

Notebook z modemem za 1 zł, Najszybszy internet w komórce. Bez limitu; Telefonia cyfrowa za 1 zł przez 2 miesiące – m.in. takimi hasłami Aster, Vobis oraz operator sieci Era kusiły konsumentów. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów uznała, że spółki wprowadziły konsumentów w błąd i nałożyła karę finansową w łącznej wysokości ponad 9 mln zł

Prezes UOKiK stale monitoruje rynek usług telekomunikacyjnych, ze szczególnym uwzględnieniem treści kampanii reklamowych, które promują nowe usługi. Tylko w ubiegłym roku Urząd przeprowadził około 20 postępowań dotyczących reklamy. Jedno z nich dotyczyło działań spółki PTC (operator sieci Era).

W listopadzie ubiegłego roku UOKiK wszczął postępowanie przeciwko operatorowi Era. Najszybszy Internet w komórce. Bez limitu. Za 5 zł – w ten sposób przedsiębiorca zachęcał konsumentów do skorzystania z nowej usługi. Sugerując się takim przekazem słabsi uczestnicy rynku mogli nabrać przekonania, że będą mogli korzystać z Internetu w sposób nielimitowany, po bardzo niskiej cenie. Spółka nie zaznaczyła jednak, że regulamin usługi przewidywał miesięczny limit transmisji danych (do 50 MB w każdym cyklu rozliczeniowym), a promocyjny abonament obowiązywał tylko przez trzy pierwsze cykle rozliczeniowe. Prezes Urzędu uznała, że operator reklamą swoich usług wprowadzał konsumentów w błąd i nałożyła na PTC karę – 8 729 993 zł.

Zastrzeżenia Urzędu wzbudziły także kampanie spółki Aster promujące usługi telefoniczne, telewizji analogowej oraz Internetu. W reklamach stosowano sformułowania oparte o schemat X miesięcy po Y zł, co wprowadzało konsumentów w błąd, co do rzeczywistego okresu obowiązywania oferty. Konsument, czytając reklamę mógł uznać, że okresem rozliczeniowym jest pełny miesiąc, czyli kolejne 30 dni od dnia zawarcia umowy – zawierając umowę 15 stycznia mógł oczekiwać, że będzie korzystał z danej oferty promocyjnej, pod hasłem np. dwa miesiące po 1 zł do 15 marca. Tymczasem Urząd ustalił, że operator za początek okresu rozliczeniowego uznawał pierwszy dzień miesiąca w którym rozpoczęto świadczenie usług – jeśli więc konsument zawarł umowę w połowie miesiąca, to „tracił” 15 dni promocji. Prezes Urzędu uznała, że operator swoim przekazem reklamowym wprowadzał konsumentów w błąd i nałożyła na spółkę karę w wysokości 390 720 zł.

Stosowanie nieuczciwych praktyk Prezes UOKiK zarzuciła także spółce Vobis. Reklamowała ona usługę mobilnego Internetu, dostępnego wraz z komputerem przenośnym za 1 zł. Na podstawie powtarzanego w mediach przekazu konsumenci mogli odnieść wrażenie, że kupią komputer wraz z modemem w bardzo atrakcyjnej cenie. W rzeczywistości to modem kosztował 1 zł, wtedy gdy konsument zakupił komputer w sklepie Vobis po cenie rynkowej. W ocenie UOKiK, zarówno hasła stosowane przez spółkę w kampanii reklamowej – Notebook z modemem iPlus za 1 zł, jak i elementy graficzne wykorzystane w kampanii mogły wprowadzać konsumentów w błąd – napis 1 zł pojawiał się na ekranie laptopa, a nie na modemie. Za wprowadzanie w błąd spółka została ukarana sankcją finansową w wysokości 177 034 zł.

Oprócz kary finansowej spółki PTC oraz Vobis mają przez sześć miesięcy publikować decyzję UOKiK na swoich stronach internetowych. Przedsiębiorcy muszą również zamieścić w dzienniku ogólnopolskim ogłoszenie zawierające sentencję decyzji. Należy dodać, że wszystkie trzy spółki nie prowadzą już zakwestionowanych przez Urząd kampanii.

Decyzje nie są ostateczne, przedsiębiorcy mogą się odwołać do Sądu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. Za stosowanie podobnych praktyk w 2008 roku Prezes UOKiK ukarała operatora sieci Plus za reklamę „iPlus dla Ciebie”. Sąd Ochrony Konkurencji i Konsumentów podtrzymał tę decyzję.

Urząd przypomina konsumentom, którzy zostali wprowadzeni w błąd, że mogą w takiej sytuacji skorzystać z pomocy miejskich lub powiatowych rzeczników konsumentów. W przypadku usług telekomunikacyjnych abonenci mogą uzyskać pomoc w Urzędzie Komunikacji Elektronicznej, który zajmuje się rozwiązywaniem sporów konsumentów z przedsiębiorcami poprzez mediacje, jak również przed działającym przy Prezesie UKE sądem polubownym. Dochodzenie roszczeń może ułatwić także ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym. Zgodnie z

nią to przedsiębiorca musi udowodnić, że udzielił konsumentowi jasnej, pełnej i rzetelnej informacji, na podstawie której mógł podjąć właściwą decyzję.

UOKIK