Trustpilot

# Report sulla trasparenza

# Sommario


**Prefazione**

Anoop Joshi,
Chief Trust Officer

01

**Come operiamo**

02

**Il percorso di una recensione**

03

**Garantire l'utilità delle recensioni e la trasparenza del processo**

04

**Come salvaguardiamo la nostra piattaforma**

05

**Come contrastiamo i comportamenti scorretti**

06

**La fiducia al centro della nostra azienda e non solo**

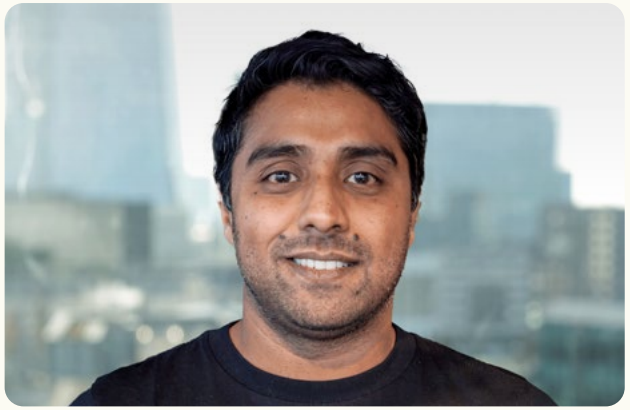
07

**Conclusioni**

08


Nota: il report include i dati sulla trasparenza per gli anni 2022 e 2023

# Prefazione



## Anoop Joshi, Chief Trust Officer

**Trustpilot svolge un ruolo cruciale nell'instaurare rapporti di fiducia tra consumatori e aziende. Aiutiamo i consumatori a prendere decisioni sicure e informate su dove acquistare, mentre supportiamo le aziende nella creazione di fiducia, crescita e miglioramento della loro offerta. Crediamo che la capacità di generare maggiore fiducia possa avere un impatto positivo sulla società nel suo complesso. Perché quando manca la fiducia, il mondo semplicemente non funziona.**

Ci sono alcuni successi chiave che emergono dal report di quest'anno:

**L'incremento su scala migliora l'integrità della piattaforma**
Nel 2023 sono state scritte 54 milioni di recensioni su Trustpilot, con un aumento del 17% rispetto all'anno precedente. Più recensioni riceviamo, più diventiamo utili per aziende e consumatori e più riusciamo a contrastare le recensioni false, grazie all'ampia gamma di dati utilizzati dalla nostra tecnologia di rilevamento sempre più sofisticata.

**La nostra tecnologia è sempre più efficace**
Nel 2023 abbiamo rimosso 3,3 milioni di recensioni false dalla piattaforma. Rapportate alle 54 milioni di recensioni scritte, il nostro tasso di rimozione rimane costante al 6% del totale delle recensioni ricevute anno dopo anno. L'82% di queste recensioni è stato rimosso dalla nostra tecnologia automatizzata, e il restante 18% da specialisti che utilizzano la tecnologia per migliorare l'attività di valutazione.

**Maggiore azione di contrasto**
Negli ultimi due anni abbiamo avviato con successo 10 cause legali contro aziende che abusano continuamente delle nostre regole ai fini di manipolazione e inganno.

È incoraggiante vedere che i nostri sforzi in questo ambito stanno dando i loro frutti. Una ricerca accademica indipendente recentemente pubblicata ha riconosciuto Trustpilot come leader nell'utilizzo di meccanismi di fiducia che aumentano la fiducia nella e sulla nostra piattaforma. Dall'uso delle nostre tecnologie esclusive di rilevamento delle recensioni false, compresa l'intelligenza artificiale, al nostro sistema di avvisi pubblici ai consumatori e alla nostra procedura di verifica dell'identità di consumatori e aziende, stiamo innovando continuamente per mantenere l'integrità della nostra piattaforma.

La community di Trustpilot include sia consumatori che aziende, e desideriamo che tutti coloro che utilizzano le recensioni sulla nostra piattaforma in modo corretto ne traggano beneficio. Perché ciò accada, dobbiamo intraprendere azioni mirate contro chi cerca di violare le nostre linee guida. Questo report fornisce maggiori dettagli sulle tecniche che utilizziamo.

In collaborazione con altre aziende globali che operano su Internet e marketplace online, abbiamo recentemente fondato la Coalition for Trusted Reviews. L'obiettivo di questa organizzazione è definire standard di settore coerenti, condividere le migliori pratiche e le informazioni sui trasgressori per intraprendere azioni collettive più efficaci e sensibilizzare il pubblico generale.

Gli sforzi individuali della nostra azienda, combinati con quelli dell'intero settore, sono fondamentali per promuovere la fiducia e proteggere i consumatori dalle recensioni false. Accogliamo con favore anche il crescente interesse e le proposte legislative provenienti dalle autorità di regolamentazione globali. Negli ultimi mesi, queste autorità hanno discusso di imporre alle aziende metodologie più rigorose per la raccolta e la visualizzazione delle recensioni, al fine di garantirne la legittimità. Questo è un aspetto che aiutiamo le aziende a perseguire quotidianamente grazie alla nostra tecnologia evoluta, al nostro personale esperto e alla nostra community in continua crescita.

Con la continua espansione della nostra community di consumatori e aziende, il lavoro che svolgiamo, documentato in questo Report sulla Trasparenza, diventa sempre più rilevante. Buona lettura!

# Statistiche chiave

## 17% ↑ incremento delle recensioni scritte rispetto all'anno precedente

1

Il numero totale di recensioni scritte su Trustpilot continua ad aumentare di anno in anno, passando dalle **46 milioni** nel 2022 alle **54 milioni** nel 2023, con un **incremento del 17%**.

## 267 Mio recensioni totali globali

2

Oggi ci sono **267 milioni di recensioni** sulla piattaforma Trustpilot che offrono valore ai consumatori, alle aziende e alla società in tutto il mondo.

## 100% recensioni valutate automaticamente

3

Tutte le recensioni sono analizzate dai nostri sistemi di rilevamento delle recensioni false prima di essere pubblicate.

## 82% recensioni false rimosse dalla nostra tecnologia automatizzata

4

Nel 2023, l'**82%** di queste recensioni false è stato **individuato e rimosso dalla nostra tecnologia automatizzata**, segnando un grande passo in avanti nell'azione di contrasto alle attività fraudolente. Il **restante 18% è stato rimosso manualmente** dai nostri specialisti interni, utilizzando strumenti di valutazione avanzati.

## 6% recensioni false individuate e rimosse

5

Le recensioni false rimosse sono state 3,3 milioni (2023) e 2,6 milioni (2022). Rapportate al totale delle recensioni scritte, **il nostro tasso di rimozione rimane costante al 6% su base annua**.

## Dati e tecnologia avanzati

6

Il nostro approccio, che combina l'utilizzo di **milioni di dati e modelli comportamentali** con sistemi proprietari **di intelligenza artificiale**, ci consente di rimanere sempre un passo avanti. Inoltre, più di mezzo milione di consumatori ha già verificato la propria identità grazie alla nostra nuova tecnologia.

## 10 azioni legali avviate nei confronti di trasgressori gravi

7

Abbiamo **intensificato** le nostre azioni di contrasto, avviando **10 cause legali** nei confronti di trasgressori gravi che hanno manipolato le recensioni per ingannare le persone.

## Proteggere i consumatori tramite gli avvisi pubblici

8

Abbiamo **incrementato gli avvisi rivolti ai consumatori** sulle pagine dei profili aziendali per informarli dei dettagli più importanti, come le **azioni normative** o le **criticità associate ai servizi ad alto rischio,** tra cui il settore delle criptovalute. Il nostro obiettivo è aiutare i consumatori a prendere decisioni più consapevoli.

## Processi migliorati

9

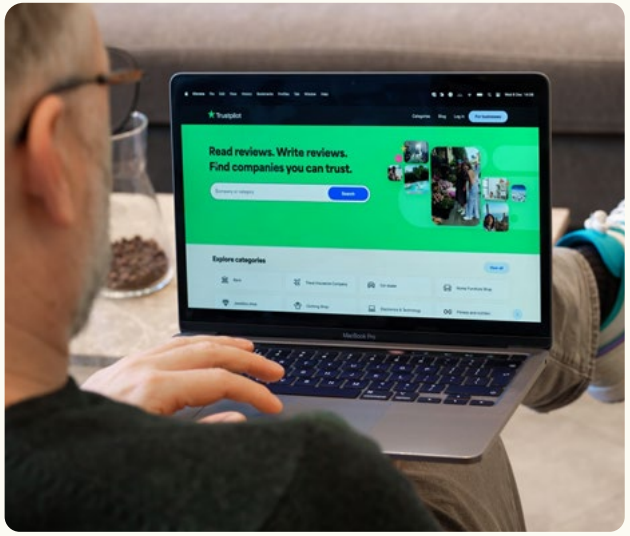
Abbiamo semplificato i nostri processi di segnalazione, rendendo più facile per i consumatori in buona fede fornire documentazione quando le loro recensioni vengono contestate.

# Come operiamo

# Come operiamo

## I nostri principi sono alla base del modo in cui Trustpilot opera e ci impegniamo a diventare un simbolo universale di fiducia per consumatori e aziende in tutto il mondo

Come piattaforma aperta e indipendente, i nostri principi guidano il nostro approccio esclusivo nella gestione e nella promozione dell'integrità della nostra piattaforma rispetto ai competitor. Ecco perché è importante comunicare e condividere, anche attraverso questo Report sulla trasparenza, cosa facciamo in Trustpilot e perché il nostro impegno fa la differenza.




### Neutrale

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

### Aperta

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

Le aziende possono invitare i consumatori a lasciare una recensione e rispondere alla stessa in qualsiasi momento.

### Equa

Abbiamo linee guida chiare sia per i consumatori che per le aziende, poste in essere per disciplinare la nostra piattaforma.

Tutte le recensioni segnalate, indipendentemente dall'autore o dall'azienda a cui si riferiscono, vengono trattate secondo le stesse linee guida.

### Trasparente

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 gestiscono le loro recensioni su Trustpilot.

### Il nostro modello di business 'freemium'

Tutti i membri della nostra community possono utilizzare e trarre vantaggio da Trustpilot. I consumatori possono leggere, scrivere e segnalare recensioni gratuitamente, mentre le aziende possono accedere ai servizi di base, come rispondere alle recensioni e segnalarle.

Trustpilot genera entrate dalle aziende che scelgono di abbonarsi ai nostri servizi software extra. Questi strumenti aiutano le aziende a ottenere informazioni rapide e mirate dalle loro recensioni, aumentare la visibilità delle recensioni sul proprio sito web, confrontare varie sedi operative e utilizzare le recensioni di prodotti.

Questi sono solo alcuni esempi dei servizi aggiuntivi che offriamo.

Tutte le aziende beneficiano dei nostri investimenti e innovazioni nel rilevamento delle recensioni false. Le stesse tecnologie vengono applicate a ogni profilo aziendale su Trustpilot, sia per account gratuiti che per quelli a pagamento.

