

Report sulla trasparenza

★ Trustpilot

2022

Sommario

03 Introduzione

Peter Holten Mühlmann, Fondatore e CEO di Trustpilot

04 Proteggere e promuovere la fiducia online

Carolyn Jameson, Chief Trust Officer

07 Come operiamo

- Il nostro modello di business ‘freemium’
- Le linee guida di Trustpilot
- Il nostro TrustScore: niente segreti
- Come mostriamo le recensioni
- Categorie
- Ogni volta che viene scritta una recensione

12 Le recensioni in numeri

14 Come proteggiamo la nostra piattaforma

- Le recensioni false e come le combattiamo
- Cosa si intende per ‘recensione falsa’?
- Tecnologia
- Community: funzione di denuncia e recensioni segnalate
- Persone: i nostri Team Content Integrity e Fraud & Investigations

21 Come agiamo

26 Le recensioni a proposito di Trustpilot

Introduzione:

Peter Holten Mühlmann, Fondatore e CEO di Trustpilot

L'anno scorso abbiamo pubblicato il nostro primo Report sulla trasparenza, per fornire maggiori informazioni sul funzionamento interno di Trustpilot. È stato il risultato del nostro continuo impegno a generare fiducia tra consumatori e aziende a livello globale e a diventare per loro punto di riferimento e di incontro.

Essendo nato e cresciuto in Danimarca, uno dei Paesi più fidati al mondo, so bene come la fiducia reciproca può portare a vantaggi culturali, sociali ed economici per tutti.

Il sempre maggiore utilizzo di Internet trascende le aree geografiche e le culture in esse presenti.

Il mondo online, per sua stessa natura, ha la capacità di unirci tutti. Ma abbiamo bisogno degli strumenti e delle informazioni giusti per poterci fidare gli uni degli altri e per generare fiducia nelle attività che conduciamo online, ed è qui che entra in gioco Trustpilot.

Ogni mese vengono scritte oltre 4 milioni di recensioni sulla nostra piattaforma e gli utenti di tutto il mondo possono leggere delle esperienze dei consumatori con i business. Si tratta di opinioni e punti di vista importanti, che aiutano la gente ad acquistare con maggiore fiducia e a capire quali prodotti e servizi scegliere.

Un'importanza in continua crescita, segno



dell'impatto che la pandemia ha avuto nel portare un sempre maggior numero di utenti ad acquistare beni e servizi online. E anche dopo la pandemia, il comportamento dei consumatori ha confermato questa tendenza: soltanto nel 2021, infatti, sono state pubblicate oltre 46,7 milioni di recensioni, un numero senza precedenti.

Le esperienze autentiche, genuine e reali hanno un valore inestimabile sia per coloro che le condividono online attraverso le recensioni, sia per i business che grazie a quelle esperienze possono conoscere meglio i loro clienti e imparare a migliorarsi. La fiducia è il motore di tutto e Trustpilot è il luogo ideale per guadagnarla. Sono profondamente convinto che un futuro migliore sarà possibile solo se la fiducia sarà alla base del nostro agire quotidiano.

Aiutare a promuovere il dialogo tra consumatori e aziende, soprattutto online, non è un'impresa da poco, ma noi di Trustpilot rimaniamo fermi nel nostro impegno di diventare un simbolo universale di fiducia, un simbolo che consente ai consumatori, alle aziende, a tutti, di fidarsi gli uni degli altri.

**Tusind tak / Grazie mille
Peter**

Proteggere e promuovere la fiducia online

**Carolyn Jameson,
Chief Trust Officer**

Il potere della fiducia e la nostra community

Incoraggiare consumatori e aziende a fidarsi e ad aiutarsi a vicenda può essere fatto solo dove esiste un senso di comunità. Su Trustpilot, la cerchia di persone di cui gli utenti si fidano va ben oltre i propri familiari e amici e si estende a una comunità globale in grado di guidare i consumatori su quali aziende e servizi scegliere e di offrire ai business importanti occasioni per imparare e migliorarsi. Questo senso di comunità è sempre stato il punto cardine della nostra piattaforma e il nostro costante impegno è volto a salvaguardare e proteggere tale comunità.

La crescente quantità di recensioni online dei consumatori e il costante aumento del numero di persone che le scrivono e le leggono sulla nostra piattaforma è il chiaro segno della loro importanza. Il semplice fatto che sempre più Paesi nel mondo stanno adattando le proprie legislazioni per proteggere i consumatori dalle recensioni false, è il chiaro segno che stiamo lavorando nella giusta direzione ed è perfettamente in linea con la nostra mission di rafforzare la fiducia online. Garantire l'integrità della nostra piattaforma e dei milioni di recensioni condivise ogni mese è più importante che mai.

46,7 Mio
di recensioni scritte nel 2021

**+21%
annuo**



508 Mio

di utenti hanno visualizzato le nostre pagine profilo aziendali nel 2021

**+7%
annuo**

Non esiste una soluzione universale per garantire l'integrità della piattaforma di Trustpilot. Valutiamo ed evolviamo costantemente il nostro approccio, per continuare a contrastare efficacemente quella minoranza di utenti che tenta di minare la stabilità della nostra community. Il nostro lavoro è volto ad assicurare che le recensioni rimangano un potente strumento, in grado di consentire ai consumatori di prendere decisioni più consapevoli e alle aziende di imparare e migliorarsi.

Questo report spiega come gestiamo la piattaforma Trustpilot e mira a evidenziare alcune delle aree che si sono evolute nel corso del 2021 per proteggere e promuovere la fiducia online.

Ecco una panoramica delle principali novità di quest'anno e dei passi in avanti che abbiamo compiuto:

Il Comitato Trust & Transparency

Nel marzo 2021, quando Trustpilot è stata quotata pubblicamente alla Borsa di Londra, abbiamo istituito un nuovo Comitato Trust & Transparency, per continuare a guadagnare fiducia e garantire trasparenza in tutto ciò che Trustpilot fa. Il Comitato è costituito da me, che ne sono la presidente, e da quattro direttori non esecutivi del consiglio ed è supportato da altri manager e dirigenti senior, che vengono invitati a relazionare sulle proprie aree di competenza. Il Comitato è responsabile della supervisione delle politiche e delle procedure che utilizziamo per mantenere l'integrità dei prodotti e dei servizi di Trustpilot.

Segnali di fiducia - la verifica dei consumatori e dei business

Prestiamo continuamente attenzione a cosa pensa la community delle sfide del mondo online. L'anno scorso, per esempio, ci siamo resi conto che i consumatori cercano di ottenere maggiori informazioni sulle attività commerciali che vedono recensite. Molti di essi sono anche disposti ad agire l'uno per conto dell'altro, soprattutto quando si tratta di contrastare la dilagante disinformazione online.

L'85%

delle persone nel Regno Unito e negli Stati Uniti afferma di essere ben disposto a dimostrare la propria identità, al fine di proteggere gli altri consumatori dalla disinformazione online

La volontà degli utenti di aiutarsi a vicenda – prova dell'enorme senso di altruismo dentro la nostra community – e il loro bisogno di avere un quadro più ampio della situazione, si sono rivelati per noi degli ottimi spunti che ci



hanno portato a introdurre la possibilità, tanto per i consumatori quanto per le aziende, di verificare la propria identità.

Il processo richiede di fare un selfie e di condividerlo in modo sicuro e protetto insieme alla copia del proprio documento d'identità ufficiale con foto rilasciato dal proprio Paese. Utilizziamo la stessa tecnologia utilizzata da banche, operatori sanitari e istituzioni educative. Si tratta di una procedura facoltativa, ma che consente a tutti di fare la propria parte nella costruzione di una community su Trustpilot ancora più affidabile. L'introduzione di questa novità ci permette adesso di mettere in risalto quei consumatori e quelle aziende che, verificando la propria identità, mandano “segnali di fiducia” a coloro che consultano le informazioni presenti sulla nostra piattaforma. Abbiamo rilasciato questa tecnologia a livello globale nei primi mesi del 2022. Finora, oltre 49.000 autori di recensioni hanno verificato con successo la loro identità, arricchendo la nostra community.

Venditori di recensioni

I ‘venditori di recensioni’ sono aziende e individui che vendono recensioni false online. Acquistandole, i business possono cercare di migliorare artificialmente la propria reputazione online, danneggiare la reputazione di altri e, a loro volta, cercare di ingannare i consumatori. Molti venditori di recensioni creano siti web indipendenti o utilizzano altre piattaforme social o marketplace online per promuovere i propri servizi.

Miglioriamo continuamente i nostri metodi di rilevamento per essere sempre più in grado non solo di comprendere pattern sofisticati di potenziali abusi, ma anche di risalire alla loro origine. Questo ci consente di individuare i venditori di recensioni e di evitare che scrivano recensioni che potrebbero raggiungere la piattaforma di Trustpilot. Quest'anno siamo stati in grado di lavorare direttamente con alcuni marketplace e social media su cui erano presenti account di vendita di recensioni per rimuoverli in massa e abbiamo presentato, ove necessario, istanze di rimozione su altre piattaforme social e host di siti web.

