

Economia

**Federalberghi
«Gennaio
in flessione»**

Federalberghi prevede un 2013 nero. Il presidente Bernabò Bocca parla di un inizio d'anno «estremamente preoccupante». Le presenze alberghiere degli italiani, rispetto a gennaio 2012, diminuiscono del 9,6%, mentre

sono in calo anche quelle degli stranieri, meno 1,1%. Sul fronte dei collaboratori, si evidenzia un calo del 5,4%, con una flessione del 4,5% dei lavoratori a tempo indeterminato e del 7% di quelli a tempo determinato.

Internet La vetrina on-line è importante, ma si rischiano danni d'immagine. Libardi: «In partenza denunce a livello nazionale»

Recensioni false, l'allarme di Unat e Asat

Bort: alcune società le offrono a pagamento. Nel mirino i commenti anonimi

TRENTO — Gli albergatori dell'Unat lanciano l'allarme contro il problema delle recensioni fasulle su Tripadvisor. Il loro presidente, Gianni Bort, è esplicito: «Prendiamo le distanze dalle società che offrono recensioni a pagamento». Il tema è stato al centro dell'ultima riunione della giunta dell'associazione. Anche i cugini di Asat sono alle prese con lo stesso problema. «Le società che propongono recensioni false sono più d'una. Ora Federalberghi, anche dopo nostra sollecitazione, sta per partire con alcune cause pilota, con l'intento di fare giurisprudenza» dice il presidente Luca Libardi.

Nel blog attivato qualche mese fa dall'Unat (www.unturismo.it) c'è un intenso dibattito. «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».

Bort sottolinea il problema dell'anonimato, che contraddistingue Tripadvisor, uno dei pochi fra i big delle recensioni on-line a mantenere questa caratteristica. «Non c'è ragione per cui si possa commentare una struttura senza nemmeno averla vista. Siamo favorevoli a essere giudicati: ma con l'anonimato viene meno il requisito fondamentale della veridicità del commento. Se a ciò aggiungiamo che la recensione viene pubblicata ed esposta alla visione di tutti, allora si capisce che queste valutazioni possono diventare un serio pericolo per imprese e clienti».

Da una parte, dunque, c'è il



Categorie Il presidente dell'Asat Luca Libardi insieme al presidente dell'Unat Gianni Bort

problema di chi acquista pacchetti di recensioni false positive per la propria struttura oppure, al limite, negative per altri. Dall'altra c'è la questione dell'incisività dei giudizi negativi, a volte sproporzionati rispetto al disservizio. Il consiglio che si dà ai gestori è di replicare sempre, anche in caso di giudizi positivi. Bort approfondisce: «Siamo favorevoli a comunicazione e dialogo costruttivo, ma occorre poter replicare in modo rapido, in modo da instaurare un dialogo con i clienti. Inoltre è necessario che ci sia qualcuno che controlli le informazioni pubblicate dai clienti: insomma, così com'è il sistema delle recensioni online anonime crea più danni che un reale servizio al sistema turistico».

Libardi, presidente dell'Asat, porta la sua esperienza personale: «Si tratta di società italiane che approfittano del fatto che si possa commentare senza essere registrati. Proposte ne

sono arrivate anche a me, l'ultima è in italiano, una certa "Jc", altre invece sono arrivate in inglese. La proposta in italiano, che però è visibilmente una traduzione mal fatta da un'altra lingua, offre pacchetti di tre recensioni per 500 euro oppure di 10 per 3.000 euro». «Sono sicuro — prosegue Libardi — che in Trentino nessuno è stato tentato da simili offerte, ma ricevo segnalazioni da altre parti d'Italia. Federalberghi partirà con alcune cause pilota per creare dei precedenti. Solo che l'associazione può fornire appoggio sui costi e sulla consulenza,

ma occorre che sia un albergatore privato a fare denuncia. E, non lo nego, c'è una certa paura a fare questo passo».

