

# Publikowanie opinii w social mediach

Czy wiesz, że przedsiębiorcy, którzy zdecydują się udostępnić opinie o produkcie lub usłudze w mediach społecznościowych, muszą podjąć dodatkowe kroki w swoim biznesie?

## Czy muszę informować, że opinie są weryfikowane?

Przedsiębiorcy, którzy zdecydują się udostępnić opinie o produkcie, muszą podjąć dodatkowe kroki w swoim biznesie. Czy wiesz jakie?

Przedsiębiorca, który udostępnia opinie o produktach, musi poinformować konsumenta, czy i w jaki sposób opinie podlegają weryfikacji, jakie środki techniczne i prawne zastosowano w celu weryfikacji ich prawdziwości oraz podać źródła ich pochodzenia.

Warto wiedzieć, że definicja produktu jest szeroka. Produktem jest bowiem każdy towar lub usługa, w tym nieruchomości, usługi cyfrowe, treści cyfrowe, prawa i obowiązki wynikające ze stosunków cywilnoprawnych.

## Polityka opinii

Jednym z najważniejszych elementów tego zadania jest element informacyjny, który należy spełnić wobec konsumenta. Dlaczego? Dlatego że przeczytanie opinii będzie pierwszym kontaktem konsumenta z twoim produktem. W jaki sposób go spełnić? Najprościej przygotować [politykę opinii](#) lub inny dokument, który będzie określał zasady [weryfikowania opinii publikowanych w internecie](#).

# Sklepy i strony internetowe

Najczęściej podczas omawiania tego prawa mówi się o sklepach internetowych. Warto wiedzieć, że przepisy nie zawężają tego obowiązku tylko do stron internetowych czy sklepów online. Przepisy są bardziej ogólne i wskazują, że **przedsiębiorca, który zapewnia dostęp do opinii konsumentów o produktach ma określone obowiązki prawne.**

# Sprzedaż i promocja w mediach społecznościowych

Zastanówmy się teraz przez chwilę, gdzie obecnie odbywa się promocja i sprzedaż. Gdzie udostępniane są opinie o produktach i usługach? Mała podpowiedź: w mediach społecznościowych.

Tak naprawdę sprzedajemy wszędzie, gdzie się da:

- na portalach sprzedażowych typu marketplace,
- na portalach społecznościowych, a tam na forach, w wiadomościach prywatnych, na live'ach,
- na szkoleniach czy na webinarach online.

**Pojawia się zatem pytanie:** Czy skoro proces sprzedaży zaczyna się w mediach społecznościowych, udostępnianie opinii rozpoczyna się właśnie tam, a nie tylko w sklepie online, to czy w social mediach nie trzeba będzie również spełnić obowiązku informacyjnego o weryfikacji opinii?

Moim zdaniem będzie trzeba.

# Jak spełnić obowiązek dot. opinii w social mediach?

Oto kilka sposobów.

1. Umieszczenie linka do polityki weryfikacji opinii w BIO lub na specjalnej stronie z linkami.
2. Stworzenie karuzeli lub rolki, w której poinformujesz, jak weryfikujesz opinie.
3. Korzystanie z naklejki „link” w InstaStories podczas udostępniania opinii.
4. Korzystanie z automatyzacji, gdzie na hasło „sprawdzam” osoba otrzyma link do polityki opinii.
5. Jeżeli udostępniasz opinie w zapisanych InstaStories – stworzenie jednej grafiki, gdzie podasz 3 najważniejsze rzeczy dotyczące sposobu weryfikacji, a w pozostałym zakresie odeślesz do polityki na stronie internetowej.

## Nieuczciwa praktyka rynkowa

Konieczność informowania, czy opinie są weryfikowane, a jeżeli tak – faktyczne ich weryfikowanie, to nie tylko kolejny pusty wymóg prawny. Każdy, kto publikuje opinie i twierdzi, że zostały zamieszczone przez konsumentów, którzy używali danego produktu lub go kupili, w sytuacji, gdy nie zweryfikowano, czy tak naprawdę jest, to przykład nieuczciwej praktyki handlowej wprowadzającej kupujących w błąd.

**Zaniechanie wprowadzające w błąd** to rodzaj praktyki rynkowej, która polega na pomijaniu istotnych informacji potrzebnych konsumentowi do podjęcia decyzji dotyczącej umowy. Pominięcie tej informacji powoduje lub może spowodować, że konsument nie podjąłby decyzji zakupowej, gdyby posiadał tę informację. Na przykład wiedział, że opinia nie została zweryfikowana lub została wydana przez osobę, która nie korzystała z usługi lub produktu.

*Wprowadzającym w błąd zaniechaniem może być w szczególności: [...] zatajenie lub nieprzekazanie w sposób jasny, jednoznaczny lub we właściwym czasie istotnych informacji dotyczących produktu.*

## *Art. 6 ust. 3 pkt 1 Ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym*

W przypadku oferowania produktu lub usługi za istotne uznaje się w szczególności informacje o tym, czy i w jaki sposób przedsiębiorca zapewnia, aby publikowane opinie pochodziły od konsumentów, którzy używali danego produktu lub go nabyli. Dotyczy to przedsiębiorcy, który umożliwia dostęp do wystawionych przez konsumentów opinii o produktach.

## **Podsumowanie**

Pamiętaj, że musisz odpowiedzieć sobie na dwa pytania. Po pierwsze musisz zdecydować, czy chcesz udostępniać konsumentom opinie o produktach. Następnie zastanowić się, w jaki sposób zrealizować nowy obowiązek [weryfikowania opinii o produktach](#).

Przedsiębiorcy, którzy nie decydują się na udostępnianie opinii o produktach, nie są objęci nowym obowiązkiem informacyjnym.

---

*Niniejszy artykuł ma charakter wyłącznie edukacyjny i nie stanowi porady prawnej ani opinii prawnej. Zapoznaj się z [notą prawną](#).*

*Jeżeli potrzebujesz indywidualnej pomocy związanej dostosowaniem się do zmian prawnych, napisz na [napisz@tudzialprawny.pl](mailto:napisz@tudzialprawny.pl).*

Stan prawny na dzień: **19.12.2023 r.**

---

# Bibliografia

1. Ustawa z dnia 23 sierpnia 2007 r. o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, tekst jedn. Dz. U. z 2023 r., poz. 845
2. Wytyczne Komisji Europejskiej dotyczące wykładni i stosowania dyrektywy 2005/29/WE Parlamentu Europejskiego i Rady dotyczącej nieuczciwych praktyk handlowych stosowanych przez przedsiębiorstwa wobec konsumentów na rynku wewnętrznym (2021/C 526/01), <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/PL/TXT/HTML/?uri=OJ:C:2021:526:FULL&from=EN>, dostęp: 10.08.2022.
3. Interpelacja poselska nr 34409 w sprawie fałszywych opinii w sklepach internetowych oraz odpowiedź pana T. Chróstnego – Prezesa UOKiK, <https://sejm.gov.pl/Sejm9.nsf/interpelacja.xsp?documentId=941F379039D43FB5C12588770047596B>, dostęp: 10.08.2022.
4. Projekt ustawy o zmianie ustawy o prawach konsumenta oraz niektórych innych ustaw, <https://www.sejm.gov.pl/sejm9.nsf/druk.xsp?nr=2476>, dostęp: 10.08.2022.

Źródło zdjęcia: Markus Winkler, Pexels, <https://www.pexels.com/pl-pl/zdjecie/internet-pisanie-typografia-plytki-18512872/>, dostęp: 30.01.2024 r.