## Le nostre linee guida si applicano a tutti e garantiscono un trattamento equo per tutti

Le linee guida di Trustpilot promuovono un comportamento responsabile nella nostra community di recensioni. Iscrivendosi, sia i consumatori che le aziende accettano di rispettarle durante l'uso della piattaforma.

Tutte le recensioni segnalate sono trattate equamente, indipendentemente da chi le abbia scritte, per assicurare il pieno rispetto delle nostre linee guida. In caso di violazioni ripetute, prendiamo provvedimenti che, per le aziende iscritte a un piano a pagamento, possono includere la rescissione del contratto.

Le aziende che partecipano attivamente alla community di Trustpilot tendono ad avere una valutazione media più alta rispetto a quelle che non lo fanno. Coinvolgendo i clienti e invitandoli regolarmente a lasciare recensioni, raccolgono una gamma più ampia di feedback, anche da chi normalmente non scriverebbe una recensione. Inoltre, ricevono costantemente feedback aggiornati che possono utilizzare per migliorare la loro attività.

La seguente tabella fornisce ulteriori informazioni sui benefici che consumatori e aziende ottengono utilizzando Trustpilot:

| | | Consumatori | Aziende | Aziende |
|---|---|---|---|---|
| Funzione/Attività | Descrizione | Gratis | Gratis | A pagamento |
| **Scrivere recensioni** | I consumatori possono scrivere recensioni gratuitamente. Le aziende/le persone collegate all'azienda non possono scrivere o procurare recensioni per se stesse o per i loro concorrenti. | ✓ | × | × |
| **Modificare, aggiornare o eliminare le recensioni** | Le aziende non possono modificare, aggiornare o eliminare le recensioni che hanno ricevuto. I consumatori possono modificare ed eliminare qualsiasi recensione che hanno scritto, in qualsiasi momento. | ✓ | × | × |
| **Leggere recensioni** | Chiunque abbia accesso a Internet può leggere tutte le recensioni su Trustpilot. | ✓ | ✓ | ✓ |
| **Rispondere alle recensioni** | Rispondere pubblicamente alle recensioni. | × | ✓ | ✓ |
| **Segnalare le recensioni** | Segnalare le recensioni che contravvengono alle nostre linee guida. | ✓ | ✓ | ✓ |
| **Valutazione da parte di un Content Integrity Specialist + rimozione della recensione** | Tutte le recensioni segnalate, indipendentemente dall'autore o dall'azienda a cui si riferiscono, vengono trattate secondo le stesse linee guida. | ✓ | ✓ | ✓ |
| **Sistemi di rilevamento automatico delle recensioni false + rimozione delle recensioni** | Tutte le recensioni vengono analizzate dai nostri sistemi automatici di rilevamento delle recensioni false e sono costantemente monitorate. Le recensioni vengono rimosse quando presentano contenuti sospetti o associabili a modelli comportamentali insoliti. | ✓ | ✓ | ✓ |
| **Azioni di contrasto** | Se i consumatori o le aziende violano le nostre linee guida, interverremo per contrastare i comportamenti abusivi o l'uso improprio. | ✓ | ✓ | ✓ |
| **Inviti verificati** | Sia le aziende che utilizzano il piano gratuito che quelle che sottoscrivono un piano a pagamento hanno la possibilità di raccogliere recensioni verificate attraverso i nostri metodi di invito automatico. Le aziende che optano per i piani a pagamento possono inviare un numero maggiore di inviti. | **NON DISPONIBILE** | ✓ | ✓ |
| **Dashboard aziendale di facile utilizzo** | Le aziende possono gestire le recensioni tramite una dashboard intuitiva. | **NON DISPONIBILE** | ✓ | ✓ |
| **Widget TrustBox** | Le aziende hanno la possibilità di aggiungere i nostri widget al loro sito web. Questi strumenti possono indirizzare i clienti alla loro pagina Trustpilot e mostrare informazioni dettagliate sulle recensioni, inclusi il TrustScore, la valutazione in stelle e le recensioni in tempo reale. | **NON DISPONIBILE** | **Widget Review Collector** | **Una gamma di widget da integrare sul sito web** |
| **Servizi aziendali aggiuntivi** | Offriamo un'ampia scelta di servizi extra, tra cui Review Insights, Location Reviews, Product Reviews, integrazioni con e-commerce e marketing di terze parti, accesso alle API e account manager dedicato. | **NON DISPONIBILE** | × | ✓ |

# Il percorso di una recensione

# Il percorso di una recensione

## 1. Creazione e verifica dell'account utente

Ogni recensione è collegata a un profilo utente su Trustpilot. All'inizio del 2022, abbiamo introdotto un metodo sicuro per i consumatori di verificare il proprio account. Questo processo include la condivisione di una copia del documento d'identità con foto emesso dal governo e un selfie, utilizzando tecnologie simili a quelle adottate da banche e istituti sanitari. La verifica è facoltativa e mira a costruire una community più affidabile su Trustpilot, fornendo un segnale di fiducia importante. I dati forniti sono anonimizzati durante la scrittura delle recensioni e non vengono conservati per più di sette giorni.

Consumatori verificati nel 2023

**0,5 Mio** 2022: 0,2 Mio

## 2. L'utente scrive una recensione

Desideriamo offrire una visione completa delle aziende attraverso i feedback dei consumatori. Le recensioni devono derivare da esperienze autentiche, non necessariamente da acquisti fisici; possono riguardare visite al sito web, interazioni con un negozio digitale, o comunicazioni tramite telefono, email o chat online.

Recensioni totali scritte su Trustpilot:

**267 Mio**

Recensioni pubblicate nel 2023

**54 Mio** 2022: 46 Mio

Consumatori che hanno scritto la loro prima recensione nel 2023

**20 Mio** 2022: 18 Mio

## 3. Le recensioni vengono analizzate dai nostri sistemi automatizzati di rilevamento delle recensioni false

Una volta inviate, tutte le recensioni sono esaminate dal nostro sistema automatizzato di rilevamento delle recensioni false. Questo processo può richiedere fino a 2 ore, e analizza ogni recensione in base a milioni di dati sui contenuti, i dispositivi e i comportamenti. Se il sistema rileva un potenziale illecito, le recensioni sospette vengono automaticamente rimosse. Non interveniamo, influenziamo o censuriamo le recensioni prima della pubblicazione; tutte le recensioni sono visibili a tutti contemporaneamente e le aziende non hanno la possibilità di vederle in anticipo prima della pubblicazione sulla piattaforma.

Recensioni esaminate dai sistemi automatizzati di rilevamento delle recensioni false di Trustpilot:

**100%**

## 4. Le recensioni sono pubblicate su Trustpilot

Le recensioni sono mostrate sulla pagina del profilo dell'azienda, che viene creata quando un utente cerca l'azienda su Trustpilot e resta visibile dopo la pubblicazione delle recensioni. Le aziende possono reclamare gratuitamente queste pagine per gestirle attivamente. Con un numero in continua crescita di siti web recensiti, le pagine del profilo ricevono centinaia di milioni di visualizzazioni all'anno, dimostrando il loro valore per i consumatori che cercano esperienze di altre persone per prendere decisioni d'acquisto più informate.

Totale siti web aziendali recensiti nel 2023

**1,09 Mio** 2022: 0,9 Mio

Aziende recensite per la prima volta nel 2023

**192 Mila** 2022: 182 Mila

Visualizzazioni delle pagine del profilo aziendali nel 2023

**549 Mio** 2022: 531 Mio

## 5. Proteggiamo continuamente la nostra piattaforma

Le recensioni di Trustpilot sono cruciali per i consumatori, che le utilizzano per decisioni d'acquisto più sicure, e per le aziende, che le usano per migliorare i loro servizi e costruire fiducia. Nonostante la maggioranza degli utenti utilizzi la piattaforma in modo costruttivo, ci impegniamo costantemente a prevenire gli abusi. Se una recensione viola le linee guida, sia i consumatori che le aziende possono segnalarla; a quel punto, il team Content Integrity e Fraud & Investigations entra in gioco per gestire la rimozione delle recensioni. Negli ultimi due anni, il 6% delle recensioni pubblicate su Trustpilot.com è stato individuato come falso e quindi rimosso dalla piattaforma, con una percentuale di rimozione automatica da parte dei sistemi di rilevamento che è passata dal 68% nel 2022 all'82% nel 2023, evidenziando il nostro impegno continuo nel rilevare e contrastare comportamenti sospetti.

Percentuale di recensioni rilevate come false e rimosse.

**6%** 2022: 6%

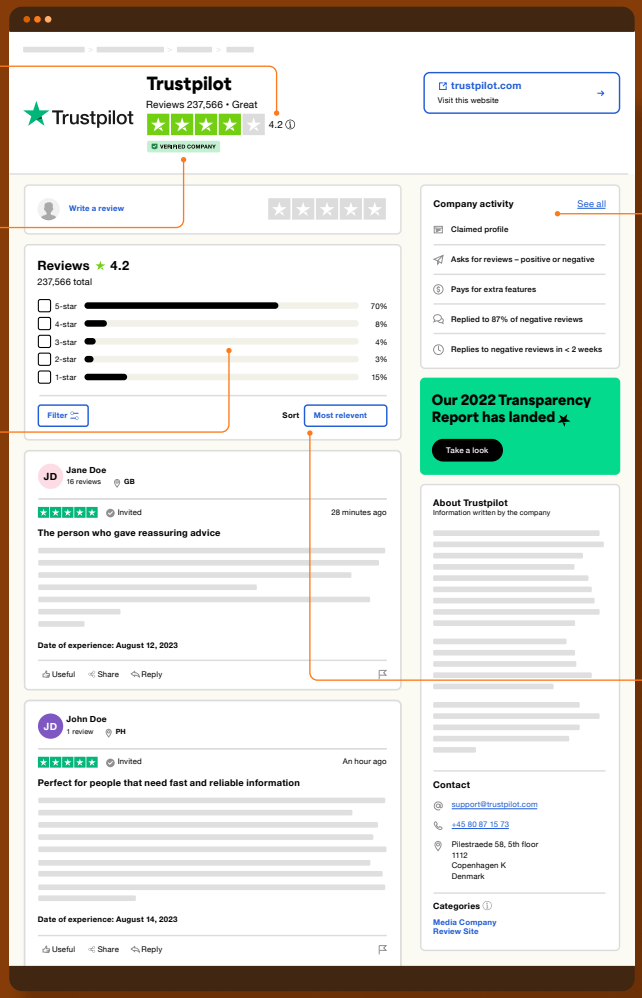
# Garantire l'utilità delle recensioni e la trasparenza del processo

# Garantire l'utilità delle recensioni e la trasparenza del processo

**TrustScore**
Il nostro punteggio di soddisfazione generale per i business.

**Azienda verificata**
Quando un'azienda verifica alcune informazioni su di sé, mostriamo un badge.

**Recensioni per valutazione in stelle**
Vedi le recensioni ricevute, filtrate per valutazione in stelle.




**Attività dell'azienda**
Verifica se un'azienda ha reclamato il proprio profilo. Questa azione può essere effettuata gratuitamente e dà immediatamente accesso a una serie di funzionalità aggiuntive (vedi pag. 7). Se la pagina non viene reclamata, significa che l'azienda potrebbe non essere a conoscenza delle sue recensioni e che non si sta impegnando attivamente nella loro gestione. Scopri di più su come un'azienda raccoglie, risponde o segnala le sue recensioni.

