

TripAdvisor multato dal Consiglio di Stato perché le recensioni non sono “vere e autentiche”



TripAdvisor è stato condannato a pagare una multa di 100 mila euro per violazione del Codice del consumo. Il giudizio del Consiglio di Stato, sentenza n. 04976 del 15 luglio, ha riguardato in particolare **alcuni claim, ritenuti «idonei a ingenerare in un utente medio di Internet il falso convincimento dell’attendibilità e della genuinità delle recensioni pubblicate».**

Tra le frasi contestate spiccano l’asserzione per cui «Non importa se preferisci le catene alberghiere o gli hotel di nicchia: **su TripAdvisor puoi trovare tante recensioni vere e autentiche**, di cui ti puoi fidare. Milioni di viaggiatori hanno pubblicato online le proprie opinioni più sincere su hotel, bed & breakfast, pensioni e molto altro». Ma anche «Scarica le nostre guide di viaggio gratuite e scoprirai i consigli dei viaggiatori su attrazioni turistiche, hotel, ristoranti e luoghi di divertimento», nonché «**TripAdvisor offre consigli di viaggio affidabili**, pubblicati da veri viaggiatori».

La procedura ha preso le mosse da una serie di segnalazioni portate avanti dal UNC, da Federalberghi e da un gruppo di cittadini privati, che condusse nel 2014 l’**Antitrust** a comminare a TripAdvisor una multa da **500 mila euro**. La decisione fu tuttavia ribaltata l’anno successivo dal **Tar del Lazio**, secondo cui «la piattaforma non ha mai affermato che tutte le recensioni presenti sul sito sono vere, richiamando l’impossibilità di verificare i fatti riconducibili a milioni di post, i quali costituiscono solo l’opinione dei viaggiatori, nonché di gente comune e non di professionisti».

Federalberghi esprime perciò apprezzamento per il pronunciamento finale del Consiglio di Stato, che conferma la «**necessità di bonificare un sistema inquinato dalle fake reviews**». La stessa associazione degli albergatori ricorda tuttavia che «l'opera, seppur meritoria, della magistratura non è sufficiente a mettere ordine in un mercato che viaggia alla velocità della luce. Basti considerare che è stato necessario attendere quattro anni per ottenere un giudizio definitivo del Consiglio di Stato su un singolo episodio contestato».

Ad avviso di Federalberghi, «la soluzione non può perciò che risiedere in una robusta affermazione del principio di responsabilità. Il primo passo che i portali devono compiere per radicare un sistema in cui prevalgano le vere opinioni, scritte da veri clienti, che raccontano una vera esperienza, è un deciso **stop alle recensioni anonime e ai nickname di comodo**. Ognuno deve essere libero di esprimere la propria opinione. Ma le persone che leggono la recensione e l'azienda che viene recensita hanno diritto di conoscere la reale identità dell'autore e di sapere se sta raccontando frottole o un'esperienza autentica».

*Redazione
(Luglio 2019)*