



Lunedì 18/11/2013

I profili legali della web reputation: facciamo il punto

A cura di: Studio Avv. Maurizio Iorio

Sempre più consumatori si convincono ad acquistare un prodotto o un servizio piuttosto che un altro a seguito di recensioni o giudizi rinvenuti on line: ma, come ci riportano notizie anche recenti di cronaca, tali giudizi potrebbero essere non veritieri, denigratori o "acquistati" da aziende interessate.

Lo scopo di questo articolo è di esaminare i profili di responsabilità di chi mette in atto queste pratiche illegali e la concreta possibilità di perseguirle.

DIFFUSIONE DELL'ON LINE IN ITALIA

Prima di parlare di web reputation e dei suoi profili legali è opportuno ricordare anzitutto la diffusione di internet nel nostro paese. Stando ai dati AUDIWEB di luglio 2013 ben 38 milioni di italiani dichiarano di accedere a internet da location fisse (da casa, ufficio o da un luogo di studio) o da telefoni mobili, tablets, pari all' 81% della popolazione tra gli 11 e i 74 anni. Si tratta di uno sviluppo crescente posto che, sempre in base agli stessi dati, a partire dal dicembre 2012 si è verificata una crescita del 17,5% della disponibilità di accesso a internet da cellulare (19 milioni di italiani, pari al 41% della popolazione tra gli 11 e i 74 anni) e dell' 80% da tablet (circa 5 milioni di individui, pari al 10% della popolazione considerata).

SEMPRE PIU' ITALIANI CONSULTANO IL WEB PRIMA DEGLI ACQUISTI

E' parimenti utile ricordare che, come evidenziato, ad esempio, da una recente inchiesta condotta da Nielsen, il 64% degli italiani, al fine di decidere quale marca e modello di prodotto acquistare, si affida alle opinioni e alle recensioni - frutto di concrete esperienze - postate sui social media. Si tratta di una percentuale crescente (nel 2012 era pari al 62%). Da una ricerca di Duepuntozero Research per l'agenzia di marketing digitale FIND sull'impatto dei motori di ricerca sul nostro modo di comportarci, resa nota nel settembre 2013, risulta che sono cinque i prodotti più acquistati a seguito di ricerca sul web: anzitutto i servizi di viaggi e turismo, quindi i prodotti di telefonia, quelli di abbigliamento e accessori, i prodotti di elettronica ed infine quelli di editoria (libri e riviste); ma il dato più interessante, ai fini del tema che ci interessa, è che stando allo studio condotto, ben l' 80% degli utenti web italiani ha deciso almeno una volta di non acquistare un determinato prodotto o servizio a seguito dei giudizi critici rinvenuti con la consultazione di commenti o recensioni negative rinvenuti on line.

Per continuare a leggere l'articolo dell'Avv. Maurizio Iorio clicca qui.

Avv. Maurizio Iorio

Fonte: <http://www.avvocatoiorio.it>