MARKETPLACE

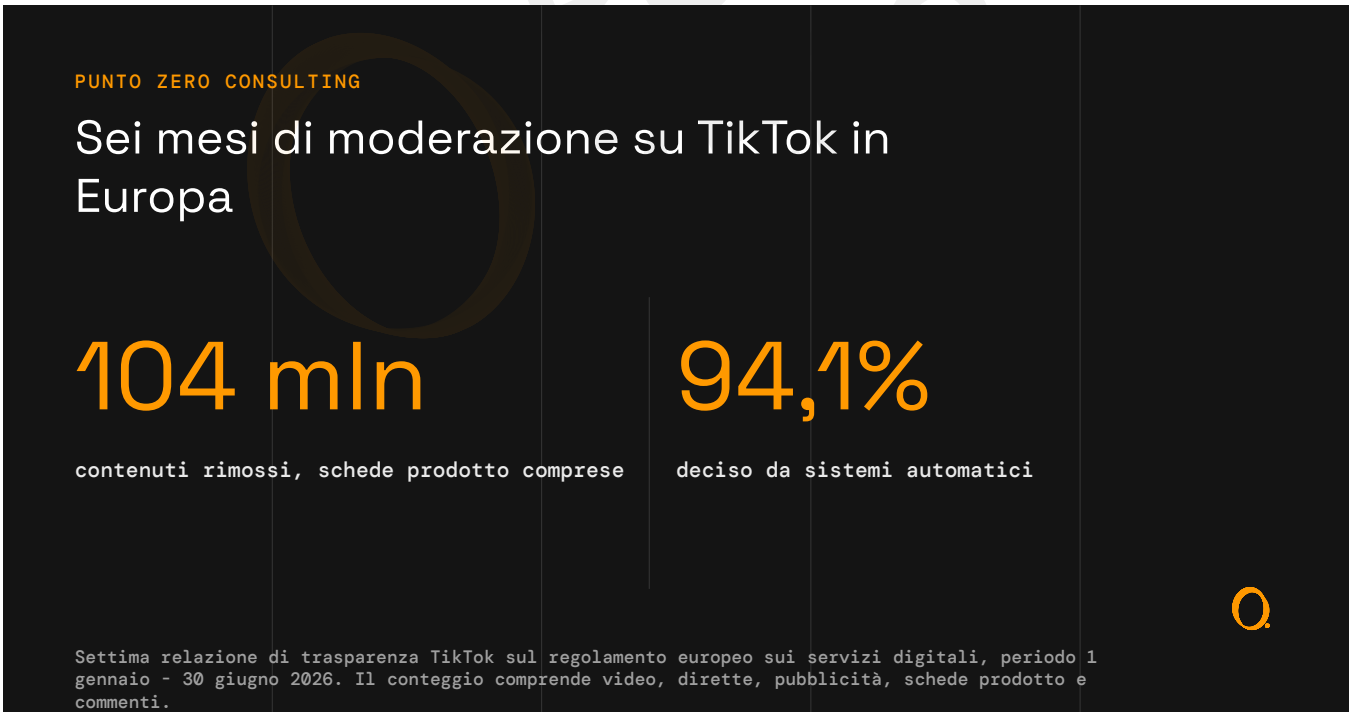
# Su TikTok Shop la scheda prodotto è un contenuto da moderare

Nella relazione di trasparenza europea TikTok conta le schede prodotto insieme a video, dirette e pubblicità: 104 milioni di contenuti rimossi in sei mesi, il 94,1% da sistemi automatici senza revisione umana. Su questo canale il tuo catalogo passa dalla moderazione, non dal controllo di un marketplace.



Dr. Brenno Zuccarello, CEO Punto Zero

13 NOVEMBRE 2026 · 6 MIN DI LETTURA




Sei mesi di moderazione su TikTok in Europa — Settima relazione di trasparenza TikTok sul regolamento europeo sui servizi digitali, periodo 1 gennaio - 30 giugno 2026. Il conteggio comprende video, dirette, pubblicità, schede prodotto e commenti.

C'è una riga, nella relazione di trasparenza che TikTok pubblica per il regolamento europeo sui servizi digitali, che vale la pena leggere due volte se vendi su TikTok Shop. Spiega come vengono contate le rimozioni: il numero comprende video, dirette, pubblicità, schede prodotto e commenti [1].

Le schede prodotto stanno lì, nella stessa lista dei video e delle pubblicità. Non è un dettaglio di contabilità: è il modo in cui la piattaforma pensa al tuo catalogo.

## I numeri dei sei mesi

La settima relazione copre il periodo **dal 1° gennaio al 30 giugno 2026**. In quei sei mesi TikTok ha rimosso **circa 104 milioni di contenuti** che violavano le sue regole, su quelle cinque tipologie messe insieme. E i sistemi automatici hanno deciso il **94,1%** delle rimozioni, senza revisione umana [1].

Una cosa che la relazione non fa, ed è giusto dirla: **non separa le schede prodotto dal resto**. Quindi non sappiamo quante inserzioni siano state rimosse. Sappiamo che stanno dentro quel conteggio e che la percentuale di automazione è dichiarata sull'insieme. Chi ti racconta che "su TikTok Shop vengono tolte X schede al mese" sta usando un numero che in quel documento non c'è.