**Rilevanza o data di pubblicazione**
Ordina le recensioni per vedere le più pertinenti o le più recenti.

Trustpilot
TrustScore **4,2** | **237.566** recensioni

## Il nostro TrustScore

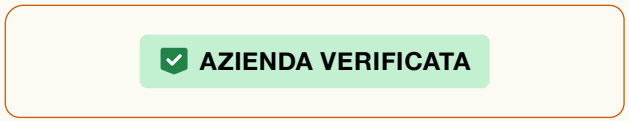
Ogni azienda sulla piattaforma Trustpilot ottiene un punteggio di soddisfazione generale della propria clientela – chiamato TrustScore – che viene calcolato su una scala da 1 a 5. Per le aziende con meno di 10.000 recensioni, il TrustScore complessivo viene ricalcolato immediatamente ogni volta che qualcuno posta una nuova recensione e valuta un'azienda. Per le aziende con più di 10.000 recensioni, il ricalcolo del TrustScore avviene una volta al giorno, perché una volta raggiunta tale soglia i cambiamenti del TrustScore sono meno rapidi.

La formula del calcolo tiene in considerazione tre fattori: l'intervallo di tempo, la frequenza e la media di Bayes.

**Intervallo di tempo.** Il TrustScore dà più peso alle recensioni più recenti e meno a quelle più datate, dato che sono i feedback più recenti a fornire informazioni aggiornate sul livello di soddisfazione attuale dei clienti.

**Frequenza.** Le aziende dovrebbero raccogliere recensioni in modo continuativo per mantenere il proprio TrustScore. Le recensioni più recenti hanno un peso maggiore, quindi un flusso costante di feedback contribuisce alla stabilità del punteggio.

**Media di Bayes.** La media di Bayes è il metodo che utilizziamo per evitare che le aziende siano svantaggiate quando iniziano a raccogliere recensioni. Ciò significa che, in ogni calcolo del TrustScore, includiamo automaticamente il valore di 7 recensioni da 3,5 stelle. Man mano che un'azienda raccoglie più recensioni, l'incidenza di questo fattore diminuisce.




## Azienda verificata

Quando un'azienda verifica informazioni aggiuntive su di sé, mettiamo in mostra un badge sulla sua pagina del profilo di Trustpilot.

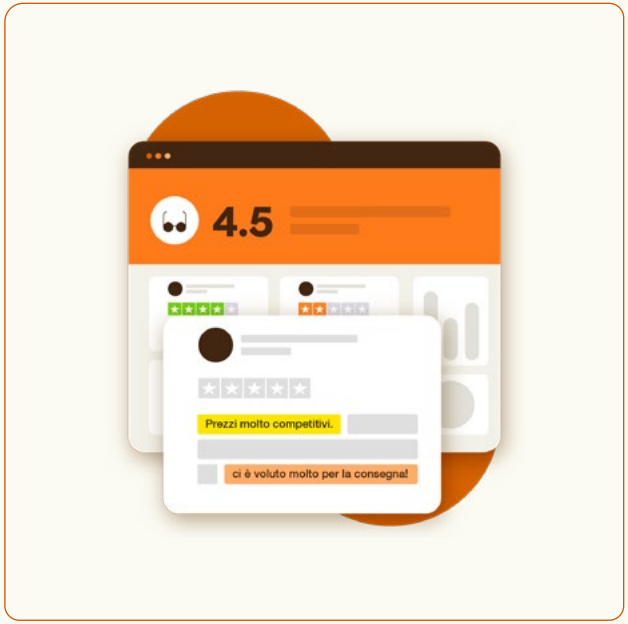
Per ottenere il badge, le aziende devono fornirci le prove di almeno uno dei seguenti tipi di identificazione:

- Prova d'identità
  (ad esempio passaporto, patente di guida', ecc.)
- Informazioni di contatto
  (tramite sincronizzazione con il profilo aziendale di Google)
- Proprietà del nome del dominio registrato
- Registrazione del conto bancario

I consumatori possono considerare la verifica di queste informazioni come una prova di fiducia aggiuntiva fornita dall'azienda.

## Aziende verificate su Trustpilot

# 466 Mila




## Come vengono mostrate le recensioni

Le recensioni vengono mostrate in due modi: per pertinenza (impostazione predefinita) e per data di pubblicazione.

Le recensioni più rilevanti sono quelle che risultano più utili ed esplicative per la nostra community. Queste recensioni sono recenti, lunghe, dettagliate e di facile comprensione. Inoltre, garantiamo che le recensioni mostrate per prime abbiano una valutazione media in stelle allineata al TrustScore dell'azienda, al fine di assicurare una rappresentazione veritiera della stessa.

## Pagina Attività dell'azienda

Pubblichiamo il modo in cui ogni azienda ha raccolto, risposto e segnalato le proprie recensioni negli ultimi 12 mesi.

Questo permette a tutti di vedere se un'azienda utilizza il nostro processo automatizzato e verificato per raccogliere recensioni e quante recensioni vengono scritte spontaneamente dai clienti, come parte del nostro approccio di trasparenza della piattaforma.

I consumatori sono spesso interessati a sapere se un'azienda è reattiva quando qualcosa non va come dovrebbe. Per questo motivo, includiamo il tasso medio di risposta e il tempo medio di risposta alle recensioni a 1 e 2 stelle.

Inoltre, mostriamo come le aziende utilizzano il nostro strumento di segnalazione delle recensioni. Sia le aziende che i consumatori possono segnalare le recensioni che ritengono non conformi alle nostre linee guida. Valutiamo l'accuratezza e il tasso di successo delle segnalazioni da parte delle aziende, verificando anche se segnalano solo le recensioni a 1 stella. Se l'accuratezza delle segnalazioni di un'azienda è bassa, potrebbe significare che l'azienda cerca pretesti per rimuovere le recensioni negative. In tal caso, prendiamo provvedimenti per evitare abusi del nostro strumento di segnalazione (vedi sotto).

La pagina Attività dell'azienda mostra se un'azienda ha reclamato il proprio profilo su Trustpilot, cosa che può fare gratuitamente. Se il profilo non è stato reclamato, è possibile che l'azienda non sia a conoscenza del proprio profilo e non si stia impegnando nell'interazione con gli autori delle recensioni.

Questa pagina fornisce anche dettagli sullo stato di verifica dell'azienda e indica se l'azienda sta pagando per le funzioni aggiuntive di Trustpilot.

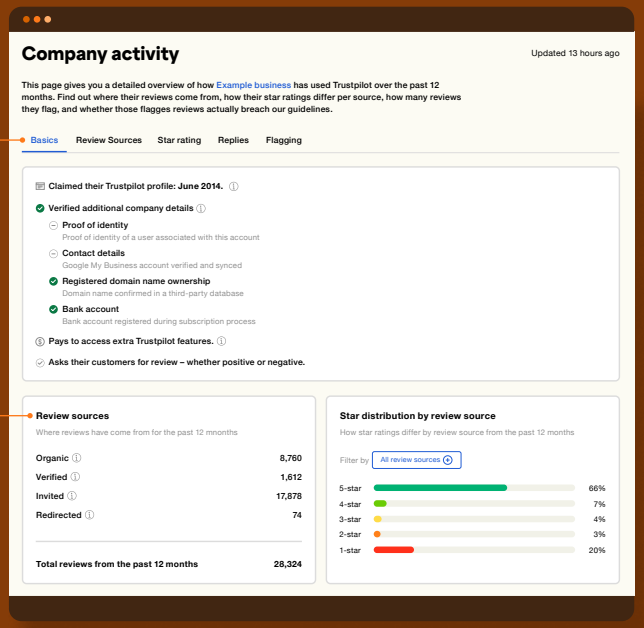
## Scopri come ogni azienda utilizza Trustpilot

**Informazioni di base**

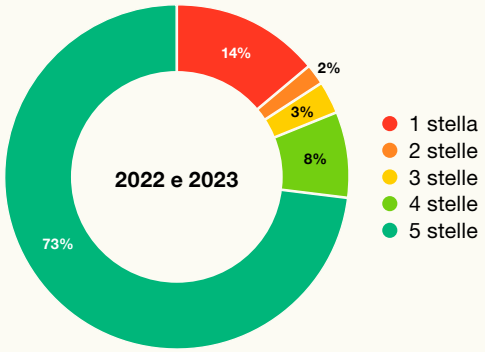
Vedi una panoramica sulle informazioni dell'azienda, tra cui se il profilo è stato reclamato, lo stato di verifica e se l'azienda paga per le funzioni aggiuntive.

**Fonti delle recensioni**

Scopri se l'azienda raccoglie recensioni invitando attivamente i consumatori a lasciare un feedback o se le recensioni sono scritte spontaneamente dai clienti.



**Recensioni per valutazione in stelle**




## Recensioni per valutazione in stelle

Negli ultimi due anni, la distribuzione delle recensioni da 1 a 5 stelle è rimasta costante. Il 73% delle recensioni è a 5 stelle, mentre appena il 14% delle recensioni è a 1 stella, a dimostrazione del fatto che la maggior parte della nostra community ha esperienze positive con le aziende con cui interagisce.

Anche le recensioni negative possono essere un ottimo modo per un'azienda di imparare a migliorarsi e a coinvolgere i propri clienti. I consumatori sanno che dietro le aziende ci sono delle persone, e solo in pochi si aspettano che queste siano sempre perfette. Ecco spiegato perché oltre la metà dei consumatori nel Regno Unito, negli Stati Uniti e in Francia ritiene che un punteggio delle recensioni imperfetto sia più autentico.

## Caso di studio: Come Staysure ascolta e agisce in base ai feedback dei clienti

Con migliaia di nuove recensioni ogni mese, Staysure, pluripremiata azienda specializzata nell'assicurare i viaggiatori di età superiore ai 50 anni, sta ora implementando metodi innovativi per analizzare al meglio le recensioni e comprendere appieno le esigenze dei clienti.

Per comprendere meglio il pensiero e le opinioni dei propri utenti, l'azienda ha adottato un approccio innovativo alla risoluzione dei problemi riscontrati dai propri clienti. Il brand ha introdotto nei propri workshop aziendali sull'innovazione i dati ricavati grazie allo strumento di Trustpilot Approfondimenti sulle recensioni, in grado di identificare argomenti e sentiment dei clienti in ogni recensione.

"Sebbene siamo ancora all'inizio, lo strumento Approfondimenti sulle recensioni si sta già rivelando un metodo eccellente per ricavare dati utili che vanno poi a determinare quale sarà l'argomento di discussione dei nostri incontri. Affrontiamo i temi principali che scaturiscono da Trustpilot in una conversazione aperta e collaboriamo per trovare insieme idee e suggerimenti validi. Grazie a questo approccio riusciamo a individuare una serie di soluzioni attuabili, tra cui il miglioramento dei nostri processi di innovazione, del nostro team marketing, dei nostri prezzi e dei nostri prodotti.

