Google lancia uno strumento per difendere le aziende dalle recensioni estorsive

Maria Cattini | 14/11/2025 | Sicurezza digitale

Negli ultimi mesi un numero crescente di piccole imprese — dai traslocatori ai ristoratori, fino ai negozi locali — ha denunciato un nuovo tipo di truffa digitale: l'**estorsione tramite recensioni false**.
Truffatori coordinati inondano i profili Google di attività commerciali con **recensioni a una stella**, abbassando in poche ore la reputazione online dell'azienda. Poi contattano i titolari su **WhatsApp o Telegram**, chiedendo pagamenti — spesso intorno ai 100 dollari per recensione — in cambio della rimozione dei commenti negativi.

Per rispondere a questa ondata di ricatti digitali, Google ha lanciato uno **strumento ufficiale di segnalazione**, dedicato ai commercianti che subiscono attacchi coordinati.
Il nuovo modulo, disponibile su *Google Maps for Business*, consente alle aziende di **denunciare direttamente i tentativi di estorsione**, fornendo prove e documentazione utile alle indagini.

Come funziona il modulo di segnalazione

Secondo Google, la nuova funzione consente ai titolari di attività registrate su Google Maps di:

• segnalare recensioni sospette riconducibili a comportamenti di estorsione;
• allegare screenshot di chat, email e transazioni;
• richiedere la rimozione prioritaria delle recensioni fraudolente.

Una volta ricevuta la segnalazione, i team di **Trust & Safety** di Google analizzano i dati e — se la truffa viene confermata — rimuovono le recensioni false e bloccano i profili responsabili.

> "Gli attori malintenzionati cercano di aggirare i nostri sistemi di moderazione e inondano i profili con recensioni a una stella. Ora i commercianti avranno uno strumento diretto per difendersi",
> ha spiegato Laurie Richardson, vicepresidente di **Trust & Safety di Google**.

Recensioni come arma di pressione economica

Il fenomeno, inizialmente sporadico, ha assunto proporzioni globali.
Diverse aziende di **New York, Londra e Milano** hanno segnalato attacchi provenienti da **numeri telefonici basati in Pakistan e Bangladesh**, dietro cui si celano reti organizzate di truffatori.

In un caso documentato da *CBS News*, un concessionario d'auto newyorkese ha visto la propria valutazione scendere da 4,9 a 4,1 stelle in un solo giorno, dopo 20 recensioni fraudolente. Quando ha provato a contattare uno dei numeri indicati, il truffatore ha chiesto **migliaia di dollari** minacciando di pubblicare "15 nuove recensioni al giorno" fino al pagamento del riscatto.

© 2026 Coondivido — Tutti i diritti sono riservati

Per le piccole attività, la reputazione online è spesso l'unico canale di fiducia con i clienti.
Un'ondata di recensioni negative può:

• ridurre drasticamente le visite e le prenotazioni;
• compromettere la visibilità nelle ricerche locali;
• danneggiare la credibilità del marchio nel lungo periodo.

Ecco perché Google invita i titolari a **non interagire mai con gli estorsori**.
Pagare, infatti, non solo non garantisce la rimozione delle recensioni ma **incoraggia nuovi attacchi**.

L'unico comportamento corretto, spiega l'azienda, è **documentare tutto** (screenshot, conversazioni, ricevute) e usare il modulo di segnalazione per attivare l'assistenza ufficiale e le forze dell'ordine.

L'annuncio di Google arriva in un contesto più ampio di **preoccupazione globale sulle frodi digitali**.
Un recente report di *Reuters* ha rivelato che circa il **10% dei ricavi pubblicitari di Meta nel 2024** — pari a **16 miliardi di dollari** — proveniva da annunci che promuovevano **prodotti falsi o truffe ad alto rischio**.

La linea che separa la pubblicità fraudolenta dalle recensioni manipolate si fa sempre più sottile: entrambe sfruttano **la fiducia degli utenti nei sistemi di reputazione online** per generare profitti illegali o ricatti.

Questo nuovo strumento non è solo una misura tecnica, ma anche un passo verso una **cultura di sicurezza digitale diffusa**.
Le aziende possono rafforzare la propria protezione adottando alcune buone pratiche:

• monitorare regolarmente le recensioni su Google Maps;
• impostare avvisi automatici per variazioni improvvise del punteggio;
• conservare le prove di eventuali contatti sospetti;
• segnalare i tentativi di estorsione anche alle autorità competenti.

Google sta inoltre migliorando i propri **algoritmi di rilevamento automatico**, addestrandoli a identificare schemi anomali come recensioni duplicate o pubblicate in massa in tempi ravvicinati.