Azioni automatizzate e applicazioni migliorate

Oltre al nostro software di rilevamento automatico di recensioni false e di usi impropri della nostra piattaforma, quest'anno abbiamo iniziato a introdurre un'ulteriore automazione nell'ambito dell'azione di contrasto che portiamo avanti ogni giorno. Ciò è il diretto risultato dell'aumento del numero di iniziative intraprese dal nostro Team Content Integrity, che si riflette nei numeri riportati in questo report. L'uso di sistemi automatizzati ci offre l'opportunità di ridimensionare in modo efficace i nostri sforzi per proteggere la piattaforma e ci permette anche di impiegare gli esperti in controversie del nostro Team Litigation, per intraprendere azioni legali nei casi in cui riscontriamo ripetuti e seri tentativi di raggirare i consumatori.

Continuiamo a fare tutto ciò che è nelle nostre possibilità per proteggere e promuovere la fiducia online.

Credo fermamente che disponiamo della giusta combinazione di tecnologie ed esperienza per prevenire gli abusi e per ridurre al minimo l'impatto sulla nostra community di consumatori e aziende, che interagendo su Trustpilot traggono enormi vantaggi reciproci.

Carolyn Jameson
Chief Trust Officer

Report sulla trasparenza
★ Trustpilot



Come operiamo

Trustpilot si basa su quattro principi fondamentali.

Neutralità

La nostra piattaforma consente a consumatori e aziende di aiutarsi a vicenda, rimanendone comunque indipendente.

Parità di trattamento

Tutte le recensioni sono trattate allo stesso modo e tutti i consumatori e le aziende che usano la nostra piattaforma sono tenuti a seguire le nostre linee guida.

Apertura

I consumatori hanno la libertà di condividere le loro esperienze autentiche come e quando vogliono, gratuitamente.

I business possono invitare i propri clienti a lasciare un loro feedback e possono rispondere in qualsiasi momento, gratuitamente.

Trasparenza

Comunichiamo sempre in modo chiaro e coerente ciò che facciamo e perché lo facciamo.

Tutti i profili business sono provvisti di una pagina sulla trasparenza aziendale che mostra alla nostra community il modo esatto in cui le aziende gestiscono le loro recensioni su Trustpilot.

L'integrità delle recensioni e il modo in cui vengono gestite varia notevolmente su Internet, quindi è importante che le persone si prendano il tempo necessario per capire come viene trattato il loro feedback. Questo Report sulla trasparenza offre a tutti una migliore comprensione di ciò che facciamo a Trustpilot e del perché.

Carolyn Jameson
Chief Trust Officer

Il nostro modello di business 'freemium'

Il modello di business secondo cui operiamo viene comunemente chiamato 'freemium'. Ai consumatori viene data la possibilità di utilizzare Trustpilot gratuitamente e in qualsiasi momento. Le aziende possono anche utilizzare gratuitamente i nostri servizi di base per invitare i propri clienti a scrivere recensioni, per rispondere ai feedback ricevuti o per segnalarli. Nel 2021, circa il 93% dei business attivi sulla nostra piattaforma ha utilizzato Trustpilot gratuitamente.

Le entrate di Trustpilot provengono da quelle aziende che scelgono di abbonarsi ai nostri servizi software extra. Il nostro modulo aggiuntivo Review Insights, ad esempio,



aiuta le aziende a comprendere meglio il feedback dei clienti, esplorando l'andamento del sentiment e offrendo approfondimenti su specifici argomenti di interesse. Il modulo aggiuntivo Location Reviews, invece, aiuta i business a gestire le recensioni ricevute sulle proprie sedi aziendali e sui negozi. Offriamo anche strumenti aggiuntivi, come i widget TrustBox, che consentono alle aziende di mostrare le proprie recensioni direttamente sul proprio sito web. Questi sono soltanto alcuni dei servizi che mettiamo a disposizione dei business.

Poiché la nostra è un'attività che genera delle entrate, di tanto in tanto qualcuno insinua che trattiamo le aziende paganti in modo diverso da quelle non paganti. Niente di più falso! Tutte le attività commerciali sono trattate allo stesso modo, come lo sono anche tutte le recensioni presenti sulla nostra piattaforma, indipendentemente da chi le ha scritte o a quale azienda si riferiscono.

Se si analizzano tutte le aziende presenti su Trustpilot, si nota che il solo fatto di essere un cliente pagante non ha alcun impatto sostanziale sul TrustScore e sulla valutazione in stelle. Nel 2021, le aziende paganti che hanno invitato attivamente i propri clienti a lasciare recensioni hanno ottenuto un TrustScore medio di 4,33 punti, mentre le aziende che hanno utilizzato la nostra piattaforma gratuitamente e che hanno invitato attivamente i propri clienti a scrivere recensioni, hanno ottenuto un TrustScore medio di 4,35 punti.

Ciò che notiamo, è che le aziende che svolgono un ruolo attivo all'interno della community di Trustpilot tendono ad avere una valutazione media più alta rispetto a quelle che non lo fanno. Questo perché invitando i propri clienti a scrivere recensioni, permettono a un più ampio numero di esperienze di venire condivise e di non rimanere altrimenti sconosciute. I business più attivi, poi, sono anche quelli che ricevono regolarmente feedback aggiornati dai propri clienti, che possono così utilizzare per migliorare la propria attività.

In modo analogo, qualcuno talvolta insinua anche che Trustpilot tratta le aziende diversamente da come tratta i consumatori. Anche in questo caso, non è così. Sia i consumatori che i business che usano la piattaforma sono tenuti a seguire le nostre linee guida allo stesso modo.

Le linee guida di Trustpilot

Affinché la community di Trustpilot possa prosperare e affinché consumatori e aziende si fidino gli uni delle altre, abbiamo bisogno che tutti gli utilizzatori della nostra piattaforma seguano le nostre linee guida. Queste forniscono alcuni principi importanti che hanno lo scopo di rendere la piattaforma Trustpilot tanto utile quanto vorremmo che fosse. Le linee guida complete di Trustpilot sono disponibili [qui](#).

Il nostro TrustScore: niente segreti

Ogni azienda sulla piattaforma Trustpilot ottiene un punteggio di soddisfazione generale della propria clientela chiamato "TrustScore" e una valutazione rappresentata visivamente con delle stelle. Ogni volta che qualcuno posta una nuova recensione e valuta un'azienda, il TrustScore complessivo di quell'azienda viene ricalcolato. La formula del calcolo tiene in considerazione tre fattori: l'intervallo di tempo – le recensioni scritte più di recente hanno un maggior peso – il numero di recensioni pubblicate nel tempo e la media di Bayes.

L'uso della media bayesiana serve a garantire che il TrustScore complessivo si mantenga più equilibrato per quelle aziende che hanno poche recensioni, altrimenti rischierebbero

di apparire “eccezionali” o “scarse”, sulla base di sole due recensioni. Includiamo automaticamente il valore di 7 recensioni da 3,5 stelle ciascuna in tutti i calcoli del TrustScore. Col passare del tempo, man mano che le aziende ricevono nuove recensioni, l’influenza della media bayesiana diminuisce, poiché il TrustScore dà maggior peso alle recensioni più recenti.



Come mostriamo le recensioni

Mostriamo le recensioni semplicemente seguendo un ordine cronologico, man mano che vengono pubblicate – quelle più recenti appaiono in cima alla lista. Forniamo agli utenti la possibilità di filtrare le informazioni per lingua, parole chiave e valutazione in stelle, per offrire loro la flessibilità di trovare le informazioni che stanno cercando, nel modo che meglio si adatta alle loro esigenze.

Categorie

Una volta che un’azienda ha ricevuto una recensione e ha attribuito almeno una categoria aziendale al proprio business (cosa che può essere fatta quando il profilo viene reclamato gratuitamente), il suo nome compare nelle pagine delle categorie del Paese in cui è registrato il dominio del suo sito web. Tutti i business sulla piattaforma di Trustpilot possono essere classificati come “migliori” all’interno di una categoria, a condizione che abbiano raccolto almeno 25 recensioni negli ultimi 12 mesi. Inoltre, le aziende devono anche avere l’etichetta di stato “Invita a scrivere recensioni”, che indica che incoraggiano proattivamente i clienti a lasciare il loro feedback. Le aziende che soddisfano questi 2 requisiti vengono quindi classificate in base al loro TrustScore e al numero di recensioni.

I consumatori possono applicare diversi filtri per confrontare i business elencati in una particolare categoria. Possono filtrare per numero di recensioni ricevute da un’azienda, per periodo di tempo in cui sono state raccolte le recensioni e per etichetta di stato dell’azienda.

Ogni volta che viene scritta una recensione

Le recensioni di Trustpilot possono essere generate in tre modi:

Recensioni organiche



Organica

Non su invito, pubblicata spontaneamente dall'utente.

