

KOSZTOWNE SMSY

Nagroda już czeka. Wystarczy jeden sms. Przelew zostanie zrealizowany. Takie wiadomości dostaje wielu konsumentów. Ilu z nich otrzymało gwarantowaną nagrodę? Z tym bywa różnie. Prezes Urzędu prowadzi obecnie osiem postępowań dotyczących konkursów smsowych i wszczęła właśnie kolejne

[Warszawa, 3 listopada 2010 r.] Statystyczny Polak wysyła tygodniowo 30 smsów i prowadzi 38 rozmów. Rekordziści piszą ponad 50 wiadomości*. Wiele z nich może być bardzo kosztownych, zwłaszcza, gdy są wstępem do udziału w konkursie. Zachęcają do tego popularni aktorzy, prezenterzy, wróżki w telewizyjnych czy radiowych reklamach. Nie wszystkie chwytły są jednak dozwolone. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów prowadzi w tej chwili osiem postępowań w sprawie smsowych loterii i właśnie wszczęła najnowsze dotyczące Internetq Poland – organizatora konkursu *Pusty sms*.

Postępowanie jest wynikiem wielu skarg konsumentów. Urząd przeanalizował m.in. regulamin konkursu, wzory smsów, listę laureatów oraz nagród, które otrzymali, a także treść reklam telewizyjnych i prasowych. Osoby, które zdecydowały się wziąć udział w loterii dostawały różne wiadomości – np. *Koniec świata. Przecież decyzja o przekazaniu 30 tys. zł zapadła. Proszę o nadanie pustego smsa*. Zdaniem Urzędu, komunikaty te mogą sugerować zdobycie nagrody każdemu, kto wyśle sms, a zgodnie z regulaminem konkursu są one przyznawane jedynie osobom wylosowanym przez organizatora. W związku z tym **UOKiK sprawdzi czy organizator loterii stosował nieuczciwą praktykę rynkową, wysyłając wiadomości sugerujące pewność wygranej**. Warto przypomnieć, że niezgodne z prawem jest wywoływanie wrażenia, że konsument bezwarunkowo wygra nagrodę np. po wysłaniu smsa, wykonaniu telefonu, wysłaniu listu, gdy w rzeczywistości odbywa się to na innych niekorzystnych zasadach.

Urząd prowadzi nie tylko postępowania dotyczące loterii smsowych – wątpliwości UOKiK wzbudzają niejasne informacje na **stronach internetowych oferujących różne testy**. Odpowiadając na pytania, można sprawdzić iloraz inteligencji, czy datę swojej śmierci. W takim przypadku sms jest sposobem na poznanie wyników quizu, a także płatnością za usługę. Jego cena ustalana jest przez usługodawcę i często bardzo wysoka. Nie może jednak wprowadzać w błąd, a konsument powinien wiedzieć ile ostatecznie będzie musiał zapłacić za poznanie swojego ilorazu inteligencji.

Do UOKiK wpłynęło już blisko sto skarg na konkursy smsowe oraz strony internetowe zachęcające do płacenia przez sms. Dotyczą one m.in. nieudostępniania regulaminu, czy uzależniania zdobycia nagrody od wysłania tylko jednego smsa, gdy okazuje się, że należy ich wysłać wiele. Urząd przypomina, że konsument musi mieć **jasną, rzetelną i niewprowadzającą w błąd informację o warunkach konkursu** – np. o cenie wiadomości, wysokości wygranej. Ponadto musi zostać

poinformowany o tym, gdzie może znaleźć regulamin i go przeczytać. Warto wiedzieć: zorganizowanie konkursu i nieprzyznanie nagrody, a także wywoływanie wrażenia, że jej uzyskanie jest pewne, gdy w rzeczywistości np. gwarantuje się nam jedynie udział w losowaniu, jest nieuczciwą praktyką rynkową. Ponadto sprzeczne prawem jest nieudostępnianie regulaminu czy zatajenie informacji o cenie wiadomości. Zawsze w przypadku naruszenia prawa UOKiK może wszcząć postępowanie i nałożyć na przedsiębiorcę karę do 10 proc. ubiegłorocznego przychodu.

