



Közös európai akcióban vizsgálta a magyar versenyhatóság a fogyasztói vélemények megjelenítését

Budapest, 2022. január 5. – A Gazdasági Versenyhivatal is részt vett az Európai Bizottság és a tagállami hatóságok közös vizsgálatában, amely az online kereskedelemben közzétett fogyasztói értékeléseket tekintette át.

A Gazdasági Versenyhivatal szeptemberben [gyorselemzés](#) keretében vizsgálta meg, hogy a hazai étel-házhozszállító online platformok miként biztosítanak lehetőséget a fogyasztók számára véleményük kifejezésére. A nemzeti versenyhatóság novemberben egy hasonló gyorsvizsgálatban vett részt: az Európai Bizottságot és a tagállami hatóságokat tömörítő Fogyasztóvédelmi Együttműködési Hálózattal (CPC) együttműködve, különböző szektorokban (pl. ruházati termékek, sportszerek, kozmetikumok, könyvek, szállásfoglalás és utazásszervezés stb.) vette górcső alá a fogyasztói értékelések megjelenítését.

Az összehangolt akció (ún. sweep) során szerzett európai tapasztalatok összesítése még folyamatban van, ugyanakkor a GVH a hazai platformok gyorselemzésével rálátást szerzett arra, hogy azok milyen módon tájékoztatják a fogyasztókat az értékelő rendszereik szempontjairól, kalkulációjuk módszertanáról.

A vizsgálat alapján hiányosságként tárta fel, hogy csak kevés kereskedő osztja meg a weboldalán, hogy a fogyasztói értékelések összesítése (pontszáma vagy csillagozása) során milyen szempontokat vett figyelembe, ezért az értékelés folyamata a fogyasztók számára általában nem ismerhető meg. Úgyszintén problémát okozhat, ha a kereskedő csak néhány - jellemzően pozitív - fogyasztói véleményt tesz közzé szolgáltatása népszerűsítése céljából. A GVH ugyanakkor követendő, pozitív példákat is talált a gyorselemzés során, amelyeket beleépített javaslataiba a jó gyakorlatok minél szélesebb terjesztéséhez.

Annak érdekében, hogy az értékelési rendszer a fogyasztó számára átlátható, egyértelmű és követhető legyen, a Gazdasági Versenyhivatal a korábban már megfogalmazott [ajánlásain](#) túl az alábbiakra hívja fel a figyelmet:

- A termékekkel vagy szolgáltatásokkal szerzett, online térben megosztott tapasztalatokban más fogyasztók megbíznak, és hasznosíthatják vásárlási döntéseikhez. Ezért minden olyan értékelésnek, amelyet valamely szolgáltató fogyasztók által közzétett értékelésként mutat be, hitelesnek kell lennie, azaz valós fogyasztói véleményeket, megállapításokat és tapasztalatokat kell tükröznie. Ha a kereskedő lehetővé teszi (pl. foglalási kóddal vagy számlával) nem igazolt vásárlásból származó vélemények megjelenítését, akkor ezt jól érzékelhetően fel kell tüntetni a fogyasztói értékelésnél. Javasolt az esetleges ösztönzők alkalmazásával tett fogyasztói véleményeket is külön jelölni, vagyis ha a kereskedő az értékelésért például vásárlási kupont, árkedvezményt ajánlott fel.
- A fogyasztók tájékoztatását segíti, ha az értékelés lehetőségével egyidejűleg, az értékelés helyének közelében vizuális eszközökkel – például ábrákkal, videóval

támogatottan – közérthetően bemutatásra kerül a weboldal értékelési rendszere. Az ismertetőt célszerű a vélemény írására biztosított felületen (például hiperlinkkel), vagy könnyen elérhető menüpontban megjeleníteni.

- Érdemes egyértelművé tenni a fogyasztó számára, hogy a kereskedő platformját, vagy az azon megvásárolható terméket, szolgáltatást értékeli.
- A kereskedő nem válogathat az értékelések között oly módon, hogy kizárólag a pozitívakat jeleníti meg. Ha a kereskedő úgy dönt, hogy egyes pozitív tartalmú fogyasztói véleményeket, mint marketingeszközt a honlapján kiemelten is megjeleníti, biztosítania szükséges a kiegyensúlyozott tájékoztatást, és nem hallgathatja el, ha a céggel, annak termékével vagy szolgáltatásával kapcsolatosan kevésbé kedvező tapasztalatokról is beszámolnak a fogyasztók.
- Javasolt lehetővé tenni a fogyasztó számára, hogy kiválaszthassa a vélemények megjelenítésének szempontját (pl. időrendiség, legrosszabb vagy legjobb értékelésekre szűrés).
- A fogyasztói értékelések leadását javasolt egy észszerű időkorláthoz kötni. Főként szolgáltatások esetében nem szerencsés, ha a fogyasztók hetekkel vagy hónapokkal később is értékelést írhatnak (pl. egy szállodai szobáról vagy egy éttermi ebédéről), hiszen ez esetben véleményüket az idő múlása is befolyásolhatja.

A fogyasztókkal szembeni tisztességtelen kereskedelmi gyakorlat tilalmáról szóló törvény a fogyasztói értékelések tekintetében új rendelkezésekkel egészül ki, melyek 2022. május 28-tól lesznek alkalmazandók. Ezen időponttól a terméket érintő jelentős információnak fog számítani, hogy a vállalkozás – ha úgy dönt, hogy közzétesz fogyasztói véleményeket – miként biztosítja, hogy a közzétett értékelések a terméket ténylegesen használó vagy megvásárló fogyasztóktól származnak. Minden körülmények között tiltott, ún. feketelistás tényállásként fog megjelenni, ha egy vállalkozás azt állítja, hogy a termék értékelését olyan fogyasztók nyújtották be, akik azt ténylegesen használták vagy megvásárolták, anélkül, hogy észszerű és arányos lépésekre kerülne sor annak ellenőrzésére, hogy az értékelések ilyen fogyasztóktól származnak. Szintén feketelistás, azaz jogsértő gyakorlatnak fog számítani, ha a termékek népszerűsítése érdekében valótlan fogyasztói értékeléseket vagy ajánlásokat adnak, vagy ezzel mást megbíznak, esetleg a fogyasztói értékeléseket vagy közösségi médiában történő ajánlásokat valótlanul mutatnak be.

GVH Sajtóiroda