RECENZJE SZYTE NA MIARĘ – ZARZUTY PREZESA UOKIK WOBEC BEST-REVIEW

* **Prezes UOKiK wszczął postępowanie wobec firmy Best-Review z Leszna za handel nieprawdziwymi recenzjami w internecie.**
* **Zarzut dotyczy sprzedawania fałszywych opinii na temat usług i produktów, co mogło skutkować wprowadzaniem konsumentów w błąd.**

**[Warszawa, 13 listopada 2023 r.]** Odsetek polskich internautów, którzy kupują online rośnie – według najnowszych danych zbliża się do 80% (źródło: raport Gemius „E-commerce w Polsce 2023” ). Każda zakupowa decyzja, niezależnie czy wybieramy pralkę, sprzęt sportowy czy wyjazd zagraniczny, opiera się na kilku kluczowych elementach. Badamy ceny, analizujemy opis produktu, jego skład czy istotne parametry techniczne, oraz zasięgamy opinii innych. Jak wynika z [badań przeprowadzonych na zlecenie UOKiK](https://uokik.gov.pl/download.php?plik=25423) aż 93 proc. osób kupujących w internecie bierze je pod uwagę zanim kliknie „kupuj”. Niestety, znaczenie recenzji w procesie sprzedaży skłania niektórych przedsiębiorców do nieuczciwych praktyk. Handel pozytywnymi opiniami pisanymi na zlecenie wraz z publikacją na wybranych portalach stał się lukratywnym pomysłem na biznes.

*- Transparentność komunikatów zamieszczanych w internecie stanowi coraz większe wyzwanie dla przeciętnego użytkownika. Nawet elementy, które miały zapewniać wsparcie przy podejmowaniu decyzji i weryfikowaniu oferty, jak opinie czy recenzje, stają się polem naruszeń -* mówi Tomasz Chróstny, Prezes UOKiK*. – Zamieszczanie fałszywych lub zniekształconych opinii jest prawnie zakazane i działa nie tylko na niekorzyść konsumentów, ale również uczciwych przedsiębiorców*

**Cena… zaufania**

Firma Best-Review wprowadzała konsumentów w błąd sprzedając gotowe recenzje bez uprzedniego przetestowania produktów czy sprawdzenia rzetelności zleceniodawców. Co więcej, zlecający często mieli wpływ na brzmienie publikowanych opinii, a nawet sami je tworzyli.

Klienci trafiali do przedsiębiorcy przez jedną z paru należących w tym czasie do niego stron opartych na podobnym mechanizmie. Repertuar wszystkich tych stron internetowych był do siebie zbliżony. Każda zawierała ofertę publikowania m.in. „opinii Google z treścią” i „opinii [Google] bez treści (same gwiazdki)” na popularnych portalach i serwisach. Wykupione przez klientów pozytywne opinie zamieszczano w wizytówkach Google Maps czy na portalach takich jak: znanylekarz.pl, opineo.pl, oferteo.pl, ceneo.pl, wakacje.pl, TripAdvisor, Google Play, a także na serwisach społecznościowych (Facebook). To klient decydował o częstotliwości zamieszczania i długości opinii a tym samym finalnych kosztach usługi.

W ocenie Prezesa Urzędu opisane praktyki mogły mieć wpływ na podejmowane przez konsumentów decyzje zakupowe, które w rezultacie działalności przedsiębiorcy oparte były na nieprawdziwych informacjach. Co więcej, poszkodowani mogli być nie tylko kupujący, których wprowadzano w błąd fałszywymi ocenami czy recenzjami, ale także konkurencyjne przedsiębiorstwa. Jeśli zarzuty się potwierdzą, firmie Best-Review grozi kara do 10 proc. obrotu.

**Nie pierwszy taki przypadek**

UOKiK stale monitoruje rynek i od wielu miesięcy przygląda się działaniom przedsiębiorców sprzedających fałszywe opinie w internecie. W lutym tego roku Prezes UOKiK [nałożył na Agencję City Damian Trzciński z Poznania karę w wysokości 40 tys. zł za handel nieprawdziwymi recenzjami](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19378) , postawił także zarzuty firmie J&J Jakub Brożyna, która za pośrednictwem strony Seosklep24.pl oferowała usługę „Opinie w Google Maps”. Wcześniej, w listopadzie 2022 roku, za oferowanie i sprzedaż nierzetelnych opinii w internecie [Prezes UOKiK ukarał spółki Opinie.pro z Lubartowa i SN Marketing z Krakowa](https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19139) – łączna wysokość sankcji finansowych wyniosła ponad 70 tys. zł.

**Na straży konsumentów i zdrowej konkurencji**

Od początku 2023 r. obowiązują przepisy unijnej dyrektywy Omnibus, która zakłada m.in. większą przejrzystość zakupów w internecie. Jedną z ważnych zmian jest uregulowanie kwestii związanych z opiniami konsumentów. Każdy przedsiębiorca, który zapewnia dostęp do recenzji produktów i usług, musi podać, czy je weryfikuje. Jeśli tak, to powinien poinformować w jaki sposób sprawdza ich autentyczność, a także czy zamieszcza je wszystkie, również te negatywne. Przedsiębiorca nie może twierdzić, że opinie zostały zamieszczone przez konsumentów, którzy używali danego produktu lub go kupili, jeśli nie podjął działań, by to zweryfikować. Za niezgodne z przepisami praktyki grozi kara w wysokości do 10 proc. obrotu. Zmiany prawne umożliwiają pociągnięcie do odpowiedzialności nie tylko firmy oferujące nierzetelne opinie, ale również dużych przedsiębiorców branży e-commerce, którzy nie chronią dostatecznie konsumentów przed fałszywymi opiniami na prowadzonych przez siebie portalach.

**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

[Rzecznik Finansowy](https://rf.gov.pl/jak-pomaga-rzecznik-finansowy/porady/) – po odrzuceniu reklamacji przez instytucję finansową