



Italia a Tavola.net

Il quotidiano online di enogastronomia, territorio, ristorazione e ospitalità
sono le 15:32:29 di mercoledì 8 febbraio 2012 - 23.028 articoli presenti nell'archivio



EXPO2015 ALIMENTI VINI BEVANDE PROFESSIONI ATTREZZATURE LOCALI EVENTI MEDIA TURISMO RICETTE SALUTE CIRCOLI

LA SQUADRA IL NETWORK CONTATTI PUBBLICITÀ POLICY ABBONAMENTI



Cerca per parole chiave ...

Cerca per codice articolo

Coupon Ristoranti*
nella tua Città

fino a **-70%**

Qui ▶

*Esempio di un'offerta in arrivo

MEDIA > STAMPA E WEB

Primo Piano del 03/02/2012 15.49.00

Anche Londra contro Tripadvisor E ora intervenga l'Italia

Dopo la multa del Tribunale di Parigi, anche l'autorità britannica di controllo sulla pubblicità ha censurato Tripadvisor dopo che i reclami sulle recensioni false e fuorvianti hanno raggiunto livelli epidemici. Federalberghi e Italia a Tavola chiedono interventi immediati anche nel Belpaese

Recensioni fasulle e critica taroccata sul web. La spinosa questione, più volte segnalata anche da Italia a Tavola, sta diventando finalmente una vera e propria battaglia in cui stanno intervenendo anche le Nazioni. A scendere in campo per primo è stato il Tribunale di Parigi che nell'ottobre scorso aveva condannato TripAdvisor, Expedia e Hotels.com a pagare una multa da 430mila euro per aver messo in atto pratiche sleali e ingannevoli. Expedia era stata accusata di aver generato confusione tra siti d'opinione (TripAdvisor, di proprietà dello stesso Expedia) e siti commerciali, fornendo informazioni sbagliate sulla disponibilità di posti in certi alberghi e indirizzando gli utenti verso altri hotel, partner commerciali del sito stesso. Ora è la volta della Gran Bretagna, dove l'autorità di controllo sulla pubblicità (Asa-Advertising standard authority) ha censurato ufficialmente Tripadvisor dopo che i reclami sulle recensioni false e fuorvianti hanno raggiunto livelli epidemici, come riportato dal Times del 2 febbraio 2012.

CERCA NELLA SEZIONE

Inserisci una o più parole chiave

CERCA GLI ARTICOLI PER REGIONE ALL'INTERNO DELLA SEZIONE

Abruzzo	Basilicata
Calabria	Campania
Emilia Romagna	Friuli Venezia Giulia
Lazio	Liguria
Lombardia	Marche
Molise	Piemonte
Puglia	Sardegna
Sicilia	Toscana
Trentino Alto Adige	Umbria
Valle d'Aosta	Veneto

ARTICOLI RECENTI DELLA SEZIONE

- Assolatte premia la stampa Quattro "L'attendibile" assegnati
- Anche Londra contro Tripadvisor E ora intervenga l'Italia
- Il "Gastronauta" Davide Paolini in prima linea per l'enogastronomia
- Racconti dalla Sicilia golosa
- Premiati 8 giornalisti stranieri
- Premio Tarlati 2012 Complimenti a Bruno Gambacorta

[clicca per l'archivio della sezione](#)



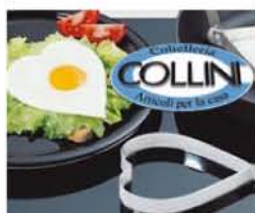
1964 **Group**

Arredi
Cucine
Detergenza
Service



Tallarini

Grapes & Wines
www.tallarini.com



L'Asa ha rilevato che le recensioni possono essere pubblicate su Tripadvisor senza nessuna forma di verifica e che false recensioni vengono pubblicate senza essere riconosciute. Secondo l'Autorità, Tripadvisor non può pertanto affermare di offrire consigli affidabili formulati da viaggiatori reali. Ed è proprio per tutelate e aiutare i consumatori e gli albergatori e i ristoratori leali e seri che Italia a Tavola ha stretto una collaborazione con Oraviaggiando, la più seguita guida online per il centro sud (che sta ormai progressivamente allargandosi anche al nord). Qui i commenti sono tutti tracciabili e verificabili. Un nuovo modo di dare credibilità alle valutazioni dei consumatori, svolgendo però un ruolo di verifica per evitare che ingiustamente si danneggino alberghi e ristoranti. Un passo importante e necessario in attesa che anche le autorità italiane decidano finalmente di attuare degli interventi importanti.

Dopo la condanna del Tribunale di Parigi, in Germania la principale organizzazione indipendente per il controllo su prodotti e servizi (Stiftung Warentest) ha svolto un test sui principali portali (7 siti di recensione alberghiera e 6 siti di prenotazione), evidenziando come in quasi tutti i siti sia possibile pubblicare recensioni ingannevoli.

La legislazione italiana non è adeguata ai tempi, in quanto una recensione diffamatoria pochi minuti dopo essere stata pubblicata è visibile in rete da milioni di persone, senza che la parte lesa disponga di effettivi strumenti di tutela, e un grande Paese turistico come l'Italia non può permettersi il lusso di consentire che, grazie allo schermo dell'anonimato, i professionisti della denigrazione e dell'autocelebrazione elettronica continuino ad operare indisturbati.

La Federalberghi ha pertanto presentato alle forze politiche e al Governo italiano un pacchetto di proposte volte ad assicurare che il diritto di esercitare la libertà di manifestazione del pensiero garantito dalla nostra Costituzione non si trasformi nella licenza di offendere e vilipendere senza doverne rispondere.

Col medesimo obiettivo, a livello europeo, Federalberghi e le altre associazioni aderenti all'Hotrec (Hotel-restaurant-café in Europe) hanno elaborato un codice di condotta per invitare i grandi portali turistici ad assicurare la trasparenza delle informazioni.

