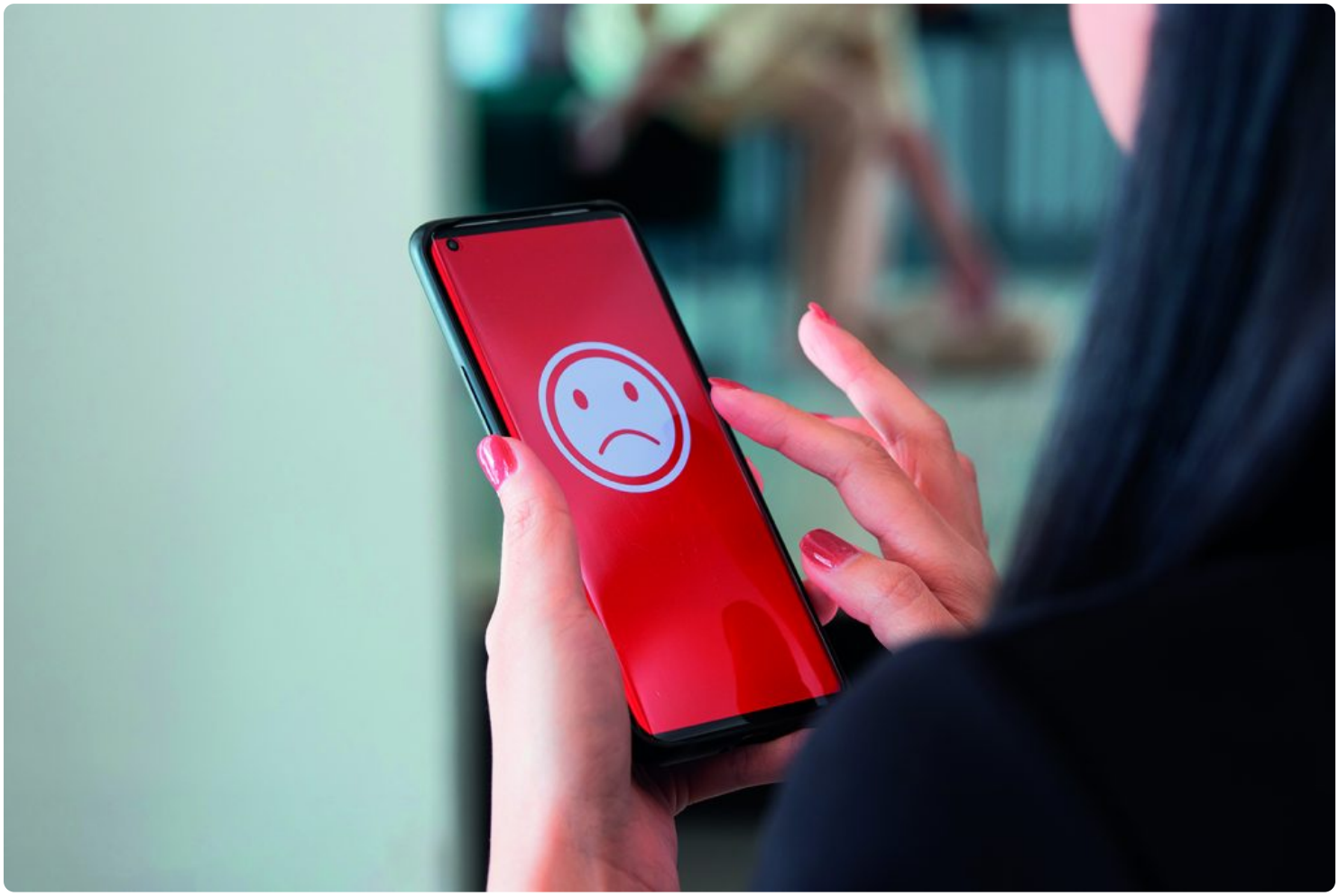
la Rassegna.it
Fondata nel 1906

28 Marzo 2025

Le bugie in un click



Il fenomeno delle false valutazioni rischia di compromettere la credibilità del settore ristorativo. Un nuovo disegno di legge introduce misure per contrastare le recensioni ingannevoli

