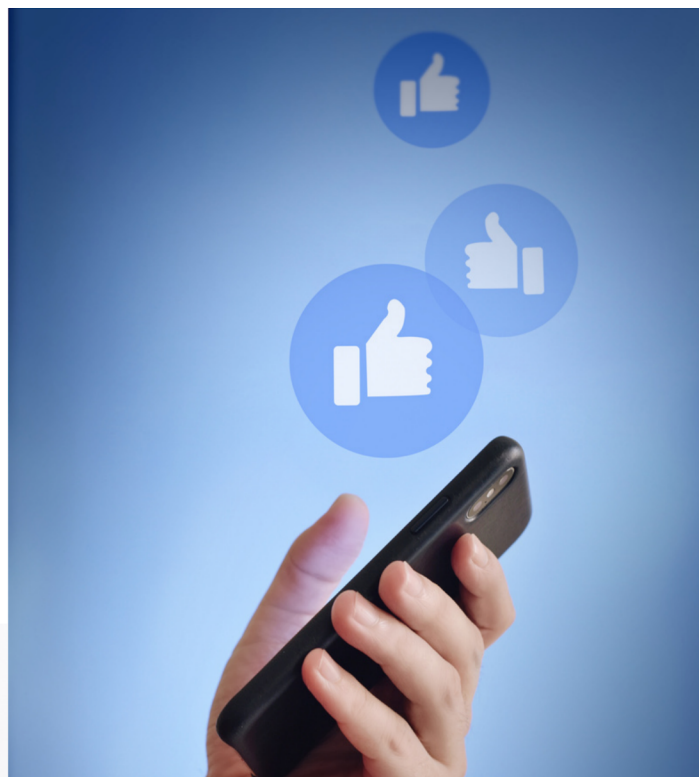


## „Szczерze polecam!” – kilka słów o opiniach w Internecie

Można powiedzieć, że *dobra opinia dźwignią handlu*. Badania społeczne wskazują, że blisko 93% osób kupujących w sieci kieruje się przy podjęciu decyzji o zakupie opiniami o danym produkcie<sup>1</sup>. Pozostaje jednak pytanie – na ile można ufać takim opiniom?



### Nowelizacja prawa konsumenckiego

Z dniem 1 stycznia 2023 r. na skutek dyrektyw unijnych do polskiego porządku prawnego wprowadzono szereg obowiązków informacyjnych spoczywających na przedsiębiorcach oraz rozszerzono katalog praktyk, które nazywamy **nieuczciwymi praktykami rynkowymi**. Głównym celem zmian w prawie jest zapewnienie większej przejrzystości umów zawieranych w Internecie oraz zapewnienie konsumentom dostępu do informacji, które pozwolą mu na bardziej świadome decyzje zakupowe.

### Weryfikowane opinie o produkcie

Pamiętajmy, że decyzja o udostępnianiu opinii o produktach należy wyłącznie do przedsiębiorcy. Jeżeli zdecyduje się on nie udostępniać takich opinii, nie będzie wtedy objęty dodatkowymi obowiązkami informacyjnymi. Jednak w przypadku gdy przedsiębiorca umożliwia dostęp do opinii konsumentów o produktach, ma obowiązek poinformować, czy i w jaki sposób zapewnia, aby publikowane opinie pochodziły od konsumentów, którzy rzeczywiście używali danego produktu lub go nabyli.

<sup>1</sup> Falszowanie opinii w Internecie. Doświadczenia konsumentów na podstawie badania PBS Sp. z o.o. na zlecenie UOKiK – Raport dotyczy badania z października 2020 r.

# DOLNOŚLĄSKA KAMPANIA EDUKACJI KONSUMENCKIEJ

„Szczepze polecam!” – kilka słów o opiniach w Internecie



## Przykładowe formy weryfikacji

Weryfikacja opinii przez przedsiębiorców może przyjąć formę umożliwienia dodawania opinii jedynie przez zalogowanych konsumentów, którzy zakupili i otrzymali dany produkt, wprowadzenia wymogu podania danych umożliwiających połączenie konsumenta wystawiającego opinię z zakupionym produktem (np. numer zamówienia) lub przesyłanie konsumentowi po zrealizowaniu transakcji dedykowanego linku do wystawienia opinii o zakupionym towarze. Informacje te muszą być jasne i zrozumiałe oraz powinny zostać udostępniane z tego samego interfejsu, w którym są publikowane opinie (np. poprzez hipertłczne).

## Rzekomo „zweryfikowane opinie”

Twierdzenie przez przedsiębiorcę, który umożliwia dostęp do opinii konsumentów o produktach, że opinie o produkcie zostały zamieszczone przez konsumentów, którzy używali danego produktu lub go nabyli, choć przedsiębiorca ten nie podjął uzasadnionych i proporcjonalnych kroków w celu sprawdzenia czy opinie te pochodzą od tych konsumentów, stanowi nieuczciwą praktykę rynkową, za co

przedsiębiorca może zostać pociągnięty do odpowiedzialności.

## Nieprawdziwe lub zniekształcone opinie konsumentów

Kolejną nieuczciwą praktyką rynkową jest zamieszczanie lub zlecenie zamieszczenia innej osobie nieprawdziwych opinii lub rekomendacji konsumentów, albo ich zniekształcanie, w celu promowania produktów. Jako przykłady zakazanych praktyk manipulacyjnych można wskazać:

- publikowanie samych pozytywnych opinii i usuwanie negatywnych,
- powiązanie rekomendacji konsumenta z inną treścią niż treść, którą konsument zamierzał zarekomendować
- dostarczanie konsumentom wypełnionych wcześniej wzorów pozytywnej opinii,
- nawiązywanie kontaktu z konsumentami podczas procesu moderacji, aby zachęcić ich do zmiany ich opinii lub wycofania negatywnych opinii.

# DOLNOŚLĄSKA KAMPANIA EDUKACJI KONSUMENCKIEJ

„Szczepze polecam!” – kilka słów o opiniach w Internecie



## Czy można ufać opiniom, które znajdują się w Internecie?

Opinie w sieci są cennym źródłem wiedzy na temat produktów, które zamierzamy kupić. **Ale nie można im jednak ślepo ufać!** Przede wszystkim - należy zachować czujność, porównać recenzje w kilku źródłach, sprawdzić, czy zamieszczone komentarze są przez przedsiębiorcę weryfikowane i w jaki sposób. Kupowane komentarze często są pisane w specyficznym stylu, idealizują produkt, nie zawierają błędów – na to również zwróć uwagę. Przed zakupem nie zapomnij sprawdzić danych kontaktowych sprzedawcy oraz regulaminu. Jeżeli będziemy trzymać się tych prostych zasad, nasze zakupy powinny odbyć się bez przygód.

Udanych zakupów w sieci!

Podstawa prawna: art. 6 ust. 4 pkt 7 oraz art. 7 pkt 25-26 ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym

Stan prawny na dzień: 05.10.2023 r.

Artykuł powstał w ramach projektu "Dolnośląska Kampania Edukacji Konsumentckiej".  
Projekt sfinansowany z budżetu Samorządu Województwa Dolnośląskiego.



**DOLNY  
ŚLĄSK**