

WEB REPUTATION

Profili legali

Milano, martedì 11 febbraio 2014
Workshop

CONFCOMMERCIO MILANO
Corso Venezia n. 47



Avv. Maurizio Iorio ©
www.avvocatoiorio.it



ANDEC
ASSOCIAZIONE NAZIONALE IMPORTATORI
E PRODUTTORI DI ELETTRONICA CIVILE



Diffusione dell'online in Italia

Stando ai dati AUDIWEB di dicembre 2013

http://www.audiweb.it/cms/view.php?id=6&cms_pk=271 ben 39 milioni di italiani dichiarano di accedere a internet da location fisse (da casa, ufficio o da un luogo di studio) o da telefoni mobili, tablets, pari all' 82% della popolazione tra gli 11 e i 74 anni.

Si tratta di uno sviluppo crescente posto che, sempre in base agli stessi dati, a partire dal dicembre 2012 si è verificata una crescita del 17,5% della disponibilità di accesso a internet da cellulare (22 milioni di italiani, pari al 47% della popolazione tra gli 11 e i 74 anni) e dell'80% da tablet (circa 6,9 milioni di individui, pari al 13% della popolazione considerata).



Sempre più italiani consultano il WEB prima degli acquisti - 1

Come evidenziato da una recente inchiesta condotta da **Nielsen** http://www.key4biz.it/News/2013/09/19/Pubblicita/nielsen_publicita_passaparola_social_media_messaggi_publicitari_quotidiani_publicita_televisiva_publicita_radiofonica_219905.html, il 64% degli italiani, al fine di decidere quale marca e modello di prodotto acquistare, si affida alle opinioni e alle recensioni – frutto di concrete esperienze - postate sui social media. Si tratta di una percentuale crescente (nel 2012 era pari al 62%).



Sempre più italiani consultano il WEB prima degli acquisti - 2

Da una ricerca di *Duepuntozero Research* sull'impatto dei motori di ricerca sul nostro modo di comportarci http://www.key4biz.it/News/2013/09/26/eSociety/ecommerce_acquisti_Duepuntozero_Research_find_220058.html, resa nota nel settembre 2013, risulta che sono cinque i prodotti più acquistati sul web: 1- i servizi di viaggi e turismo, 2- prodotti di telefonia, 3- abbigliamento e accessori, 4- i prodotti di elettronica, 5- quelli di editoria (libri e riviste); ma il dato più interessante è che ben **l'80% degli utenti web italiani** ha deciso almeno una volta di non acquistare un determinato prodotto o servizio a seguito dei giudizi critici rinvenuti con la consultazione di commenti o recensioni negative rinvenuti online.



Affidabilità dei giudizi rinvenuti sul WEB

Caso EXPEDIA

Nell'ottobre del 2011, il Tribunale commerciale di Parigi condannava **EXPEDIA** al pagamento di un risarcimento di Euro 427.000 (di cui Euro 305.000 all'associazione degli albergatori francesi Synhorcat ed il resto a due albergatori francesi) per avere messo in atto, d'intesa con le due società controllate **TRIP ADVISOR** e **HOTELS.com**, pratiche giudicate sleali ed ingannevoli verso i consumatori. Secondo le motivazioni della sentenza, alcuni alberghi non convenzionati sarebbero stati dati per "esauriti" onde indirizzare i potenziali clienti verso i partner commerciali; inoltre, non era reso noto ai consumatori che Expedia controllava all'epoca Trip Advisor ed Hotel.com.



Affidabilità dei giudizi rinvenuti sul WEB

Caso TRIP ADVISOR -1

Nel febbraio 2012, l'ASA (Advertising Standards Authority, l'ente britannico responsabile per la regolamentazione della pubblicità) ingiungeva a TRIP ADVISOR di non rivendicare né lasciare intendere, nelle pagine del suo sito, che tutti i giudizi espressi provenivano da viaggiatori reali o erano "*onesti, reali ed affidabili*", data l'impossibilità oggettiva, malgrado la buona fede di TRIP ADVISOR, di verificarne, sempre e comunque, la reale provenienza e attendibilità

(http://www.asa.org.uk/Rulings/Adjudications/2012/2/TripAdvisor-LLC/SHP_ADJ_166867.aspx)



