

La notizia Ã¨ online. Ma Ã¨ falsa: ReputationUP Group spiega chi puÃ² rimuoverla e con quali strumenti

Descrizione

default watermark

COMUNICATO STAMPA â?? CONTENUTO PROMOZIONALE

Milano, 27 novembre 2026 â?? Un articolo che attribuisce a una persona fatti mai accaduti, oppure confonde la sua azienda con unâ??altra, puÃ² comparire su Google, sui social e magari nelle risposte dellâ??intelligenza artificiale. Secondo ReputationUP Group, fondato da Andrea Baggio e da lui guidato come unico Global CEO da ottobre 2026, il primo passo non Ã¨ chiedere di cancellare tutto: Ã¨ capire chi ha pubblicato il contenuto, come dimostrare lâ??errore e quale intervento puÃ² risolverlo davvero.

Lâ??esempio proposto da ReputationUP, che fa parte di ReputationUP Group, Ã¨ quello di un imprenditore che apre Google e trova un titolo che lo collega a una frode. Il nome Ã¨ il suo. La societÃ , perÃ², Ã¨ unâ??altra: nellâ??articolo sono stati confusi due omonimi. Un cliente legge la notizia e chiama per chiedere spiegazioni.

Lâ??esempio Ã¨ ipotetico, ma il problema Ã¨ concreto. E la prima reazione, Â«Fate sparire quella pagina da GoogleÂ», puÃ² essere la richiesta sbagliata. Se lâ??errore nasce nellâ??articolo, il punto di partenza Ã¨ la fonte. Se continua a comparire nei risultati, bisogna capire anche come intervenire sulla sua visibilitÃ .

Scrivere allâ??editore che un articolo Â«rovina la reputazioneÂ» non basta, spiega ReputationUP. Occorre indicare il fatto contestato e spiegare perchÃ© Ã¨ inesatto. Nel caso di unâ??omonimia, per esempio, possono servire documenti societari, dati anagrafici pertinenti o atti ufficiali che permettano di distinguere le persone coinvolte.

Se invece la notizia parla di unâ??indagine realmente esistita, ma ignora che Ã¨ stata archiviata, la richiesta sarÃ diversa. PuÃ² riguardare lâ??aggiornamento dellâ??articolo affinchÃ© il lettore conosca anche lo sviluppo successivo.

Per iniziare bastano informazioni ordinate.

Un dossier preciso permette a chi riceve la richiesta di valutare un fatto. Una protesta generica rischia di fermarsi alla prima risposta standard.

Lâ??editore puÃ² correggere il contenuto alla fonte. Se lâ??errore Ã¨ in un articolo, il primo interlocutore puÃ² essere la testata che lo ha pubblicato.

default watermark

La richiesta puÃ² riguardare la correzione di un nome, lâ??aggiornamento dellâ??esito di una vicenda o, quando ne ricorrono le condizioni, la rimozione del contenuto. Il rimedio dipende dal caso e dalle norme applicabili.

Per contenuti pubblicati su una piattaforma, in Europa il Digital Services Act prevede un meccanismo per segnalare informazioni ritenute illecite. La segnalazione deve individuare il contenuto e motivarne la presunta illegalitÃ . La piattaforma Ã¨ tenuta a esaminare la richiesta e comunicare una decisione, soggetta ai rimedi previsti.

Google chiarisce nelle proprie istruzioni che un risultato puÃ² essere rimosso dalla ricerca in determinate circostanze, comprese richieste fondate su diritti o motivi legali. La pagina originale, perÃ², resta sul sito che la ospita finchÃ© quel sito non interviene.

In Italia e nellâ??Unione europea il diritto allâ??oblio riguarda, in generale, il trattamento dei dati personali delle persone fisiche e richiede un bilanciamento con il diritto allâ??informazione. Il Garante per la protezione dei dati personali richiama anche la sentenza europea Câ??460/20 dellâ??8 dicembre 2022. Quando chi chiede la deindicizzazione dimostra che le informazioni sono manifestamente inesatte, il motore di ricerca deve valutarne la rimozione secondo i criteri fissati dalla Corte. Ã? un percorso diverso da una contestazione presentata a nome di una societÃ soltanto perchÃ© il contenuto Ã¨ sfavorevole.

Il 7 ottobre 2026 Adnkronos ha riferito di una decisione del Tribunale di Milano relativa alle procedure di deindicizzazione di Google. Secondo la ricostruzione della testata, il Tribunale ha ordinato modifiche per consentire agli utenti di presentare documenti a sostegno delle richieste e di comprendere le ragioni di un eventuale rifiuto. Google ha annunciato appello.

Il provvedimento, per come riportato, riguarda la possibilitÃ di documentare il proprio caso e ricevere una risposta comprensibile. Lâ??esito dei singoli procedimenti continua a dipendere dai fatti e dal quadro giuridico applicabile.

Dopo una rettifica, la vecchia versione puÃ² restare in uno screenshot, in un post o in una pagina ripresa da altri siti. Anche i risultati del motore di ricerca potrebbero impiegare tempo ad aggiornarsi.

default watermark

Nellâ??ambito delle attivitÃ di rimozione di contenuti online, ReputationUP identifica le pagine interessate, valuta i presupposti della richiesta e individua gli interlocutori e gli strumenti adeguati. La decisione finale spetta al soggetto competente per il singolo intervento.

Per ReputationUP, le domande da porsi sono Â«Che cosa, esattamente, Ã¨ falso? Dove compare? Chi puÃ² correggerlo?Â».

Quando queste risposte sono chiare, diventa possibile distinguere una rettifica necessaria da una richiesta di rimozione e valutare se ci sono i presupposti per intervenire. Lâ??obiettivo Ã¨ impedire, con gli strumenti previsti, che un errore dimostrabile continui a essere scambiato per un fatto.

Ã? possibile richiedere a ReputationUP unâ??analisi degli URL e dei documenti che sostengono la richiesta per valutare rettifica, rimozione alla fonte o deindicizzazione sulla base delle circostanze concrete.

ReputationUP Group Ã¨ un gruppo internazionale attivo nei settori della reputazione online e della sicurezza informatica. Fondato da Andrea Baggio, il Gruppo Ã¨ guidato dallo stesso Baggio come unico Global CEO da ottobre 2026. Ne fa parte ReputationUP, che affianca aziende, professionisti e pubbliche amministrazioni nella gestione della reputazione online attraverso servizi di monitoraggio, protezione del brand e rimozione di contenuti online.

Contatti:
Reputation Group LDT

Home

COMUNICATO STAMPA â?? CONTENUTO PROMOZIONALE

ResponsabilitÃ editoriale di Reputation Group LDT

â??

immediapress

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. ImmediaPress

default watermark

Data di creazione
Novembre 27, 2026
Autore
redazione