C’era una volta il “passaparola”, la pratica più diffusa tra amici o in ambito familiare per consigliare o farsi consigliare un luogo da visitare, un film da vedere al cinema o un ristorante dove andare a cena. Con lo sbarco dei social e delle piattaforme online, anche questa usanza si è trasferita in rete, assumendo proporzioni un tempo inimmaginabili. L’abitudine di recensire esperienze – siano queste di luoghi, serie tv, alberghi o locali – ha contagiato tanti, così com’è cresciuta in maniera esponenziale negli ultimi 10-15 anni l’attitudine a rivolgersi alla rete prima di compiere una scelta. Basti pensare che, secondo una recente stima di Fipe, la Federazione italiana dei pubblici esercizi, ***il 65,5% dei consumatori, ovvero due clienti su tre, prima di scegliere un ristorante legge le recensioni online, attribuendo loro un’importanza centrale per farsi un’idea sul servizio offerto, sulle pietanze e sull’atmosfera generale del locale.*** Fin qui tutto bene (o quasi). Il problema nasce però quando qualcuno – per ripicca, per ragioni di opportunismo, per questioni di antipatia o semplicemente per divertimento (eh sì, esiste anche questo fenomeno) – inizia a scrivere recensioni che nulla hanno a che fare con il locale di cui stanno parlando.

E siccome, lo abbiamo visto, le recensioni sulle piattaforme online hanno ormai il potere di condizionare fortemente le scelte dei clienti, va da sé che i pareri positivi o negativi espressi per questo o quel locale possono indirizzare per

settimane, se non addirittura per mesi, l’andamento delle attività commerciali. Nel bene e nel male.

È un argomento ampio e ricco di sfaccettature, quello che si apre parlando della piaga delle false recensioni; un tema che i ristoratori conoscono bene. C’è chi prova a rispondere colpo su colpo, chi ignora, chi s’imbarca in difficili interlocuzioni con le piattaforme per reclamare i propri diritti, chi ne approfitta e chi infine denuncia. Il risultato di questo movimento è u**n disegno di legge approvato il 23 dicembre scorso dal Consiglio dei Ministri** che **introduce misure per contrastare il fenomeno delle recensioni false nel settore della ristorazione e dell’ospitalità.** Il provvedimento rappresenta senz’altro un importante passo avanti per tutelare consumatori e imprese, prevedendo il divieto di acquistare o vendere recensioni online, l’obbligo di eliminare i commenti non autentici e la pubblicazione esclusiva di recensioni provenienti da clienti che abbiano effettivamente usufruito del servizio.

Problema risolto? Magari. Posta la “pietra angolare” che dovrebbe costituire l’inizio del cambiamento e il ritorno alla legalità, si affacciano i tanti nodi che s’incontrano sul cammino, dalla collaborazione delle piattaforme – che, vedremo, non è affatto scontata – ai controlli, fino all’impossibilità per un ristoratore di uscire da un sistema nel quale è entrato molto spesso senza volerlo.