Wszczęte właśnie postępowanie przeciwko Internetq Poland to nie jedyne prowadzone przez UOKiK. Poza tym Prezes Urzędu prowadzi **два postępowania właściwe** przeciwko FHU Zielińscy w Rudawie – właściciela strony www.data-smierci.pl, oraz One-2-One w Poznaniu – organizatora *Konkursu telewizyjnego*. Ponadto prowadzimy **sześć postępowań wyjaśniających**. W ich trakcie sprawdzamy, czy smsy informowały o regulaminie, albo sugerowały pewność wygranej, a także czy konsumenci mogli zostać wprowadzeni w błąd co do ceny wiadomości.

Jednocześnie informujemy, że **każdy konsument może samodzielnie sprawdzić cenę smsa** na podstawie jego numeru. Jak to zrobić? Jeżeli zaczyna się na 7, ceną będzie druga liczba, doliczając VAT. Jeżeli zaczyna się na 9 – cena to dwie następne liczby – **w przypadku numeru 935*** jego koszt to 35 zł plus VAT**. Więcej informacji na stronie [Urzędu Komunikacji Elektronicznej](#).

Urząd przypomina konsumentom, którzy zostali wprowadzeni w błąd, że mogą w takiej sytuacji skorzystać z pomocy m.in. [rzeczników konsumentów](#). Bezpłatne porady udzielane są pod numerem infolinii 0 800 800 008. Dochodzenie roszczeń może ułatwić również [ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym](#), która daje konsumentom możliwość wytoczenia powództwa w ich indywidualnych sporach z przedsiębiorcami. W toku takiego postępowania sąd weryfikuje, czy dana praktyka rynkowa przedsiębiorcy jest nieuczciwa. W takim przypadku to przedsiębiorca musi udowodnić przed sądem, że stosowana przez niego praktyka rynkowa nie wprowadza konsumentów w błąd.

Dodatkowe informacje dla mediów:

Małgorzata Cieloch, Rzecznik prasowy UOKiK
Departament Współpracy z Zagranicą i Komunikacji Społecznej
Pl. Powstańców Warszawy 1, 00-950 Warszawa
Tel. (22) 827 28 92, 55 60 106, 55 60 430
Fax (22) 826 11 86
E-mail: malgorzata.cieloch@uokik.gov.pl

*Badania PBS DGA dla UKE pt. „Rynek telekomunikacyjny w Polsce w 2009 roku”

KOSZTOWNE SMSY

Nagroda już czeka. Wystarczy jeden sms. Przelew zostanie zrealizowany. Takie wiadomości dostaje wielu konsumentów. Ilu z nich otrzymało gwarantowaną nagrodę? Z tym bywa różnie. Prezes Urzędu prowadzi obecnie osiem postępowań dotyczących konkursów smsowych i wszczęła właśnie kolejne

[Warszawa, 3 listopada 2010 r.] Statystyczny Polak wysyła tygodniowo 30 smsów i prowadzi 38 rozmów. Rekordziści piszą ponad 50 wiadomości*. Wiele z nich może być bardzo kosztownych, zwłaszcza, gdy są wstępem do udziału w konkursie. Zachęcają do tego popularni aktorzy, prezenterzy, wróżki w telewizyjnych czy radiowych reklamach. Nie wszystkie chwytły są jednak dozwolone. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów prowadzi w tej chwili osiem postępowań w sprawie smsowych loterii i właśnie wszczęła najnowsze dotyczące Internetq Poland – organizatora konkursu *Pusty sms*.

Postępowanie jest wynikiem wielu skarg konsumentów. Urząd przeanalizował m.in. regulamin konkursu, wzory smsów, listę laureatów oraz nagród, które otrzymali, a także treść reklam telewizyjnych i prasowych. Osoby, które zdecydowały się wziąć udział w loterii dostawały różne wiadomości – np. *Koniec świata. Przecież decyzja o przekazaniu 30 tys. zł zapadła. Proszę o nadanie pustego smsa*. Zdaniem Urzędu, komunikaty te mogą sugerować zdobycie nagrody każdemu, kto wyśle sms, a zgodnie z regulaminem konkursu są one przyznawane jedynie osobom wylosowanym przez organizatora. W związku z tym **UOKiK sprawdzi czy organizator loterii stosował nieuczciwą praktykę rynkową, wysyłając wiadomości sugerujące pewność wygranej**. Warto przypomnieć, że niezgodne z prawem jest wywoływanie wrażenia, że konsument bezwarunkowo wygra nagrodę np. po wysłaniu smsa, wykonaniu telefonu, wysłaniu listu, gdy w rzeczywistości odbywa się to na innych niekorzystnych zasadach.