I consumatori non devono necessariamente aspettare di ricevere l’invito da parte delle aziende, ma hanno la libertà di condividere le loro reali esperienze quando più lo desiderano, a condizione che creino un account su Trustpilot e che si attengano alle nostre linee guida. Nel 2021, sono state scritte **11.850.440** recensioni organiche (il 17% in più rispetto al 2020), ossia recensioni spontanee che vengono scritte senza alcun invito.

11,8 Mio +17% annuo
di recensioni organiche sono state scritte nel 2021



Recensioni su invito e verificate



Giulia Verdi

5 recensioni IT



Su invito

4 ore fa

Molto soddisfatta!

Ottima qualità al giusto prezzo.

Su invito/Verificata

Un'azienda ha invitato l'utente a scrivere una recensione.



TP

1 recensione IT



Verificata

18 ore fa

Ottima assistenza clienti

Ha ricevuto l'articolo sbagliato, ma ho mandato un'email e mi hanno inviato l'ordine corretto il giorno successivo!

Nel corso dell'ultimo anno abbiamo continuato a incoraggiare le aziende a utilizzare gli inviti automatizzati. Ciò infonde maggiore fiducia negli utenti che leggono tali recensioni e garantisce ulteriore rigore su come e quando le aziende invitano alla recensione, assicurando che il processo sia il più olistico e inclusivo possibile. Ciò ha portato, solo nell'ultimo anno, ad assistere a un aumento del 52% delle aziende che utilizzano l'automazione per raccogliere recensioni.

Tuttavia, durante questo periodo abbiamo anche riscontrato una correlazione diretta tra l'uso delle recensioni automatizzate e la fiducia che le aziende ripongono in esse, il che significa che è più probabile che mettano in discussione le recensioni scritte in modo organico, poiché hanno meno informazioni sulle persone che le scrivono. Ciò ha comportato un aumento del numero di recensioni segnalate perché "non si basano su un'esperienza autentica". Nel corso dei prossimi 12 mesi, ci concentreremo sul trovare nuovi modi per aiutare i consumatori a rendere più identificabili le loro esperienze.

Quando un'azienda utilizza i sistemi di Trustpilot per invitare automaticamente i propri clienti a scrivere recensioni ("inviti automatici"), contrassegniamo tali recensioni come "Verificate", perché l'invito mandato ai clienti viene attivato automaticamente a seguito di una loro esperienza reale avuta con quell'azienda.

34,5 Mio

di recensioni nel 2021 sono state scritte dietro invito

+21%
annuo

19,8 Mio

di 34,5 Mio di recensioni sono state etichettate come "Verificate"

+29%
annuo

14,7 Mio

di 34,5 Mio di recensioni sono state etichettate come "Su invito"

+12%
annuo

Un'azienda può anche decidere di mandare inviti caricando i dati dei clienti sui sistemi di Trustpilot o utilizzando un link generato nel proprio account business ("inviti manuali") o tramite i propri sistemi. Limitiamo al massimo l'utilizzo degli inviti manuali mandati tramite i nostri sistemi, consentendo alle aziende che iniziano a utilizzare la nostra piattaforma di accedervi soltanto per i primi 90 giorni di attività. Solo un numero ristretto di aziende può continuare a utilizzare gli inviti manuali allo scadere dei 90 giorni, se non possono utilizzare le nostre integrazioni automatiche o per motivi di sensibilità. Tra questi business rientrano:

- veterinari o pompe funebri — dove non sarebbe opportuno mandare inviti a tutti i clienti;
- aziende che utilizzano software di gestione delle relazioni con i clienti (CRM) non attualmente supportati dai nostri metodi di raccolta automatizzata delle recensioni;
- piccole imprese senza alcun CRM impostato;
- oppure, le aziende che operano in settori sensibili come i servizi finanziari e l'assistenza sanitaria, in cui esistono restrizioni normative sulla condivisione delle informazioni sui clienti.

In tutti i casi, il processo di invito deve essere equo, neutrale e imparziale. Laddove abbiamo motivo di dubitare del modo in cui il processo è stato condotto, il nostro Team Fraud & Investigations analizza i pattern di raccolta e contatta direttamente gli autori delle recensioni, per comprendere meglio il comportamento di un'azienda. Le recensioni raccolte in questo modo vengono chiamate "Su invito" anziché "Verificate", perché abbiamo meno visibilità sull'interazione.

34.505.763 recensioni sono state scritte su invito nel 2021. Si tratta di un aumento del 21% rispetto al 2020. Di queste, 19.817.882 sono state contrassegnate come recensioni "Verificate" - un aumento del 29% rispetto all'anno precedente - e 14.687.881 sono state etichettate come "Su invito" - il 12% in più rispetto al 2020.



Recensioni reindirizzate

 **Carlo Bianchi**
✎ 13 recensioni 📍 IT

★★★★★

 ➔ Reindirizzata

Un giorno fa

Ritardo risolto
Il mio ordine era in ritardo. È finalmente arrivato dopo 2 settimane, ma ci sono volute un bel po' di email per risolvere.

Reindirizzata

L'utente ha pubblicato la recensione tramite un link presente su un sito web, che lo ha reindirizzato al profilo Trustpilot di un'azienda.

Se vediamo che un utente ha pubblicato una recensione seguendo un link che dal sito web di un'azienda porta al profilo di quest'ultima su Trustpilot, contrassegniamo tale recensione come "Reindirizzata". Sono state pubblicate **377.072** recensioni Reindirizzate nel 2021. Questa tipologia di recensioni è stata introdotta per la prima volta l'1 settembre 2020, e da allora fino alla fine di quell'anno ne sono state pubblicate 134.652.

+180%
annuo

377.000

recensioni "Reindirizzate" nel 2021

Le recensioni in numeri

*Tutte le recensioni pubblicate, incluse quelle successivamente rimosse (Numeri rilevati il 31 dicembre 2021)

167,5 milioni

di recensioni scritte su Trustpilot dal 2007*

46,7 milioni

di recensioni scritte a livello globale nel 2021*

+21%
annuo

21 milioni

di consumatori nel 2021 hanno scritto la loro prima recensione su Trustpilot

+9%
annuo

714.000

siti web di aziende sono stati recensiti su Trustpilot

+34%
annuo

185.000

business nel 2021 sono stati recensiti per la prima volta

+21%
annuo



Un totale di **46.733.230** recensioni sono state scritte sulla piattaforma di Trustpilot a livello globale nel 2021, il **21%** in più rispetto all'anno precedente.

Alla fine del 2021, **714.301** siti web aziendali erano stati recensiti su Trustpilot. Di questi, **414.015** hanno ricevuto recensioni dai consumatori nel 2021. Nel 2020, invece, i siti web aziendali con recensioni su Trustpilot erano **529.219**, di cui **314.275** recensiti in quell'anno.

Le attività commerciali recensite per la prima volta nel 2021 sono state **184.809**, il **21%** in più rispetto all'anno precedente, mentre **21.080.989** consumatori hanno scritto nel 2021 la loro prima recensione, con un aumento del **9%** rispetto al 2020.

Tutti i business su Trustpilot hanno una pagina profilo aziendale. Queste pagine vengono create quando un consumatore cerca un'attività e rimangono attive online non appena viene scritta una recensione. Le aziende possono reclamare gratuitamente la loro pagina. Lo scorso anno abbiamo registrato **580.046.611** visualizzazioni delle pagine profilo aziendali, il **7%** in più rispetto all'anno precedente. Un chiaro segno dell'utilità di queste pagine per coloro che vogliono leggere i feedback dei consumatori su una determinata azienda e conoscere la loro esperienza.

Recensioni inviate per valutazione in stelle

5 Stelle		72,51%
4 Stelle		8,22%
3 Stelle		3,11%
2 Stelle		2,52%
1 Stella		13,56%

La suddivisione delle recensioni in base alla valutazione in stelle è molto simile a quella del 2020: il **73%** delle recensioni è a 5 stelle, mentre il **14%** è a 1 stella.

Anche le recensioni negative possono essere un ottimo modo per un'azienda di imparare a migliorarsi e a coinvolgere i propri clienti. Nessun business è perfetto e i consumatori apprezzano le aziende che dimostrano di ascoltare i feedback dei clienti, soprattutto quando le cose non vanno secondo i piani. Il **64%** dei consumatori a livello globale ci ha rivelato di preferire fare acquisti da un'azienda aperta al dialogo e che prende provvedimenti, piuttosto che da un'azienda all'apparenza perfetta.

I primi 10 paesi per conteggio delle recensioni inviate

I consumatori di tutto il mondo continuano a inviare recensioni su Trustpilot.

