa italiana, contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annuale sulle PMI, attualmente all'esame del Senato. Il testo introduce **misure decisive** per contrastare false recensioni, come l'obbligo di pubblicare il commento **entro 15 giorni** dalla fruizione del servizio, l'**autenticazione** dell'utente che recensisce, il **diritto di replica** per l'impresa e la possibilità di richiedere la **rimozione** di contenuti falsi, superati o chiaramente lesivi. Per la prima volta, si parla di **diritto all'oblio digitale** anche per le imprese, e viene **vietato esplicitamente il commercio di recensioni**, un mercato grigio che continua a proliferare al di fuori di ogni controllo. La proposta italiana – sostenuta anche a livello europeo da HOTREC, la federazione continentale del turismo – ha aperto un confronto con le grandi piattaforme, da TripAdvisor a Trustpilot, che hanno manifestato contrarietà.



Camere a prezzi stellari a Varese nei giorni del canottaggio: fino a 600 euro a notte

VARESE – 600 euro a notte per una camera da letto di 30 metri quadri a Varese. Tanto costava non un hotel di lusso ma un appartamento situato in centro nella scorsa settimana, nei giorni ... Leggi tutto

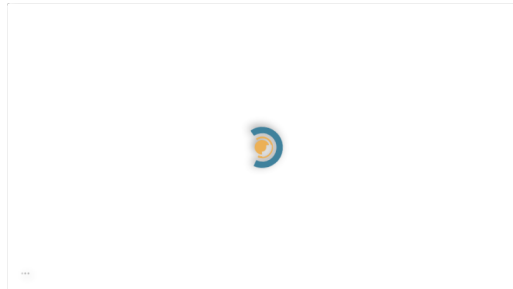
M 24 MALPENSA24

Ristoranti varese recensioni negative – MALPENSA24

G-6QCRXR7XX9

Light

Dark



Sorpasso azzardato, auto si ribalta e prende fuoco: a bordo c'erano cinque persone

ECONOMIA

False recensioni di bar e ristoranti: possono incidere per il 30% sul fatturato

L'appello della presidente di Fipe-Confcommercio, Dania Sartorato, che ha partecipato martedì sera all'inaugurazione della gelateria Sommariva, accogliendo il rinnovato locale e la famiglia Feltrin nella grande famiglia Fipe



Redazione

18 giugno 2025 15:05



Dania Sartorato all'inaugurazione del nuovo "Sommariva"

S secondo i dati del Centro Studi del MIMIT, il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante sulle recensioni online, e secondo l'Ufficio Studi di Fipe Confcommercio, queste possono incidere fino al 30% sul fatturato di un locale. Ma nel 2024, ben l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (dati TripAdvisor). Il 66% dei consumatori ha dichiarato di imbattersi regolarmente in recensioni inattendibili. Dall'analisi di questi dati nasce la proposta normativa italiana, contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annuale sulle PMI.

Il Governo, nella proposta, ha rimarcato l'importanza di proteggere imprese e consumatori da contenuti ingannevoli, per fare un passo avanti nella costruzione di un mercato digitale più trasparente e affidabile e l'impegno a continuare il lavoro con determinazione, per costruire un testo efficace e coerente con la normativa europea. La proposta normativa, attualmente incardinata presso il Senato, prevede misure concrete: dalla limitazione temporale per la pubblicazione delle recensioni (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), alla necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. Per la prima volta, si riconosce alle imprese un diritto all'oblio digitale e si vieta esplicitamente il commercio di recensioni.

«Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività, che non possono difendersi da recensioni false o malevole», commenta la Presidente di Fipe-Confcommercio Dania Sartorato. Il Governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali. Il tema dei contenuti digitali, spesso elaborati dalle Generazioni Zeta con l'aiuto dell'AI, è un tema di grande rilevanza per tutta la ristorazione e per l'intero comparto turistico. Faccio appello ai giovani perché non scadano nell'appiattimento ed utilizzino invece il momento della recensione come un'opportunità per esprimere un'esperienza vissuta».

La proposta italiana ha sollevato in questi mesi un ampio confronto con le istituzioni europee e i principali operatori digitali, da TripAdvisor a Trustpilot, che hanno espresso parere contrario. Per questo, FIPE - insieme ad HOTREC, l'associazione europea di riferimento per il turismo - hanno deciso di sostenere la proposta italiana attraverso contributi tecnici e la campagna "Stop Fake Reviews", per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente ed efficace.

L'auspicio è che il percorso parlamentare prosegua rapidamente, preservando l'impianto del provvedimento. «Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni – conclude Sartorato. I pubblici esercizi stanno dimostrando, in questo inizio d'estate, di fronte ad un ricco programma di eventi che coinvolge a vari livelli tutti i centri storici della Marca trevigiana, di avere un ruolo trainante per il rilancio del territorio e di mantenere la massima responsabilità sul contenimento dei prezzi di listino. A Treviso il prezzo medio della tazzina di caffè oscilla tra 1,24 e 1,34 euro, con variazioni minime rispetto allo scorso anno».

