KARY ZA FAŁSZYWE OPINIE W INTERNECIE – DECYZJE PREZESA UOKIK

* **Opinie.pro i SN Marketing to pierwsze spółki ukarane przez Prezesa UOKiK za handel nieprawdziwymi recenzjami i ocenami zamieszczanymi w internecie.**
* **Oferowane przez nie opinie były fikcyjne i wprowadzały konsumentów w błąd co do produktów lub usług.**
* **Od 1 stycznia 2023 r. każda firma, która publikuje recenzje w internecie, będzie musiała informować, jak weryfikuje ich autentyczność.**

**[Warszawa, 15 grudnia 2022 r.]** Jak wynika z [badań społecznych](https://uokik.gov.pl/download.php?plik=25423) przeprowadzonych w 2020 r. na zlecenie UOKiK, 93 proc. osób robiących zakupy w internecie kieruje się opiniami o produkcie zamieszczonymi przez innych konsumentów. Dlatego tak ważne jest, aby były one prawdziwe i wiarygodne tzn. pochodziły od osób, które kupiły dany produkt lub skorzystały z danej usługi i dzielą się swoimi autentycznymi doświadczeniami – pozytywnymi albo negatywnymi.

- *Publikowanie w internecie fałszywych opinii to szczególnie naganne zjawisko. W ten sposób konsumenci wprowadzani są w błąd, a ich decyzje zakupowe ulegają zniekształceniu. To także nie fair wobec konkurencji – uczciwych przedsiębiorców, którzy nie kupują ocen, przez co mogą być np. słabiej pozycjonowani w wyszukiwarkach internetowych* – mówi Tomasz Chróstny, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

UOKiK od wielu miesięcy przygląda się działaniom przedsiębiorców w tym zakresie. Są już efekty: kary dla dwóch spółek sprzedających recenzje.

**Kary dla Opinie.pro i SN Marketing**

Spółki Opinie.pro z Lubartowa i SN Marketing z Krakowa to firmy świadczące usługi związane z opiniami w internecie. W maju tego roku Prezes UOKiK postawił im [zarzuty naruszania zbiorowych interesów konsumentów](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=18600). Teraz wydał decyzje, w których stwierdził stosowanie nieuczciwych praktyk i nałożył na obie spółki kary finansowe – łącznie 70 tys. zł.

**Opinie.pro** oferuje przedsiębiorcom pozyskiwanie pozytywnych opinii i ocen w wizytówkach Google oraz recenzji na Facebooku. Wcześniej w ofercie firma miała także opinie w portalach Tripadvisor, Ceneo, Oferteo i ZnanyLekarz. Dodatkowo przedsiębiorcy mogą wykupić polubienia tych komentarzy. Spółka reklamowała swoje usługi w ten sposób: „*Kup opinie Google wraz z ocenami, które pozytywnie wpływają na odbiór marki w internecie. Dodatkowo oceny wzbogacone o kilka pozytywnych zdań wzbudzają większe zaufanie i wyglądają neutralnie. Dbamy o to, by zmieniać przeglądarki i urządzenia mobilne, a także zapewniamy wystawianie ocen z różnych adresów IP, co zwiększa wiarygodność opinii”.*

Podczas postępowania ustaliliśmy, że oceny i opinie powstawały bez żadnego kontaktu z danym produktem lub usługą. Początkowo tworzyła je spółka Opinie.pro na podstawie dostępnych w internecie informacji o ofercie kontrahenta lub pozyskiwała je na zasadzie wzajemności (w zamian za inną pozytywną opinię) w specjalnych grupach w portalu społecznościowym. Obecnie zamawia opinie u wykonawców z Azji.

**SN Marketing** także zamieszczał opinie w Google Maps na zlecenia przedsiębiorców. Oferował je w pakietach, a klient decydował o częstotliwości publikacji. W opcjach dodatkowych można było wybrać polubienia opinii, rozbudowane teksty czy uzupełnienie opinii o zdjęcia. W efekcie powstały np. takie recenzje: „*Znają się na robocie i sprzęcie, gość z którym rozmawiałem wiedział wszystko mimo tego że wcale nie mam popularnego auta i zawsze są problemy. Tutaj skompletowane wszystko w dosłownie ułamek sekundy*”, „*Szybka i fachowa usługa za normalne pieniądze. Daje 5 za profesjonalne podejście do swojej pracy*”. Opinie wystawiane były przez spółkę z różnych kont.

*- Takie wymyślone recenzje całkowicie zaburzają obraz rynku, są szkodliwe dla konsumentów i konkurencji. Dlatego nałożyłem na obu przedsiębiorców kary finansowe zbliżone do maksymalnych* – mówi Tomasz Chróstny, Prezes UOKiK.

W przypadku Opinie.pro kara to 40 tys. zł, spółka musi też zaniechać kwestionowanej praktyki. Natomiast na SN Marketing, który już zaprzestał tworzenia fałszywych opinii, Prezes UOKiK nałożył sankcje w wysokości 30 tys. zł. Obie spółki muszą poinformować o decyzjach Prezesa Urzędu w wykorzystywanych przez siebie serwisach.

**Nowe przepisy**

Od 1 stycznia 2023 r. zaczną w Polsce obowiązywać przepisy unijnej dyrektywy Omnibus, która zakłada większą przejrzystość zakupów w internecie. Jedną z ważnych zmian jest uregulowanie kwestii związanych z **recenzjami konsumentów.** Każdy przedsiębiorca, który udostępnia opinie na swojej stronie, będzie musiał informować, jak weryfikuje ich autentyczność, czyli jak sprawdza, czy opinia pochodzi od osoby, która faktycznie kupiła produkt lub skorzystała z usługi.

**Pomoc dla konsumentów:**

Tel. 801 440 220 lub 222 66 76 76 – infolinia konsumencka
E-mail: porady@dlakonsumentow.pl
[Rzecznicy konsumentów](https://uokik.gov.pl/pomoc.php) – w twoim mieście lub powiecie