



## La recensione negativa su internet non è diffamazione

**Autore :** Redazione

**Data:** 24/01/2019

*Rientra nel diritto di critica la valutazione postata su Facebook o altri social di un hotel, un bar, un ristorante, un locale notturno o qualsiasi altro pubblico esercizio.*

La **recensione** negativa, anche se un po' pungente, di un locale, un bar, un ristorante, un hotel, pubblicata su internet dai clienti insoddisfatti, non fa scattare il reato di **diffamazione** perché il gestore di un esercizio pubblico, operando sul mercato, accetta anche il rischio che i propri servizi non siano graditi e vengano, pertanto, criticati. È quanto chiarito dal **Tribunale di Pistoia** in una recente sentenza **[1]**.

È ormai prassi del popolo della rete affidare a social network o piattaforme specializzate nella ricerca di luoghi di ritrovo o di alberghi, le proprie valutazioni sulla qualità del servizio ricevuto, della struttura, sulla disponibilità del personale, nonché sulla proporzione del prezzo rispetto alla soddisfazione complessiva. Ognuno dice la sua su tutto e, in particolar modo, questo avviene su **Facebook**. Ma anche su **Tripadvisor, Booking** e tante altre piattaforme online. Ma una frase, una volta scritta sul web, fa il giro del mondo in un secondo e, soprattutto, non si cancella facilmente. Si può, allora, parlare ancora di **diritto di critica** oppure siamo nel campo della **diffamazione**?

Il tribunale di Pistoia non ha dubbi in proposito: la libertà di parola e di pensione ricomprende anche quella di "valutazione" e di "recensione": dunque non c'è alcun reato nell'esprimere considerazioni **critiche** sulla qualità dei servizi offerti da un



locale.

Secondo la sentenza in commento, il diritto di critica, tutelato dalla nostra costituzione, quando si esercita nei confronti di un **locale pubblico** “dilata i suoi confini”. Quindi si espande. E ciò perché colui che intraprende un’attività commerciale accetta implicitamente il rischio che la clientela non sia soddisfatta dei suoi servizi e che su di essa esprima, quindi, giudizi poco lusinghieri.

Dunque, tutte le volte in cui un soggetto si affaccia sul **mercato** si espone – volontariamente e indirettamente – al rischio del giudizio impietoso dei propri clienti, con ineluttabile affievolimento del proprio diritto a non veder criticate la propria attività. Insomma, chi dice “mercato” dice anche “gradimento” (o “non gradimento”) che è il metro di valutazione del successo commerciale.

Del resto, è lo stesso imprenditore che si avvantaggia di questa “regola economica” nel momento in cui, grazie al **passa parola**, la propria attività viene lodata. E dunque, come prende gli onori, deve accettare anche gli oneri della nuova società telematica. Il bilanciamento del diritto a non veder denigrata la propria attività va operato con il correlativo diritto dei fruitori ad esprimere un giudizio – non intenzionalmente o immotivatamente offensivo – su di essa.

La Cassazione, del resto, ha sempre tutelato il **diritto di critica**, ritenendola come figlia del diritto di libera manifestazione del proprio pensiero. Gli unici paletti sono l’**esistenza del fatto criticato** (non si può criticare qualcosa di falso) e la **continenza verbale** (ossia l’utilizzo di una forma espressiva non inutilmente aggressiva o infamante). Entro questi limiti i giudizi aspri o polemici sono legittimi e non costituiscono diffamazione.

Il giudice non può addossare a chi pubblica un post su Facebook gli stessi oneri di un giornalista. Va dunque esclusa la **diffamazione** per il **commento negativo sul social network, con il quale si stronca un'attività gastronomica**, accusando il gestore di avere prezzi alti e “truffare” sul peso. La Cassazione, con la sentenza 3148/19, accoglie il ricorso contro una doppia condanna, incassata sia in primo sia in secondo grado, per aver offeso la reputazione della titolare di una gastronomia, pubblicando sul profilo Facebook una guida satirica ai peggiori ristoranti della città e dintorni. Nel mirino era finito un signore accusato di vendere pasta a prezzi esorbitanti bluffando anche sul peso.

#### **Note:**

**[1]** Trib. Pistoia, sent. del 16.12.2015.