Ile to właściwie kosztuje bez rabatu? Orange i T-Mobile z zarzutami Prezesa UOKiK

* **Prezes Urzędu postawił spółkom Orange i T-Mobile zarzuty w związku z prezentowaniem cen w sposób, który może wprowadzać konsumentów w błąd.**
* **Operatorzy podawali ceny uwzględniające fakultatywne rabaty tak, jakby były to ceny standardowe. Spółce Orange postawiono też zarzut dotyczący utraty rabatu za łączenie usług w sytuacji nieopłacenia rachunku w terminie.**
* **Obu spółkom grozi kara w wysokości do 10 proc. rocznych obrotów.**

**[Warszawa, 23 lipca 2025 r.]** Ocena atrakcyjności oferty telekomunikacyjnej często opiera się na prezentowanej cenie. Jednak sposób przedstawienia jej przez przedsiębiorców czasami utrudnia konsumentom rzetelne porównanie ofert. Dotyczy to m.in. działań marketingowych prowadzonych przez Orange i T-Mobile, którym Prezes UOKiK postawił zarzuty.

Obie firmy oferują swoim abonentom rabaty m.in. za korzystanie z elektronicznych faktur czy wyrażenie zgód marketingowych. W toku prowadzonych postępowań wyjaśniających Prezes UOKiK ustalił, że ceny usług uwzględniające te rabaty prezentowane są przez Orange i T-Mobile jak cena standardowa. Ma to miejsce zarówno w przekazach reklamowych, jak i podczas telefonicznych rozmów sprzedażowych z konsultantem. Konsumenci są zachęcani atrakcyjną ofertą abonamentu komórkowego lub szerszego pakietu usług, ale nie otrzymują od razu jasnej informacji, np. że nieudzielenie określonych zgód (na marketing i e-fakturę) lub niespełnienie dodatkowych warunków będzie się wiązało z wyższymi opłatami. Zdaniem Prezesa Urzędu takie działanie może wprowadzać w błąd, dlatego postawił obu operatorom telekomunikacyjnym zarzuty stosowania praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów.

- W ostatnich latach podstawą arsenału marketingowego telekomów w Polsce są gigabajty i rabaty. W ferworze walki o klienta operatorzy zapominają o tym, aby rzetelnie poinformować ile właściwie kosztują ich usługi. Jeśli prezentują cenę po rabatach za spełnienie określonych wymagań, wówczas ich obowiązkiem jest wskazanie, czego dotyczy dany rabat, jakiej jest wysokości i jakie są zasady jego przyznawania. Dopiero wtedy konsument może ocenić atrakcyjność oferty przedstawionej przez przedsiębiorcę – mówi Prezes UOKiK Tomasz Chróstny.

**5 zł rabatu, ale od jakiej kwoty?**

T-Mobile w swoich reklamach oraz podczas telefonicznych rozmów sprzedażowych prezentuje ceny usług uwzględniające rabaty - po 5 zł miesięcznie za m.in. wyrażenie zgód marketingowych oraz rozliczanie się na podstawie otrzymywanych e-faktur. Podejmując decyzję konsumenci mogą nie wiedzieć, że cena, która została im przedstawiona, jest czymś uwarunkowana. Dzieje się tak dlatego, że w zależności od środka komunikacji (reklamy, rozmowa z konsultantem) T-Mobile nie przedstawia ceny bez rabatów lub informacji o rodzajach i wysokości rabatów uwzględnionych w cenie, bądź robi to w sposób nieczytelny lub niejednoznaczny, albo na zbyt późnym etapie zawierania umowy. Klienci, którzy ostatecznie nie chcą korzystać m.in. z e-faktury ani zgadzać się na marketing, muszą płacić miesięczny abonament o 10 zł wyższy niż wskazywała oferta, na którą się decydowali.

Podobne praktyki stosuje spółka Orange. W przekazach marketingowych zachęca do skorzystania ze swojej oferty podając ceny, które uwzględniają rabaty udzielane za zgody marketingowe czy wybór e-faktury. Klientom firmy oferowane są ponadto zniżki za łączenie usług, czyli zawarcie umów na więcej niż jedną usługę w sieci Orange – np. na dwa numery telefoniczne.

**Od rabatu do kary**

Niewłaściwe prezentowanie cen usług to nie jedyny zarzut stawiany przez Prezesa Urzędu firmie Orange. Konsumentom, którzy nie opłacają rachunków w terminie spółka podwyższa kolejne faktury o wartość rabatu za łączenie usług w Orange (20 zł), który był uwzględniony w cenie. To szczególnie dotkliwe dla klientów, który skorzystali z tego rabatu, ponieważ w sytuacji opóźnienia w zapłacie Ci klienci tracą go na wszystkich numerach telefonicznych, na których był udzielony. Na przykład, gdy na danym rachunku rozliczanych jest kilka numerów telefonów, w ramach których udzielony został ten rabat, do faktury doliczona zostanie wartość utraconego rabatu dla każdej z umów. Przykładowo, kwota 60 zł w przypadku trzech numerów telefonicznych.

W ocenie Prezesa UOKiK utrata rabatu za nieopłacenie faktury w terminie może mieć charakter kary umownej. Zgodnie z przepisami kodeksu cywilnego, przedsiębiorcy mogą zastrzegać taką sankcję jedynie w przypadku zobowiązań niepieniężnych. W omawianym przypadku operator zastrzegł sobie możliwość podwójnego karania abonentów. Dodatkowo, niezależnie od cofnięcia rabatu, może on naliczać odsetki za opóźnienia w regulowaniu należności. Zdaniem Prezesa Urzędu taka praktyka może naruszać zbiorowe interesy konsumentów.

Jeśli zarzuty się potwierdzą zarówno spółce Orange jak i T-Mobile, grozi kara w wysokości do 10 proc. rocznego obrotu.

Wspomniane firmy to nie jedyne telekomy, którym Prezes UOKiK postawił zarzuty. Podobne usłyszały wcześniej m.in. spółki Vectra, Multimedia Polska, P4 (operator sieci Play) oraz Netia.