Affidabilità dei giudizi rinvenuti sul WEB

Caso TRIP ADVISOR - 2

FEDERALBERGHI, con un comunicato in data 11.10.2011, ampiamente diffuso online

(<http://www.federalberghi.it/notizia1.asp?id=6744>), lamenta il pregiudizio derivante agli albergatori da recensioni anonime, giudicate spesso non veritiere e non affidabili, pubblicate sui siti di opinione relativi a viaggi ed alberghi, ed invoca misure legislative che portino nel nostro paese a garantire la trasparenza, l'identificazione dell'identità degli autori di giudizi e recensioni sul web ed il contrasto delle pratiche commerciali scorrette.



Caso Trip Advisor: comunicato di FEDERALBERGHI in data 11.10.2011

Riservato alle Associazioni

[home](#) | [chi siamo](#) | [comunicazione](#) | [attività](#) | [sistemi](#) | [banche dati](#) | [Italyhotels](#) | [area giovani](#)



data:

11/10/2011

origine:

[zip](#)

Oggi

9 Febbraio 2014

TURISMO: MULTA IN FRANCIA PER ALCUNI PORTALI DI PRENOTAZIONI ON LINE "LOTTA CONTRO I PORTALI SENZA TRASPARENZA"

Il Tribunale di Parigi ha condannato nei giorni scorsi Expedia, TripAdvisor ed Hotels.com a pagare una multa da 430mila Euro per aver messo in atto pratiche sleali e ingannevoli.

Expedia è 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 ed indirizzando gli utenti verso altri hotel, partner commerciali del sito stesso.

La sentenza del Tribunale di Parigi, emanata su istanza di Synhorcat (l'associazione francese degli albergatori), costituisce un importante successo dell'azione che Hotrec (l'organizzazione europea degli alberghi, ristoranti e bar), insieme a Federalberghi e alle altre associazioni nazionali, sta promuovendo in tutti i paesi europei per contrastare le pratiche commerciali scorrette.

Nello stesso solco si muove la comunicazione che Federalberghi ha recentemente indirizzato al Ministro del Turismo ed a tutte le forze politiche, per richiedere l'adozione di un provvedimento contro le recensioni anonime.

"Sino a quando il comportamento dei siti di recensione alberghiera e di quelli di prenotazione on line -sostiene la nota di Federalberghi- continuerà a non assicurare trasparenza ed efficienza al mercato, gli albergatori continueranno la propria battaglia, utilizzando tutti gli strumenti disponibili per la tutela dei propri diritti, nell'interesse primario dei consumatori".

- ▶ [tutti gli hotel](#)
- ▶ [\(allac\)](#)
- ▶ [hotel in offerta](#)
- ▶ [hotel accessibili](#)
- ▶ [hotel per i congressi](#)
- ▶ [hotel in zona termali](#)
- ▶ [hotel per i ricercatori](#)
- ▶ [hotel con campo da tennis](#)
- ▶ [hotel che accettano animali](#)
- ▶ [hotel per studenti](#)
- ▶ [hotel con piscine](#)
- ▶ [hotel nei parchi](#)
- ▶ [ospitalità pubblica](#)
- ▶ [amministrazione](#)
- ▶ [ospitalità su misura](#)
- ▶ [ospitalità sportiva](#)
- ▶ [tutti i siti del portale Italyhotels](#)
- ▶ [riservato alle Associazioni](#)
- ▶ [comunicati stampa](#)
- ▶ [le guide degli](#)

FEDERALBERGHI



Avv. Maurizio Iorio ©
www.avvocatoiorio.it



ANDEC

ASSOCIAZIONE NAZIONALE IMPORTATORI
E PRODUTTORI DI ELETTRONICA CIVILE

Acquisto di recensioni sul WEB

D'altra parte, il WEB è purtroppo "ricco" di siti Italiani e stranieri dove si possono trovare offerte di acquisto di recensioni favorevoli ai propri prodotti o servizi.

Ad esempio:

<http://en.zhubajie.com/>

<http://www.sponsoredreviews.com/>

<http://www.tripadvisorssuccess.com/?lang=it>



<http://www.tripadvisorsuccess.com/?lang=it> ;

Deutsch (Tedesco) English (Inglese) Español (Spagnolo) Français (Francese) Italiano Português (Portoghese, Brasile)

Please note we are NOT a part of nor affiliated in any way with TripAdvisor.com.

