

Aggiornamento regolatorio

Trustpilot Plc presenterà ricorso contro la decisione dell'AGCM

A seguito dell'aggiornamento fornito il 13 gennaio 2026 in merito alle contestazioni mosse dall'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), Trustpilot Group plc e le sue controllate ("Trustpilot" o la "Società") comunicano che l'AGCM ha concluso l'indagine e ha inflitto una sanzione di 4 milioni di euro, accertando una presunta violazione del Codice del Consumo italiano in relazione a una singola pratica commerciale sleale.

Non condividiamo affatto tale conclusione e presenteremo un ricorso deciso. In qualità di piattaforma aperta di feedback dei clienti più grande al mondo, mettiamo a disposizione dei consumatori un ecosistema di recensioni affidabile e trasparente.

- **Rigorosi controlli sull'autenticità delle recensioni:** il sistema di rilevamento delle frodi a più livelli di Trustpilot combina l'automazione e la moderazione umana. Nel 2025 abbiamo rimosso 7,8 milioni di recensioni false, pari al 9% del totale delle recensioni inviate nell'anno.
- **Standard uniformi:** tutte le aziende, sia quelle attive con piano gratuito che quelle a pagamento, devono rispettare le stesse politiche, compreso il rigoroso divieto di inviti selettivi. In Italia, i TrustScore medi sono 4,39 per le aziende paganti contro 4,40 per le aziende attive con piano gratuito.
- **Design dell'interfaccia chiaro:** il nostro prodotto offre un livello straordinario di trasparenza riguardo al coinvolgimento delle aziende con Trustpilot. Respingiamo la caratterizzazione di "dark pattern" da parte dell'AGCM.

Di seguito le nostre risposte dettagliate:

Impegno per l'integrità commerciale

Trustpilot mette a disposizione diversi metodi di invito per aiutare le aziende a raccogliere i feedback dei clienti. Abbiamo fornito all'AGCM una vasta mole di dati che dimostrano come questi strumenti non gonfino sistematicamente i punteggi né favoriscano i clienti paganti, tra cui:

- **Divieto assoluto di "cherry-picking":** vietiamo espressamente la pratica del "review gating", nota anche come "cherry-picking". Le nostre linee guida proibiscono alle aziende di invitare solo i clienti soddisfatti, di incentivare le recensioni e di utilizzare qualsiasi tipo di recensione falsa.
 - In linea con la nostra [policy "Action We Take"](#), nel 2025 abbiamo intrapreso azioni contro 454 aziende paganti e abbiamo risolto gli abbonamenti di 121 di esse a livello globale, specificatamente per violazioni relative al "review gating" o alle recensioni false.
 - Inoltre, applichiamo rigorosamente questa politica attraverso un team di circa 200 persone che si occupa di garantire la fiducia e l'integrità su tutta

la nostra piattaforma. Investiamo continuamente nelle nostre misure di applicazione e nel 2025 abbiamo rimosso 7,8 milioni di recensioni false.

- Chiara separazione tra funzioni Commercial e di Trust: il TrustScore viene calcolato da una formula matematica automatizzata che riflette la natura e la recency del feedback dei clienti e non può essere modificato manualmente da nessun dipendente di Trustpilot, compresi i team commerciali.

L'abbonamento non influisce sul TrustScore né sul posizionamento delle aziende

Il TrustScore è determinato dalla qualità intrinseca del servizio, unita all'interazione con i consumatori attraverso la piattaforma, garantendo così che il parere dei clienti sia pienamente rappresentato. Trustpilot adotta un modello "freemium" trasparente, in cui le aziende possono scegliere se utilizzare i nostri servizi gratuitamente o sottoscrivere piani a pagamento.

