



09/02/2013

COMUNICATO STAMPA

## Recensioni on-line, quando va in scena la compravendita della reputazione

**Molti alberghi denunciano: in crescita le offerte a pagamento per creare false recensioni (buone o cattive) sui portali internet**

TRENTO. Il mondo delle recensioni on-line è ancora in fermento: la Giunta UNAT Unione albergatori, ha affrontato la questione della compravendita di falsi commenti per aumentare (o diminuire) la reputazione delle strutture presenti sui vari portali dove gli utenti possono commentare e classificare la propria esperienza. “Siti come Tripadvisor – spiegano gli albergatori trentini – potrebbero essere strumenti utili, se fossero monitorati attentamente; i commenti dei nostri clienti sono indispensabili prima di tutto a noi stessi, ma se questi sono falsi o pilotati, non sono nient’altro che un danno d’immagine ai limiti della querela”.

I sostenitori delle recensioni on-line si appellano al motto “*wisdom of crowd*” ovvero alla saggezza della folla, spiegando che con un numero elevato di recensioni ci si avvicina molto all’obiettività. In siffatto contesto i commenti palesemente falsi o negativi vengono quasi automaticamente ignorati dall’utente medio. Il che non è del tutto vero: innanzitutto un commento negativo risulta molto più evidente di un commento positivo o tutt’al più neutro; poi, la stragrande maggioranza delle strutture (alberghi, campeggi, affittacamere, eccetera) non ha un numero così elevato di recensioni da riuscire ad avvicinarsi all’obiettività. Il risultato è che anche poche recensioni (magari inserite in forma anonima) possono provocare effetti devastanti sull’attività di un’azienda.

La Giunta UNAT ha affrontato l’argomento, prendendo anche spunto dai numerosi commenti del blog [www.unturismo.it](http://www.unturismo.it), dedicato alle discussioni sul mondo del turismo, in un post che riportava la notizia di una società che offre a pagamento recensioni false su portali internet. “Da albergatore - spiega l’utente Maurizio Rimondi - mi vergogno del fatto che esista un portale dove poter sparlare ed inventare, nel bene e nel male, sulle strutture. Vedere alberghi con più recensioni che clienti effettivi o recensioni da favola a strutture di livello medio che surclassano alberghi a 7 stelle nel mondo, francamente mi fa solo ridere”.

“Il fatto - rincalza Fabrizio - purtroppo è che ci costringono a lavorare come vogliono loro però a casa nostra, con le tariffe che ci impongono, a subire le critiche non sempre obbiettive e,

---

### Informazioni

dott. Walter Filagrana

Ufficio Stampa e Comunicazione

Telefono 0461/880310 | Cellulare 348/8565455 | Email [walter.filagrana@unione.tn.it](mailto:walter.filagrana@unione.tn.it)

[www.unione.tn.it](http://www.unione.tn.it) | [www.twitter.com/confcommerciotn](https://www.twitter.com/confcommerciotn)

paradosso, a dotarci di un *channel manager* che aumenti le potenzialità commerciali (nostre o loro?)”.

“Voglia o non voglia - ammette Anton Sessa - le recensioni saranno sempre più diffuse, sono ormai ovunque e Tripadvisor è soltanto la punta dell’iceberg. È una tendenza contro la quale non si può lottare. Occorre invece agire su altri fronti: fare in modo che i clienti rimangano soddisfatti. Comunicare via internet è ormai indispensabile ed è bene che lo faccia una persona della propria azienda che conosce la realtà e sappia rispondere in modo giusto”.

“Da tempo ne parliamo e riparlamo - interviene Fulvio Pitscheider - Dobbiamo confrontarci con una dura realtà: il viaggiatore consulta i siti di recensioni (purtroppo) e si fa condizionare almeno tanto quanto fa con le previsioni meteo. Non mi spaventano e non mi spaventeranno mai le recensioni cattive: fidelizzo il cliente e vivo pressoché solamente di passaparola. Tripadvisor è il sito di recensioni con il più alto numero di recensioni e questo è facilmente spiegabile da un semplice motivo: TRIPADVISOR PERMETTE L’ANONIMATO! Se le recensioni fossero firmate sarebbe anche possibile, nel bene e nel male, verificare ed eventualmente far cancellare quelle false; se una persona non è stata da me non mi può giudicare, ovviamente. Tutto questo deve essere reso noto agli utenti: esistono, indiscutibilmente, recensioni fasulle; esiste ed è diffusa l’opera di diffamazione; la recensione negativa viene utilizzata come mezzo per ottenere uno sconto!”.

“Portali come Tripadvisor – commenta a margine della riunione di Giunta il presidente UNAT Giovanni Bort – potrebbero essere strumenti utili se consentissero un monitoraggio attento e non permettessero l’inserimento di commenti in forma anonima. Non c’è ragione per cui si possa commentare una struttura senza nemmeno averla vista: questo dev’essere un controllo fondamentale. Naturalmente siamo ben favorevoli ad essere giudicati e a capire quali sono i punti di forza e di debolezza della nostra offerta: certo che in questo modo viene meno il requisito fondamentale della veridicità del commento e se a ciò aggiungiamo che questo viene esposto *coram populo* si capisce come le recensioni on-line possano diventare un serio pericolo per imprese e clienti”.

“Noi – prosegue Bort – prendiamo le distanze dalle società che offrono recensioni a pagamento e diciamo sì alla comunicazione ed al dialogo costruttivo; bisogna però che si possa replicare in modo rapido, che si possa instaurare un dialogo con i clienti, tipo forum o blog, che ci sia qualcuno che controlla le info pubblicate dai clienti: insomma, così com’è il sistema delle recensioni on-line anonime crea più danni e confusione che un reale servizio al sistema turistico”.

## Informazioni

---

dott. Walter Filagrana

Ufficio Stampa e Comunicazione

Telefono 0461/880310 | Cellulare 348/8565455 | Email [walter.filagrana@unione.tn.it](mailto:walter.filagrana@unione.tn.it)

[www.unione.tn.it](http://www.unione.tn.it) | [www.twitter.com/confcommerciotn](https://www.twitter.com/confcommerciotn)