

„Rok internetu za darmo” wprowadza w błąd

data aktualizacji: 2023.05.10 autor: Joanna Chrostowska, radca prawny



Firmie telekomunikacyjnej T-Mobile grozi kara do 10 procent obrotu za promowanie hasła „1200 GB za darmo przez rok”. W ocenie Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów hasło to może wprowadzać w błąd, a warunki promocji nie zostały wyraźnie objaśnione.

Zdaniem Urzędu, sposób prezentacji reklamy w przestrzeni miejskiej jest dla konsumentów nieczytelny. Z tego powodu na początku roku Prezes UOKiK wszczął postępowanie przeciwko T-Mobile Polska w sprawie praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów. Hasło „1200 GB za darmo na rok”, jakim sieć reklamuje swoją promocję na internet, może wprowadzać w błąd. Obiecywane przez spółkę korzyści różnią się od rzeczywistych profitów i są uwarunkowane opłatami, o szczegółach których konsumenci mogą nie być należycie informowani. W rzeczywistości przyznawane są co miesiąc pakiety internetowe o wielkości 100 GB, maksymalnie przez 12 miesięcy, o ile konsument odnawia cyklicznie ofertę, płacąc za każdym razem co najmniej 35 zł.

Promocja obowiązuje w T-Mobile na kartę od 7 lutego. Kanały emisji kampanii obejmują reklamę telewizyjną, internetową (strony internetowe, serwisy społecznościowe), zewnętrzną (bilboardy, plakaty, citylighty w przestrzeni miejskiej) oraz w punktach sprzedaży. Spółka prowadziła także kampanie w sieci sklepów Żabka. Duże hasło reklamowe, w polskim lub ukraińskim języku, na różowym tle to wizualna forma prezentacji promocji. Informacje o jej szczegółowych warunkach

pozostają prawie niewidoczne, zapisane kilkunastokrotnie mniejszą czcionką, u dołu materiałów handlowych. Analiza materiałów reklamowych w przestrzeni miejskiej wykazała, że są one nieczytelne i nawet najbardziej uważny konsument nie ma możliwości poznania szczegółów promocji.

Jak wskazał Prezes UOKiK, po zapoznaniu się z reklamą konsument powinien mieć ogólne, ale zgodne z rzeczywistością, wyobrażenie na temat prezentowanej oferty. Tymczasem hasło promocyjne T-Mobile może sugerować otrzymanie jednorazowego pakietu danych o wielkości 1200 GB, nie zaś kilkanaście mniejszych pakietów pod warunkiem uiszczania opłaty cyklicznie. Gdyby konsumenci od razu dysponowali pełnymi informacjami dotyczącymi promocji i wiedzieli, że muszą w ciągu roku wydać co najmniej 420 zł, aby dostawać co miesiąc 100 GB internetu, mogliby nie zdecydować się na skorzystanie z oferty.

Wprawdzie w reklamie zewnętrznej pojawia się kod QR odsyłający do strony internetowej poświęconej promocji, co jednak w ocenie Urzędu nie może zostać uznane za wystarczające zaznajomienie konsumentów z jej istotnymi zasadami.

Warunki ani sposoby prezentacji oferty T-Mobile nie zmieniły się znacząco od początku jej trwania, pomimo wystosowanego do spółki przez Prezesa UOKiK wystąpienia miękkiego sygnalizującego, że komunikacja promocji może wprowadzać w błąd i naruszać zbiorowe interesy konsumentów. Teraz T-Mobile Polska otrzymało zarzuty. Jeśli się potwierdzą, spółce grozi kara do 10 procent obrotu.

W odpowiedzi na wszczęcie postępowania spółka T-Mobile zapewniła, że w najbliższych dniach przekaże UOKiK materiały związane z promowaniem oferty i będzie współpracowała z urzędem by poprawić komunikację oferty na taką, która nie pozostawi wątpliwości co do jej warunków. Jednocześnie dodano, że bez względu na zmiany w komunikacji, przedmiotowa oferta pozostanie co najmniej tak samo atrakcyjna jak ta, z której obecnie korzystają użytkownicy.

Źródło: <https://eglos.pl/aktualnosci/item/42049-rok-internetu-za-darmo-wprowadza-w-blad>