L'ecosistema digitale, tuttavia, resta fragile.
Per vincere davvero la battaglia contro le recensioni false servirà **collaborazione tra piattaforme, utenti e autorità**, e soprattutto una maggiore consapevolezza del valore — e della vulnerabilità — della reputazione online.
Negli ultimi mesi un numero crescente di piccole imprese — dai traslocatori ai ristoratori, fino ai negozi locali — ha denunciato un nuovo tipo di truffa digitale: l'**estorsione tramite recensioni false**.
Truffatori coordinati inondano i profili Google di attività commerciali con **recensioni a una stella**, abbassando in poche ore la reputazione online dell'azienda. Poi contattano i titolari su **WhatsApp o Telegram**, chiedendo pagamenti — spesso intorno ai 100 dollari per recensione — in cambio della rimozione dei commenti negativi.

Per rispondere a questa ondata di ricatti digitali, Google ha lanciato uno **strumento ufficiale di segnalazione**, dedicato ai commercianti che subiscono attacchi coordinati.
Il nuovo modulo, disponibile su *Google Maps for Business*, consente alle aziende di **denunciare direttamente i tentativi di estorsione**, fornendo prove e documentazione utile alle indagini.

Come funziona il modulo di segnalazione

Secondo Google, la nuova funzione consente ai titolari di attività registrate su Google Maps di:

© 2026 Coondivido — Tutti i diritti sono riservati

• segnalare recensioni sospette riconducibili a comportamenti di estorsione;
• allegare screenshot di chat, email e transazioni;
• richiedere la rimozione prioritaria delle recensioni fraudolente.

Una volta ricevuta la segnalazione, i team di **Trust & Safety** di Google analizzano i dati e — se la truffa viene confermata — rimuovono le recensioni false e bloccano i profili responsabili.

> “Gli attori malintenzionati cercano di aggirare i nostri sistemi di moderazione e inondano i profili con recensioni a una stella. Ora i commercianti avranno uno strumento diretto per difendersi”,
> ha spiegato Laurie Richardson, vicepresidente di **Trust & Safety di Google**.

Recensioni come arma di pressione economica

Il fenomeno, inizialmente sporadico, ha assunto proporzioni globali.
Diverse aziende di **New York, Londra e Milano** hanno segnalato attacchi provenienti da **numeri telefonici basati in Pakistan e Bangladesh**, dietro cui si celano reti organizzate di truffatori.

In un caso documentato da *CBS News*, un concessionario d’auto newyorkese ha visto la propria valutazione scendere da 4,9 a 4,1 stelle in un solo giorno, dopo 20 recensioni fraudolente. Quando ha provato a contattare uno dei numeri indicati, il truffatore ha chiesto **migliaia di dollari** minacciando di pubblicare “15 nuove recensioni al giorno” fino al pagamento del riscatto.

Per le piccole attività, la reputazione online è spesso l’unico canale di fiducia con i clienti.
Un’ondata di recensioni negative può:

• ridurre drasticamente le visite e le prenotazioni;
• compromettere la visibilità nelle ricerche locali;
• danneggiare la credibilità del marchio nel lungo periodo.

Ecco perché Google invita i titolari a **non interagire mai con gli estorsori**.
Pagare, infatti, non solo non garantisce la rimozione delle recensioni ma **incoraggia nuovi attacchi**.

L’unico comportamento corretto, spiega l’azienda, è **documentare tutto** (screenshot, conversazioni, ricevute) e usare il modulo di segnalazione per attivare l’assistenza ufficiale e le forze dell’ordine.

L’annuncio di Google arriva in un contesto più ampio di **preoccupazione globale sulle frodi digitali**.
Un recente report di *Reuters* ha rivelato che circa il **10% dei ricavi pubblicitari di Meta nel 2024** — pari a **16 miliardi di dollari** — proveniva da annunci che promuovevano **prodotti falsi o truffe ad alto rischio**.

La linea che separa la pubblicità fraudolenta dalle recensioni manipolate si fa sempre più sottile: entrambe sfruttano **la fiducia degli utenti nei sistemi di reputazione online** per generare profitti illegali o ricatti.

Questo nuovo strumento non è solo una misura tecnica, ma anche un passo verso una **cultura di sicurezza digitale diffusa**.
Le aziende possono rafforzare la propria protezione adottando alcune buone pratiche:

• monitorare regolarmente le recensioni su Google Maps;
• impostare avvisi automatici per variazioni improvvise del punteggio;
• conservare le prove di eventuali contatti sospetti;

© 2026 Coondivido — Tutti i diritti sono riservati

• segnalare i tentativi di estorsione anche alle autorità competenti.

Google sta inoltre migliorando i propri **algoritmi di rilevamento automatico**, addestrandoli a identificare schemi anomali come recensioni duplicate o pubblicate in massa in tempi ravvicinati.

L’ecosistema digitale, tuttavia, resta fragile.
Per vincere davvero la battaglia contro le recensioni false servirà **collaborazione tra piattaforme, utenti e autorità**, e soprattutto una maggiore consapevolezza del valore — e della vulnerabilità — della reputazione online.

© 2026 Coondivido — Tutti i diritti sono riservati