Analizzando le recensioni, abbiamo notato che le persone nutrivano delle perplessità sui nostri sconti, che ai loro occhi apparivano fuorvianti e poco chiari. Quindi, abbiamo raccolto dei feedback su questo argomento anche tramite la chat del nostro sito, le telefonate con i clienti e i sondaggi a voce e abbiamo presentato il problema al nostro team marketing. In quell'occasione abbiamo anche proposto alcune idee su come pubblicizzare i nostri sconti in modo più trasparente, per esempio mostrandoli in banner promozionali, piuttosto che in fondo alla pagina web insieme ai Termini e Condizioni. Si tratta di piccoli cambiamenti che possono davvero fare la differenza a lungo termine".

**Ellie Newstead**
Customer Success Analyst presso Staysure.co.uk

# Come salvaguardiamo la nostra piattaforma

# Come salvaguardiamo la nostra piattaforma

## Che cos'è una 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 queste:

- 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;
- una recensione pubblicata da un'azienda sulla pagina Trustpilot di un business concorrente, nel tentativo deliberato di indebolirne la valutazione su Trustpilot;
- messaggi promozionali e pubblicità di qualsiasi tipo spacciati per recensioni;
- le recensioni rimosse dalla piattaforma perché presentano contenuti nocivi o illegali; o
- quelle che non si basano su esperienze reali oppure non riguardano le aziende oggetto delle recensioni in questione.

## Individuare le recensioni false

È molto difficile distinguere una recensione autentica da una falsa semplicemente leggendone il contenuto. Per questo motivo, utilizziamo una combinazione di tecnologie, community e staff altamente formato per proteggere la piattaforma.

Una ricerca condotta su 25.000 partecipanti ha dimostrato che le persone riescono a capire se qualcuno mente loro in una conversazione faccia a faccia sono nel 54% dei casi. Quando si tratta di recensioni, solo il 57% delle persone ha individuato con precisione una recensione falsa semplicemente esaminandone il contenuto scritto. Questa cifra sale al 65% quando alle persone vengono fornite maggiori informazioni sugli autori delle recensioni.

**Lo sapevi?**

Gli specialisti del team Content Integrity utilizzano tecnologie specifiche per analizzare dati e informazioni sulle recensioni: questo approccio permette loro di prendere decisioni più informate e valutare se le recensioni rispettano le nostre linee guida.

Sebbene l'Intelligenza Artificiale (AI) e l'apprendimento automatico siano utilizzati da tempo, l'AI sta evolvendo rapidamente e il suo utilizzo si sta diffondendo in modo più capillare grazie agli ultimi progressi nell'AI generativa e nei modelli linguistici avanzati. Gli strumenti di IA generativa consentono di creare rapidamente testi a partire da semplici input, rendendo complesso distinguere tra linguaggio prodotto da un'IA e quello scritto da esseri umani. Una ricerca recente ha evidenziato che i partecipanti in uno studio sono riusciti a distinguere il testo umano da quello generato dall'IA con una precisione compresa tra il 50% e il 52%.

Le difficoltà nel distinguere le recensioni reali da quelle false sono sempre più evidenti. Ecco perché investiamo continuamente in tecnologie che non leggono semplicemente il contenuto delle recensioni, ma analizzano milioni di dati comportamentali basati su centinaia di milioni di recensioni su Trustpilot.

Questa strategia ci aiuta a identificare e a rimuovere le recensioni sospette, anche se il loro contenuto è stato generato dall'IA.

## Recensioni false suddivise per settore

Nel 2022, abbiamo identificato e rimosso un numero significativo di recensioni false, concentrando la nostra attenzione nel settore delle finanze e delle assicurazioni. Nel 2023, la nostra tecnologia ha rimosso più contenuti nocivi e indesiderati, tra cui spam e truffe, rispetto all'anno precedente.

Suggeriamo sempre ai consumatori di consultare le recensioni sulla nostra piattaforma per ottenere informazioni autentiche basate sull'esperienza di altri utenti. È altrettanto importante esaminare le informazioni fornite da terze parti, comprese le autorità di regolamentazione, specialmente in settori ad alto rischio come finanza e assicurazioni. Per rendere questo processo più semplice, ora mostriamo dettagli sulle pagine dei profili aziendali relative ai servizi nel settore finanziario e assicurativo che potrebbero non essere regolamentati, indicando un potenziale rischio elevato. Quando possibile, evidenziamo anche le azioni intraprese dalle autorità regolatorie contro le aziende coinvolte.

**Principali settori per segnalazioni e rimozioni di recensioni false**

## Rimuovere le recensioni false

Nel corso del 2022 abbiamo individuato e rimosso complessivamente 2,6 milioni di recensioni false. Nel 2023, questo numero è aumentato a 3,3 milioni, circa il 6% del totale delle recensioni pubblicate ogni anno. Grazie ai nostri sistemi di rilevamento automatizzato, siamo riusciti a identificare ed eliminare l'82% delle recensioni false nel 2023, segnando un significativo incremento rispetto al 68% registrato nel 2022. Questi dati evidenziano i risultati positivi dei nostri continui investimenti nella tecnologia di rilevamento delle recensioni false.

**100%**

Recensioni esaminate dai nostri sistemi automatizzati di rilevamento delle recensioni false

**L'82%**

di queste recensioni false sono state automaticamente individuate e rimosse

**18%**

recensioni false analizzate e rimosse manualmente dagli specialisti del team Content Integrity

**3,3 Mio**

recensioni false individuate e rimosse in totale

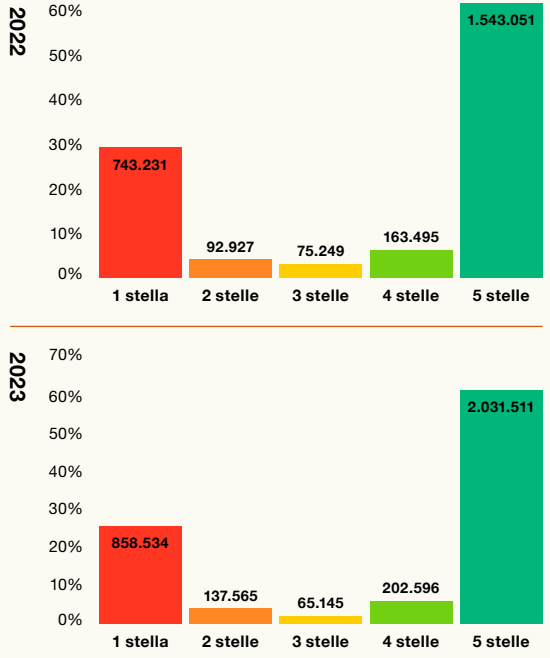
**6%**

recensioni identificate come false rispetto al totale

## Recensioni false per valutazione in stelle

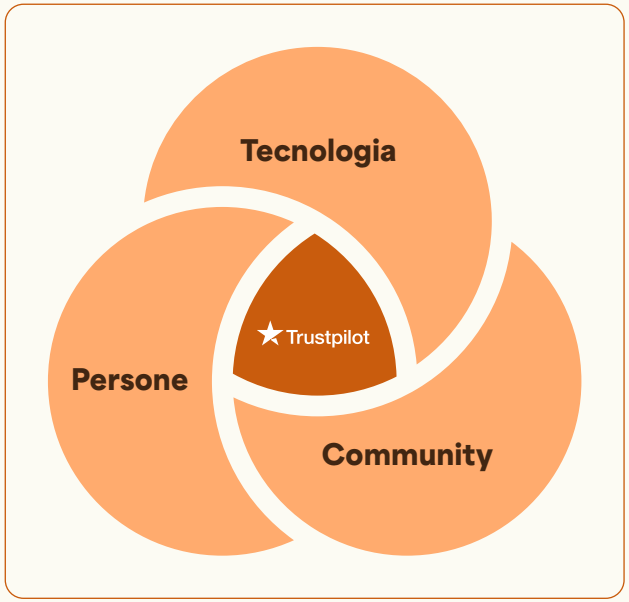
Rispetto all'anno precedente, abbiamo registrato un aumento del 3% nella rimozione delle recensioni false a 5 stelle dalla nostra piattaforma; al contrario, le rimozioni delle recensioni false a 1 stella sono diminuite del 2%. Questo dimostra l'efficacia della nostra tecnologia nel contrastare i venditori di recensioni e nel migliorare la nostra capacità di individuare contenuti pubblicitari e promozionali, dato che quese attività tendono a generare più recensioni a 5 stelle, soprattutto quando provengono da profili sospetti di truffa che utilizzano le recensioni false per manipolare artificialmente l'immagine positiva di un'azienda.

**Recensioni false rimosse suddivise per valutazione in stelle**



## Protezione della piattaforma

La nostra strategia per proteggere la piattaforma Trustpilot si fonda su tre pilastri fondamentali: Tecnologia, Community e Persone.




## TECNOLOGIA

Nel corso degli anni, abbiamo introdotto tecnologie avanzate per affrontare la crescente sfida di distinguere tra recensioni autentiche e false, un compito reso sempre più complesso dall'uso diffuso di modelli generativi di intelligenza artificiale. Questo approccio si concentra sull'analisi comportamentale anziché sul semplice contenuto delle recensioni, consentendoci di individuare e rimuovere con efficacia le recensioni non autentiche.

Ogni recensione viene esaminata da un sistema automatizzato che analizza pattern comportamentali anomali relativi alla sua pubblicazione sulla piattaforma e alla sua correlazione con altre recensioni e autori. Questa analisi include una vasta gamma di dati come indirizzi IP, identificatori utente, caratteristiche del dispositivo, dati di localizzazione e timestamp, che supportano la nostra tecnologia di rilevamento sempre più avanzata in continuo miglioramento con l'aumento delle recensioni elaborate.

Quando il nostro sistema rileva una recensione falsa, questa viene messa offline e inviamo una notifica all'autore della recensione (eccetto quando la recensione è chiaramente di natura pubblicitaria o promozionale). Questo processo promuove la trasparenza e la responsabilità, aiutandoci a continuare a migliorare la nostra tecnologia per ridurre al minimo i casi in cui vengono rimosse erroneamente recensioni autentiche (falsi positivi).

## Tecnologia aggiuntiva per contrastare casi di abuso specifici

Oltre ai nostri sistemi automatizzati che esaminano ogni recensione, utilizziamo una suite di tecnologie per individuare specifici abusi legati alle recensioni; tra queste, l'analisi dei profili utente collegati a venditori di recensioni già noti e la verifica delle aziende associate a tali pratiche. Questo approccio stratificato ci consente di analizzare in modo dettagliato i dati comportamentali, identificando modelli insoliti, connessioni tra gruppi di autori e altre attività online.

Un esempio concreto è il nostro sistema di rilevamento delle anomalie, progettato per individuare picchi inusuali di recensioni per una specifica azienda o tassi di conversione sospetti nelle recensioni scritte su invito. Questa tecnologia identifica automaticamente i profili aziendali sulla nostra piattaforma che richiedono ulteriori indagini da parte dei nostri team di Fraud & Investigations o Content Integrity. Ad esempio, utilizziamo questa tecnologia per rilevare pratiche scorrette come la raccolta distorsiva o parziale di recensioni e l'uso di incentivi per ottenere recensioni, comportamenti che violano apertamente le nostre linee guida. Inoltre, ci aiuta a identificare le tempeste mediatiche, situazioni in cui le aziende ricevono un numero significativo di recensioni non autentiche, spesso in risposta a una copertura mediatica o a un'azione promozionale su altre piattaforme social.