 **Regno Unito 16,9 Mio**

 **Stati Uniti 6,1 Mio**

 **Francia 3,2 Mio**

 **Danimarca 2,8 Mio**

 **Germania 2,5 Mio**

 **Paesi Bassi 2,1 Mio**

 **Italia 1,9 Mio**

 **Svezia 1 Mio**

 **Spagna 1 Mio**

 **Australia 795.000**

Come proteggiamo la nostra piattaforma

Il 100%

delle recensioni su Trustpilot viene esaminato dal nostro software per il rilevamento automatico delle recensioni false

2,7 milioni

di recensioni false sono state rimosse nel 2021

Il 5,8% delle recensioni totali del 2021

128.000

recensioni analizzate quotidianamente da software automatizzati

1,8 milioni

di recensioni rimosse dal nostro software di rilevamento automatico delle recensioni false

+19% annuo

532.000

recensioni segnalate dalle aziende

L'1,1% del totale delle recensioni del 2021

110.000

recensioni segnalate dai consumatori

Lo 0,2% delle recensioni totali del 2021



La maggior parte delle aziende e dei consumatori usa Trustpilot in modo corretto e costruttivo. Ciononostante, una minoranza usa purtroppo la nostra piattaforma non attenendosi alle nostre linee guida. I modi e le tecniche con cui questo uso improprio si manifesta sono in continua evoluzione e noi, a nostra volta, dobbiamo adattarci costantemente per affrontare le sfide emergenti. Purtroppo, non è realisticamente possibile contrastare tutti gli abusi – così come non sarebbe possibile opporsi a tutte le frodi con carte di credito – ma ci proveremo sempre.

Come contrastiamo le recensioni false

Nel 2021 abbiamo rimosso **2.722.255** recensioni false, ovvero il **5,8%** del totale delle recensioni scritte in quell'anno, una percentuale molto simile a quella del 2020, che si era attestata al **5,7%**. Ciò dimostra la nostra sempre maggiore efficacia e capacità di operare su una scala sempre più ampia.

Cosa si intende per 'recensione falsa'?

Nel senso ampio del termine, definiamo false quelle recensioni che non riflettono una reale esperienza di servizio o d'acquisto con un'azienda, oppure che sono state pubblicate nel tentativo di manipolare la percezione del consumatore o di colpire negativamente un determinato business.



Tra le recensioni false rientrano:

- quelle scritte dall'azienda stessa sul proprio profilo Trustpilot;
- quelle scritte e pubblicate dietro pagamento, nel tentativo di manipolare la valutazione di un'azienda su Trustpilot;
- le recensioni pubblicate da un'azienda sulla pagina Trustpilot di un business concorrente, nel tentativo deliberato di indebolirne la valutazione in stelle e l'immagine;
- i messaggi promozionali e le pubblicità di qualsiasi tipo che vengono spacciati per recensioni;
- le recensioni che vengono rimosse dalla piattaforma perché presentano contenuti nocivi o illegali;
- quelle che non si basano su esperienze reali oppure non riguardano le aziende oggetto delle recensioni in questione.

Lo sapevi?

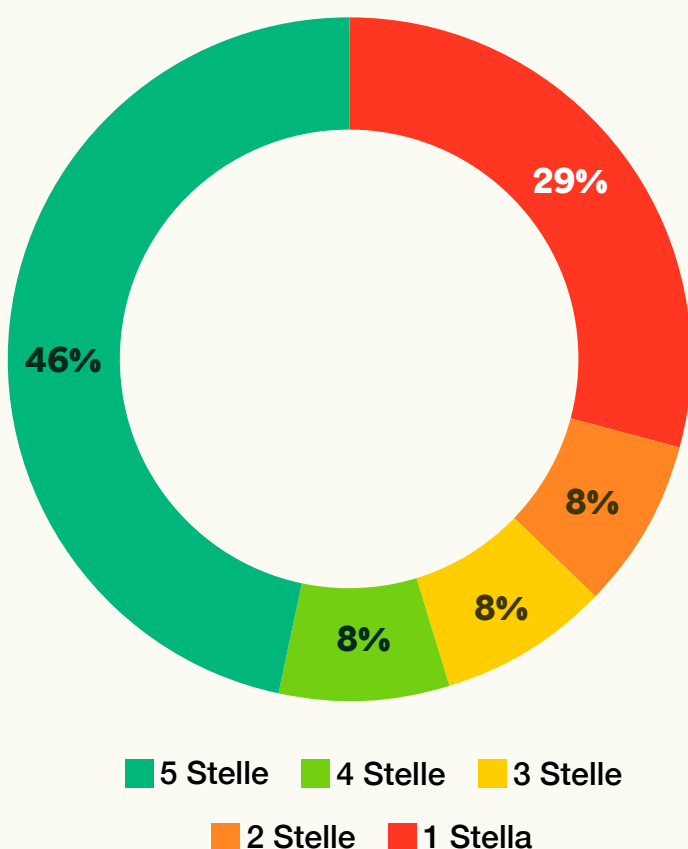
Anche se un'azienda reputa una recensione scorretta o ingiusta, essa non viene considerata falsa fintanto che descrive un'esperienza realmente accaduta.

Nel 2021, il nostro software automatizzato ha rimosso **1.846.564** recensioni false – il **19%** in più rispetto all'anno precedente – a dimostrazione del fatto che i nostri sistemi automatizzati sono sempre più efficaci, mentre il nostro Team Content Integrity ha rimosso un totale di **875.691** recensioni.

La percentuale di recensioni false a cinque stelle rilevate e rimosse dalla piattaforma è aumentata del **4%** rispetto all'anno precedente. Parte di ciò è dovuto al lavoro che abbiamo svolto per contrastare i venditori di recensioni: la tecnologia che utilizziamo ora ci consente di individuare non solo i modelli di comportamento e di uso improprio sulla nostra piattaforma, ma fornisce anche prove sufficienti per sapere quali recensioni e account sono riconducibili ai venditori di recensioni. Questo, a sua volta, ci fornisce delle solide basi per poter agire contro tali venditori.

Anche la percentuale di recensioni false a una stella è aumentata, passando dal 6% al 29%. Ciò è dovuto al fatto che sempre più aziende che utilizzano i nostri metodi di invito automatici, segnalano le recensioni organiche perché ritengono che non siano basate su “esperienze autentiche”. Nei prossimi 12 mesi, ci concentreremo sull’aiutare le aziende a identificare più facilmente le recensioni organiche come esperienze reali. Raccoglieremo preventivamente maggiori informazioni sugli autori delle recensioni e aumenteremo il loro coinvolgimento, richiedendo loro di dimostrare di avere effettivamente avuto un’esperienza con una data azienda, dato che il volume delle recensioni organiche è aumentato del 17% rispetto al 2020. La verifica dell’identità degli utenti, lanciata quest’anno sulla nostra piattaforma, rappresenta il nostro primo passo nell’esplorazione di come creare maggiore fiducia nelle recensioni organiche.

Recensioni false rimosse per valutazione in stelle



Non esiste una soluzione unica per salvaguardare la nostra piattaforma, quindi per farlo ci affidiamo alla combinazione di 3 fattori: tecnologia, community e persone.

Tecnologia

128.000

recensioni in media vengono analizzate dal nostro software automatico ogni giorno

Il nostro software di rilevamento automatico è stato sviluppato nel corso di molti anni per identificare e rimuovere le recensioni false.

Ogni singola recensione viene processata da questa tecnologia automatizzata, che analizza diversi tipi di dati, come gli indirizzi IP, gli identificatori utente, le caratteristiche del dispositivo utilizzato per scrivere la recensione, le informazioni sulla posizione e i timestamp, per determinare se la recensione in questione segue un pattern insolito. In media, il nostro software automatizzato analizza oltre **128.000** recensioni al giorno. Col tempo, man mano che raccogliamo informazioni sulle recensioni false e sui modelli di comportamento ad esse correlati, questi sistemi migliorano la loro efficacia e la loro capacità di contrastare questo fenomeno e chi vi sta dietro.

Ogni volta che il nostro software rileva delle recensioni false, queste vengono spostate offline e i loro autori ricevono un’email di notifica da parte nostra (se le recensioni presentano contenuti palesemente pubblicitari o promozionali, non inviamo alcuna email). Ciò aggiunge un ulteriore livello di trasparenza e responsabilità al nostro lavoro e ci consente di identificare eventuali falsi positivi (recensioni autentiche rimosse accidentalmente dal nostro sistema e successivamente ripristinate dopo essere entrati in contatto con chi le ha scritte) e perfezionare continuamente la

nostra tecnologia. Nel 2021, l'11,8% delle recensioni spostate offline si è poi rivelato essere costituito da falsi positivi: un netto miglioramento del tasso di accuratezza, se si considera che nel 2020 questa percentuale era pari al 14,7%.

Recentemente, abbiamo introdotto un breve ritardo che può arrivare fino a 2 ore, tra il momento in cui una recensione viene inviata alla nostra piattaforma e quello in cui viene pubblicata. Questo ritardo ci consente di utilizzare la nostra tecnologia automatizzata in un lasso di tempo variabile e scaglionato e aumenta le nostre probabilità di intercettare i contenuti falsi prima ancora che vengano visualizzati pubblicamente sulla nostra piattaforma. Non correggiamo o modifichiamo le recensioni. Nessuno ha la possibilità di emendare o cambiare il contenuto di una recensione, eccetto la persona stessa che l'ha scritta. Una volta che la nostra tecnologia automatizzata ha analizzato la recensione, questa appare sulla piattaforma diventando così visibile a tutti.