Urząd prowadzi nie tylko postępowania dotyczące loterii smsowych – wątpliwości UOKiK wzbudzają niejasne informacje na **stronach internetowych oferujących różne testy**. Odpowiadając na pytania, można sprawdzić iloraz inteligencji, czy datę swojej śmierci. W takim przypadku sms jest sposobem na poznanie wyników quizu, a także płatnością za usługę. Jego cena ustalana jest przez usługodawcę i często bardzo wysoka. Nie może jednak wprowadzać w błąd, a konsument powinien wiedzieć ile ostatecznie będzie musiał zapłacić za poznanie swojego ilorazu inteligencji.

Do UOKiK wpłynęło już blisko sto skarg na konkursy smsowe oraz strony internetowe zachęcające do płacenia przez sms. Dotyczą one m.in. niedostępniania regulaminu, czy uzależniania zdobycia nagrody od wysłania tylko jednego smsa, gdy okazuje się, że należy ich wysłać wiele. Urząd przypomina, że konsument musi mieć **jasną, rzetelną i niewprowadzającą w błąd informację o warunkach konkursu** – np. o cenie wiadomości, wysokości wygranej. Ponadto musi zostać

poinformowany o tym, gdzie może znaleźć regulamin i go przeczytać. Warto wiedzieć: zorganizowanie konkursu i nieprzyznanie nagrody, a także wywoływanie wrażenia, że jej uzyskanie jest pewne, gdy w rzeczywistości np. gwarantuje się nam jedynie udział w losowaniu, jest nieuczciwą praktyką rynkową. Ponadto sprzeczne prawem jest nieudostępnianie regulaminu czy zatajenie informacji o cenie wiadomości. Zawsze w przypadku naruszenia prawa UOKiK może wszcząć postępowanie i nałożyć na przedsiębiorcę karę do 10 proc. ubiegłorocznego przychodu.

Wszczęte właśnie postępowanie przeciwko Internetq Poland to nie jedyne prowadzone przez UOKiK. Poza tym Prezes Urzędu prowadzi **два postępowania właściwe** przeciwko FHU Zielińscy w Rudawie – właściciela strony www.data-smierci.pl, oraz One-2-One w Poznaniu – organizatora *Konkursu telewizyjnego*. Ponadto prowadzimy **sześć postępowań wyjaśniających**. W ich trakcie sprawdzamy, czy smsy informowały o regulaminie, albo sugerowały pewność wygranej, a także czy konsumenci mogli zostać wprowadzeni w błąd co do ceny wiadomości.

Jednocześnie informujemy, że **każdy konsument może samodzielnie sprawdzić cenę smsa** na podstawie jego numeru. Jak to zrobić? Jeżeli zaczyna się na 7, ceną będzie druga liczba, doliczając VAT. Jeżeli zaczyna się na 9 – cena to dwie następne liczby – **w przypadku numeru 935*** jego koszt to 35 zł plus VAT**. Więcej informacji na stronie [Urzędu Komunikacji Elektronicznej](#).

Urząd przypomina konsumentom, którzy zostali wprowadzeni w błąd, że mogą w takiej sytuacji skorzystać z pomocy m.in. [rzeczników konsumentów](#). Bezpłatne porady udzielane są pod numerem infolinii 0 800 800 008. Dochodzenie roszczeń może ułatwić również [ustawa o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym](#), która daje konsumentom możliwość wytoczenia powództwa w ich indywidualnych sporach z przedsiębiorcami. W toku takiego postępowania sąd weryfikuje, czy dana praktyka rynkowa przedsiębiorcy jest nieuczciwa. W takim przypadku to przedsiębiorca musi udowodnić przed sądem, że stosowana przez niego praktyka rynkowa nie wprowadza konsumentów w błąd.

Dodatkowe informacje dla mediów:

Małgorzata Cieloch, Rzecznik prasowy UOKiK
Departament Współpracy z Zagranicą i Komunikacji Społecznej
Pl. Powstańców Warszawy 1, 00-950 Warszawa
Tel. (22) 827 28 92, 55 60 106, 55 60 430
Fax (22) 826 11 86
E-mail: malgorzata.cieloch@uokik.gov.pl

*Badania PBS DGA dla UKE pt. „Rynek telekomunikacyjny w Polsce w 2009 roku”