«Siamo tutti d’accordo sul fatto che le piattaforme debbano mettere in atto una serie di attività e di azioni che assicurino i requisiti di sicurezza – spiega Luciano Sbraga, vicedirettore di Fipe Confcommercio –. Il problema è capire come lo fanno e come si trova una recensione falsa. Ciò che preoccupa è il fatto che siamo in una fase in cui le piattaforme stanno facendo passi indietro rispetto al passato, ad esempio sulla trasparenza». E questo è già uno scoglio difficile da superare: le recensioni false arrivano da persone che non hanno fatto l’esperienza e oggi, per com’è organizzato il sistema, accertare questo fenomeno non è così semplice. «Attualmente le grandi piattaforme consentono di lasciare recensioni fino a 12 mesi dopo l’esperienza – spiega Sbraga –. Aver introdotto un vincolo a due settimane è un passo in avanti oggettivo, così come il fatto di dover dare una descrizione reale dell’esperienza con riferimenti precisi, ad esempio sul locale o sul menu». Ma la domanda resta: come si fa a verificare la corrispondenza tra l’esperienza e la recensione? «Il problema si può risolvere innanzitutto con una maggiore attenzione da parte delle piattaforme, che oggi hanno strumenti efficaci come filtri, controlli, fino all’intelligenza artificiale, per capire bene cosa c’è dietro un recensore. Dopodiché la soluzione del problema non potrà che passare da ciò che avviene già nel mondo della ricettività (con la piattaforma booking.com, per esempio, ndr) dove la recensione si lascia a fronte di un servizio effettivamente erogato». In altre parole, il futuro per garantire recensioni quantomeno corrispondenti a un’esperienza vissuta, passerà per un sistema di prenotazioni online, dunque tracciato, e di commenti a seguire, un po’ come succede con The Fork. «Bisognerà fare anche una scelta di qualità, a scapito della quantità – continua Sbraga –. Mi spiego: una delle cose che le piattaforme contestano è il fatto che la recensione possa essere lasciata da un solo commensale per tavolo, perché – sostengono loro – l’esperienza la fanno tutti. Tuttavia adottando un sistema tracciato, è sempre necessario sapere chi ha lasciato il commento, anche se il nome online non compare».

In questo modo si potrebbe depotenziare anche il fenomeno della compravendita delle recensioni e il proliferare delle cosiddette «agenzie di ottimizzazione», che si propongono ai ristoratori prospettando un incremento di visibilità e di reputazione per i loro locali. Come? Naturalmente attraverso recensioni false. «In alcuni casi si assiste a veri e propri ricatti – denuncia Sbraga –: se qualcuno non sottostà alle proposte, iniziano a partire recensioni negative a raffica. Ma ci sono anche ristoratori in buona fede che si affidano a queste agenzie pensando che portino recensioni autentiche, salvo poi ritrovarsi in un sistema fasullo e artificioso». Uscire dalle piattaforme e rinunciare ad essere recensito non è possibile, né è una battaglia che la Fipe intende intraprendere: «Su questo argomento nessuno ci verrà mai dietro – ammette Sbraga –, perché è come se si volesse impedire a un cliente di comunicare un’esperienza». In altre parole, sarebbe considerata un po’ come una limitazione della libertà. «***Dobbiamo fare in modo piuttosto che i ristoratori si dotino di un sistema di prenotazione*** che serve a prescindere – conclude Sbraga –, perché non è più possibile andare avanti

con le telefonate. Abbiamo raggiunto livelli tali di tecnologia, che affidarsi ancora alle chiamate non è più accettabile, anche per un discorso di organizzazione. Ciò non esclude che il ristoratore possa riservarsi alcuni tavoli da gestire fuori dal sistema di prenotazione. Solo così si potrà ragionare sulle recensioni rispetto a chi ha veramente frequentato il ristorante. Non è un caso che la maggioranza di quelle lasciate su TripAdvisor riguardino ristoranti e non alberghi».

Il coraggio di denunciare. L'esperienza di Vincenzo Colao

Un messaggio sul cellulare, con un'offerta: 100 recensioni positive per il suo «Ripa 12» – il ristorante nel cuore di Trastevere di cui è proprietario – per la modica cifra di 400 euro. Parte da questo episodio il racconto di Vincenzo Colao, ristoratore romano tra i pochi ad aver avuto il coraggio di denunciare. «Ci sono tanti soggetti che si offrono per scrivere recensioni fasulle in rete, da Google a Facebook e persino in Instagram – dice –. Un giorno ricevetti un messaggio su WhatsApp; invece di bloccare il numero, risposi che non mi interessava. La mattina dopo ricevetti un altro messaggio in cui dicevano che se non avessi accettato l'offerta, mi sarebbero arrivate delle recensioni negative».