Tecnologie mirate a contrastare l'uso improprio della nostra piattaforma

Oltre ai nostri sistemi automatizzati che controllano ogni recensione, utilizziamo tecnologie aggiuntive per rilevare forme specifiche di usi impropri, adottando un approccio a più livelli per identificare e contrastare le recensioni false.

Utilizziamo un sistema mirato a delineare, in tutte le recensioni sulla nostra piattaforma e su Internet in generale, i modelli comportamentali e le relazioni tra gruppi di utenti e gruppi di aziende. Questo ci permette di concentrarci su tipi specifici di irregolarità, quali i profili dei venditori di recensioni e i business legati all'acquisto di recensioni false (vedi la sezione "Venditori di recensioni" a [pagina 5](#)).

Il nostro sistema di rilevamento delle anomalie evidenzia i pattern insoliti nelle recensioni, che vanno dall'afflusso di recensioni per una particolare azienda ai tassi di conversione anormali per le recensioni su invito. Questa tecnologia evidenzia automaticamente i profili aziendali sulla piattaforma Trustpilot che

richiedono ulteriori indagini da parte dei nostri team Fraud & Investigations oppure Content Integrity. Ad esempio, utilizziamo questo sistema per identificare se un'azienda sta raccogliendo recensioni in modo sleale o non equo oppure offrendo degli incentivi ai propri clienti per raccogliere le loro recensioni, cosa che va contro le nostre linee guida. Usiamo questo strumento anche per rilevare eventuali tempeste mediatiche, ovvero quelle situazioni in cui le aziende ricevono un numero significativo di recensioni che non si basano su esperienze realmente avute dagli utenti, ma che di solito sono la conseguenza dell'attenzione dei media su quelle aziende o delle iniziative avviate su altre piattaforme social.



Community: Funzione di denuncia e recensioni segnalate

Promuoviamo e proteggiamo l'affidabilità di Trustpilot anche grazie all'aiuto della community attiva sulla nostra piattaforma.

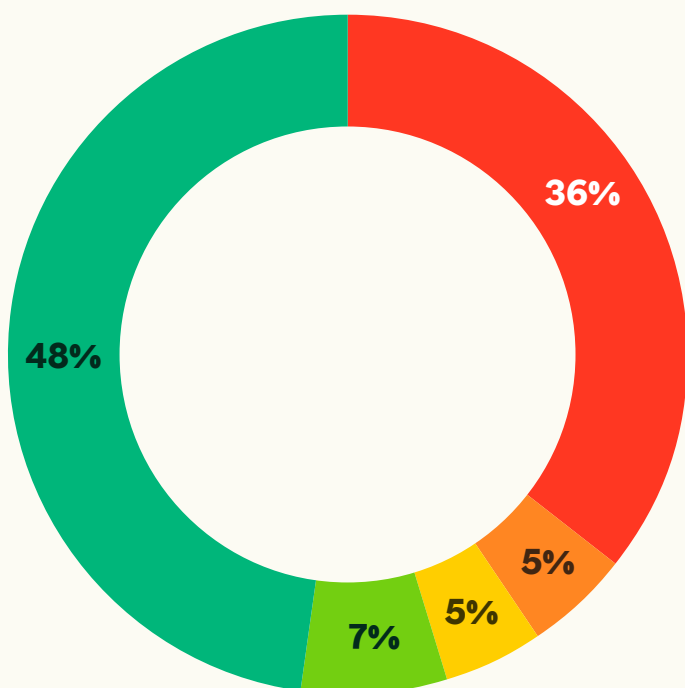
I business e gli autori di recensioni che ne fanno parte possono segnalarci una recensione in qualsiasi momento se ritengono che violi le nostre linee guida. Identifichiamo questo tipo di recensioni come 'recensioni segnalate'. Mettiamo anche a disposizione degli utenti una funzione di denuncia (whistleblower), per consentire loro di segnalarci in modo confidenziale eventuali problemi. Tutte le recensioni segnalate vengono prese in esame dagli specialisti del nostro Team Content Integrity.

Lo sapevi?



I consumatori possono segnalare le recensioni facendo clic sull'icona della bandiera visualizzata su ogni recensione su Trustpilot.

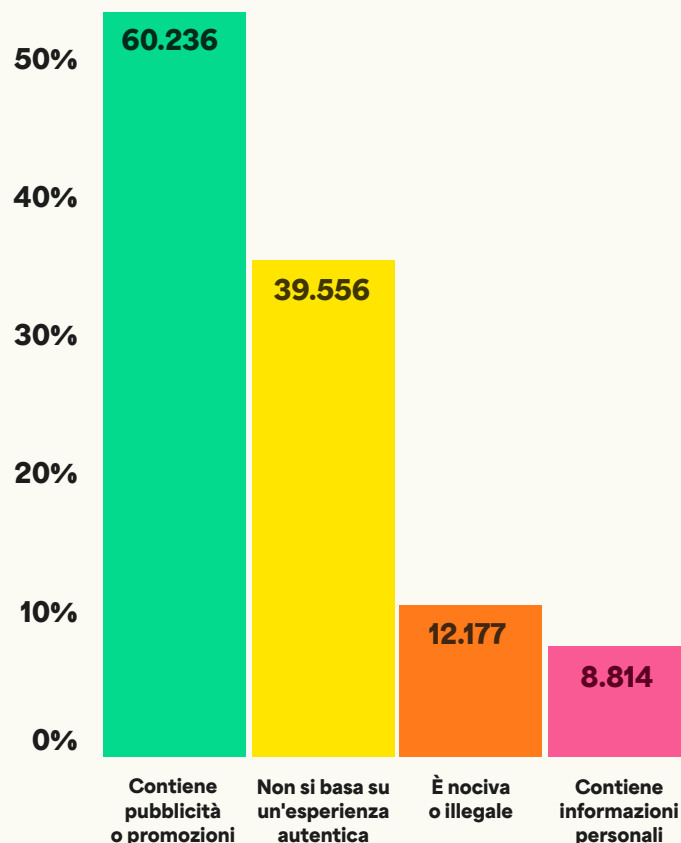
Recensioni segnalate dai consumatori per valutazione



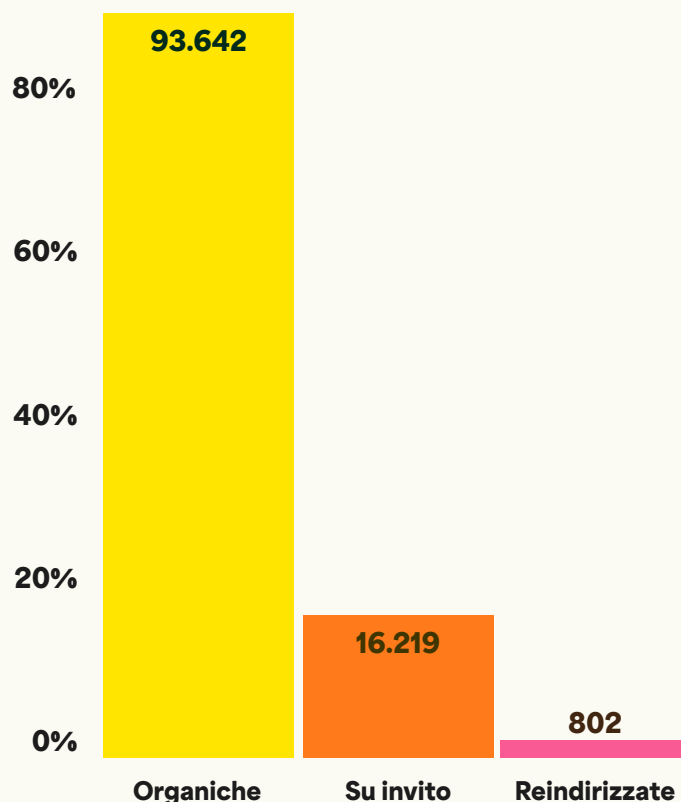
■ 5 Stelle ■ 4 Stelle ■ 3 Stelle
■ 2 Stelle ■ 1 Stella

Il numero totale di recensioni segnalate dai consumatori nel 2021 è aumentato rispetto al 2020, passando da 88.412 a 110.663. Ciò vuol dire che sia nel 2020 che nel 2021, i consumatori hanno segnalato lo 0,2% delle recensioni totali; di queste segnalazioni, 18.065 sono state ritenute corrette dal nostro Team Content Integrity, il che significa che i consumatori hanno avuto un tasso di accuratezza del 16% (contro il 12,4% del 2020). Questo incremento è il risultato del lavoro che abbiamo svolto nel corso del 2020 per rendere più chiari i motivi e i processi di segnalazione.

