



Turismo, Fipe lancia sos ad Antitrust: da false recensioni danni fino a 30% fatturato, serve più rigore

Descrizione

(Adnkronos) Le false recensioni danneggiano i consumatori, che vengono ingannati nella propria scelta e colpiscono le imprese della ristorazione e del turismo, che vedono il proprio lavoro svilito da giudizi non veritieri. Non è un tema banale: è una lotta di civiltà. In un mondo digitale, l'affidabilità di ciò che si legge online non è un optional, ma la condizione stessa per il mercato funzioni. Per questo chiediamo all'Antitrust di accogliere nelle proprie Linee Guida le osservazioni che le nostre Associazioni hanno presentato in consultazione: solo un testo più rigoroso può davvero arginare un fenomeno che oggi incide fino al 30% del fatturato delle nostre imprese. È quanto rimarca all'Adnkronos Lino Enrico Stoppani, presidente di Fipe, la Federazione italiana dei pubblici esercizi di Confcommercio, nel ribadire la posizione nettamente critica, espressa a più voci dalle imprese del settore ricettivo e della ristorazione, rispetto alle norme elaborate dall'Antitrust per impedire, il più possibile, che giudizi pilotati e non veritieri possano influenzare le scelte dei consumatori verso determinate strutture.

Imprese e consumatori, in questa battaglia, sono alleati naturali: entrambi vogliono un ecosistema digitale trasparente e veritiero, spiega Stoppani che promuova una concorrenza reale e leale. È nell'interesse di chi lavora onestamente ogni giorno tanto quanto di chi, semplicemente, vuole scegliere bene dove mangiare o dove prenotare una vacanza. Ci auguriamo che l'Agcm colga questa occasione per costruire, insieme a noi, regole che tutelino davvero il mercato, conclude Stoppani, auspicando che l'autorità prenda quindi in considerazione le osservazioni delle associazioni di imprese interpellate attraverso una consultazione pubblica.

Nei giorni scorsi infatti, Fipe con altre quattro associazioni di settore, Federalberghi, Fiavet, Fto aderenti a Confcommercio e Assoturismo-Confesercenti, hanno scritto all'Antitrust invocando regole uniformi e senza zone franche rispetto alla distinzione tra i professionisti che pubblicano recensioni dirette e le piattaforme che ospitano contributi su servizi di terzi. Tra le altre osservazioni, le imprese hanno rimarcato che lo schema dell'Agcm si limita a prevedere blandi obblighi di trasparenza per le recensioni incentivate e non è il più illiceit assoluta come prevede l'articolo 19 della Legge sulle pmi. Il posizionamento (ranking) delle recensioni incide sulla visibilità aziendale quanto il contenuto stesso dei giudizi, hanno sottolineato le imprese esigendo che i criteri degli

algoritmi e i relativi pesi di calcolo siano resi pubblici?». (di Cristina Armeni)

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Luglio 16, 2026

Autore

redazione

default watermark