- **La stragrande maggioranza dei profili aziendali in Italia ha piano gratuito:** in Italia, circa il 96% delle aziende che hanno almeno una recensione sul proprio profilo non paga alcun abbonamento e può raccogliere e rispondere a un numero illimitato di recensioni.
- **Le aziende non possono pagare per ottenere un punteggio migliore:** in Italia, il TrustScore medio di un'azienda pagante è 4,39, leggermente inferiore al 4,40 registrato da un'azienda con piano gratuito che interagisce attivamente con la piattaforma.
- **I nostri standard sono uniformi:** applichiamo gli stessi rigorosi standard di integrità dei contenuti a ogni azienda e non favoriamo i clienti paganti.
 - A livello globale nel 2025, la percentuale di recensioni a 1 stella rimosse era identica (15%) sia per i profili aziendali paganti che per quelli con piano gratuito.
 - In Italia nel 2025, la percentuale di recensioni negative rimosse era del 12% per i profili aziendali paganti e del 15% per quelli con piano gratuito.

Le informazioni sono chiare ed esaurienti

Non condividiamo le conclusioni dell'AGCM secondo cui l'interfaccia utente non soddisfa pienamente i requisiti di trasparenza previsti dal Codice del Consumo. La nostra piattaforma fornisce informazioni chiare ed esaurienti ai consumatori, tra cui i nostri contrassegni «Verified» e la solida metodologia «TrustScore». Respingiamo con forza l'affermazione secondo cui Trustpilot utilizzerebbe «dark pattern».

Conclusioni

Trustpilot si impegna a migliorare costantemente e a mantenere i più elevati standard di conformità e integrità commerciale nel nostro settore. Laddove individuamo aree di miglioramento, interveniamo tempestivamente per porvi rimedio. Tuttavia, dissentiamo fortemente dalle conclusioni raggiunte in questo provvedimento dall'AGCM e presenteremo un ricorso deciso.

Non prevediamo che l'esito di questo procedimento abbia un impatto negativo significativo sulle nostre operazioni commerciali o sulla nostra posizione finanziaria.

Adrian Blair, CEO di Trustpilot, ha dichiarato: "Siamo in totale disaccordo con la decisione dell'AGCM, che ignora la realtà di come funziona Trustpilot. Trustpilot è una piattaforma aperta di feedback in cui il TrustScore di un'azienda riflette la qualità intrinseca del suo servizio e il coinvolgimento con la piattaforma, al fine di garantire che il sentiment dei clienti sia pienamente rappresentato. La fiducia si guadagna, non si compra, come dimostra il TrustScore medio di 4,4 sia per le aziende paganti che per quelle attive con piano gratuito in Italia. Applichiamo rigorosamente le regole contro gli inviti selettivi a lasciare recensioni e interveniamo laddove riscontriamo violazioni.

Trustpilot è stata fondata sui principi di trasparenza e integrità. Rimaniamo saldi nella nostra missione di fornire una piattaforma affidabile dove consentiamo alle persone di condividere le loro esperienze autentiche con le aziende. Presenteremo un ricorso deciso contro questa conclusione errata".

Contatti

Trustpilot Group plc

Louise Bryant, Head of Investor Relations
Priyal Soni, Investor Relations
investor.relations@trustpilot.com
+44 (0) 7813 210 809
+44 (0) 7391 859 625

Headland Consultancy

Stephen Malthouse / Rob Walker /
Charlie Pepper
trustpilot@headlandconsultancy.com
+44 (0) 20 3805 4822

A proposito di Trustpilot

Trustpilot è nata nel 2007 da un'idea semplice ma potente, oggi più attuale che mai: diventare il simbolo universale della fiducia, mettendo in contatto consumatori e aziende attraverso le recensioni. Trustpilot è una piattaforma aperta, indipendente e imparziale: aiutiamo i consumatori a fare le scelte giuste e le aziende a costruire fiducia, crescere e migliorare.

Oggi contiamo oltre 361 milioni di recensioni e 160 miliardi di impression annuali del brand Trustpilot, e i numeri continuano a crescere. Abbiamo più di 1.000 dipendenti e la nostra sede centrale si trova a Copenaghen, con sedi operative ad Amsterdam, Denver, Edimburgo, Amburgo, Londra, Melbourne, Milano e New York.

Per ulteriori informazioni su come funziona Trustpilot, visita corporate.trustpilot.com/trust/how-trustpilot-works.