Qualcosa comunque si muove, secondo il presidente dell'Asat: «L'altro giorno ad alcuni alberghi Tripadvisor ha proposto una procedura anti-ricatto, per evitare che il cliente estorca favori con la minaccia di cattive recensioni. D'altra parte i curatori del sito ci spiegano sempre che ci sono sofisticati metodi di natura semantica e informatica per scovare le irregolarità. Certo però che quello di internet è un mondo che evolve molto velocemente». Una possibile soluzione è quella dei siti che fanno una media fra le recensioni, come «Hotel navigator», un modo per eliminare i commenti non attendibili. «È da un po' che l'abbiamo proposto alla Provincia — conclude Libardi — ma i tempi sono lunghi».

Enrico Orfano

© RIPRODUZIONE RISERVATA

3.000

euro
Il costo del pacchetto offerto da una società per «comprare» 10 recensioni false

Unionturismo La proposta scaturita ieri in assemblea

Pacchetto «Trento-Salento» per attrarre gli stranieri

TRENTO — Unionturismo e Apt di Trento lanciano l'idea di pacchetti di vacanze bisettimanali, «tra il Salento e le Dolomiti». La direttrice trentina Elda Verones, individua un primo possibile target: «Puntiamo ai turisti nordamericani: per loro un'ora di volo non costituisce alcun problema».

Il progetto è stato annunciato ieri a Palazzo Geremia, nell'assemblea annuale di Unionturismo, associazione che raccorda operatori, pubblici e privati, che si occupano di promozione e accoglienza turistica in tutt'Italia. Ne ha parlato inizialmente il presidente di Unionturismo, Gian Franco Fisanotti: «Noi vogliamo creare pacchetti turistici per famiglie, dal ricco menù. L'idea è quella di proporre una settimana a Trento, con le sue montagne, abbinata a un'altra settimana al mare, sulle spiagge del Salento».

Una cooperazione tra diverse Apt e operatori trentini e pugliesi, che piace anche a Verones: «Si può fare — ha detto —. Con le due settimane sarebbe possibile intercettare turisti che vengono da lontano, come dagli Stati Uniti d'America, per cui un volo di questo tipo è poca cosa. Da Verona si può raggiungere il Salento in un'ora e un quarto». Fisanotti ritiene infatti il Trentino, e l'Apt del capoluogo ancora più, «un modello di turismo per tutta l'Italia», parte di un territorio regionale che assie-

me all'Alto Adige conta ben 164 riconoscimenti Unesco. Accoglienza, sistema termale, efficienza delle Apt trasformano così il Trentino nell'esempio da seguire per il resto d'Italia, secondo Unionturismo.

Ieri l'assise di Unionturismo ha inoltre rinnovato i propri vertici, rieleggendo il valdostano Fisanotti alla presidenza, per acclamazione. Nelle nuove cariche, che assumeranno le funzioni il 25 marzo, la presenza di promotori locali non manca. Gian Battista Polonioli, presidente dell'Apt di Trento, diventa vicepresidente nazionale della Commissione Esteri, nonché membro dell'ufficio di presidenza e del consiglio nazionale. Il direttore Verones entra nel collegio dei provviri, e Claudio Facchinelli, direttore di Trento Fiere, nel consiglio nazionale, con

Riccardo Maturi.

Sul fronte politico, Unionturismo si rivolge al prossimo governo nazionale. Diverse sono le richieste, tra cui: alleggerimento fiscale per le imprese turistiche (a partire dall'Imu), erogazione di finanziamenti in base all'articolo 9 della Costituzione (tutela del paesaggio e del patrimonio storico e artistico), stop alla cementificazione, l'istituzione del soppresso ministero del Turismo.

Daniele Sottoriva

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Polemica La presidente di Comano risponde alle accuse di «invasione di campo»

Apt-coop, la replica di Berasi «Nessuna ricerca di visibilità. Non torno in politica»

TRENTO — Non si spegne la polemica in merito alla nascita del «Coordinamento delle Apt cooperative». Dopo che il presidente dell'Asat Luca Libardi ha puntato il dito contro l'iniziativa — contro soprattutto chi «cerca visibilità in un ruolo che non gli compete» — risponde Iva Berasi, presidente dell'Apt di Comano, che dell'idea è una delle più convinte sostenitrici e rovescia sull'imprenditore l'accusa di «ricerca di visibilità». «Dato che l'assessore Mellarini ha avviato un percorso di confronto democratico sul turismo e la promozione del futuro, «non sarà proprio Libardi che cerca visibilità puntualizzando la sua posizione politica?»