© Riproduzione riservata

Recensioni false online, anche a Varese la battaglia dei ristoratori: «Ne basta una per distruggerti»

Il presidente provinciale Giordano Ferrarese appoggia la campagna nazionale "Stop Fake Reviews" promossa da Fipe nazionale. Una proposta di legge è all'esame del Senato



«Una falsa recensione può creare danni incalcolabili a un ristorante. Chi lavora onestamente va difeso». Con queste parole Fipe Confcommercio provincia di Varese annuncia la sua adesione alla campagna nazionale **"Stop Fake Reviews"**, lanciata da Fipe nazionale, la Federazione Italiana dei Pubblici Esercizi, presieduta da Lino Stoppani.

Il 70% dei clienti decide in base alle recensioni

L'obiettivo dell'iniziativa è quello di contrastare un fenomeno sempre più esteso e pericoloso per la sopravvivenza dei pubblici esercizi. Le recensioni online, infatti, sono diventate uno degli strumenti principali con cui i consumatori scelgono un ristorante, un bar o un'attività del settore. Secondo il Centro Studi del MIMIT, il 70%

dei clienti decide in base ai giudizi letti in rete. Ancora più significativi i dati dell'Ufficio Studi Fipe, secondo cui tali recensioni possono influire fino al 30% del fatturato di un locale.

Eppure, secondo TripAdvisor, nel 2024 l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso, e due consumatori su tre ammettono di incontrare frequentemente opinioni poco attendibili.

Ferrarese (Fipe Varese): «Servono regole e pene certe»

«Siamo di fronte a un passaggio cruciale per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, soprattutto quelle più piccole», commenta Giordano Ferrarese, presidente provinciale Fipe e membro del consiglio nazionale. «Una recensione falsa può compromettere in un attimo la reputazione costruita in anni di lavoro. Per questo condividiamo e rilanciamo con forza il lavoro della federazione nazionale: servono regole chiare, strumenti efficaci e pene certe contro chi danneggia deliberatamente il lavoro altrui».

Una legge per fermare il mercato grigio delle recensioni

A dare risposta concreta a questa esigenza è la proposta contenuta nel Capo IV del Disegno di Legge annuale sulle PMI, attualmente all'esame del Senato. La norma prevede strumenti innovativi, come: l'obbligo di pubblicare il commento entro 15 giorni dall'utilizzo del servizio; l'autenticazione dell'utente che recensisce; il diritto di replica per l'impresa coinvolta; la possibilità di richiedere la rimozione di contenuti falsi, superati o diffamatori.

Diritto all'oblio digitale

Per la prima volta si introduce anche il concetto di "diritto all'oblio digitale" per le imprese e si vieta espressamente il commercio di recensioni, fenomeno sempre più diffuso e spesso al di fuori di ogni controllo.

La proposta legislativa italiana è sostenuta anche a livello europeo da HOTREC, la federazione del turismo continentale, e ha già avviato un confronto con le grandi piattaforme come TripAdvisor e Trustpilot, che hanno però espresso riserve.



Pubblicato il 18 Giugno 2025

IMPRENDITORIA

False recensioni e tutela delle imprese, Musacci (Fipe): "Tema troppo a lungo ignorato"

Dalla verifica dell'autenticità al diritto all'oblio digitale, sono diversi gli aspetti della proposta

**Redazione**

19 giugno 2025 13:05



Matteo Musacci, presidente provinciale di Fipe Confcommercio

"Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività, che non possono difendersi da recensioni false o malevole". A intervenire sul tema

del disegno di legge in materia di contrasto alle **false recensioni online** ai danni di imprese è Matteo Musacci, presidente provinciale di Fipe Confcommercio.

Iscriviti al canale WhatsApp di FerraraToday

Musacci ha sottolineato che "il Governo ha avuto il merito di affrontare con coraggio un tema troppo a lungo ignorato. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali". Sulla questione, una nota di Ascom ha aggiunto che "secondo i dati del Centro studi del Mimit, il 70% dei consumatori basa la scelta del ristorante sulle recensioni online, e secondo l'Ufficio studi di Fipe-Confcommercio, esse possono incidere fino al 30% sul fatturato di un locale. Ma nel 2024, ben l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (dati TripAdvisor). Il 66% dei consumatori ha dichiarato di imbattersi regolarmente in recensioni inattendibili. Dall'analisi di questi dati nasce la proposta normativa italiana, contenuta nel Capo IV del disegno di legge annuale sulle Pmi".

La nota ha spiegato che "la proposta normativa, attualmente incardinata presso il Senato, prevede misure concrete: dalla limitazione temporale per la pubblicazione delle recensioni (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), alla necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. Per la prima volta, si riconosce alle imprese un diritto all'oblio digitale e si vieta esplicitamente il commercio di recensioni".

