

# Publici esercizi e TripAdvisor, prove tecniche di dialogo

Ci sono dei punti in comune fra TripAdvisor e Fipe-Confcommercio, ma restano però da risolvere i problemi che riguardano l'identificazione del recensore e la sua effettiva presenza nel ristorante. È questo il frutto dell'ultimo incontro in ordine cronologico fra la Federazione italiana dei pubblici esercizi e il gigante dei commenti online generati e gestiti direttamente dai consumatori.

Dopo lo scontro iniziato nell'estate del 2012 fra le due realtà, si è arrivati a riconoscere che esiste effettivamente un mercato delle recensioni false che creano danni ai ristoratori e allo stesso portale. Per questo motivo Fipe e TripAdvisor intendono proseguire il dialogo e cercare di avviare una sinergia proficua e costruttiva.

Il confronto era iniziato a seguito delle lamentele arrivate alla stessa Fipe da parte dei pubblici esercizi che si ritrovavano loro malgrado a leggere commenti alcuni dei quali erano facilmente identificabili come palesemente falsi, perché riferiti magari a un piatto mai esistito nel menu o a una serata in cui il locale era chiuso.

Immediata è scattata la richiesta di Fipe di incontrare TripAdvisor.

Quest'ultimo ha subito riconosciuto in Fipe l'interlocutore ideale e qualificato per instaurare un rapporto di confronto costruttivo e di collaborazione reciproca atto a valorizzare la ristorazione italiana attraverso il web. La società, nell'ammettere l'esistenza di agenzie fittizie di web-reputation, ha rivendicato l'estraneità di rapporti dalle stesse e ha ribadito l'esistenza di filtri con cui individuare situazioni poco attendibili, ma si è mostrata ancora cauta sia sulla possibilità di rinunciare al ricorso all'anonimato da

parte degli utenti, sia sulla possibilità di creare un sistema con cui dimostrare che il commento rilasciato sia frutto esclusivamente di un'opinione personale e del servizio effettivamente ricevuto.

«Pur riconoscendo gli enormi sforzi effettuati anche da parte di TripAdvisor – afferma Aldo Cursano, vicepresidente vicario Fipe-Confcommercio – e pur avendo intrapreso un percorso comune, non possiamo ancora dire di aver risolto tutti i problemi delle recensioni.

I ristoratori debbono imparare a non subire il web, come spesso accade, ma a gestirlo meglio. TripAdvisor – prosegue Cursano – garantisce una vetrina globale nel mondo del web, dove la ristorazione può promuoversi e farsi conoscere a un pubblico più vasto di quello che si può raggiungere con i mezzi pubblicitari tradizionali. Anche su questo si fonda la scommessa fra TripAdvisor e Fipe. Nel combattere l'uso distorto della rete, dobbiamo porci assieme l'obiettivo di formare gli utenti e informarli sulle opportunità di creare un dialogo tra ristoratori e clienti e sulla possibilità di gestire la critica, perché, se autentica, diventa una spinta per migliorare l'offerta ed il servizio».