Rok internetu za darmo w T-Mobile? Zarzuty Prezesa UOKiK

* **Hasło „1200 GB za darmo przez rok” może wprowadzać w błąd, a warunki promocji nie zostały wyraźnie objaśnione.**
* **Sposób prezentacji reklamy w przestrzeni miejskiej jest dla konsumentów nieczytelny.**
* **T-Mobile grozi kara do 10 proc. obrotu.**

**[Warszawa, 02 stycznia 2023 r.]** 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.

 *- 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 –* mówi Tomasz Chróstny, Prezes UOKiK.

W reklamie zewnętrznej pojawia się także kod QR odsyłający do strony internetowej poświęconej promocji, co jednak 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 proc. obrotu.

**Pomoc dla konsumentów:**

Tel. 801 440 220 lub 222 66 76 76 – infolinia konsumencka
E-mail: porady@dlakonsumentow.pl
[Rzecznicy konsumentów](https://uokik.gov.pl/pomoc.php) – w twoim mieście lub powiecie

[Urząd Komunikacji Elektronicznej](https://www.uke.gov.pl/)