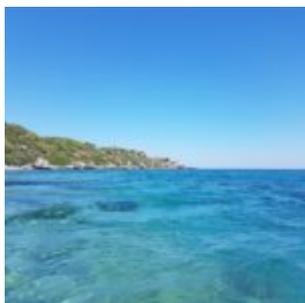


Recensioni inaffidabili: centomila euro di multa a TripAdvisor



Il Consiglio di Stato, accogliendo l'appello presentato dall'Autorità garante della Concorrenza e del Mercato, ha censurato Tripadvisor per aver diffuso informazioni ingannevoli sulle fonti delle recensioni.

Il giudizio ha riguardato, in particolare, alcuni claim di Tripadvisor, che sono stati ritenuti **“idonei a ingenerare in un utente medio di internet il falso convincimento dell'attendibilità e della genuinità delle recensioni pubblicate”**. Il portale dovrà pagare una multa di 100.000 euro.

La pratica commerciale scorretta era stata sanzionata dall'Antitrust nel 2014 in seguito alle segnalazioni formulate dall'Unione Nazionale Consumatori, da Federalberghi e da alcuni consumatori.

Federalberghi esprime apprezzamento per il pronunciamento del Consiglio di Stato, che conferma la necessità di bonificare un sistema inquinato dalle fake reviews.

I CLAIM CONTESTATI

(stralcio dalla sentenza del Consiglio di Stato 15 luglio 2019, n. 04976)

L'Autorità Garante della Concorrenza e de Mercato ha contestato, in particolare, la rilevanza ingannevole dei seguenti claim pubblicati sul sito internet di Tripadvisor:

- 1. a) "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 on-line le proprie opinioni più sincere su hotel, bed & breakfast, pensioni e molto altro";*
- 2. b) "Vuoi organizzare un viaggio? Passa prima su TripAdvisor. I viaggiatori della community di TriAdvisor hanno scritto milioni di recensioni sulle loro vacanze migliori e peggiori che ti aiuteranno a decidere cosa fare. Nelle nostre guide gratuite puoi trovare i preziosi consigli e le foto dei viaggiatori per guidarti alla scoperta delle più importanti mete di viaggio";*
- 3. c) "Scarica le nostre guide di viaggio gratuite e scoprirai i consigli dei viaggiatori su attrazioni turistiche, hotel, ristoranti e luoghi di divertimento";*
- 4. d) "TripAdvisor offre consigli di viaggio affidabili, pubblicati da veri viaggiatori";*
- 5. e) "Ottieni le recensioni e le opinioni dei viaggiatori sugli hotel delle città più visitate";*
- 6. f) "(numero) persone hanno scritto una recensione su questo hotel", "Cosa dicono i viaggiatori di (Città)".*

I trascritti claim, indipendentemente dal fatto che non fosse garantita la veridicità del contenuto e della fonte, letti nel loro insieme risultano idonei, come correttamente affermato nel provvedimento impugnato, a ingenerare in un utente medio di internet il falso convincimento dell'attendibilità e della genuinità delle recensioni pubblicate.

Sul punto le conclusioni raggiunte dall'Autorità, sorrette da una motivazione esente da vizi logici, risultano del tutto condivisibili, atteso che i claim, alcuni dei quali particolarmente assertivi e già presenti nella home page del

sito, sono tali, anche nella presentazione complessiva, da influenzare i consumatori sin dal primo contatto ingenerando il falso convincimento dell'affidabilità delle recensioni pubblicate.