

UOKiK walczy o prezentowanie cen bez dodatkowych rabatów - jest apel do 10 operatorów

2019-10-07



Prezes **UOKiK** apeluje do firm telekomunikacyjnych o to, aby rzetelnie informowały o rzeczywistej cenie usług. Prezentowanie cen z rabatem tak jak cen standardowych to wprowadzanie konsumentów w błąd.

Reklamy telewizyjne, internetowe i radiowe, a także strony www firm, najczęściej eksponują najbardziej atrakcyjne wersje ceny usług. Jednak po przeczytaniu szczegółów, zapisów drobnym drukiem, okazuje się, że są to ceny zaniżone. Konsument może je uzyskać dopiero po rabacie, gdy zgodzi się na marketing lub wybierze e-

fakturę. W niektórych przypadkach rabat za e-fakturę jest też uzależniony od terminowych płatności.

W reklamach telewizyjnych dodatkowe warunki umieszcza się na dole ekranu, często są nieczytelne i widoczne przez tak krótki czas, że przeciętny konsument nie jest w stanie ich przeczytać. Nie wszyscy konsultanci rzetelnie o nich informują.

Prezentowanie cen po rabacie, zamiast cen podstawowych, to bardzo powszechna praktyka, dlatego prezes **UOKiK** zaapelował do 10 firm telekomunikacyjnych:

- **Cyfrowy Polsat,**
- **ITI Neovision,**
- **Multimedia Polska,**
- **Netia,**
- **Orange,**
- **P4,**
- **Polkomtel,**
- **T-Mobile,**
- **UPC,**
- **Vectra**

o to, żeby zmieniły sposób prezentowania cen w materiałach reklamowych, na stronach internetowych lub w rozmowach sprzedażowych.

Operatorzy powinni przede wszystkim prezentować podstawową cenę usługi.

Przy zawieraniu umowy firmy powinny także informować konsumentów, że nieudzielenie określonych zgód lub ich wycofanie będzie się wiązało z wyższymi opłatami.

Urząd wysłał listy do przedsiębiorców i dał im czas do 31 grudnia 2019 roku na dostosowanie się do zaleceń.

Załączniki do pobrania

- [Stanowisko Prezesa UOKiK dotyczące sposobu prezentowania cen przez przedsiębiorców telekomunikacyjnych.pdf](#) [600 KB]
- [Wypowiedź Magdaleny Ochal z UOKiK.mp3](#) [4 MB]