E lei cos'ha fatto? Sono andato a sporgere denuncia e una volta in questura ho consegnato il telefono al poliziotto che si è messo in contatto con queste persone.

Com'è andata a finire? Quando si sono accorti che dall'altra parte c'era la polizia, hanno bloccato il numero. Non siamo più riusciti a rintracciarlo, ma se non altro non mi hanno fatto nulla. Oggi per fortuna mi arrivano meno messaggi, forse qualcuno ha imparato il mio numero di telefono….

Quale consiglio dà ai ristoratori? C'è una sola cosa da fare, denunciare, come ho fatto io. Ma il problema è che alcuni ci cascano: il ristorante è fatto di cucina e di accoglienza, non di recensioni. Ci sono locali che ancora prima di aprire, partono con centinaia di recensioni positive costruite a tavolino, e questo non va bene.

Insomma, c'è chi ne approfitta, danneggiando la maggioranza di ristoratori onesti. Purtroppo è così e c'è il grande problema che non si riesce a dialogare con le piattaforme e in particolare con Google. La mia fidanzata, che ha un altro ristorante, ha dovuto fare due denunce e pagare almeno duemila euro di avvocati per un commento fasullo pubblicato in rete. Purtroppo se la recensione arriva dall'estero, le piattaforme non ti danno i mezzi per rintracciare gli account e chi ci sta dietro. Ma se qualcuno scrive, deve poter essere rintracciato.

La Fipe auspica l'adozione di un sistema di prenotazioni on-line. È giusto. Non si dovrebbe, per esempio, poter mettere una recensione se non si è stati davvero nel locale. Serve un sistema di prenotazione fatto bene, che contribuirebbe a risolvere anche il problema del no show: c'è gente che prenota ovunque e sceglie all'ultimo dove andare. Prenotando tramite un'unica piattaforma questo si potrebbe evitare.

È difficile mettere in rete tutti i ristoranti. Intanto si potrebbe cominciare con quelli associati alla Fipe. Poi gli altri potrebbero seguire l'esempio.

Se fosse possibile, lei sarebbe disposto a rinunciare alle recensioni, togliendosi da quei siti? Se si potesse fare, io lo farei. D'altronde non è giusto: a questo punto recensiamo tutto e tutti, impiegati di banca, della posta, i medici, gli agenti di polizia, i giornalisti… C'è gente che non sa cucinare una pasta aglio e olio e si prende il lusso di recensire ristoranti per un pizzico di sale in più o in meno nel piatto. Ma se si riuscisse a sconfiggere la rete di coloro che le recensioni le vendono, avremmo tolto di mezzo almeno uno dei problemi.

SPORTELLO DI FIPE SOS RECENSIONI

La Rassegna
https://www.larassegna.it/le-bugie-in-un-click/

“SOS Recensioni” è lo sportello ideato da Fipe per supportare le imprese del settore nei rapporti con le piattaforme. Nato nel 2018 per segnalare recensioni false su TripAdvisor, oggi ha una più ampia funzione: segnalare irregolarità nelle recensioni e le eventuali violazioni da parte delle piattaforme web.

Riguardo alle recensioni si possono segnalare quelle offensive o palesemente false, effettuate da parte di persone che non abbiano effettivamente usufruito del servizio o che, pur avendone usufruito, realizzano una descrizione oggettivamente non vera (es. non ha ordinato le pietanze recensite). Rientrano nei casi da segnalare la minaccia di recensioni negative a fronte della mancata applicazione di sconti o altre utilità. Ma anche qualsiasi irregolarità riscontrata con le piattaforme di intermediazione online (recensioni denigratorie, mancata implementazione di un sistema di monitoraggio, non corretta gestione dei servizi di delivery).

Tutte le segnalazioni devono essere inviate allo sportello SOS Recensioni di Fipe. Solo così sarà possibile così da raccogliere le informazioni utili e rendere maggiormente consapevoli i policymakers nazionali ed europei dell’importanza di adottare correttivi alle normative in vigore. Per info Confcommercio Bergamo tel 035 4120135.