Fałszywe opinie? Stop!

* **Kupujesz fałszywe opinie? Zlecasz ich pisanie? Łamiesz prawo.**
* **Prezes UOKiK wydał kolejne decyzje wobec dwóch firm publikujących fałszywe opinie o produktach i usługach. Suma kar to 85 tys. zł.**
* **Opinie były wystawiane w popularnych serwisach internetowych i miały na celu zwiększenie renomy produktu lub usługi.**

**[Warszawa, 30 lipca 2024 r.]** „Zachowujemy zasadę obiektywności, czyli kreujemy maksymalnie neutralne wrażenie treści, aby przekaz informacyjny nie wydał się reklamą” – takim hasłem firma **SeoSem24 – pozycjonowanie stron www, tworzenie stron www, agencja reklamowa – Łukasz Wudyka w Krakowie** reklamowała swoje usługi. Z kolei firma **Best-Review Krzysztof Michalski w Lesznie** informowała: „Pamiętaj, że nie musisz czekać na to, aby użytkownicy docenili Twoją pracę poprzez zamieszczenie pozytywnych ocen. Możesz mieć je od zaraz. Wystarczy, że skorzystasz z naszego wsparcia (…).” Obaj przedsiębiorcy handlowali opiniami w internecie. Prezes UOKiK uznał, że wprowadzili konsumentów w błąd i wydał wobec nich decyzje.

Zastrzeżenia budzi publikowanie opinii o produktach i usługach na różnych internetowych portalach, np. Google Maps, Tripadvsor, Dobry Mechanik, Ceneo.pl, Znany Lekarz, Wakacje.pl. Przedsiębiorcy nie korzystali z usług i towarów swoich kontrahentów, a mimo to je oceniali. Oferowali także publikowanie opinii wcześniej przygotowanych przez ich zleceniodawców. Wielu konsumentów, którzy korzystają z opinii innych użytkowników przed wyborem produktów lub usług, mogło zostać wprowadzonych w błąd myśląc, że mają do czynienia z prawdziwymi opiniami.

- Recenzje publikowane przez ukaranych przedsiębiorców pozorowały opinie rzeczywistych klientów. Wprowadzały w błąd, ponieważ sztucznie podwyższały renomę sprzedawcy czy jakość produktu lub usługi. Tymczasem, renoma i prestiż przedsiębiorców powinny opierać się na prawdziwych informacjach i kształtować w ramach uczciwej gry rynkowej. Na procederze publikowania fałszywych opinii tracą zarówno konsumenci, jak i uczciwi przedsiębiorcy, którzy w sposób zgodny z prawem zbierają komentarze o swoich produktach – mówi Prezes UOKiK Tomasz Chróstny.

Prezes UOKiK uznał, że doszło do naruszenia zbiorowych interesów konsumentów i nałożył na wspomniane firmy kary finansowe. **Best–Review Krzysztof Michalski w Lesznie ma zapłacić 35 000 zł, a SeoSem24 – pozycjonowanie stron www, tworzenie stron www, agencja reklamowa – Łukasz Wudyka w Krakowie – 50 618 zł** (ma także poinformować o decyzji na swojej stronie internetowej i na portalu Facebook). Obie firmy nie oferują już usługi zamieszczania nieprawdziwych recenzji.Decyzje nie są prawomocne. Przedsiębiorcy mogą odwołać się do sądu.

Prezes UOKiK interweniował w sprawie firm publikujących fałszywe opinie już wcześniej. Do tej pory zapadły rozstrzygnięcia wobec: [Agencja City Damian Trzciński z Poznania](https://archiwum.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19378), [Opinie.pro z Lubartowa i SN Marketing z Krakowa](https://archiwum.uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19139), [J&J Jakub Brożyna w Rzeszowie](https://decyzje.uokik.gov.pl/bp/dec_prez.nsf/43104c28a7a1be23c1257eac006d8dd4/613e1deec0b0ab93c12589ff0036a4aa/%24FILE/Decyzja%20nr%20RPZ%202_2023%20z%2027.06.2023%20-%20%28%20J.%20Bro%C5%BCyna%20JJ%29%20-%20ZIK.pdf).

W toku są także postępowania przeciwko Mastermarketing A&K LTD w Londynie oraz Tomasz Ciuła Project Management w Nowym Sączu. Mogą się zakończyć nałożeniem kary do 10 proc. obrotu przedsiębiorcy. Działania UOKiK dotyczą zamieszczania ofert, których celem jest:

* podbijanie zasięgów: dodawanie followersów, zwiększanie liczby polubień, wyświetleń na Instagramie (Mastermarketing A&K),
* publikowanie nieprawdziwych opinii o produktach i usługach, zapewnianie fałszywych obserwujących, sprzedaż polubień i wyświetleń w mediach społecznościowych, generowanie sztucznego ruchu na stronach internetowych (Tomasz Ciuła Project Management),

Toczy się także postępowanie wyjaśniające w sprawie Energii dla Przyszłości w Warszawie, firmy zajmującej się fotowoltaiką i pompami ciepła. Urząd sprawdza m.in. zasady konkursu, w którym mogły wziąć udział osoby, które wystawiły wysoką ocenę temu przedsiębiorcy w mediach społecznościowych.

Przedsiębiorco, jeśli udostępniasz na swojej stronie możliwość dodawania opinii o produktach i usługach:

* musisz weryfikować, czy pochodzą od osób, które kupiły twój produkt lub korzystały z twoich usług;
* niedozwolone jest sztuczne zawyżanie ocen i rankingów przez wystawianie zamawianych opinii;
* publikuj zarówno opinie pozytywne, jak i negatywne. Nie usuwaj komentarzy niepochlebnych dla ciebie, jeśli ktoś rzeczywiście nie był zadowolony z produktu/usługi.

Dyrektywa Omnibus doprecyzowała kwestie związane z opiniami konsumentów. Każdy przedsiębiorca, który udostępnia je na swojej stronie, musi informować, jak weryfikuje ich autentyczność, czyli jak sprawdza, czy opinia pochodzi od osoby, która faktycznie kupiła produkt lub skorzystała z usługi. Musi informować również o tym, czy zamieszcza także opinie negatywne. Nie jest dozwolone sugerowanie, że opinie konsumentów są prawdziwe, jeśli przedsiębiorca nie podjął wcześniej konkretnych działań by je zweryfikować.

**Pomoc dla konsumentów:**

Infolinia konsumencka: 801 440 220 lub 222 66 76 76
[Poradydlakonsumentow.pl](https://poradydlakonsumentow.pl/)
[Rzecznicy konsumentów](https://uokik.gov.pl/pomoc.php) – w twoim mieście lub powiecie.