

Regulile jocului în campaniile promoționale și concursuri



Se apropie sfârșitul anului și odată cu acesta se înmulțesc campaniile promoționale și concursurile pe care operatorii economici le organizează pentru clienții lor, motiv pentru care dorim să reamintim scurt și la obiect “*regulile jocului*”.

1. Campania promoțională vs. concurs

Astfel cum legea o definește, **campania promoțională** sau vânzarea promoțională este vânzarea cu amanuntul/vânzarea cash and carry/prestarea de servicii de piață care poate avea loc în orice perioadă a anului, dacă sunt îndeplinite următoarele condiții:

- a) **vânzarea să se facă la preț redus, dar nu în pierdere;**
- b) să se refere la **produse disponibile sau care pot fi reprovizionate**, precum și la servicii vândute, sau, după caz, prestate în mod curent;
- c) comerciantul care vrea să promoveze într-o anumită perioadă o categorie de produse, trebuie fie sa-si reînnoiască stocul în scopul satisfacerii cererilor și nevoilor consumatorilor pe întreaga perioadă anunțată a campaniei, fie să informeze consumatorii ca oferta este valabilă numai în limita stocului disponibil.

Concursul pe de altă parte, sau “*loteria publicitară*” astfel cum este denumit în lege, este acea **practică de promovare a produselor/serviciilor** care tinde să stimuleze în rândul participanților speranța unui **câștig prin tragere la sorți** și care este admisă numai în condițiile în care participanților nu le este impusă în contrapartidă **nicio cheltuială directă sau indirectă**, suplimentară achiziționării produsului/serviciului.

2. Regulile jocului

a. Campania promoțională

Pe lângă toate condițiile menționate mai sus, operatorul economic trebuie să se asigure pe întreaga perioadă a campaniei că oferă **informații corecte, complete și precise consumatorilor**, astfel încât decizia pe care aceștia o adoptă în legătură cu produsele care fac obiectul campaniei să corespundă cât mai bine nevoilor lor. În categoria caracteristicilor esențiale ale produselor, astfel cum sunt enumerate cu titlu

exemplificativ în lege, sunt incluse și următoarele: disponibilitatea, **avantajele**, riscurile, fabricarea, compoziția, accesoriile, modul și data fabricației, ș.a.m.d. De asemenea, dacă aceasta presupune reduceri de preț, reducerea trebuie raportată la prețul de referință practicat în același spațiu de vânzare pentru produse sau servicii identice. Prețul de referință reprezintă cel mai scăzut preț practicat în același spațiu de vânzare în perioada ultimelor 30 de zile, înainte de data aplicării prețului redus.

De reținut!! Punerea spre vânzare a produselor care au făcut obiectul unor campanii promoționale expirate/încheiate (e.g. continuarea vânzării unor produse sub sigla unei campanii promoționale, deși perioada campaniei s-a încheiat, iar prețul de vânzare este prețul obișnuit, nu cel redus pe perioada campaniei) este considerată **practica comercială incorectă**, întrucât consumatorii sunt induși în eroare și determinați să achiziționeze un anumit produs, fără a beneficia de un avantaj real. În acest sens, de-a lungul anilor, ANPC a dispus multe amenzi și măsuri de încetare a acestor practici comerciale incorecte.

Asemenea situații ar putea fi evitate prin transmiterea unui set de informații actualizate către consumatori, care să prevadă faptul că ofertele/campaniile promoționale din care faceau parte produsele respective au încetat, astfel încât să îi fie înlăturată consumatorului ideea potrivit căreia prin achiziționarea produsului respectiv poate beneficia în continuare de un anumit avantaj (șansa la câștig așa cum era prezentată în campania încheiată).

b. *Concursul*

Pentru organizarea unui concurs, operatorii economici trebuie în primul rând să redacteze un **regulament de participare/desfașurare a concursului**. Pentru informarea corectă și completă a consumatorilor, acesta ar trebui să cuprindă următoarele informații:

- denumirea și adresa organizatorului concursului;
- durata de desfășurare a concursului;
- condiții de participare și de eligibilitate (categoria de persoane careia îi este adresat concursul, precum și eventuale restricționări de participare a rudelor/afiliaților persoanelor implicate în organizarea concursului);
- mecanismul concursului (prezentarea propriu-zisă a concursului);
- descrierea premiilor acordate, indicând exact natura, numărul și valoarea comercială a acestora;
- modalitatea de desemnare a câștigătorilor;
- detalii despre acordarea premiilor (e.g. în cazul unor vouchere cadou se va indica exact modalitatea de transmitere a voucherului, durata de valabilitate, condiții de utilizare a premiului câștigat);
- detalii despre modalitatea de prelucrare a datelor cu caracter personal ale participanților / câștigătorilor;
- detalii despre taxele și impozitele aferente premiilor;
- mențiunea expresă potrivit căreia organizatorul are obligația de a face publice numele câștigătorilor, precum și a premiilor acordate.