## Uso responsabile delle tecnologie nuove ed emergenti

Lo sviluppo dell'intelligenza artificiale sta avanzando rapidamente e si prevede che avrà un impatto significativo sulle aziende e sulla società nel suo complesso. Mentre esploriamo opportunità per integrare l'IA in tutte le funzioni aziendali per migliorare la fiducia e la sicurezza online sia per i consumatori che per le aziende, ci impegniamo a utilizzare queste tecnologie di IA generativa per supportare i nostri specialisti del team Content Integrity nelle decisioni, per creare riassunti delle recensioni e per migliorare l'esperienza su Trustpilot per tutti gli utenti, sia individuali che aziendali.

Collaboriamo attivamente con i legislatori in diverse giurisdizioni per influenzare e definire le future normative e politiche sull'uso responsabile, trasparente e sicuro dell'intelligenza artificiale. Questa collaborazione a lungo termine con i decisori politici è essenziale per rimanere informati sulle implicazioni e sulle decisioni future che influenzeranno sia la nostra piattaforma che la nostra community.

## COMMUNITY

Promuoviamo e proteggiamo l'affidabilità di Trustpilot anche grazie all'aiuto della community attiva sulla nostra piattaforma, composta da consumatori e aziende che possono segnalarci qualsiasi recensione che ritengono sia contraria alle 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.

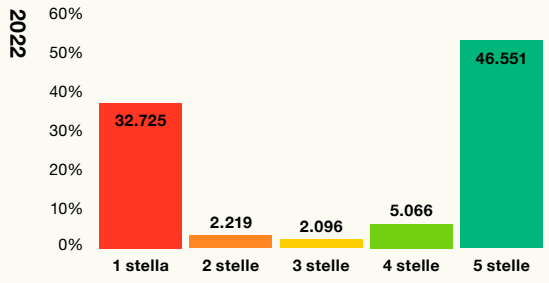
**Nota:** le recensioni "segnalate" e mostrate nei grafici rappresentano una minima parte del totale delle recensioni pubblicate.

## Recensioni segnalate dai consumatori

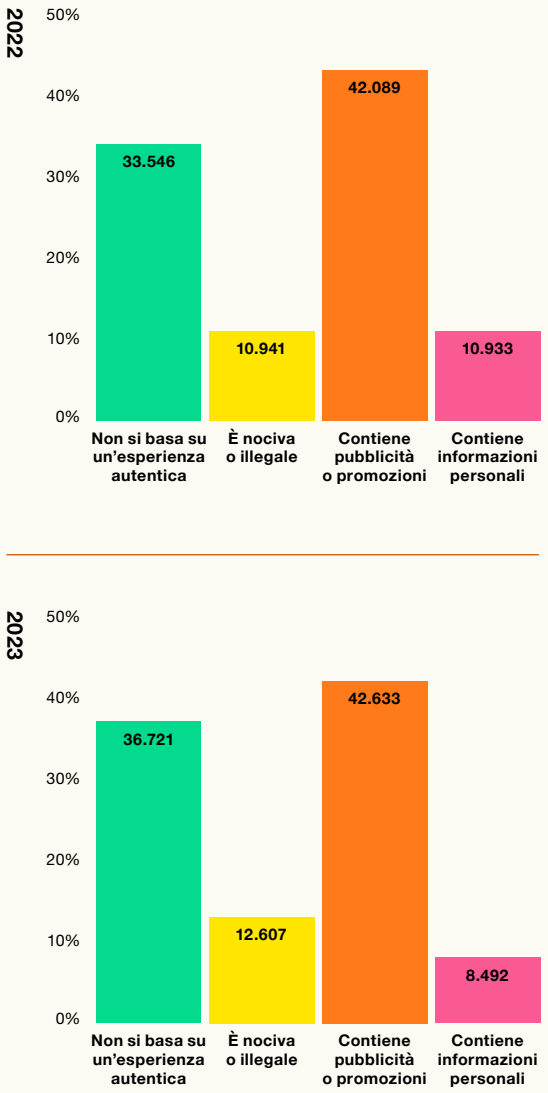
Nel 2022, un totale di 89.000 recensioni sono state segnalate dai consumatori (salite a 90.000 nel 2023). Il tasso di accuratezza delle segnalazioni da parte dei consumatori, calcolato in base alle recensioni segnalate come false e successivamente rimosse, è leggermente sceso dal 15% al 12%. Questo dimostra quanto sia difficile per i consumatori individuare recensioni false basandosi solo sul contenuto, poiché di solito non hanno accesso a ulteriori dati, informazioni o contesti oltre a quanto fornito nella recensione stessa.

Rispetto all'anno precedente, i consumatori segnalano più recensioni negative a 1 stella e meno recensioni positive.

**Recensioni segnalate dai consumatori per valutazione**




**Recensioni segnalate dai consumatori per motivo**



## Motivi di segnalazione e tassi di accuratezza

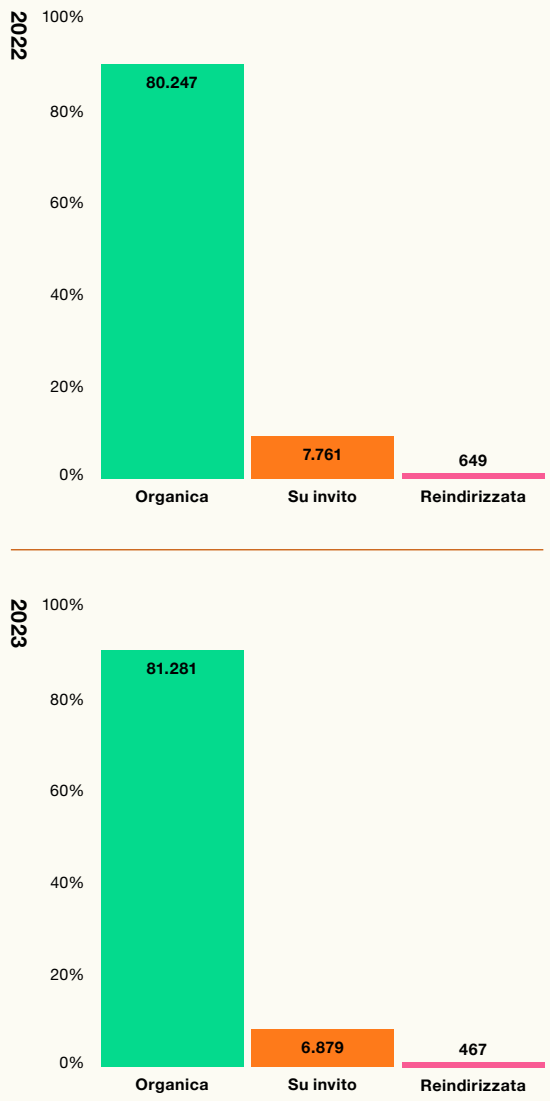
C'è una notevole differenza tra le percentuali di accuratezza dei consumatori e delle aziende che segnalano le recensioni. Le aziende hanno generalmente più tempo per esaminare le recensioni che vengono scritte su di loro e anche più informazioni a loro disposizione, come per esempio quelle reperibili nei loro registri delle 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 avvisiamo i consumatori ogni volta che le loro recensioni vengono segnalate. 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.

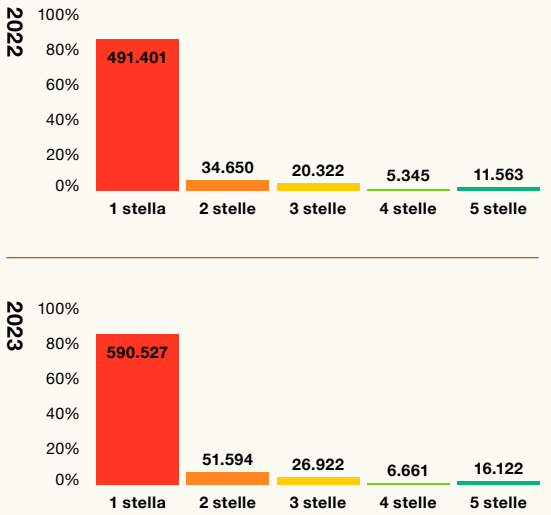
**Recensioni segnalate dai consumatori per fonte di provenienza**



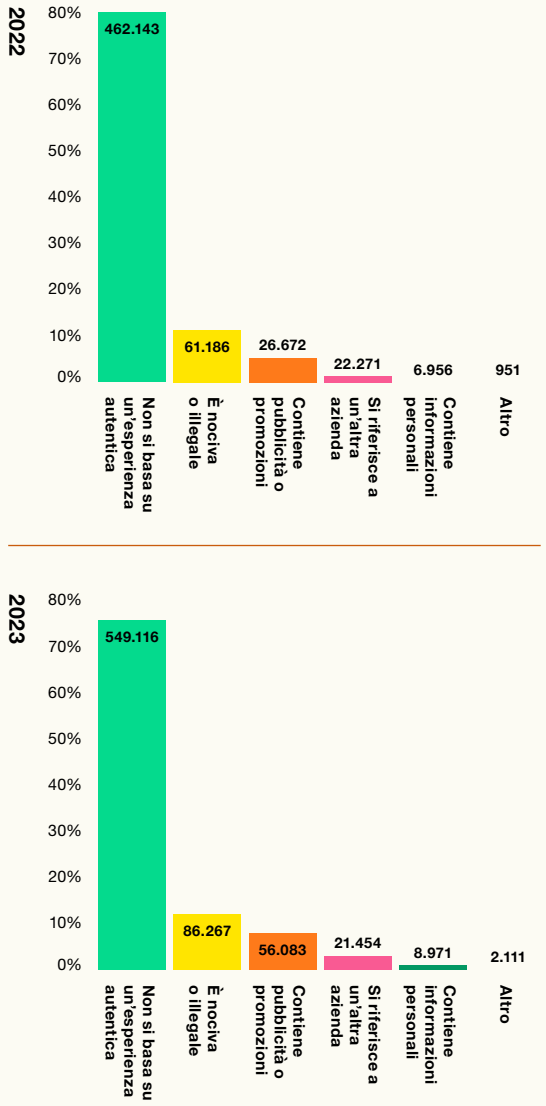

## Recensioni segnalate dalle aziende

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). Nel 2022, le aziende hanno segnalato un totale di 563.721 recensioni, e il nostro team Content Integrity ha valutato 447.344 di queste recensioni come accurate, con un tasso di accuratezza del 79% (in lieve incremento rispetto al 77% registrato nel 2021). L'aumento è stato influenzato dal miglioramento della chiarezza nei motivi e nei processi di segnalazione implementati nel 2020, oltre alla crescente adozione da parte delle aziende dei nostri metodi di invito automatizzati, che migliorano la sicurezza riguardo all'origine delle recensioni.