TripAdvisor **Success**

[Il nostro Metodo](#) [FAQ's](#) [Plans & Pricing](#) [Contatta Vendite](#)

[Prova gratuita](#)

[Support](#)

[Login](#)

- ✓ **Ottieni la più Alta Votazione Possibile. *RAPIDAMENTE!***
- ✓ **TUTTO PRENOTATO con Votazioni Medie Più Alte**
- ✓ **Attingi da 50 milioni di visitatori al mese**
- ✓ **Crea una *Esperienza Sorprendente per i Clienti***
- ✓ **Promuovi recensioni positive**
- ✓ **Previene recensioni negative**
- ✓ **Recensioni Positive aumentate!**



Nuovo Servizio di Ottimizzazione TripAdvisor per aiutare alberghi, ristoranti e attrazioni a migliorare i loro giudizi su TripAdvisor in modo **RAPIDO**.

7-GIORNI DI PROVA!

Il nostro metodo

Il nostro metodo in 9-passi è stato progettato per garantire che la vostra azienda riceva un significativo aumento di recensioni positive ogni mese.



Piani e prezzi

Scegliete il piano che fa per voi e vi registreremo in 60 secondi! E non preoccupatevi, è sempre possibile fare l'upgrade o il downgrade del Piano successivamente appena iniziate a vedere i risultati

	Level 1	Level 2	Level 3
Monthly Subscription	\$499	\$799	\$999
# of Guaranteed Positive Reviews per Month	5	6	8
ROI per Guaranteed Positive Review	\$140	\$132.5	\$125
ROI Top-Down Analysis of your Website/Hotel	YES		
EE For Support			

Domande Frequenti

Avete domande? Consultate le nostre Domande Frequenti per le risposte alle domande più comuni che vengono rivolte riguardo il nostro servizio.



<http://www.sponsoredreviews.com/>



SponsoredReviews.com
Bloggers Earn Cash, Advertisers Build Buzz!

[Members Login](#)

Sales Toll-Free (877) 360-3683

[Home](#)

[Sign-Up](#)

[FAQs](#)

[Our Blog](#)

[Contact Us](#)

SponsoredReviews connects bloggers with SEO's, Marketers, and Advertisers looking to build Links, Traffic and Buzz.

Direct Traffic.

Millions of people read blogs every day. Paying for posts puts the spotlight on your company and will generate tons of targeted traffic.

Buzz & Branding.

The more bloggers talk about your site the better. Many blogs syndicate stories they see on other sites. A couple well timed sponsored posts has the potential to generate a flurry of other post being written.

Search Engine Rankings.

Every post has links back to your site. Getting links from quality blogs will increase your link popularity and will help your site rank better in the search engines.

Valuable Feedback.

Getting Reviewed by bloggers will provide you with valuable feedback that you can use to better understand your audience and customers.

Advertisers Start Here.



- Announce your products, services, websites, and ideas to the world!
- Tap into the power of the blogosphere to build traffic, links and valuable feedback.

[Free Sign Up](#)

[Read More](#)

Bloggers Earn Cash.



- Earn cash by writing honest posts about our advertiser's products and services.
- Write posts in your own tone and style, and gear them to your audience's interest.

[Free Sign Up](#)

[Read More](#)

How it works :

Advertiser Blogger



A Match is Made

Advertisers and bloggers find each other by searching through our easy-to-use interface.



Advertiser Pays Per Review

Blogger writes review and posts it on their blog for the world to see.



Direct Traffic Branding Search Engine Traffic

Advertiser Reaps Benefits!



<http://www.sponsoredreviews.com/>

Dettaglio



Bloggers Earn Cash.

- Earn cash by writing honest posts about our advertiser's products and services.
- Write posts in your own tone and style, and gear them to your audience's interest.

