Recensioni, approvato un subemendamento. Calugi: «Un altro passo in avanti»

20251014192224recensionionline-98145801

In Senato, in 9ª Commissione (Industria, commercio, turismo, agricoltura e produzione agroalimentare), è stato approvato il subemendamento 13.100/1 (testo 3) al disegno di legge annuale per le Pmi, a firma dei senatori Maffoni, Fallucchi, Bergesio e Amidei. Il provvedimento introduce importanti misure in materia di recensioni online, ed è stato fortemente sostenuto dalla Federazione Italiana Pubblici Esercizi (**Fipe-Confcommercio**).

Questo subemendamento prevede che le recensioni possano essere pubblicate solo da chi abbia effettivamente usufruito del servizio e che quelle corredate da documentazione fiscale siano considerate come “presunzione di autenticità”. È inoltre fissato un termine massimo di 30 giorni entro cui rilasciare la recensione, per garantire che i giudizi online riflettano esperienze reali e recenti.

«*Accogliamo con soddisfazione l’approvazione del subemendamento, che recepisce parte delle osservazioni formulate dalla federazione durante l’audizione in Senato dello scorso 26 giugno* - dichiara **Roberto Calugi**, Direttore Generale di FIPE -. *Il contrasto alle recensioni false è una battaglia di civiltà digitale e di equità economica rispetto alla quale la federazione ha coinvolto tutte le principali sigle del turismo italiano. Auspichiamo che l’Aula del Senato e, successivamente, la Camera dei deputati confermino questo orientamento, completando al più presto l’iter parlamentare di un provvedimento atteso da tempo da migliaia di imprese del turismo e della ristorazione*”.

Secondo FIPE, si tratta di un passo concreto verso una maggiore trasparenza e genuinità delle recensioni online, a tutela non solo degli operatori del settore ma anche dei consumatori, che potranno contare su informazioni più affidabili e verificabili. “L’introduzione della prova fiscale come presunzione di autenticità rappresenta una misura di buon senso, equilibrata e coerente con i principi del Digital Services Act, capace di valorizzare le esperienze reali e scoraggiare comportamenti sleali o artificiosi che danneggiano la reputazione e la competitività delle imprese”, conclude la federazione.

Sul suo profilo LinkedIn Calugi ha tenuto a precisare che trattasi di un problema non definitivamente risolto ma di un passo in avanti, verso il contenimento del malcostume.