FAŁSZYWE OPINIE W SIECI – DZIAŁANIA PREZESA UOKiK

* **„Moja ocena 5/5”, „Firma godna polecenia”, „Polecam z całego serca” – brzmi znajomo? Pewnie tak, jeśli kupując w sieci czytasz opinie. Niestety nie zawsze są one prawdziwe.**
* **Prezes UOKiK stawia zarzuty związane z handlem fałszywymi opiniami dwóm spółkom - Opinie.pro z Lubartowa oraz SN Marketing z Krakowa.**
* **Za tworzenie, pozyskiwanie i zamieszczanie fałszywych opinii w sieci grozi kara finansowa do 10 proc. obrotu. To kolejne działanie Prezesa UOKiK na rynku reklamy internetowej w tym roku.**

**[Warszawa, 13 czerwca 2022 r.]** *Nasze działanie prowadzone jest w pełni anonimowo, a dbanie o dyskrecję wpisane zostało w politykę firmy… Usługa, którą oferujemy, polega na tworzeniu profesjonalnych, pozytywnych opinii… Zawiera zdania pojedyncze i złożone, napisane zgodnie z zasadami języka polskiego* – tak jeden z przedsiębiorców zachwalał swoje usługi „marketingowe” w sieci. Z naszych dotychczasowych ustaleń wynika, że oferował tworzenie fałszywych opinii hurtowo bez jakiegokolwiek kontaktu z ocenianym produktem lub usługą.

Prezes UOKiK od kilku miesięcy przyglądał się praktykom tego typu firm, sprawdzając zasady współpracy m.in. w ramach tzw. marketingu szeptanego czy usługi polegającej na „gwarantowaniu oryginalnych, wiarygodnych opinii”. Zebrane informacje oraz dowody pozwoliły postawić zarzuty wprowadzania konsumentów w błąd dwóm spółkom: **Opinie.pro** oraz **SN Marketing.** W obu przypadkach chodzi o praktykę polegającą na pozyskiwaniu lub tworzeniu i zamieszczaniu w głównych serwisach internetowych, np. Google, Google Maps, Facebook czy Tripadvisor - fałszywych opinii o produktach i usługach.

- *Renoma przedsiębiorców powinna opierać się na prawdziwych informacjach i kształtować w ramach uczciwej gry rynkowej. Działania obu spółek sprawiają, że reguły uczciwej gry zostają zakłócone. Fałszywe opinie mogą niestety wywoływać błędne wrażenie, że są autentycznymi komentarzami osób, które skorzystały z oferty. Mogą więc sztucznie zawyżać oceny, a tym samym wprowadzać w błąd i prowadzić do decyzji zakupowych, których klienci nie podjęliby, gdyby zdawali sobie sprawę, że są wymyślone i kupione. Takie działania mogą zniekształcać zachowania rynkowe przeciętnego konsumenta* *–* wyjaśnia Prezes UOKiK Tomasz Chróstny.

W większości odbiorcami usług obu agencji marketingowych są przedsiębiorcy chcący poprawić swoją rozpoznawalność w sieci i zwiększyć sprzedaż. Kontrahenci rozliczają się na podstawie wystawianych faktur, bez zawierania pisemnych umów. Handel opiniami odbywa się pakietowo – po 5, 10, a nawet 200 opinii. Obie spółki tworzą lub pozyskują opinie, których wystawienie nie jest poprzedzone sprawdzeniem produktów lub usług. Wszczęte postępowania mogą zakończyć się wydaniem decyzji przez Prezesa UOKiK, w których mogą zostać nałożone kary za naruszenie zbiorowych interesów konsumentów w wysokości do 10 proc. obrotu.

