KARA DLA HANDLARZA OPINIAMI – KOLEJNE DZIAŁANIA UOKIK

* + - * **Prezes UOKiK nałożył na Agencję City Damian Trzciński z Poznania karę w wysokości 40 tys. zł za handel nieprawdziwymi recenzjami w internecie.**
* **Umieszczane przez przedsiębiorcę opinie wprowadzały konsumentów w błąd co do reputacji firm oraz oferowanych przez nie produktów i usług.**
* **To nie koniec działań, są zarzuty za podobne praktyki wobec firmy J&J Jakub Brożyna z Rzeszowa. Przedsiębiorcy grozi kara do 10 proc. obrotu.**

**[Warszawa, 27 lutego 2023 r.]** Wchodzisz do e-sklepu, chcesz kupić nowy telewizor, kosmetyk, wycieczkę – porównujesz ceny, parametry, skład, opis i… opinie. Z [badań przeprowadzonych na zlecenie UOKiK](https://uokik.gov.pl/download.php?plik=25423) wynika, że przy swoich wyborach kieruje się nimi 93 proc. osób kupujących w internecie. Wpływ oceny innych klientów jest istotny w podjęciu ostatecznej decyzji zakupowej. Dlatego nieuczciwi przedsiębiorcy są gotowi zapłacić za pozytywne, chociaż nieprawdziwe recenzje.

*- Opinie i recenzje publikowane w internecie mają wpływ na podejmowane przez konsumentów decyzje. Te nieprawdziwe zakłamują obraz rynku, naruszają prawo konsumentów do rzetelnej informacji oraz zaburzają funkcjonowanie uczciwej konkurencji. Zamieszczanie fałszywych lub zniekształconych opinii jest prawnie zakazane* - mówiTomasz Chróstny, Prezes UOKiK.

**Fałszowanie opinii ukarane**

„Pozyskaj pozytywne opinie w Google”, „Posiadasz negatywne opinie w Google Maps? Pomożemy Ci je poprawić” – w taki sposób przedsiębiorca zachęcał do zakupu swoich usług.Agencja City Damian Trzciński z Poznania zajmuje się szeroko rozumianymi internetowymi usługami marketingowymi, w tym również pozyskiwaniem opinii do wizytówek Google.

W wyniku trwającego od sierpnia 2022 r. postępowania Prezes UOKiK uznał stosowane przez przedsiębiorcę praktyki za nieuczciwe i nałożył na niego karę w wysokości 40 tys. zł. Ponadto właściciel firmy musi poinformować o wydanej decyzji w wykorzystywanych przez siebie serwisach.

Prezes UOKiK ustalił, że przedsiębiorca umyślnie wprowadzał konsumentów w błąd co do opiniowanych firm, w tym ich renomy, jakości usług czy oferowanych produktów. Z oferty Agencji City mógł skorzystać każdy i zamówić określoną liczbę pozytywnych recenzji. W cenniku dostępnych było 6 pakietów od small do premium, w tym ostatnim można było za 1200 zł kupić 100 opinii. W ramach działalności agencja tworzyła i zamieszczała w wizytówkach Google Maps fikcyjne komentarze. Recenzje były formułowane bez uprzedniego przetestowania produktów czy sprawdzenia rzetelności zleceniodawców. Co więcej, zlecający często mieli wpływ na brzmienie publikowanych opinii, a nawet sami je tworzyli, podczas gdy sama treść recenzji sugerowała wręcz przeciwnie: wiarygodność i niezależność.

*- Reputacja przedsiębiorców powinna wynikać z rzetelnych informacji i rzeczywistych doświadczeń konsumentów. Fałszywe opinie wprowadzają konsumentów w błąd – zwłaszcza te, które sprawiają wrażenie autentycznych i sporządzonych przez klientów, którzy faktycznie skorzystali z usług danego przedsiębiorcy. Takie manipulacyjne działania sztucznie zawyżają ocenę danej firmy i zakłócają uczciwość gry rynkowej. To niekorzystne zarówno dla konsumentów, jak i zdrowej konkurencji* – wyjaśnia Tomasz Chróstny, Prezes UOKiK.

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.

**Nowe zarzuty Prezesa UOKiK**

UOKiK stale monitoruje rynek i od wielu miesięcy przygląda się działaniom przedsiębiorców sprzedających fałszywe opinie w internecie. Prezes Urzędu przedstawił zarzuty **firmie J&J Jakub Brożyna.** Przedsiębiorca za pośrednictwem strony Seosklep24.pl oferował usługę „Opinie w Google Maps”, która obejmowała publikowanie pozytywnych lub neutralnych opinii i ocen w ramach wizytówek Google Maps. Treść opinii była generowana automatycznie, tworzona na zlecenie lub dostarczana przez zlecające firmy. Z naszych ustaleń wynika, że te działania miały przede wszystkim na celu lepsze pozycjonowania tych firm w internecie. Informacje o nich mogły pojawiać się wyżej w wynikach wyszukiwania przeglądarki Google i dzięki temu docierać do szerszego grona odbiorców.

**Nowe przepisy**

Od początku 2023 r. obowiązują przepisy unijnej dyrektywy Omnibus, która zakłada 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. 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.

**Warto tym samym podkreślić, iż zmiany prawne umożliwiają pociągnięcie do odpowiedzialności nie tylko firm oferujących nierzetelne opinie, ale również dużych przedsiębiorców branży e-commerce, którzy nie chronią dostatecznie konsumentów przed fałszywymi opiniami na prowadzonych przez siebie portalach.** Szerokie działania w tym zakresie Prezes Urzędu zaplanował na II kwartał 2023 roku.

**Dodatkowe informacje dla mediów:**

Biuro Prasowe UOKiK
pl. Powstańców Warszawy 1, 00-950 Warszawa
Tel.: 22 55 60 246
E-mail: biuroprasowe@uokik.gov.pl
Twitter: @UOKiKgovPL