[Free Sign Up](#) [Read More](#)



Avv. Maurizio Iorio ©
www.avvocatoiorio.it



ANDEC
ASSOCIAZIONE NAZIONALE IMPORTATORI
E PRODUTTORI DI ELETTRONICA CIVILE

<http://en.zhubajie.com/>



- International

Sales & Marketing ▾

[Home](#)

[Post a Job](#)

[Browse Jobs](#)

English Answers website promotion

[Watchlist](#)

Employer: jnifer | Job ID: 1253 | Category: [Sales & Marketing](#) | Job type: [Contest](#)

Job Status: Completed

Bidding Started: Dec 10, 2011 9:14 AM

Job Reward: US\$20.00

Bidding Ended: Dec 29, 2011 9:14 AM

Description

Mission requirements:

1. You have to make the answer in english answer website , use one ID ask , and answer using other ID. Then use the first ID that you used it ask to choose the answer

ID as best answer.

2. the problem has not been deleted after Submitted 48 hours , then the task is passed.

3. Must ask and answer, and their answer as the best answer, it's only qualified

4. Question or answer Must have one include www.hermes-birkin-kelly.com

.For example:

Ask: how's the quality of www.hermes-birkin-kelly.com , i want buy one for my girl friend ?

Answer : I have bought one for my mother last month on that site , the quality pretty good. I think your girl friend will love it ? hope it useful to you.

5. You need to choose 10 website in attach files to finish the task, it mean you have to send 10 answers in different website, then you can got \$5

6. please send me link of the best answers

Each Q & A it can be done up to 2 problem, question and answer it in a number of different tasks to do this, please do not repeat it in different Q the same problems

and content, it can be different Q randomly select not only one of a several issues, in order to avoid problems with a question and answer it in repeat, design their

own questions and answers. In a question and answer it if there are duplicates in Q, we will be starting the subject. Please check the release of the first issue

Attachments:



11

Acquisto di finti Twitter

Vi è poi un “fiorente” mercato di follower finti su Twitter, acquistabili a “lotti” di 100, 300, 500, o anche 1000 e più.

Un sito arcinoto in cui si possono fare tali acquisti con un semplice search del tipo “twitter real follower” è <http://fiverr.com>

Segnalo in proposito un interessante articolo di Silvia Vianello, (“***// mondo finto dei follower su twitter...***”) reperibile al seguente indirizzo:

<http://www.chefuturo.it/2014/01/il-mondo-finto-dei-follower-su-twitter-e-7-trucchi-per-aumentarli-davvero/>



<http://fiverr.com>

Search results for 'twitter real follower'



Looking for users containing 'twitter real follower'? [Click here ...](#)

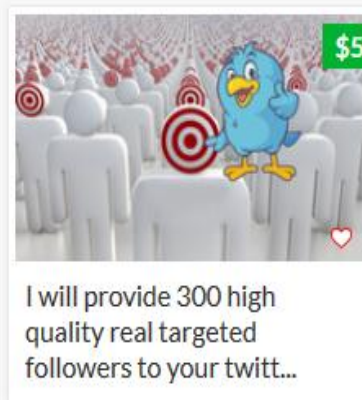
Show: **Recommended** High Rating Express Gigs With Video New

96220 results



\$5

I will get you 3500 REAL twitter followers



\$5

I will provide 300 high quality real targeted followers to your twitt...




\$5

I will real TWITTER followers 750



\$5

I will real twitter followers



\$5

I will add 500 real TWITTER followers




\$5

I will do real TWITTER followers 3000



\$5

I will 5000 Twitter Followers, Real Followers



\$5

I will tweet your message in my twitter with 20 000 real Twitter Foll...



Publicazione sul WEB di recensioni o giudizi diffamatori

Profilo penale:

L'articolo 595 del Codice Penale prevede e punisce il reato di **“Chiunque... comunicando con più persone, offende l'altrui reputazione... Se l'offesa è recata con mezzo della stampa o con qualsiasi altro mezzo di pubblicità ... la pena è più grave di quella ordinaria”** (che consiste nella reclusione fino ad un anno e multa fino ad Euro 1032), ed è punita con **“...la reclusione da sei mesi a tre anni ovvero la multa non inferiore ad Euro 516”**.



Pubblicazione sul WEB di recensioni o giudizi diffamatori

Segue profilo penale:

Una recensione o annuncio offensivo costituisce reato solo se ha carattere effettivamente diffamatorio, ricorrendo (1+2+3+4):

- (1) non corrispondenza al vero
- (2) offesa all' altrui reputazione
- (3) comunicazione a più persone (requisito che sussiste sempre "*...Qualora il messaggio diffamatorio sia inserito in un sito internet*" - Cass. Pen. n. 16262/2008)
- (4) consapevolezza dell'autore del giudizi dell'attitudine delle espressioni usate a ledere l'altrui reputazione (dolo generico).