## Perché cambia il modo di lavorare

Su Amazon una scheda che sparisce è quasi sempre un problema di catalogo: un attributo sbagliato, una categoria che richiede un'autorizzazione, una segnalazione sul marchio. La si rimette in piedi dialogando con un processo che tratta il prodotto come una voce di un catalogo.

Su TikTok Shop la tua scheda vive nello stesso impianto che modera un video. Tre conseguenze pratiche.

**La prima: si scrive per le regole sui contenuti, non solo per quelle di catalogo.** Un claim che sul tuo sito passerebbe, qui, in un titolo o in una descrizione, può incrociare una policy pensata per i video. Vale soprattutto per integratori, cosmetici, dispositivi e tutto quello che promette un effetto.

**La seconda: la decisione iniziale è quasi sempre di una macchina.** Con il 94,1% di automazione, l'ipotesi di lavoro è che nessuno abbia guardato la tua scheda prima di toglierla. Non è una colpa della piattaforma, è una scelta di scala dichiarata apertamente. Cambia però l'atteggiamento giusto: non prendersela, fare ricorso.

**La terza: il ricorso è un diritto, non una cortesia.** Il regolamento europeo sui servizi digitali impone alle piattaforme di motivare le decisioni di rimozione e di mettere a disposizione un sistema interno di reclamo [2]. Se una scheda viene tolta, devi ricevere una motivazione e puoi contestarla.

> Il tuo catalogo, qui, è contenuto. Trattalo come tale.

## Che cosa ti deve la piattaforma, per legge

Vale la pena sapere che cosa prevede il regolamento quando una decisione ti colpisce, perché sono diritti che quasi nessuno usa [2].

Il primo è la **motivazione**. Una piattaforma che rimuove o limita un contenuto deve dire perché: su quale regola si è basata, se la decisione è stata presa con strumenti automatici e quali mezzi di impugnazione hai. Una notifica generica non basta.

Il secondo è il **reclamo interno**, gratuito e da trattare in tempi ragionevoli, con una decisione che non può essere presa soltanto da una macchina.

Il terzo lo conoscono in pochissimi: se il reclamo interno non risolve, puoi rivolgerti a un **organismo di risoluzione extragiudiziale delle controversie** certificato nel tuo Stato membro. Non è un tribunale e la sua decisione non è vincolante per le parti allo stesso modo di una sentenza, ma è una via che esiste e che costa poco.

Nessuno di questi strumenti ti fa riaprire una scheda in giornata. Servono quando il problema si ripete, o quando una rimozione sbagliata ti sta costando la stagione.

## La nostra lettura

Chi arriva da Amazon tende a sottovalutare questo punto perché ragiona in termini di conformità del prodotto: certificazioni a posto, codici a posto, categoria giusta. Su TikTok Shop quella è la condizione minima, non la fine del lavoro. Il livello in più è come il prodotto viene **detto**: nel titolo, nella descrizione, nel video che lo accompagna e in quello che ne dice un creator affiliato.

E c'è un'esposizione che quasi nessuno considera: un creator che per vendere il tuo prodotto dice una frase di troppo non mette a rischio soltanto il suo video. Il contenuto che spinge quella scheda e la scheda stessa stanno nello stesso impianto di moderazione.

## Cosa faremmo adesso

1. **Rileggi titoli e descrizioni dei tuoi prodotti più venduti cercando le promesse.** "Elimina", "cura", "garantisce", "in 7 giorni": sono le parole che fanno scattare i controlli automatici su qualunque piattaforma di contenuti.
2. **Tieni le prove a portata di mano.** Certificazioni, schede tecniche, test: se devi fare ricorso servono subito, non fra due settimane.
3. **Dai regole scritte ai creator che lavorano con te.** Cosa possono dire e cosa no. È una tutela anche per loro.
4. **Quando una scheda viene tolta, leggi la motivazione e fai reclamo invece di ricaricare il prodotto da zero.** Ricaricare perde lo storico e non risolve la ragione della rimozione.

Niente di tutto questo rende TikTok Shop un canale difficile. Lo rende un canale diverso, dove il reparto da avere dalla propria parte non è quello che controlla i cataloghi.

Un'ultima cosa sul seguito. Questa è la settima relazione di una serie che esce a cadenza regolare [1], quindi fra qualche mese ne arriverà un'ottava con i numeri del secondo semestre, e saranno i primi a comprendere un anno pieno di TikTok Shop in tredici mercati europei. Il dato da guardare non sarà il totale delle rimozioni, che cresce per forza insieme al traffico: sarà la quota decisa dalle macchine. Se quel 94,1% sale ancora, vuol dire che lo spazio per spiegarsi prima di una rimozione si stringe, e che conviene stringere di conseguenza anche il controllo su come scrivi le schede. Quando uscirà, la leggeremo e lo scriveremo qui.

ARGOMENTI CORRELATI

TIKTOK SHOP SCHEDE PRODOTTO

---

## Fonti


1. TikTok Newsroom, "Digital Services Act: Our seventh transparency report on content moderation in Europe" (https://newsroom.tiktok.com/digital-services-act-our-seventh-transparency-report-on-content-moderation-in-europe?lang=en-150) Consultata il 5 novembre 2026.
2. Regolamento (UE) 2022/2065 sui servizi digitali (DSA), EUR-Lex (https://eur-lex.europa.eu/legal-content/IT/TXT/?uri=CELEX:32022R2065) Consultata il 5 novembre 2026.