**Recensioni segnalate dalle aziende per valutazione**



**Recensioni segnalate dalle aziende per motivo**




## Recensioni segnalate dalle aziende per motivo

Le aziende spesso segnalano le recensioni organiche come "Non si basa su un'esperienza autentica" quando non riescono a identificare l'autore della recensione nei loro registri, mancando quindi di un contesto comprovante l'esperienza riportata. Su una piattaforma aperta come la nostra, le persone possono lasciare recensioni in qualsiasi momento, il che significa che le aziende potrebbero non essere sempre in grado di riconoscere l'autore, soprattutto se la recensione è stata scritta dopo un'interazione ma prima che siano stati condivisi dettagli specifici o effettuati acquisti. Prima di segnalare una recensione per questo motivo, le aziende cercano spesso di contattare l'autore tramite il nostro strumento "Richiedi informazioni", ma talvolta non ricevono risposta.

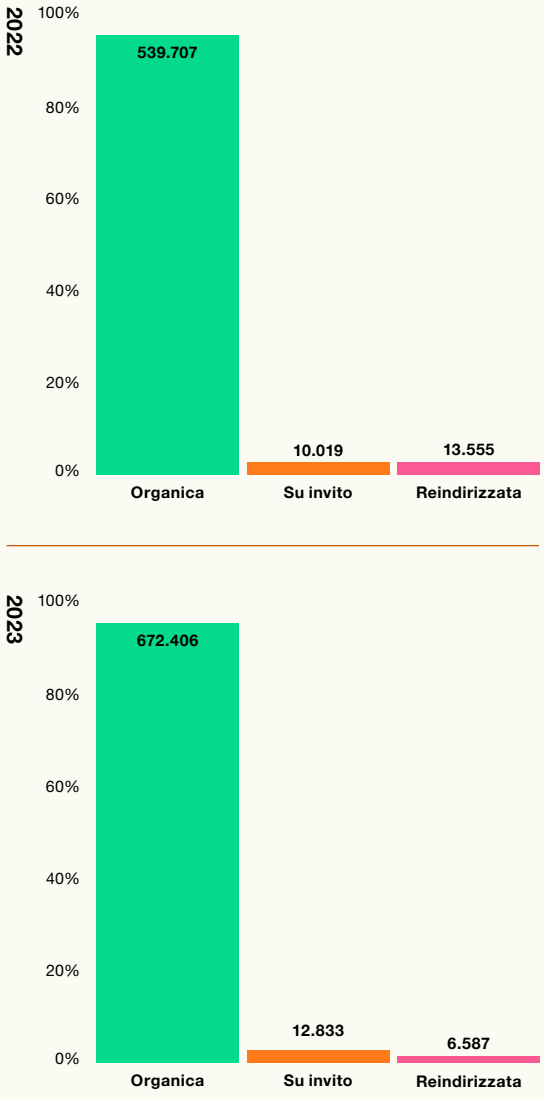
Quando una recensione viene segnalata come non basata su un'esperienza autentica, contattiamo l'autore della recensione chiedendogli di fornire prove della sua esperienza. Se non riceviamo risposta o le prove fornite non sono sufficienti, procediamo con la rimozione della recensione. Tuttavia, molti consumatori preferiscono non essere coinvolti attivamente in questo processo, il che porta alla rimozione automatica delle loro recensioni. Per questo motivo, non cancelliamo definitivamente le recensioni, permettendo al consumatore di richiederne il ripristino in seguito, anche se questo comporta un ulteriore onere per loro.

Nel corso del 2023, abbiamo introdotto nuove misure per aiutare le aziende a comprendere meglio il contesto delle recensioni organiche, riducendo contemporaneamente l'impegno richiesto ai consumatori nel fornire prove di autenticità delle recensioni.

Per prima cosa, invitiamo le persone che scrivono le recensioni di loro iniziativa a fornire informazioni più dettagliate su di loro e sulla loro esperienza, ad esempio il numero di riferimento dell'ordine o altre informazioni rilevanti. Questi dettagli aiutano le aziende a comprendere meglio l'esperienza del consumatore. In secondo luogo, stiamo migliorando l'analisi delle recensioni segnalate come non basate su un'esperienza autentica dalle aziende, riducendo l'onere per i consumatori di fornire prove di autenticità. Se identifichiamo una recensione come falsa, la rimuoviamo e informiamo il consumatore, dandogli l'opportunità di contestare la decisione nel caso creda che abbiamo commesso un errore. Se riteniamo che la recensione non sia sospetta, la manteniamo online. Se l'azienda non fosse d'accordo con la nostra decisione, può presentare ricorso tramite il nostro Processo di Contestazione delle Decisioni (PCD), e la recensione sarà valutata manualmente dai nostri specialisti del team Content Integrity.

Abbiamo apportato queste modifiche per assicurare che più recensioni autentiche rimangano online sulla nostra piattaforma. Con questi miglioramenti, prevediamo una significativa riduzione delle recensioni segnalate come "Non si basa su un'esperienza autentica" nel prossimo anno. Le modifiche mirano anche a ridurre l'incentivo per le aziende che segnalano solo recensioni negative a una stella, spesso contando sul fatto che i consumatori non partecipino attivamente al processo e che le recensioni negative vengano nascoste.

**Recensioni segnalate dalle aziende per gruppo di fonti delle recensioni**



## PERSONE

### I team Content Integrity e Fraud & Investigations

Tutte le recensioni segnalate vengono prese in esame dagli esperti del nostro team Content Integrity. Abbiamo anche un team Fraud & Investigations, che esamina eventuali situazioni particolarmente complesse e intraprende le iniziative del caso. Grazie alle tecnologie all'avanguardia di cui siamo in possesso e alle conoscenze dei nostri agenti e investigatori, riusciamo a esaminare manualmente i flussi di recensioni, individuando eventuali anomalie.

Trustpilot dispone di un team dedicato composto da agenti, investigatori, avvocati, esperti di tecnologia e specialisti di comunicazione e formazione, tutti impegnati a garantire la fiducia e la trasparenza della nostra piattaforma. Inoltre, Trustpilot esternalizza varie attività di Content Integrity, per avere una maggiore flessibilità nel gestire i volumi di recensioni.

### Il nostro processo di contestazione delle decisioni

Nonostante la nostra esperienza, sappiamo che il nostro team è composto da esseri umani e, come tale, può commettere degli errori. Il nostro Processo di Contestazione delle Decisioni (PCD) offre un percorso chiaro per i consumatori e le aziende che ritengono che la nostra decisione iniziale sia stata errata. Rinnovata nel 2022, la procedura ha gestito in media 150 controversie al mese nel primo anno, registrando un aumento a 309 controversie al mese nel 2023, a testimonianza del fatto che lo strumento è stato pienamente integrato e accettato dalla community.

### Avvisi di informazione al pubblico

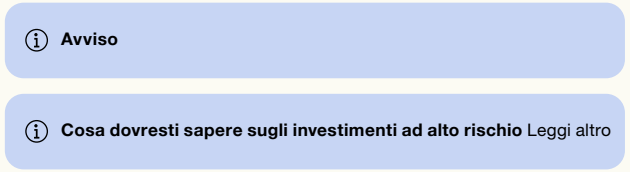
Utilizziamo banner sulle pagine dei profili aziendali per informare i consumatori se queste sono sotto indagine da parte del nostro team o se abbiamo intrapreso azioni contro di loro per violazioni delle nostre linee guida. Inoltre, stiamo implementando un numero maggiore di segnali di fiducia utili per i consumatori, come avvisi regolamentari di terze parti o indicazioni specifiche per settori ad alto rischio, come i servizi finanziari, bancari e assicurativi.

### Avvisi regolamentari

**I profili aziendali che riportano degli avvisi regolamentari**

# 2.514

Il nostro team Fraud & Investigations utilizza questi avvisi per fornire informazioni rilevanti e tempestive ai consumatori. Dal 2022, abbiamo iniziato a monitorare automaticamente avvisi, avvertimenti, indagini e azioni esecutive intraprese contro le aziende sui siti web delle autorità di regolamentazione, come la Financial Conduct Authority e la Federal Trade Commission. Quando troviamo una corrispondenza, aggiungiamo un avviso alla pagina del profilo dell'azienda per informare i nostri utenti. Attualmente, sono presenti 2.514 notifiche attive e stiamo pianificando di esplorare ulteriori gruppi e settori in futuro.




### Linee guida per i servizi finanziari non regolamentati – Servizi correlati alle criptovalute

# 33.327

**Banner informativi pubblicati sulle pagine dei servizi correlati alle criptovalute**

I settori finanziari, bancari e assicurativi sono i principali ambiti in cui concentriamo i nostri sforzi per individuare e rimuovere le recensioni false, soprattutto per quanto riguarda i servizi correlati alle criptovalute. Anche se molte aziende legittime operano in questo settore, gli investimenti possono risultare rischiosi per i consumatori, essendo quello delle cripto un settore non regolamentato. Dato che questi prodotti e servizi sono relativamente nuovi, i consumatori potrebbero non comprendere appieno i rischi potenziali.

Nel 2023 abbiamo migliorato l'individuazione delle aziende che operano in settori di investimento ad alto rischio, come quello delle criptovalute, implementando 33.327 avvisi di "Investimenti ad alto rischio" per informare e sensibilizzare la nostra community sui rischi generali degli investimenti.

## Tempeste mediatiche

Quando un'azienda è sottoposta a un incremento dell'attenzione mediatica, molte persone potrebbero scrivere recensioni non basate su esperienze reali avute con l'azienda. Queste situazioni, note come "tempeste mediatiche", possono compromettere l'affidabilità delle recensioni sul nostro sito.
Per mantenere intatta la fiducia percepita dagli utenti, possiamo sospendere temporaneamente la pubblicazione di nuove recensioni sulla pagina del profilo dell'azienda e inserire un avviso ai consumatori per spiegare la situazione.

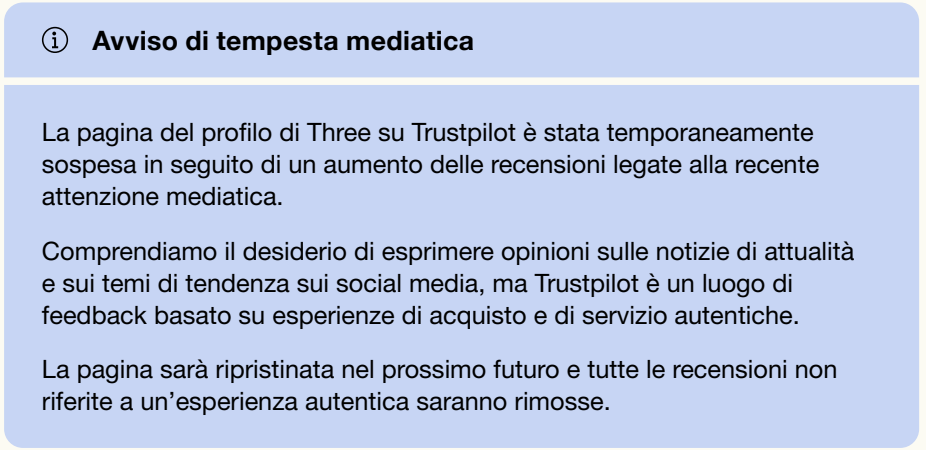
Nel luglio 2022, abbiamo introdotto il rilevamento in tempo reale delle tempeste mediatiche. Il sistema avvisa il nostro team entro pochi minuti dall'improvviso aumento delle recensioni pubblicate sulla pagina di un'azienda, consentendoci di anticipare le tempeste mediatiche e proteggere le aziende che utilizzano la nostra piattaforma.