Recensioni segnalate dai consumatori per motivo



Recensioni segnalate dai consumatori per gruppi di fonti delle recensioni

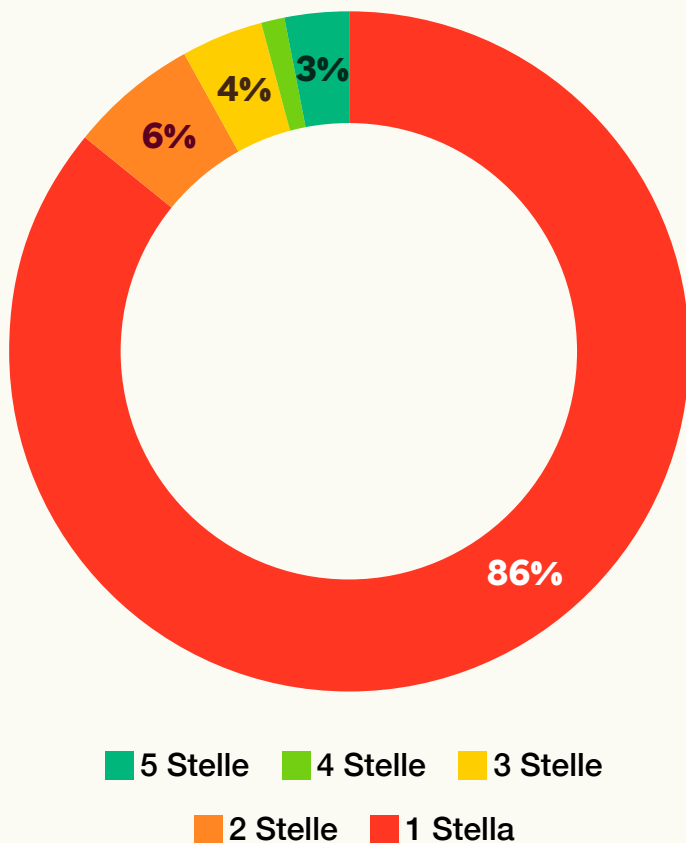


Le recensioni segnalate dalle aziende

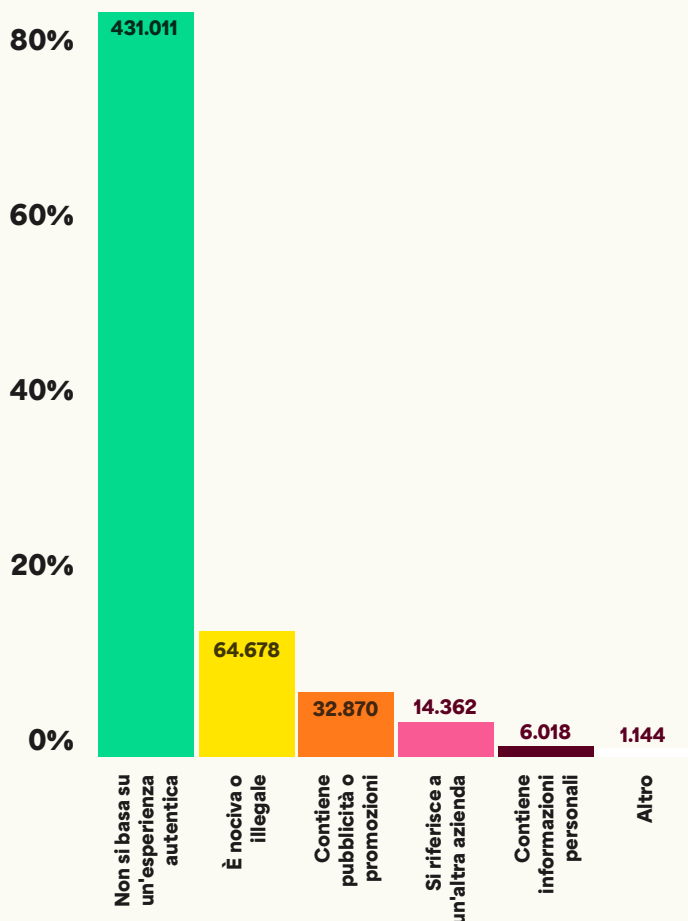
Le aziende possono segnalare una recensione tramite il loro account Trustpilot Business; se non hanno un account business, possono farlo contattando il nostro Team Content Integrity oppure utilizzando la nostra funzione di denuncia (whistleblower).

Il numero totale di recensioni segnalate dalle aziende nel 2021 è stato di **532.853**, cioè l'**1,1%** delle recensioni totali, mentre nel 2020 questo dato si è attestato sull'**1,2%**. Di queste segnalazioni, **411.093** sono state ritenute corrette dal nostro Team Content Integrity, il che significa che le aziende nel 2021 hanno avuto un tasso di accuratezza del **77,2%**, rispetto al **62,8%** del 2020. Questo incremento è il risultato del miglioramento della chiarezza dei motivi e dei processi di segnalazione a cui abbiamo lavorato nel 2020, combinato al sempre maggior uso che le aziende fanno dei nostri metodi di invito automatizzati, che offrono una maggiore sicurezza sulla provenienza delle recensioni.

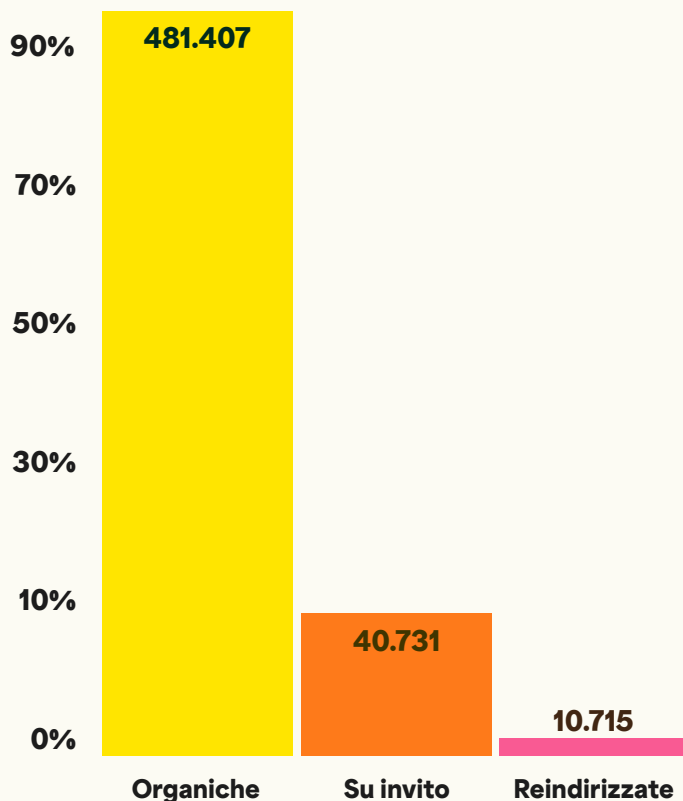
Recensioni segnalate dai business per valutazione



Recensioni segnalate dai business per motivo



Recensioni segnalate dai business per gruppi di fonti delle recensioni



Tassi di accuratezza delle segnalazioni

Nel segnalare le recensioni, c'è una notevole differenza tra la percentuale di accuratezza dei consumatori e quella delle aziende. Le aziende hanno generalmente più tempo per esaminare le recensioni che vengono scritte su di loro e anche più informazioni a loro disposizione, come per esempio quelle reperibili nei loro registri vendite.

I consumatori, dall'altro lato, hanno solo le informazioni scritte nelle recensioni stesse. Abbiamo anche scoperto che se un consumatore ha avuto una brutta esperienza con un'azienda, può voler segnalare tutte le recensioni positive sulla pagina di quell'azienda. A seguito di ulteriori indagini spesso scopriamo che queste segnalazioni sono imprecise.

Le recensioni possono essere segnalate sia dai business che dai consumatori, nei casi in cui queste:

- presentano contenuti nocivi o illegali;
- contengono informazioni personali;
- presentano della pubblicità o contenuti promozionali;
- non sono basate su esperienze autentiche;
- si riferiscono ad altri business (solo le aziende possono segnalare le recensioni per questa motivazione).

Non mandiamo una notifica agli utenti ogniqualvolta una loro recensione viene segnalata. Inviamo un'email all'autore di una recensione solo se riteniamo che questa stia violando le nostre linee guida per il motivo per cui è stata segnalata, e gli facciamo sapere cosa può fare per risolvere il problema.

Persone: i nostri Team Content Integrity e Fraud & Investigations

Tutte le recensioni segnalate vengono prese in esame dagli esperti del nostro Team Content Integrity. Attualmente, a

livello globale, riusciamo entro 48 ore a dare un primo riscontro alle segnalazioni di recensioni in tutti i mercati in cui siamo presenti. Abbiamo anche un Team Fraud & Investigations, che esamina eventuali situazioni particolarmente complesse e intraprende le iniziative del caso. Entrambi i team hanno accesso a potenti strumenti in grado di aiutarli ad analizzare i pattern delle recensioni, nel caso vengano riscontrate ulteriori anomalie.

