**TELEFON NA KARTĘ – UOKIK BADA REKLAMY**

**Jasne dla konsumenta, rzetelne i uczciwe – takie powinny być reklamy usług telekomunikacyjnych. Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów sprawdzi, jak czterej najwięksi operatorzy informują o promocjach związanych z zarejestrowaniem telefonu na kartę**

**[Warszawa, 14 listopada 2016 r] Każdy konsument, który posiada telefon na kartę, do 1 lutego 2017 roku,** [powinien zarejestrować u operatora telekomunikacyjnego kartę SIM](https://cik.uke.gov.pl/files/?id_plik=23932)**. W przeciwnym wypadku – zostanie ona dezaktywowana. Takie wymagania wprowadziła** [ustawa o działaniach antyterrorystycznych](http://isap.sejm.gov.pl/DetailsServlet?id=WDU20160000904)**. Przedsiębiorcy telekomunikacyjni zachęcają abonentów do rejestracji kart SIM, proponując różne bonusy (np. dodatkowe środki do wykorzystania, pakiet minut lub danych).**

**Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów wszczął postępowania wyjaśniające dotyczące: P4, Polkomtel, Orange Polska i T-Mobile Polska. Urząd zbada reklamy zachęcające do zarejestrowania karty SIM*. - Sprawdzimy, czy informacje przekazywane w reklamach są jasne dla klientów i nie wprowadzają ich w błąd. Analizujemy np. czy konsument został odpowiednio poinformowany, jak długo może korzystać z przyznanych bonusów. Ważne jest, aby oprócz korzyści związanych z dodatkowymi minutami, czy pakietem danych, abonent wiedział, na jakich warunkach może z nich skorzystać –* mówi Marek Niechciał, Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.**

**Postępowania wyjaśniające prowadzone są w sprawie, a nie przeciwko przedsiębiorcom. Ich celem jest sprawdzenie mechanizmów stosowanych przez operatorów telekomunikacyjnych w obszarze reklam usług telekomunikacyjnych i ocena, czy są zgodne z przepisami prawa. Urząd przeanalizuje, przede wszystkim, reklamy informujące konsumentów o bonusach związanych z rejestracją telefonu na kartę.**

**Przedsiębiorcom przypominamy, że:**

* **Reklama nie może wprowadzać w błąd.**
* **Konsument musi otrzymać jasną, uczciwą i rzetelną informację o warunkach oferty.**
* **Wprowadzać w błąd może także forma graficzna reklamy: eksponuje się korzyści, a ważne dla klienta informacje, np. o ograniczeniach związanych z korzystaniem z oferowanych bonusów, są napisane niewielką i trudną do odczytania czcionką.**

**Dodatkowe informacje dla mediów:**

Biuro prasowe UOKiK
pl. Powstańców Warszawy 1, 00-950 Warszawa
Tel. 22 827 28 92, 55 60 111
E-mail: biuroprasowe@uokik.gov.pl

Twitter: [@UOKiKgovPL](https://twitter.com/UOKiKgovPL)