## Caso di studio: Three interrompe la sponsorizzazione del Chelsea Football Club

Nel marzo 2022, quando il conflitto tra Russia e Ucraina era agli inizi, le testate giornalistiche del Regno Unito e internazionali hanno riportato che Roman Abramovich, all'epoca proprietario del Chelsea Football Club, era stato sanzionato dal governo britannico per la sua associazione con individui coinvolti nella destabilizzazione dell'Ucraina e nella minaccia alla sua sovranità.

Il provider di telefonia mobile britannico Three ha sospeso la sponsorizzazione del Chelsea FC e chiesto la rimozione del proprio logo dalle maglie con effetto immediato. Questa decisione ha spinto molti tifosi della squadra a scrivere commenti emotivi e di contestazione sulla pagina Trustpilot di Three.

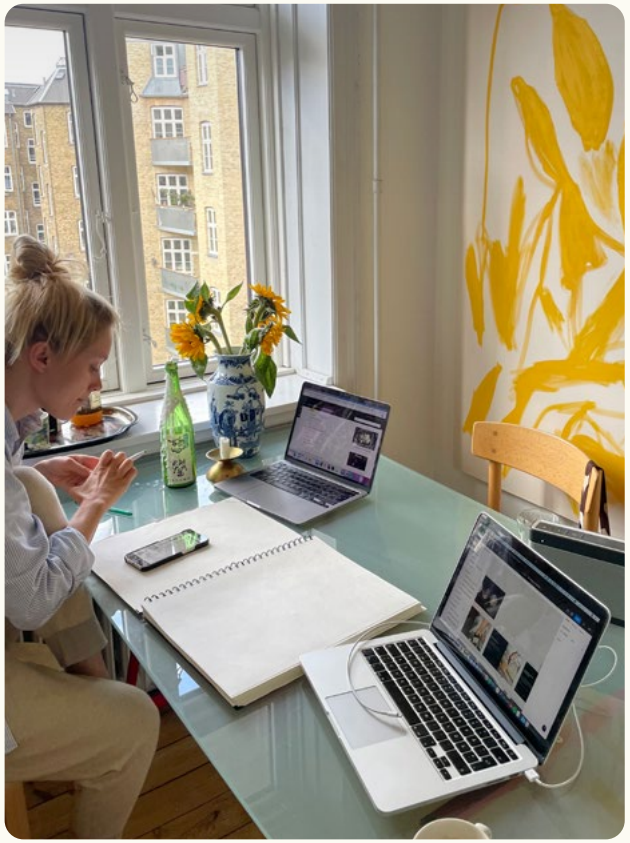
Il sistema di rilevamento delle anomalie ha avvisato il nostro team dell'aumento di attività, e abbiamo rapidamente inserito un avviso sulla pagina informando i visitatori dell'afflusso di recensioni innescato da una recente notizia sui media. Trustpilot è un luogo dove le persone possono scrivere recensioni autentiche sulle loro esperienze con un'azienda. In situazioni come questa, in cui i contenuti non includono esperienze di servizio autentiche, abbiamo sospeso temporaneamente l'attività della pagina. Le recensioni non conformi alle nostre regole sono state successivamente rimosse e la pagina è stata riaperta a nuove recensioni qualche giorno dopo, una volta che l'attenzione iniziale si era esaurita.



# Come contrastiamo i comportamenti scorretti

# Come contrastiamo i comportamenti scorretti

Le nostre linee guida sono state create per garantire che tutti utilizzino Trustpilot correttamente: in caso di infrazione delle stesse, interveniamo. I nostri team Content Integrity e Fraud & Investigations, insieme all'ufficio legale, collaborano come parte del team Trust & Safety per adottare le misure necessarie, come descritto nella nostra politica Quali azioni intraprendiamo.



## Avvertimenti

### Messaggi informativi e avvertimenti automatici emessi nel 2023

**45.805** 2022: 130.100

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 2022 abbiamo emesso 130.100 avvisi, un numero che è sceso a quasi 46.000 nel 2023. Non tutte le aziende che ricevono avvisi violano le nostre linee guida; spesso gli avvisi sono dovuti a errori degli utenti o a incomprensioni. In ogni caso, questi avvisi possono rappresentare un'opportunità per le aziende di rivedere attentamente le nostre linee guida e prevenire futuri abusi della piattaforma. La riduzione degli avvisi è il risultato del miglioramento dei nostri processi operativi e della comunicazione educativa, che incoraggia le aziende a utilizzare la piattaforma in modo efficace e conforme alle regole, risolvendo tempestivamente le violazioni.

## Lettere di diffida

### Lettere di diffida emesse nel 2023

**6.777** 2022: 4.895

Se un'azienda continua a utilizzare impropriamente la nostra piattaforma nonostante l'avvertimento, le invieremo una lettera di diffida formale chiedendo la cessazione immediata delle azioni illecite.

Nel 2023, abbiamo inviato 6.777 lettere di diffida, in aumento rispetto alle 4.895 inviate nel 2022. Questo aumento è stato favorito dal miglioramento del rilevamento automatico delle recensioni false, dall'automazione dei processi di applicazione e dagli investimenti nelle tecniche di analisi comportamentale per identificare e contrastare i venditori di recensioni.

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 termineranno. Questo garantisce delle condizioni di parità per tutti i soggetti coinvolti.

Nella maggior parte dei casi, l'azienda che infrange le regole correggerà il proprio comportamento e utilizzerà la piattaforma in modo conforme.

### Cessazione del rapporto

## Contratti rescissi per violazione delle linee guida nel 2023

**148** 2022: 130

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. Nella maggior parte dei casi, le aziende correggono i loro comportamenti dopo aver ricevuto avvertimenti o una lettera formale di diffida. Nel 2023, abbiamo rescisso 148 abbonamenti a pagamento: tra questi, abbiamo cessato i rapporti con tutti i clienti russi e bielorussi con abbonamenti a pagamento nel rispetto della nostra posizione sull'invasione russa dell'Ucraina.

### Limitazione della funzionalità per le aziende che non rispettano le regole

Le aziende che ignorano gli avvertimenti e le notifiche formali, sia che utilizzino il piano gratuito sia che abbiano un abbonamento a pagamento, subiranno un declassamento delle funzionalità. Potranno solo rispondere alle recensioni e segnalarle, ma non potranno più inviare inviti a recensire tramite la nostra piattaforma. Inoltre, non potranno utilizzare il logo, il marchio, il TrustScore, la valutazione in stelle e il contenuto delle recensioni di Trustpilot sul proprio sito web o nei materiali di vendita e marketing.

### Avvisi pubblici ai consumatori

## Avvisi pubblici ai consumatori attivi sui profili delle aziende nel 2023

**6.976** 2022: 3.253

Se l'azienda continua a ignorare gli avvertimenti ripetuti, le lettere formali di diffida, e il declassamento delle funzionalità, e persiste nel violare le nostre linee guida, procederemo con l'affissione di un Avviso ai consumatori visibile sulla pagina del profilo dell'azienda.

L'aumento evidenziato tra il 2022 e il 2023 riflette la nostra crescente fiducia nella capacità di smascherare gli abusi e di automatizzare la pubblicazione di questi avvisi.

Quando scopriamo che un'azienda ha acquistato recensioni false, prendiamo provvedimenti contro l'azienda e il venditore delle recensioni. Se il comportamento scorretto continua, pubblichiamo un Avviso ai consumatori sul profilo dell'azienda per informare la community del sospetto legame con reti di venditori di recensioni.

Gli Avvisi ai consumatori rimangono sulla pagina del profilo per un periodo che varia dai 6 ai 12 mesi, a seconda della gravità della violazione. 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

## Comunicazioni pubbliche ai consumatori aggiunte ai profili delle aziende nel 2023

**35.219** 2022: 15.077

Le Comunicazioni ai consumatori sono usate quando non necessariamente è stato rilevato un uso improprio della piattaforma, ma quando riteniamo che ci siano delle informazioni di cui gli utenti dovrebbero essere messi a conoscenza. Per esempio, quando un'azienda è stata soggetta a 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 tempo necessario a informare gli utenti. Negli ultimi due anni, il numero di queste comunicazioni è aumentato grazie all'inserimento di aggiornamenti sull'attività normativa di terzi e avvisi educativi sui rischi dei servizi non regolamentati, come le criptovalute.

Nel 2022, il 60% delle comunicazioni ai consumatori è stato aggiunto in seguito alla presa di posizione di Trustpilot contro l'invasione russa dell'Ucraina. All'inizio del conflitto, Trustpilot ha scelto di sostenere le persone colpite prendendo diverse misure, tra cui la risoluzione di tutti i contratti a pagamento con aziende russe e bielorusse e la sospensione dei profili gratuiti delle aziende con domini .ru e .by. Su questi profili è stata aggiunta una comunicazione ai consumatori per informarli sulle azioni adottate.

### Blocco degli account utente

## Numero di aziende per le quali Trustpilot ha interrotto la trasmissione delle recensioni ai motori di ricerca nel 2023

# 5.805

2022: 2.448

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 altrimenti utilizzare per indicizzare e classificare le aziende nella ricerca. Di conseguenza, i segnali di fiducia provenienti da Trustpilot e visualizzati su queste aziende sono limitati quando i consumatori le cercano.

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. Nel corso del 2023 abbiamo bloccato 575.000 account, registrando un decremento rispetto ai 624.000 account rimossi nel 2022.

### 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: 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; e avvio di azioni legali formali con conseguenti procedimenti giudiziari.

### Azioni legali

## Azioni legali intraprese nei confronti delle aziende che acquistano e scrivono recensioni false

# 10

Se le aziende ignorano le nostre azioni esecutive, intraprendiamo azioni legali formali. Nel 2022, abbiamo avviato cause legali contro sei aziende e altre quattro nel 2023, richiedendo ingiunzioni per impedire la violazione delle linee guida di Trustpilot e la pubblicazione di recensioni false, oltre a chiedere risarcimenti per i danni causati. Gli imputati operano in settori dove la fiducia è fondamentale, come l'assistenza sanitaria, i servizi per i visti e l'immigrazione e l'accessibilità per i disabili, aumentando il rischio di inganno per i consumatori vulnerabili. Questi casi sono molto rilevanti e fungono da deterrente significativo. In caso di successo, Trustpilot devolve tutti i risarcimenti a enti di beneficenza per i diritti dei consumatori, come Citizens Advice nel Regno Unito, che offre consulenza gratuita e imparziale a oltre 2,55 milioni di persone ogni anno su questioni relative ai diritti dei consumatori.

Il coinvolgimento o la condivisione di informazioni con venditori di recensioni è rischioso per qualsiasi azienda, poiché molti di questi venditori possono essere collegati ad altre attività fraudolente online.