A fine dicembre 2021, Trustpilot disponeva di un team di circa 88 dipendenti tra cui agenti, investigatori, avvocati, esperti di tecnologia e specialisti di comunicazione e formazione, il cui obiettivo era (e continua a essere) quello di aiutare a mantenere alti i livelli di fiducia e trasparenza sulla nostra piattaforma. Inoltre, Trustpilot esternalizza varie attività di Content Integrity, per avere una maggiore flessibilità nel gestire i volumi di recensioni.

Come ascoltiamo la voce degli utenti e come ci miglioriamo

Il nostro Team Content Integrity lavora sodo per garantire che trattiamo sia i consumatori che le aziende in modo equo. Tuttavia, siamo coscienti del fatto che i nostri esperti sono anche e soprattutto degli esseri umani e, in quanto tali, è possibile che commettano degli errori. Ciò può far sentire trascurato e frustrato chi spende del tempo a scrivere una recensione o a condividere con noi delle informazioni, dunque prendiamo questo problema molto seriamente; ecco perché stiamo introducendo un nuovo "Processo di contestazione delle decisioni". Ciò fornisce ai consumatori e alle aziende la possibilità di contestare una nostra decisione – qualora avessero la sensazione che il nostro giudizio iniziale manchi di qualche elemento – e ci offre l'opportunità di imparare e migliorare.



Come agiamo

**+210%
annuo**

121.000

avvertimenti sono stati emessi nel 2021

**+405%
annuo**

2.637 136

avvisi attivi ai consumatori su Trustpilot

contratti terminati nel 2021

**+1236%
annuo**

2.098

comunicazioni ai consumatori pubblicate nel 2021

**+38%
annuo**

1.425

lettere di diffida formali emesse



Purtroppo, ci sarà sempre una piccola minoranza di persone che cercherà di minare l'integrità della nostra piattaforma per influenzare le opinioni degli utenti. I nostri team Content Integrity, Fraud & Investigations e Legal riuniti costituiscono il Team Trust & Transparency che lavora per combattere questo problema.

Nel 2021, con il miglioramento dei tassi di accuratezza nel rilevamento delle recensioni false, siamo stati in grado di automatizzare sempre più le azioni che intraprendiamo quando riscontriamo un uso improprio della nostra piattaforma.

Tali azioni possono includere diverse attività; per ulteriori dettagli è possibile consultare [la nostra politica](#).

Avvertimenti

Gli avvertimenti vengono inviati alle aziende nei casi in cui viene rilevato un uso improprio della piattaforma, ad esempio se individuiamo delle recensioni potenzialmente false o se notiamo che un business abusa della nostra funzione di segnalazione delle recensioni. A seconda della gravità dell'abuso, potremmo anche mandare direttamente una lettera di diffida.

Nel 2021 abbiamo mandato **121.048** avvertimenti. Si tratta di un aumento considerevole rispetto agli avvertimenti inviati nel 2020 (**38.957**). La maggior parte di questi avvertimenti (il **99%**) è stata inviata utilizzando i nostri sistemi automatizzati, mentre soltanto l'**1%** è stato mandato manualmente dopo essere stato controllato dai nostri team dedicati.

Non tutte le aziende che ricevono avvertimenti violano intenzionalmente le nostre linee guida; in effetti, molti avvertimenti nascono da errori o incomprensioni, pertanto possono costituire delle ulteriori occasioni per educare le aziende e prevenire i continui tentativi di uso improprio della piattaforma.

Lettere di diffida

Se un'azienda continua a usare impropriamente la nostra piattaforma anche

dopo aver ricevuto un avvertimento, inviamo una lettera di diffida formale, con la quale intimiamo di cessare immediatamente tale condotta. Nel 2021 abbiamo emesso **1.425** lettere di diffida formali. Anche in questo caso, si tratta di un numero superiore rispetto alle **1.030** emesse nel 2020.

Se un'azienda ha ricevuto una lettera di diffida per aver violato le nostre linee guida, lo registriamo nei nostri sistemi e ci assicuriamo che questa non possa sottoscrivere un abbonamento a pagamento su Trustpilot finché il comportamento che ha determinato la violazione non sia cessato. Per le aziende che invece hanno già un abbonamento a pagamento, applichiamo delle restrizioni al loro account in modo che non possano cambiare piano, aggiornare un abbonamento o rinnovarlo, fino a quando le violazioni delle nostre linee guida non saranno terminate.

Cessazione del rapporto

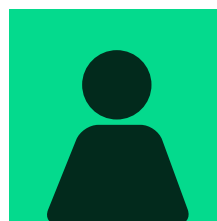
Se un'azienda ha sottoscritto un abbonamento a pagamento con Trustpilot e continua a violare le nostre linee guida anche dopo aver ricevuto una lettera di diffida formale da parte nostra, ne terminiamo l'abbonamento. È molto raro che una violazione continui anche a seguito di una diffida formale; ciò nondimeno, abbiamo terminato **136** contratti nel 2021.



Attenzione! Abbiamo riscontrato un uso improprio

Abbiamo rilevato diverse recensioni false su quest'azienda e le abbiamo rimosse.

Se individueremo ulteriori recensioni sospette su questo profilo, rimuoveremo anche quelle. Se ritieni che una recensione sia falsa, puoi farcelo sapere usando lo strumento di segnalazione.



Azienda

169 recensioni • Mediocre



Avviso pubblico ai consumatori

A questo punto, riduciamo anche la funzionalità dell'account al minimo indispensabile, il che significa che l'azienda può solo rispondere alle recensioni e segnalarle; continuare a dare questa possibilità è necessario, poiché ci affidiamo alla nostra community – inclusi i business – per segnalare le recensioni che violano le nostre linee guida. Seguiamo questa prassi per tutte le aziende, sia quelle che si sono abbonate ai nostri servizi a pagamento che quelle che usano Trustpilot gratuitamente. A queste aziende viene impedito di mandare inviti alla recensione tramite la nostra piattaforma e di mostrare il logo e il branding di Trustpilot, il TrustScore, la valutazione in stelle e il contenuto delle recensioni sul loro sito o nei loro materiali promozionali e di marketing.

Avvisi pubblici ai consumatori

Come parte del nostro impegno verso i consumatori, quando un'azienda viola le nostre linee guida e non pone fine al comportamento che ha causato tale violazione – o continua a minare l'integrità della nostra piattaforma – mettiamo un avviso ai consumatori sulla sua pagina profilo, pubblicamente visibile a tutti ed evidenziato in rosso.

A fine 2021, erano attivi 2.637 avvisi ai consumatori su Trustpilot. Si tratta di un aumento considerevole rispetto ai 522 avvisi pubblicati su profili di aziende nel 2020 ed è il risultato della maggiore fiducia che abbiamo nella nostra capacità di rilevare gli abusi e automatizzare gli avvisi.

Manteniamo attivo un avviso pubblico ai consumatori sulla pagina di un profilo aziendale per un determinato periodo di tempo, al termine del quale effettuiamo una nuova valutazione per vedere se l'azienda sta continuando ad abusare della nostra piattaforma. Non rimuoviamo un avviso ai consumatori fino a quando tutti gli usi scorretti non sono cessati e non è passato un ragionevole lasso di tempo: questo aiuta a garantire che i consumatori siano stati messi al corrente dei tentativi di un'azienda di fuorviarli o comunque di abusare della nostra piattaforma in altro modo.

Comunicazioni pubbliche ai consumatori

Usiamo anche delle comunicazioni pubbliche ai consumatori, quando pensiamo che ci siano informazioni di cui gli utenti dovrebbero essere messi a conoscenza nonostante non ci sia stato alcun abuso della nostra piattaforma, per aiutarli a decidere più consapevolmente. Per esempio, quando un'azienda è stata oggetto di una certa attenzione da parte dei media, oppure è sottoposta a verifica da parte di un ente regolatore.

Mostriamo le comunicazioni ai consumatori sulla pagina profilo di un'azienda per il periodo di tempo necessario a mettere gli utenti al corrente. Nel 2021 sono state pubblicate 2.098 comunicazioni ai consumatori, mentre nel 2020 ne sono state pubblicate 157. Il 25% di questi messaggi riguardava il Coronavirus e aveva lo scopo di invitare le persone ad agire con cautela nell'entrare in contatto con fornitori di test o con altri business correlati.



Come usiamo le comunicazioni ai consumatori in occasione di tempeste mediatiche

Il nostro sistema di comunicazioni ai consumatori viene sempre più utilizzato anche per le tempeste mediatiche. Questo accade quando una pagina profilo aziendale riceve un afflusso improvviso di recensioni che possono includere opinioni non basate su esperienze reali. Nella maggior parte dei casi, sospendiamo la pagina e pubblichiamo una comunicazione ai consumatori, per aiutare gli utenti a comprendere la situazione. Nel 2021 abbiamo assistito a un numero crescente di tempeste mediatiche legate a eventi di portata mondiale. Ad esempio, i tifosi di una squadra di calcio di alto profilo che valutano negativamente i suoi principali sponsor, o le reazioni contro alcune aziende, scatenate dai commenti fatti dai loro dipendenti sui social media oppure ancora i problemi di approvvigionamento per i produttori di console di gioco derivanti dalla pandemia.