Obecne działania są częścią rozpoczętej w zeszłym roku analizy rynku. Z badań przeprowadzonych na zlecenie Prezesa Urzędu wynika, że blisko połowa ankietowanych obawia się kierowania fałszywymi opiniami podczas wyboru produktu. Dlatego już kilkanaście miesięcy temu UOKiK informował o [działaniach prowadzonych](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=17411) wobec ceneo.pl i opineo.pl. Wątpliwości Prezesa Urzędu wzbudziło wówczas ukrywanie części opinii i ocen negatywnych oraz nieuwzględnianie ich w statystykach, gdy sprzedawca nawiązał kontakt z konsumentem. Obaj przedsiębiorcy zareagowali pozytywnie i zmienili kwestionowane praktyki. Obecnie Urząd weryfikuje również sposób prezentowania opinii przez sklepy internetowe i inne platformy, a także brokerów, czyli firm pozyskujących lub tworzących opinie na zlecenie.

**Korzystasz z opinii w sieci, sprawdź na co zwrócić uwagę:**

1. Recenzje wystawione przez osoby bez zdjęć profilowych, z kont fikcyjnych np. ze zdjęciami modeli lub modelek powinny wzbudzić twoją czujność.
2. Bądź sceptyczny, jeśli opinia, którą czytasz, jest częścią gwałtownego wzrostu liczby komentarzy o danym produkcie lub usłudze.
3. Zwracaj uwagę na sposób pisania opinii. Ostrożnie podchodź do komentarzy przyznających 5 gwiazdek, bez szczegółowego opisu albo bardzo lakonicznych np. polecam, super sprzedawca.
4. Zwróć uwagę, czy zasady i warunki publikowania i moderowania opinii są jasne i jednoznaczne. W szczególności, kto może wystawić ocenę, czy są to tylko osoby, które dokonały zakupu.
5. Unikaj sprzedawców, którzy zachęcają do składania wyłącznie opinii o określonej treści np. pozytywnych.
6. Jeśli zostałeś poproszony o wystawienie opinii w zamian za określone korzyści rzeczowe lub finansowe - oznacz, że jest to komentarz po otrzymaniu zachęty. Zwróć uwagę również, czy sklep, któremu wystawiasz ocenę, oznacza takie opinie w wyróżniający się sposób.
7. Jeśli zostałeś poproszony o wystawienie opinii w sprawie towaru, z którego nie korzystałeś – nie rób tego, bo zostaniesz wykorzystany przez nieuczciwego przedsiębiorcę.
8. Zawiadom UOKiK, jeśli notorycznie spotykasz się z manipulowaniem prawdziwymi opiniami np. poprzez blokowanie czy opóźnienie publikacji - najczęściej negatywnych komentarzy - pod pretekstem rozpoznawania problemu.

**Pamiętaj:**

1. Fałszywe opinie są tworzone na wzór opinii wystawianych przez prawdziwych konsumentów, są jednak pisane „na zamówienie”, często w hurtowych ilościach. Mogą być zarówno pozytywne, jak i negatywne, w zależności od celu, jaki marka chce osiągnąć.
2. Fałszywe zdjęcia - podobnie jak opinie - wprowadzają w błąd i ich zamieszczanie może być uznane za niezgodne z prawem.
3. Opracowywanie zestawu komentarzy przez sprzedawcę, a następnie zlecanie ich zamieszczania w sieci jest niezgodne z prawem. W praktyce wygląda to na pozorowanie zamieszczania komentarzy przez różne podmioty, z różnych kont, podczas gdy faktycznie opracowuje je sprzedawca lub inny podmiot na jego zlecenie.

**Pomoc dla konsumentów:**

Tel. 801 440 220 infolinia konsumencka  
E-mail: [porady@dlakonsumentow.pl](mailto:porady@dlakonsumentow.pl)  
[Rzecznicy konsumentów](https://uokik.gov.pl/pomoc.php) – w Twoim mieście lub powiecie  
[Wojewódzkie inspektoraty Inspekcji Handlowej](https://www.uokik.gov.pl/wazne_adresy.php#faq595)