Ascom ha ricordato che "la proposta italiana ha sollevato in questi mesi un ampio confronto con le istituzioni europee e i principali operatori digitali, da TripAdvisor a Trustpilot, che hanno espresso parere contrario. Per questo, Fipe - insieme ad Hotrec, l'associazione europea di riferimento per il turismo - hanno deciso di sostenere la proposta italiana attraverso contributi tecnici e la campagna 'stopfakereviews', per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente ed efficace".

Da qui all'auspicio che "il percorso parlamentare prosegua rapidamente, preservando l'impianto del provvedimento", accompagnato dalla conclusione di Musacci che "serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori che gli esercenti, promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni".

© Riproduzione riservata

6 giugno **Emanuele Frongia**: https://cagliarinews.it/false-recensioni-ristoranti-cagliari-06-giugno-2025/?fbclid=IwY2xjawLIktlleHRuA2FlbQlxMQBicmlkETBhTDduNmROUTJNeEZnRDZDAR56AnOtFSQmsbsWVXs0aB5k3tOg4hZKvpMMWA9vsyC7c9-eP8sOm3SvInO3HA_aem_gH-WcTQlBkA_mFOppWXwEw

6 giugno, Sardegnagol: <https://www.sardegnagol.eu/false-recensioni-online-fipe-plaude-alliniziativa-del-governo-stop-alla-manipolazione-delle-opinioni/>

6 giugno, Cagliari online: <https://www.castedduonline.it/il-ristorante-si-sceglie-in-base-alle-recensioni-online-peccato-che-tante-siano-false-la-fipe-allattacco/>

6 giugno, youngnet: https://www.youtg.net/canali/in-sardegna/64301-stretta-sulle-recensioni-fake-le-reazioni-in-sardegna-bene-ma-ora-arriviamo-fino-in-fondo?fbclid=IwZXh0bgNhZW0CMTEAAR7BKjHqBbFeyjsklnQ1Y_OF5knSqfL69zxsxYXTauHA7ksnXud2vFvMIG_sg_aem_UPhRkNIIHQth-cpy1thNgw

<https://www.linkiesta.it/2025/06/a-che-punto-sono-le-norme-italiane-contro-le-false-recensioni-online/>

<https://www.unione.tn.it/index.php/notizia/recensioni-false-un-danno-per-i-ristoratori>

18 giugno - articoli sulle false recensioni prodotta dalla Confcommercio Genova con le dichiarazioni di **Alessandro Cavo**

Telenord: <https://telenord.it/fipe-confcommercio-recensioni-false-dannose-per-i-ristoratori-ora-servono-regole-certe-90593>

Genova 24: <https://www.genova24.it/2025/06/false-recensioni-online-fipe-confcommercio-appreziamo-liniziativa-del-governo-ora-bisogna-arrivare-fino-in-fondo-430030/>

La Voce di Genova: <https://www.lavocedigenova.it/2025/06/16/mobile/leggi-notizia/argomenti/attualita-4/articolo/false-recensioni-online-fipe-confcommercio-plaude-alliniziativa-del-governo-serve-arrivare-fin.html>

Primocanale: <https://www.primocanale.it/attualit%C3%A0/55491-false-recensioni-ristoranti-tripadvisor.html>

Insidertrend: <https://www.insidertrend.it/breaking-news/media-comunicazione-e-false-recensioni-online-fipe-confcommercio-apprezziamo-iniziativa-del-governo-ma-bisogna-arrivare-fino-in-fondo/>

<https://www.trevisotoday.it/economia/treviso-ristoranti-false-recensioni-18-giugno-2025.html>

<https://www.malpensa24.it/ristoranti-varese-recensioni-negative/>

<https://www.rete55.it/notizie/economia/varese-ristoranti-e-recensioni-le-falsita-ci-rovinano/>

Articoli con le dichiarazioni di **Giordano Ferrarese**

<https://www.varesenews.it/2025/06/recensioni-false-online-anche-fipe-varese-nella-battaglia-ne-basta-una-per-distruggerti/2273065/>

<https://www.prealpina.it/pages/ristoranti-recensioni-positive-solo-se-paghi-382363.html>

<https://www.rete55.it/notizie/economia/varese-ristoranti-fipe-400e-per-100-belle-recensioni/>

articoli con le dichiarazioni di **Matteo Musacci**

False recensioni e tutela delle imprese, Musacci (Fipe): "Tema troppo a lungo ignorato"

<https://www.ferraratoday.it/cronaca/false-recensioni-tutela-imprese-musacci-fipe-tema-troppo-lungo-ignorato.html>

Ddl Pmi. Musacci: "Siamo di fronte a un passaggio decisivo" | estense.com Ferrara

<https://www.estense.com/2025/1139677/dl-pmi-musacci-siamo-di-fronte-a-un-passaggio-decisivo/>