Le cinque Apt cooperative, Comano, Val di Fassa, Val di Non, Primiero e Valsugana, hanno creato il coordinamento. Solo che accanto a ragionamenti sul ruolo «del settore turistico all'interno della cooperazione», come ha detto ieri al *Corriere del*

Trentino Paola Toffol (presidente dell'Apt del Primiero) si sono aggiunte anche altre questioni, magari marginali nel momento della discussione, ma esaltate nella comunicazione esterna, con preciso riferimento alla fac-



enda della tassazione sul turismo (via libera a tassa di scopo e sul turista). L'Asat, da sempre contraria a nuove tasse, non ha accettato questa presa di posizione «esteriore», proprio pochi giorni dopo l'avvio del tavolo tecnico ufficiale sul rinnovo della promozione. «Non mi risulta che i cda delle 5 Apt siano stati informati dell'iniziativa» ha sottolineato Libardi.

Per questo Iva Berasi interviene: «È ormai prassi dare significati di ritorno personale alle azioni di chi si impegna, semplicemente convinto di poter dare un contributo». «Anche il signor Libardi segue questa logica, ma lo ringrazio perché mi dà l'occasione per ribadire il mio *non ritorno in politica* alle prossime elezioni provinciali».

«Detto questo — continua l'ex assessore — sono piacevolmente stupita dal-

Agguerrita

La presidente dell'Apt di Comano Iva Berasi, ex assessore



Lorenzo Brufani

» **Portale** Il responsabile italiano annuncia «tolleranza zero»

Tripadvisor, parla Brufani «Facciamo fronte comune»

TRENTO — «Fronte comune con le associazioni di categoria e tolleranza zero per chi inserisce recensioni false. Chi tiene questo comportamento commette reato e viola la direttiva Ucp (Unfair commercial practice)». Così risponde Lorenzo Brufani, portavoce di Tripadvisor per l'Italia, alle osservazioni degli albergatori trentini.

Dottor Brufani, cosa fate per combattere il fenomeno delle recensioni false?

«Disponiamo di algoritmi, ben 25 filtri, oltre al nostro "Investigation team" di Londra: un centinaio di persone si occupano di questo. Vengono allertati sia dalle anomalie rilevate in automatico che dalle segnalazioni degli utenti».

Quanto incidono le segnalazioni negative?

«Poco, la Forrester Research ha rilevato che solo il 5% degli utenti prende in considerazione quel tipo di inserzioni. Le ricerche dimostrano che gli utenti scartano automaticamente le ali, ossia recensioni troppo positive e troppo negative».

Sono frequenti le negativi?

«No, la media in Italia nelle valutazioni di ristoranti e alberghi è di 4,2 su 5 (eccellenza): dominano le inserzioni positive».

Quali sono i criteri per le classifiche?

Quali sono le sanzioni per chi compra inserzioni?

«Noi partiamo con l'avvertimento, poi segnaliamo l'esercizio sotto osservazione con un bollino rosso. Questo perde quindi posizioni nelle classifiche e si può arrivare alla radiazione».

Esistono ricerche sulla veridicità delle inserzioni?

«Sì, PhocusWright ha rilevato che il 98% delle inserzioni è veritiera. Si parla di 30 siti scritti in 20 lingue con 2.500.000 visitatori unici per l'Italia e 60.000.000 a livello mondiale. Le inserzioni fasulle si discostano dalla maggior parte e diventano evidenti».

Gli esercizi con poche inserzioni sono i più danneggiati?

«Assolutamente. Sta anche a loro però invitare il cliente a mettere una recensione. Gli esercizi con 4 o 5 recensioni ci sono, ma i clienti sono necessariamente di più. Le persone lasciano volentieri una recensione a favore di un albergo in cui si sono trovate bene».

Quanto conta avere recensioni?

«Molto, ormai il 75% delle persone sceglie in base ai giudizi positivi altrui. Grande considerazione hanno le opinioni degli amici, di qui l'alleanza con Facebook e la relativa App».

Stefano Festi

© RIPRODUZIONE RISERVATA