Pubblicazione sul WEB di recensioni o giudizi diffamatori

Segue profilo penale:

Importante:

- Il delitto di diffamazione può essere commesso con riferimento ad una persona fisica ma anche ad una persona giuridica (Cass. Pen. 16.06.2011 n. 37383).

- Se il sito WEB è consultabile in Italia, a giudicare sul reato che qui interessa è competente il giudice italiano: infatti, il reato di diffamazione si consuma non già nel momento della diffusione o pubblicazione ma in quello della sua percezione - nel nostro caso in Italia - da parte dei terzi (T. Genova , 29.01.2001).



Avv. Maurizio Iorio ©
www.avvocatoiorio.it



ANDEC
ASSOCIAZIONE NAZIONALE IMPORTATORI
E PRODUTTORI DI ELETTRONICA CIVILE

Pubblicazione sul WEB di recensioni o giudizi diffamatori

Segue profilo penale:

Chi risponde del reato ?

Va distinta la posizione dell'**autore** e dell'eventuale committente del messaggio diffamatorio da quella dell' "**host**" (ossia del soggetto che mette a disposizione lo spazio su un server internet), e da quella del "**content provider**" (ossia di chi produce i contenuti nell'ambito dei quali viene inserita la recensione: siti di opinione, giornali online, motori di ricerca, dizionari ed enciclopedie online, content farm ecc.).



Avv. Maurizio Iorio ©
www.avvocatoiorio.it



ANDEC
ASSOCIAZIONE NAZIONALE IMPORTATORI
E PRODUTTORI DI ELETTRONICA CIVILE

Pubblicazione sul WEB di recensioni o giudizi diffamatori

Segue profilo penale:

Responsabilità dell'Autore

- L'autore e committente del messaggio, se hanno fornito volutamente **un giudizio non veritiero con la coscienza e volontà di causare o poter causare danno alla reputazione** della persona offesa, rispondono, in concorso tra loro, del reato di diffamazione aggravata.
- Non sussiste invece alcun reato se il giudizio / recensione - ancorché infondato – non é offensivo nel linguaggio, é dato in buona fede ed è **frutto di studio serio e documentato.**
- **Non è opponibile l'eventuale anonimato** garantito dal titolare del sito web di opinione a chi effettua le recensioni.



Avv. Maurizio Iorio ©
www.avvocatoiorio.it



ANDEC
ASSOCIAZIONE NAZIONALE IMPORTATORI
E PRODUTTORI DI ELETTRONICA CIVILE



Pubblicazione sul WEB di recensioni o giudizi diffamatori

Segue profilo penale:

Responsabilità di Host e di Content provider

L'host ed il content provider, invece, non sono penalmente responsabili, non sussistendo per legge in capo ai medesimi quella che in termini legali viene definita “posizione di garanzia” ossia in concreto un obbligo giuridico di impedire l'evento: obbligo che non potrebbe ragionevolmente sussistere difettando la concreta possibilità di effettuare un controllo preventivo (ma casomai solo successivo, a reato già consumato) sulle recensioni / i giudizi pubblicati (Corte di Appello di Milano, sez. 1 penale, S. 27.02.2013 n. 8611).



Pubblicazione sul WEB di recensioni o giudizi diffamatori

Profilo civile

Responsabilità per i danni:

La diffusione di notizie diffamatorie rappresenta anche un illecito civile e obbliga chi l'ha commesso a risarcire il correlativo danno economico consistente nella perdita di clienti / affari e nel pregiudizio alla reputazione e all'immagine commerciale.

Nel giudicare, il giudice civile sarà vincolato a quanto deciso in sede penale circa la sussistenza del fatto del reato, ma potrà valutare autonomamente ogni altro fatto o prova sottopostogli (ad esempio l'entità del danno) (Cass. Sez. III 5.05.2009 n. 10285).



