

Spett.le

AGCM
Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato
Piazza G. Verdi, 6/a
00198 Roma

Consultazione pubblica sullo

SCHEMA DI LINEE GUIDA VOLTE A ORIENTARE LE IMPRESE NELL'ADOZIONE DI ACCORGIMENTI IDONEI AD ASSICURARE IL RISPETTO DEI REQUISITI DI LICEITA' DELLE RECENSIONI ONLINE

Altroconsumo accoglie con favore l'iniziativa dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato volta a promuovere l'autenticità, la trasparenza e l'affidabilità delle recensioni online, riconoscendone il ruolo centrale nei processi decisionali dei consumatori e nel corretto funzionamento dei mercati.¹

Alcuni passaggi della bozza potrebbero tuttavia beneficiare di ulteriori precisazioni, al fine di garantire maggiore certezza applicativa e un adeguato bilanciamento tra il contrasto alle recensioni non autentiche e la tutela della libertà di espressione dei consumatori.

La base normativa delle Linee Guida è costituita dagli articoli 18 e 21 della Legge n. 34/2026, riferiti alle recensioni relative ai settori della ristorazione e del turismo. La bozza precisa, tuttavia, che le indicazioni ivi contenute trovano applicazione non solo nei settori espressamente regolati dalla legge, ma anche, "in linea di principio", in ogni altro ambito merceologico. Inoltre, la nozione di recensione è definita in termini ampi, comprendendo qualsiasi valutazione relativa a beni o servizi.

Alla luce di tali previsioni, sarebbe utile chiarire la portata dell'estensione prospettata, specificando se le indicazioni riferite ai prodotti e agli altri settori economici abbiano natura meramente interpretativa e orientativa ovvero se l'Autorità intenda considerarle parametri di riferimento nelle future attività di enforcement ai sensi del Codice del Consumo. Un chiarimento su questo punto consentirebbe di delineare con maggiore precisione l'effettivo perimetro applicativo delle Linee Guida.

Il paragrafo 18 individua, a titolo esemplificativo, tre categorie di misure: strumenti volti a verificare l'effettivo acquisto o utilizzo del bene o servizio, strumenti di tracciabilità dell'autore della recensione e sistemi di rilevazione delle anomalie.

¹Si veda Altroconsumo, indagine sul riconoscimento delle recensioni non autentiche da parte dei consumatori, pubblicata sul sito Altroconsumo con il titolo "[Recensioni false online: pochi le sanno riconoscere](#)", nonché il relativo articolo di approfondimento allegato.

Non risulta tuttavia pienamente chiaro quale sia il rapporto tra tali categorie di misure né quale livello minimo di verifica sia richiesto ai professionisti per ritenere soddisfatto l'obbligo di adottare misure ragionevoli e proporzionate.

In particolare, potrebbe essere utile chiarire se gli accorgimenti indicati alle lettere a), b) e c) siano destinati a operare congiuntamente, possano essere adottati alternativamente oppure costituiscano esempi di possibili misure da selezionare in funzione delle caratteristiche dell'attività svolta e del rischio di pubblicazione di recensioni non autentiche. Una precisazione in tal senso potrebbe contribuire a ridurre possibili incertezze applicative e a favorire una più uniforme attuazione delle Linee Guida da parte dei professionisti.

Con riferimento alle recensioni obsolete, si condivide l'impostazione secondo cui i criteri di gestione debbano essere oggettivi e applicati in modo non discriminatorio alle recensioni positive e negative.

Tale principio potrebbe essere ulteriormente rafforzato precisando che la mera *anzianità* della recensione non costituisce di per sé motivo sufficiente per la sua rimozione. Appare opportuno evitare che l'attuazione della disciplina possa, anche indirettamente, incentivare la cancellazione sistematica delle recensioni più datate, con la conseguente riduzione delle informazioni disponibili per i consumatori e possibili effetti sulla rappresentazione reputazionale del professionista. Eventuali procedure relative alle recensioni obsolete dovrebbero pertanto essere applicate secondo criteri neutrali e non discriminatori, indipendentemente dal contenuto positivo o negativo della recensione.

Il paragrafo 22 include tra le pratiche da evitare il coinvolgimento dei consumatori nel processo di moderazione quando finalizzato a indurre modifiche o cancellazioni delle recensioni. Pur condividendo l'obiettivo di prevenire interferenze indebite sul contenuto delle recensioni, potrebbe essere utile chiarire la portata di tale previsione con riferimento ai sistemi di segnalazione delle recensioni potenzialmente non autentiche.

Molte piattaforme prevedono infatti strumenti che consentono ai consumatori di segnalare recensioni sospette, contribuendo all'individuazione di possibili comportamenti abusivi e al miglioramento dell'affidabilità complessiva dei sistemi di pubblicazione delle recensioni. In tale prospettiva, potrebbe essere opportuno precisare che il riferimento contenuto nel paragrafo 22 non riguarda le attività di segnalazione effettuate dai consumatori nell'ambito delle procedure predisposte dalle piattaforme o dai professionisti, ferma restando la necessità che la valutazione finale sia svolta sulla base di adeguate verifiche.

Un chiarimento in tal senso contribuirebbe a distinguere le pratiche suscettibili di incidere impropriamente sul contenuto delle recensioni dai meccanismi partecipativi finalizzati a favorire l'individuazione di recensioni non autentiche.

Particolare attenzione merita inoltre il paragrafo 26, secondo cui l'onere di provare l'autenticità della recensione grava in prima istanza sul suo autore.

Tale previsione potrebbe, in alcuni casi, determinare difficoltà per i consumatori che abbiano pubblicato recensioni autentiche ma non siano più in possesso della documentazione relativa all'acquisto o alla fruizione del servizio. In molte situazioni, infatti, l'esperienza di consumo potrebbe essere dimostrata anche attraverso elementi diversi dalla documentazione fiscale, quali e-mail, prenotazioni, comunicazioni con il professionista o altri elementi coerenti con l'esperienza descritta.

In tale prospettiva, potrebbe essere utile chiarire che l'autenticità della recensione può essere dimostrata mediante qualsiasi elemento ragionevolmente idoneo a comprovare l'esistenza dell'esperienza di consumo. Analogamente, potrebbe essere valutata l'opportunità di precisare che la mera contestazione da parte del professionista non comporta automaticamente la rimozione della recensione né determina, di per sé, un aggravamento dell'onere probatorio gravante sul consumatore. In un'ottica di equilibrato temperamento degli interessi coinvolti e di simmetria informativa tra le parti, potrebbe inoltre essere utile chiarire che le contestazioni relative all'autenticità della recensione siano accompagnate da elementi sufficientemente circostanziati, tali da consentire una valutazione adeguata del caso concreto.

Le associazioni dei consumatori possono rappresentare un utile osservatorio delle problematiche incontrate dai consumatori nell'utilizzo dei sistemi di recensione online e contribuire all'individuazione di fenomeni di manipolazione delle recensioni, nonché alla diffusione di informazioni utili ad accrescere la consapevolezza dei consumatori.

Si suggerisce pertanto di valorizzarne espressamente il ruolo nell'ambito delle attività di monitoraggio e revisione delle Linee Guida, favorendo forme strutturate di consultazione periodica. In considerazione della prevista revisione delle Linee Guida entro un anno dalla loro pubblicazione, sarebbe inoltre auspicabile il coinvolgimento delle associazioni dei consumatori nella valutazione dell'efficacia delle misure adottate e nell'analisi degli effetti concreti della disciplina sui consumatori.

Milano, 15 luglio 2026

, _____