Regulamentul trebuie să cuprindă și următoarea mențiune "*regulamentul de participare/desfașurare este disponibil în mod gratuit oricărui solicitant*", scop în care se va menționa adresa sau numărul de telefon la care solicitarea poate fi transmisă sau făcută către organizatorul concursului.

Un alt aspect important pe care organizatorii concursurilor trebuie să îl aibă în vedere este **autentificarea regulamentului** de către un notar public, înainte de începerea concursului. De asemenea, orice modificare care intervine ulterior datei de începere a concursului trebuie

consemnata într-un act adițional la regulamentul care trebuie autentificat de un notar public înainte de implementarea modificării. Orice modificare cu privire la concurs trebuie adusa la cunoștința publicului prin aceleași modalități prin care s-a făcut comunicarea regulamentului. Asemenea situații ar trebui analizate cu atenție, de la caz la caz, pentru a nu conduce la existența unor practici incorecte față de participanții care deja s-au înscris.

În ceea ce privește **prelucrarea datelor cu caracter personal** în contextul organizării unui concurs, organizatorii, având în general calitatea de operator de date, stabilind scopul și mijloacele prelucrării datelor trebuie să pună la dispoziția participanților o nota de informare în conformitate cu cerințele Regulamentului General privind Protecția Datelor (GDPR). Datele cu caracter personal trebuie colectate și prelucrate în **scopurile strict legate de desfășurarea concursului** (organizare și desfășurare, desemnarea și validarea câștigătorilor, acordarea premiilor, precum și îndeplinirea obligațiilor fiscale și financiar contabile ale organizatorului). Datele vor fi astfel prelucrate pentru desfășurarea campaniei conform mecanismului descris prin regulamentul (acesta reprezentând „contractul” dintre organizator și participanții care, în mod voluntar, s-au înscris) sau pentru îndeplinirea unor obligații legale ce revin operatorului (e.g. îndeplinirea obligațiilor fiscale). Datele prelucrate trebuie să fie minime, limitate la ceea ce este necesar pentru desfășurarea concursului, în funcție de tipul acestuia și de canalul prin care se desfășoară, fiind necesar ca organizatorii să evite colectarea mai multor date decât ar fi strict necesare.

Din practica, sunt situații în care organizatorii concursului doresc să obțină, cu ocazia înscrierii consumatorilor la concurs, și abonarea acestora la diverse informări comerciale (comunicări de marketing). În această situație este important de reținut faptul că pentru transmiterea comunicărilor comerciale este necesară obținerea consimțământului expres, liber și neviciat al persoanelor vizate. Operatorul economic trebuie să pună la dispoziția potențialului participant posibilitatea de a opta pentru abonarea la aceste comunicări comerciale, distinct de decizia de a participa la concurs, prin introducerea unei bife sau a unui mecanism prin care potențialul participant să poată alege **expres** (sa poată fi înregistrat și dovedit ulterior acordul), **liber** (sa nu fie pre-bifat) și **neviciat** (fără a condiționa participarea la concurs de alegerea făcută). Pentru ca acordarea consimțământului să fie făcută în cunoștința de cauză, operatorul trebuie să transmită persoanei vizate toate informațiile privind această prelucrare de date (pe scurt, acestea incluzând identitatea și datele de contact ale operatorului, temei legal, scop, durata de stocare a datelor, destinarii datelor, detalii privind prelucrare automată și transfer către alți terți și/sau în afara țării, drepturile de care acesta beneficiază în calitate de persoană vizată). De asemenea, operatorul trebuie să îi pună la dispoziție potențialului participant opțiunea de a se dezabona ulterior de la primirea comunicărilor comerciale, oricând dorește, într-o modalitate la fel de ușoară ca atunci când s-a abonat.

Prin urmare, desfășurarea campaniilor promoționale și a concursurilor presupune alinierea la un cadru legislativ care include reguli de protecție a consumatorilor și protecție a prelucrării datelor cu caracter personal, toate acestea contribuind la succesul campaniei prin crearea unui cadru sigur de participare și menținerea încrederii clienților.