Come usiamo le comunicazioni ai consumatori in caso di verifica da parte di un ente regolatore

Utilizziamo sempre più i nostri processi automatizzati anche per informare proattivamente i consumatori nel caso in cui un'azienda dovesse essere oggetto di controllo normativo, invitandoli a essere ancora più prudenti. In quanto settore in cui la fiducia conta molto e il cui impatto sui consumatori è considerevole, abbiamo iniziato concentrandoci sul settore finanziario. Ciò significa controllare automaticamente i siti web degli organismi di regolamentazione per individuare eventuali notifiche, avvisi, comunicazioni di indagini e azioni di contrasto intraprese nei confronti di un business. Incrociamo poi questi risultati con le aziende che hanno profili attivi su Trustpilot e, quando viene trovata una corrispondenza, pubblichiamo automaticamente sulla pagina di quella determinata azienda una comunicazione di controllo normativo in corso rivolta ai consumatori.

Attualmente monitoriamo le comunicazioni e gli avvisi pubblicati dall'International Organization of Securities Commissions (IOSCO) della Financial Conduct Authority (FCA) del Regno Unito e stiamo introducendo altri organismi di regolamentazione da tutto il mondo, quali per esempio la statunitense Securities and Exchange Commission (USEC) e la danese Finanstilsynet.

Blocco degli account utente

Nel caso in cui un utente violi ripetutamente le nostre Linee guida per gli autori delle recensioni – per esempio pubblicando recensioni false, oppure minacciando le aziende in qualsiasi modo – ne sospendiamo o blocchiamo l'accesso all'account Trustpilot.



Sospensione della trasmissione dei dati ai motori di ricerca

Quando mettiamo un avviso ai consumatori sulla pagina del profilo di un'azienda su Trustpilot, smettiamo anche di condividere qualsiasi informazione con i motori di ricerca a proposito di quell'azienda. Questo significa che interrompiamo la condivisione di informazioni come il TrustScore, la valutazione in stelle e altri dati sulle recensioni che i motori di ricerca possono visualizzare tra i loro risultati o utilizzare in altro modo per indicizzare e classificare le aziende nelle pagine di ricerca.

Ulteriori azioni

A seconda della natura e della gravità dell'abuso, del comportamento che ci ha indotto a prendere dei provvedimenti e del rischio per la nostra community, possiamo anche intraprendere le seguenti azioni per prevenire ulteriori danni ai consumatori e per garantire l'affidabilità della nostra piattaforma: avvio di azioni legali formali con conseguenti procedimenti giudiziari; condivisione di informazioni con le forze dell'ordine, gli organismi di regolamentazione o i media; condivisione di informazioni con terze parti, ove ciò sia ragionevole e proporzionato.

Azioni legali

Nei casi in cui non abbiamo altre alternative per porre fine ai ripetuti abusi della nostra piattaforma, siamo pronti a intraprendere delle azioni legali formali. Nell'arco dei primi mesi del 2022 abbiamo avviato azioni legali formali in numerosi casi, chiedendo che venga emessa un'ingiunzione che impedisca la violazione delle linee guida di Trustpilot e la pubblicazione di recensioni false. È importante che facciamo tutto ciò che è in nostro potere per proteggere non solo i consumatori dall'essere ingannati, ma anche tutte quelle aziende rispettabili che si attengono alle regole. Cercare di abusare delle recensioni è per noi semplicemente inaccettabile.

Spesso ci viene chiesto perché non rimuoviamo i trasgressori recidivi dalla nostra piattaforma. Molto semplicemente, perché rimuovere un'azienda dalla nostra piattaforma

in questo modo significherebbe per i consumatori perdere visibilità sul modo in cui agisce. È più vantaggioso per gli utenti vedere queste informazioni pubblicamente, piuttosto che impedirglielo rimuovendo l'azienda. Anzi, un'eventuale rimozione andrebbe ulteriormente a vantaggio dell'azienda e l'agevolerebbe qualora avesse effettivamente intenzione di ingannare qualcuno.

Inoltre, grazie ai nostri investimenti in tecnologie mirate a identificare le recensioni potenzialmente false sulla base di dati comportamentali su Internet, siamo stati in grado di intraprendere azioni più severe contro i venditori di recensioni. Abbiamo agito efficacemente contro 12 siti web di vendita di recensioni e abbiamo rimosso con successo 26 gruppi di vendita di recensioni e falsi account Trustpilot da queste piattaforme. Abbiamo anche avviato un procedimento civile formale contro due distinti sviluppatori di widget per le recensioni contraffatti, che vengono offerti attivamente alle aziende per mostrare recensioni e contenuti di Trustpilot online in modo ingannevole per i consumatori e violando le nostre linee guida.

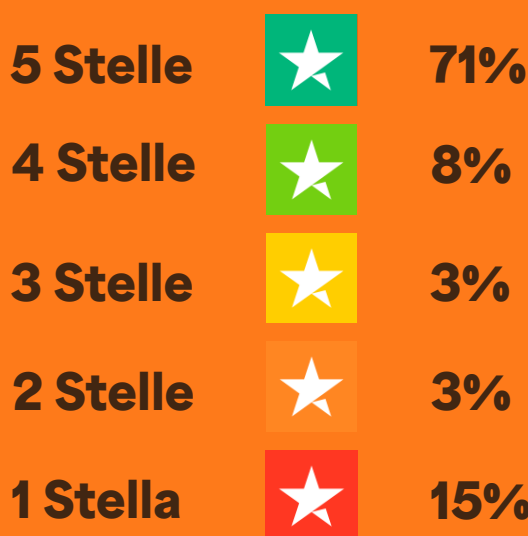


Le recensioni a proposito di Trustpilot

Sia i consumatori sia le aziende che usano la nostra piattaforma possono scrivere una recensione sulla loro esperienza con Trustpilot. Tutte le nostre recensioni sono condivise pubblicamente sulla pagina del nostro profilo aziendale. Molte delle informazioni qui di seguito riportate possono essere viste dal vivo sulla pagina Trasparenza aziendale di Trustpilot. In quanto azienda specializzata in feedback, è importante che seguiamo gli stessi standard di tutti gli altri business presenti sulla piattaforma.

Panoramica generale delle recensioni ricevute da Trustpilot nel 2021

Durante il corso del 2021 abbiamo ricevuto 38.541 recensioni, la maggior parte delle quali (il 79%) a 4 e 5 stelle. Le recensioni a 1 stella sono state invece il 14%.



In che modo abbiamo ottenuto e raccolto le nostre recensioni nel 2021

Chiunque può lasciare una recensione su Trustpilot sulla nostra pagina profilo. In più, invitiamo automaticamente a recensirci anche le aziende che utilizzano un profilo gratuito su Trustpilot (dopo un periodo di due settimane), quelle che si abbonano ai nostri servizi a pagamento (dopo un periodo

di due settimane) e tutti quei consumatori che possono aver scritto una recensione su qualsiasi azienda tramite la piattaforma di Trustpilot.

Il nostro tasso di risposta alle recensioni nel 2021

Nel corso del 2021 abbiamo risposto al 75% delle recensioni che abbiamo ricevuto.

La nostra attività di segnalazione

Nel corso del 2021 abbiamo segnalato un totale di 6 recensioni, 5 delle quali perché contenevano informazioni personali. Di queste 5, poi, 2 sono state ripristinate online dopo che i loro autori le hanno modificate per farle rientrare all'interno delle nostre linee guida.

I nostri feedback positivi



Adoro Trustpilot

Trovo Trustpilot molto utile. Adesso non compro più nulla online senza prima controllare l'azienda su Trustpilot. Davvero efficace!

Le nostre recensioni a 5 stelle indicano che la maggior parte dei consumatori che usano Trustpilot pensa che la nostra piattaforma sia uno strumento estremamente utile. Ciò che viene spesso menzionato è la capacità di Trustpilot di fare in modo che le aziende ascoltino i consumatori e di aiutarli a fare scelte più consapevoli. Dal canto loro, invece, le aziende spesso apprezzano Trustpilot per la sua capacità di avvicinarle ai loro clienti e di facilitare la creazione di un rapporto di fiducia.

I nostri feedback negativi



Smettetela di censurare le mie recensioni negative

Perché avete rimosso la mia recensione contro un sito truffa? Ho raccontato la verità e ho prove verificabili che si tratta effettivamente di un sito truffa. Se sostenete siti truffa del genere, eliminando le recensioni solo perché raccontano la realtà dei fatti, allora la vostra non è una piattaforma di recensioni affidabile.

