Appoggio alla campagna "**Stop Fake Reviews**" promossa da FIPE-Confcommercio
con HOTREC (l'associazione europea)

Sondaggio Epam: a Milano, per il 60% dei ristoratori le recensioni false danneggiano la reputazione delle imprese

Lino Stoppani, presidente Epam e Fipe: norme chiare a tutela di consumatori ed esercenti

Il 70% dei consumatori (*dati Centro Studi MIMIT, Ministero delle Imprese e del Made in Italy*) basa la scelta del ristorante sulle recensioni online. L'Ufficio Studi di FIPE-Confcommercio, la Federazione italiana dei pubblici esercizi, calcola che le recensioni online incidano fino al 30% sul fatturato di un locale. Ma nel 2024 l'8,6% delle recensioni pubblicate è risultato falso (*dati TripAdvisor*) e il 66% dei consumatori ha dichiarato di imbattersi regolarmente in recensioni inattendibili.

Per il 77% degli operatori milanesi – secondo un sondaggio di **Epam**, l'Associazione pubblici esercizi di Confcommercio Milano, condotto su più temi legati al comparto - le recensioni sulle grandi piattaforme hanno un impatto sull'andamento delle attività. Per il 60% degli intervistati le recensioni false o non verificate costituiscono un problema concreto che danneggia la reputazione e i fatturati della propria impresa.

In Parlamento - lo ha ricordato il ministro Adolfo Urso all'assemblea di Confcommercio - c'è la proposta normativa (nel disegno di legge annuale sulle pmi) all'attenzione del Senato che prevede sulle recensioni online misure concrete: dalla limitazione temporale per la loro pubblicazione (entro 15 giorni dalla fruizione del servizio), alla necessità di verificarne l'autenticità, fino al diritto per le imprese recensite di replicare e chiedere la rimozione di commenti ingannevoli o superati. Per la prima volta si riconoscerebbe alle imprese un diritto all'oblio digitale vietando esplicitamente il commercio di recensioni.

"*Apprezziamo l'iniziativa del Governo. Siamo di fronte a un passaggio decisivo per la credibilità del mercato digitale e per la tutela di migliaia di imprese, in particolare micro e piccole attività, che non possono difendersi da recensioni false o malevole. Ora è fondamentale non arretrare di fronte alle pressioni delle grandi piattaforme internazionali*" afferma **Lino Stoppani**, presidente di Epam e Fipe.

La proposta italiana ha sollevato, in questi mesi, un ampio confronto con le istituzioni europee e i principali operatori digitali, da TripAdvisor a Trustpilot, che hanno espresso parere contrario. Per questo, FIPE-Confcommercio, insieme ad HOTREC, l'associazione europea di riferimento per il turismo, ha deciso di sostenerla attraverso contributi tecnici e con la campagna "**Stop Fake Reviews**", per ribadire l'urgenza di un quadro normativo più trasparente ed efficace.

L'auspicio è che il percorso parlamentare prosegua rapidamente, preservando l'impianto del provvedimento. *"Serve una normativa chiara che tuteli sia i consumatori sia gli esercenti* – conclude **Stoppani** - *promuovendo una concorrenza basata sul merito e non sulla manipolazione delle opinioni*".

Milano, 14 giugno 2025

Epam Fipe Milano, corso Venezia 51, 027750343 epam@unione.milano.it

Ufficio stampa Confcommercio Milano, Lodi, Monza e Brianza 027750222 relazioni.esterne@unione.milano.it