## Caso di studio: Come contrastiamo le aziende che acquistano e pubblicano recensioni false

Abbiamo ottenuto un'ordinanza del tribunale che vieta all'agenzia immobiliare Euro Resales e allo studio dentistico The Dental Experts di comprare e pubblicare recensioni false su Trustpilot. Questo è solo uno dei nostri successi.

Le recensioni su Trustpilot per Euro Resales mostrano che molti consumatori sono stati danneggiati finanziariamente dall'azienda. Anthony Ferdinando, un pensionato del Lincolnshire, è uno di questi clienti. Dopo l'eredità di una proprietà in Francia da parte della moglie, Anthony ha pagato 600 sterline a Euro Resales nel febbraio 2022 per la vendita della proprietà. Dopo il pagamento, l'azienda ha smesso di rispondere, costringendo Anthony a trovare e pagare un nuovo agente immobiliare.

Anthony ha dichiarato: "Siamo pensionati e questa esperienza con Euro Resales ci ha causato un danno economico significativo. È stato molto stressante e psicologicamente provante per mia moglie, dato che era la casa di suo padre. Speriamo che condividendo la nostra storia possiamo aiutare altri a non fare lo stesso errore".

## Caso di studio: Come contrastiamo coloro che abusano del logo e delle stelle di Trustpilot per ingannare gli altri

Nel periodo di riferimento, abbiamo intrapreso azioni legali anche contro Elfsight e Trustindex.

Elfsight, un'azienda con sede in Russia, vendeva widget TrustBox falsi che permettevano alle aziende di mostrare recensioni e punteggi di Trustpilot senza il nostro consenso. Questi widget non autorizzati possono visualizzare contenuti fuorvianti sul TrustScore di un'azienda. Il tribunale ha vietato a Elfsight di continuare a vendere questi widget, e utilizzeremo questa sentenza per impedire a Elfsight e ad altri trasgressori di offrire contenuti falsi di Trustpilot nel Regno Unito e altri mercati chiave.

Trustindex, un fornitore di widget contraffatti, ha permesso alle aziende di mostrare contenuti di Trustpilot sui loro siti web, diffondendo informazioni ingannevoli. Nel 2022 abbiamo avviato un procedimento legale contro Trustindex, che ha portato a un accordo in cui Trustindex ha accettato di interrompere immediatamente la distribuzione di widget che mostrano recensioni di Trustpilot.

### Contrasto ai venditori di recensioni o intermediari di recensioni

Le aziende coinvolte in recensioni false spesso si avvalgono di servizi di "intermediari" o "venditori di recensioni false". Questi operano su vari canali, inclusi siti web, forum online, gruppi sui social media e piattaforme di lavoro freelance.

Grazie ai nostri significativi investimenti in tecnologia precedentemente menzionati, siamo in grado di individuare gruppi di recensioni sospette e collegarli a dati comportamentali online. Questo approccio ci consente di prendere misure più rigorose contro i venditori di recensioni.

Finora, abbiamo agito contro 105 siti web e gruppi sui social media, impedendo loro di continuare a vendere recensioni false.

### Siti web e gruppi sui social media a cui abbiamo impedito la vendita di recensioni

# 105

Nel prossimo anno, prevediamo di avviare diverse azioni legali contro i venditori di recensioni, con benefici tangibili per i consumatori e le persone vulnerabili online. Il nostro intento è scoraggiare ulteriormente chi cerca di manipolare le recensioni.

### Contrastare i trasgressori recidivi

Spesso ci viene chiesto perché non rimuoviamo i trasgressori recidivi dalla nostra piattaforma. Il motivo è semplice: rimuovere un'azienda significherebbe non dare ai consumatori la possibilità di vedere il suo comportamento scorretto. È più utile per gli utenti vedere queste informazioni pubblicamente: la loro eliminazione andrebbe a vantaggio delle aziende che cercano di manipolare i consumatori.

### Individuare e rimuovere le aziende non idonee

Alcune aziende non sono idonee a essere presenti su Trustpilot, come quelle che offrono prodotti o servizi illegali. Effettuiamo controlli accurati per individuare e rimuovere automaticamente queste aziende dalla nostra piattaforma. Nel 2022, abbiamo potenziato i nostri strumenti per rimuovere queste imprese, eliminando oltre 7.000 business disdicevoli.
Nel 2023, questo numero è diminuito a meno di 6.000, dimostrando il nostro impegno continuo nel mantenere alti standard di qualità e sicurezza su Trustpilot.

# La fiducia al centro della nostra azienda e non solo

## Il Comitato Trust & Transparency

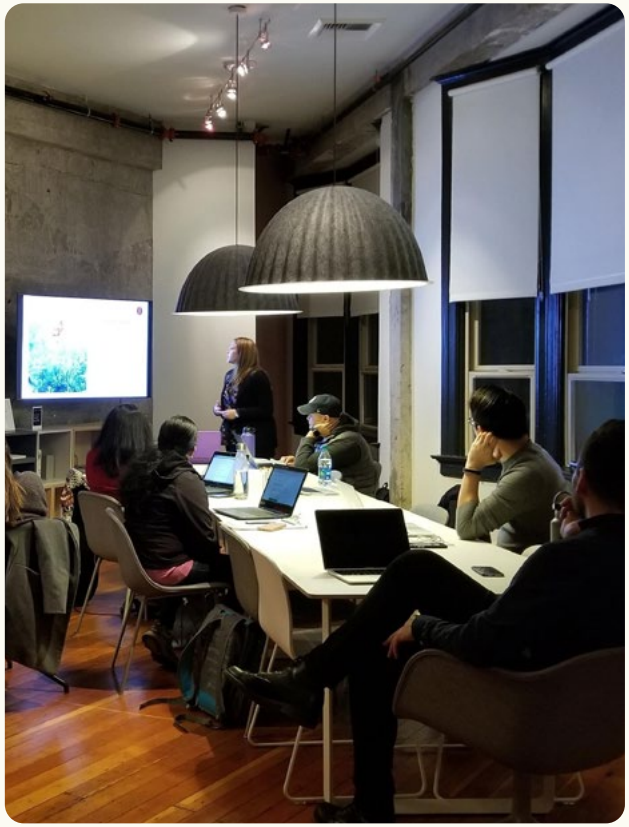
Il nostro Comitato Trust & Transparency continua a giocare un ruolo fondamentale nel rafforzare la fiducia e la trasparenza all'interno di Trustpilot, avvalendosi delle competenze dei consiglieri non esecutivi, della dirigenza e dei leader senior.
Il Comitato sovraintende le politiche e le procedure che preservano l'integrità della nostra piattaforma.

Inoltre, monitora i progressi costanti di Trustpilot nel promuovere l'integrità attraverso l'uso avanzato dell'automazione per individuare recensioni false e fuorvianti, l'incremento delle azioni legali preventive e l'incoraggiamento all'adozione di sistemi automatizzati di raccolta recensioni per rafforzare la fiducia nella qualità delle recensioni pubblicate dalle aziende sulla nostra piattaforma.

Una particolare attenzione è dedicata al miglioramento dei processi e delle procedure per la rimozione delle recensioni ritenute non autentiche, non basate su esperienze reali o in violazione delle nostre linee guida. Questo impegno include una valutazione dell'impatto della rimozione delle recensioni e un costante monitoraggio delle recensioni autentiche e affidabili, nonché l'innovazione continua per migliorare questi aspetti a beneficio della nostra community.

**Membri del comitato:**

**Claire Davenport,** Consigliere non esecutivo indipendente (Presidente del Comitato)
**Zillah Byng-Thorne,** Presidente del gruppo
**Rachel Kendleton,** Consigliere non esecutivo indipendente
**Adrian Blair,** Amministratore delegato
**Anoop Joshi,** Chief Trust Officer



# Conclusioni

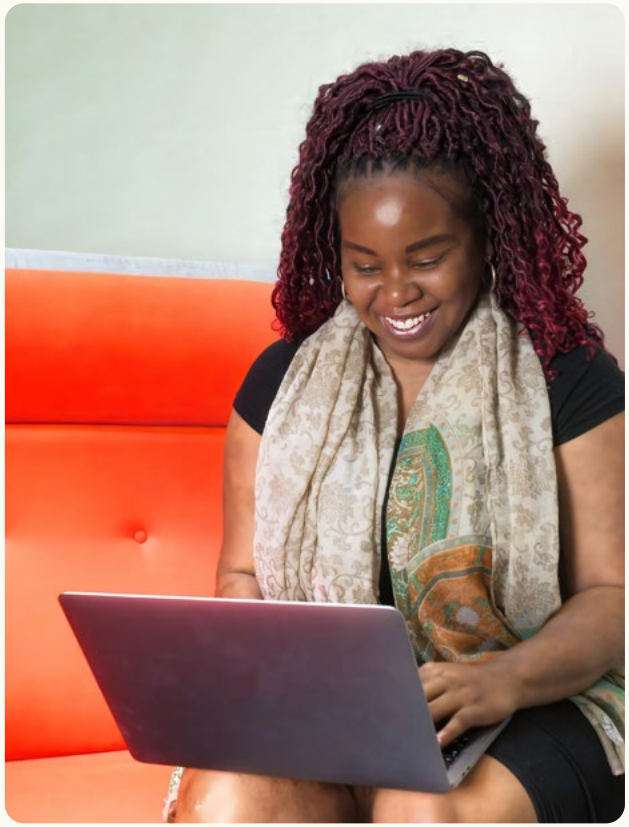
**Il Report sulla trasparenza di Trustpilot sottolinea il nostro impegno costante nel promuovere l'integrità e la fiducia nel mondo contemporaneo.**

Guardando al futuro, ci troviamo di fronte a sfide e opportunità significative. Con la crescente diffusione dell'IA generativa e delle tecnologie deepfake, il rischio di disinformazione e manipolazione è più alto che mai. Inoltre, il contesto politico mutevole delle democrazie occidentali e i conflitti globali attuali rendono la trasparenza e la responsabilizzazione ancora più cruciali.

Trustpilot è in prima linea per rafforzare il rapporto di fiducia tra consumatori e aziende. Riconosciamo l'importanza fondamentale della fiducia nel costruire relazioni significative e nel promuovere cambiamenti positivi nella società.

La nostra missione di diventare un simbolo universale di fiducia è centrale in questo impegno. Offrendo una piattaforma che mette in risalto il feedback autentico dei consumatori e promuove pratiche commerciali trasparenti, Trustpilot non solo aiuta i consumatori a prendere decisioni informate, ma incoraggia anche le aziende a dare priorità all'integrità e alla responsabilità dei loro comportamenti.

Attraverso azioni collettive e trasparenti, possiamo costruire un futuro in cui la fiducia prospera, contribuendo a formare comunità più forti e resilienti e tracciando un percorso verso un domani più promettente.



**Trustpilot Group plc**
5th Floor
The Minster Building
21 Mincing Lane
London
EC3R 7AG

Telefono: +44 20 4534 5222

**investors.trustpilot.com**
Incorporata e registrata in Inghilterra
e Galles con numero
di registrazione 13184807