

Wafelek z karą

Data publikacji: 10.04.2012 15:50

Wygrałeś nagrodę w konkursie z wafelkiem Prince Polo? Jeśli nie masz paragonu, nagrody nie odbierzesz. Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów nałożył ponad 160 tysięcy kary na producenta batoników.

Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów zainteresował się konkursem, który zorganizowała w ubiegłym roku firma Kraft Foods Polska. Aby w nim wziąć udział, trzeba było zakupić wafelek. Na opakowaniach informowano, że warunkiem koniecznym wzięcia udziału w losowaniu nagród była rejestracja widniejącego tam kodu za pośrednictwem strony internetowej lub SMS-a. Trzeba było również zachować opakowanie lub jego fragment z kodem.

Nie poinformowano jednak o rzeczy najważniejszej – stwierdza Ernest Makowski z biura prasowego Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów. **W informacji brakowało, tego że konieczne jest również posiadanie dowodu zakupu wafelka** – dodaje Makowski.

[POSŁUCHAJ](#)

W ocenie Prezesa Urzędu takie działanie przedsiębiorcy może stanowić praktykę naruszającą zbiorowe interesy konsumentów – czytamy w komunikacie UOKiK. Dodatkowo, mogło to stanowić problem dla osób, które kupiły wafelek w automatach, które nie wystawiają paragonów.

Zgodnie z postanowieniem prezesa urzędu, na firmę za tę praktykę nałożona została kara w wysokości ponad 162 tysięcy złotych. Decyzja nie jest prawomocna, przedsiębiorca może odwołać się do sądu.

Jak dodaje Makowski, każdy konsument ma prawo zgłosić w urzędzie swoje wątpliwości związane z zakupionym towarem, wówczas UOKiK bada czy są podstawy do wszczęcia postępowania.

[POSŁUCHAJ](#)

Jak informuje urząd - 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.

To pierwsza tego rodzaju kara nałożona na naszą firmę, a skala i ilość loterii promocyjnych organizowana przez naszą firmę jest bardzo liczna – podkreśla Agnieszka Kępińska rzeczniczka prasowa Kraft Food Polska. Firma nie będzie odwoływała się od decyzji UOKiK i zapłaci należną karę.

[POSUCHAJ](#)

Czy w przyszłości firma baczniej będzie przyglądała się organizowanym konkursom i zacznie umieszczać regulamin na opakowaniach? **Robimy podsumowanie każdego typu promocji. Więc i w tym przypadku postąpimy podobnie. Będziemy ze szczególną uwagą przyglądać się naszym regulaminom promocyjnym.** - usłyszeliśmy z ust pani rzeczniczki.

Jan Bacza