Pubblicazione sul WEB di recensioni o giudizi diffamatori

Segue profilo civile

Responsabilità per i danni:

Sussistono tuttavia numerosi vincoli che rendono problematica l'azione civile risarcitoria del danneggiato:

- La identificazione dell'autore del giudizio diffamatorio, al quale il content provider garantisce invece la riservatezza dei dati personali e quindi l'anonimato nei confronti dei terzi**
- La quantificazione del danno subito**



Avv. Maurizio Iorio ©
www.avvocatoiorio.it



ANDEC
ASSOCIAZIONE NAZIONALE IMPORTATORI
E PRODUTTORI DI ELETTRONICA CIVILE



Pubblicazione sul WEB di recensioni o giudizi diffamatori

Profilo civile

Responsabilità dell'Host:

Quanto all'host, esso non ha un obbligo generale di sorveglianza sulle informazioni che trasmette e memorizza tuttavia:

- (i) E' tenuto ad informare l'autorità giudiziaria o quella amministrativa di vigilanza**

- (ii) é civilmente responsabile se, richiesto dall'autorità giudiziaria o da quella amministrativa di vigilanza non ha agito prontamente o se non l'ha subito informata.**



Pubblicazione sul WEB di recensioni o giudizi diffamatori

Profilo civile

Responsabilità del Content provider:

Quanto infine al content provider, posto che la sua responsabilità si basa pur sempre sul dolo o sulla colpa, egli avrà la facoltà di dimostrare se del caso anche con presunzioni se gravi, concordanti e precise, che nel caso concreto la sorveglianza sulle inserzioni e sugli annunci pubblicati era impossibile o inesigibile per obiettive difficoltà, ovvero che é stata malgrado tutto effettuata, seppure coi limiti obiettivi del caso.



Pubblicazione sul WEB di recensioni o giudizi diffamatori

Responsabilità sanzionatoria per pubblicità ingannevole:

La pubblicità ingannevole è quella forma di pubblicità che è idonea indurre in errore le persone fisiche o giuridiche a cui è dirette e a falsarne il comportamento; essa ha un doppio riconoscimento e tutela: la prima (stabilita dal D. Lgs 145/07) si riferisce alla tutela delle imprese; la seconda (stabilita dal D.Lgs 146/07, trasfuso negli artt. 20 e ss. del Codice del Consumo), si riferisce alla tutela dei consumatori finali e si estende anche alle pratiche coercitive (su cui non è il caso di soffermarsi in questa sede)



Pubblicazione sul WEB di recensioni o giudizi diffamatori

Segue responsabilità per pubblicità ingannevole:

Quanto ai rapporti coi consumatori, il Codice del consumo considera due casi specifici che attengono le condotte qui esaminate: il caso, ad esempio, del giornalista che effettua una recensione entusiastica di un modello di smartphone senza informare il lettore che la stessa gli è stata commissionata dal produttore del medesimo (cfr. art. 22), ed il caso, per proseguire l'esempio, del produttore dello smartphone che riproduca e citi l'articolo del giornalista senza informare che lo stesso è stato commissionato per fini pubblicitari (cfr. art. 23 lett. m)



Pubblicazione sul WEB di recensioni o giudizi diffamatori

Segue responsabilità per pubblicità ingannevole:

L'imprenditore danneggiato, sia in presenza di false recensioni a favore di un concorrente che in quello di falsi giudizi concernenti suoi propri prodotti o servizi, può denunciare l'accaduto alla Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato a cui è devoluta la correlativa competenza; il procedimento così avviato procede d'impulso e piuttosto celermente.

Tuttavia, non è possibile chiedere in tale sede alcun risarcimento dei danni; saranno applicabili tuttavia le sanzioni di legge (che vanno da Euro 5.000 a Euro 500.000 tenendo conto di gravità e durata dell'infrazione) e la possibile condanna alla pubblicazione del provvedimento a spese del soggetto sanzionato.



Ulteriori informazioni su questo argomento si possono reperire sul mio sito professionale, all'indirizzo:
www.avvocatoiorio.it, sezione **"Articoli e Saggi "**

***Grazie per la Vostra
attenzione***



Avv. Maurizio Iorio ©
www.avvocatoiorio.it



ANDEC
ASSOCIAZIONE NAZIONALE IMPORTATORI
E PRODUTTORI DI ELETTRONICA CIVILE