

La lotta alle recensioni false sugli e-commerce si fa interessante

Pubblicato: Sabato 14 Gennaio 2023



Dopo la vittoria di Tripadvisor presso il tribunale di Lecce nel 2018, anche **Amazon ha scelto l'Italia per la prima denuncia penale** nei confronti di un'agenzia che, a detta dell'accusa, procurava ai merchant **recensioni false sul marketplace** in cambio del rimborso del prodotto acquistato o di coupon utili per successive transazioni.

Tale decisione, che segue quella presa a livello internazionale di portare in giudizio gli amministratori di oltre 10 mila Pagine Facebook nelle quali avevano luogo compravendite simili, è rilevante dato che interviene sulle **“recensioni verificate”** – ovvero fatte da veri clienti – il principale elemento capace di immettere fiducia nel sistema. L'e-commerce infatti, per via dell'assenza di una relazione “fisica”, ha a che fare tanto con la tecnologia quanto con la psicologia ed è quindi essenziale, per Amazon, preservare l'affidabilità degli acquisti attraverso l'efficienza di attività quali le consegne, il customer service e, appunto, la reputazione dei venditori che vi operano.

Se chiunque compra online ha un proprio algoritmo con cui valuta le diverse recensioni, è buona norma verificare cliccando sul nome di chi ha lasciato il commento per farsi un'idea del suo comportamento, fare ricerche in merito al merchant anche sul Web, sui social media e sui portali di recensioni come Trustpilot e Zoorate ed infine usare strumenti come **Review Meta**: grazie a tale strumento gratuito, è possibile inserire l'indirizzo Internet della scheda prodotto su Amazon per avere una valutazione dell'affidabilità dei commenti presenti.

A seguito del recepimento, anche in Italia, della Direttiva Europea 2161/2019, **le recensioni online sono oggi oggetto di una progressiva maggiore regolamentazione**. In via di applicazione sotto il controllo dell'Agcom, tale norma modifica infatti la situazione esistente obbligando i siti e-commerce a pubblicare solo recensioni verificate e a rendere trasparente la loro indicazione qualora sia frutto di incentivazioni come sconti o vantaggi economici e di servizio.

Anche per questo motivo, la decisione di Amazon merita di essere supportata dato che è volta a rendere più sicura la principale piattaforma e-commerce presente nel nostro Paese e più ancora perché persegue chi vuole inquinare il mondo della Rete e del commercio elettronico proteggendo in tal modo aziende e consumatori.

Le aziende che vendono online – **in Italia sono 70 mila e per il 64% hanno meno di 5 dipendenti** – non costituiscono di per sé un'opportunità per un territorio, ma lo diventano nella misura in cui l'e-commerce è usato come leva per raggiungere nuovi mercati, per creare ricchezza e per promuovere occupazione e competenze nell'ambito della comunità di riferimento. Anche per queste ragioni, le recensioni false sono illegali e ingiuste.

di [Andrea Boscaro](#)