

**MINISTERIO DE SANIDAD Y CONSUMO.
INSTITUTO NACIONAL DEL CONSUMO.**

ACUERDO SOBRE DETERMINADAS PRÁCTICAS PROMOCIONALES POR LAS QUE SE OFRECE UNA CANTIDAD ADICIONAL DE PRODUCTO BAJO UN MISMO PRECIO

1.- Ámbito de aplicación.

El presente acuerdo se aplicará a aquellas prácticas promocionales efectuadas por el propio fabricante, distribuidor, propietario o responsable de la comercialización de un producto envasado, con la finalidad de fomentar su adquisición. Esta actividad promocional consiste en la entrega de una cantidad adicional de un producto envasado, efectuada en el propio envase del producto que se pretende promocionar, bajo un mismo precio.

2.- Finalidad.

Con la firma del presente acuerdo se pretende hacer efectiva la legislación existente aplicable a este tipo de prácticas promocionales, de forma que permita garantizar una protección adecuada de los derechos de los consumidores, a la vez que un correcto y equilibrado funcionamiento del mercado.

3.- Requisitos generales de estas prácticas promocionales.

1) Este tipo de prácticas sólo podrán efectuarse respecto de productos conocidos por el consumidor, por haber sido puestos a su disposición por primera vez, en el mercado nacional con una antelación mínima de 6 meses a la fecha en que se haya previsto el inicio de la oferta promocional.

2) La duración máxima de este tipo de ofertas promocionales, por parte del fabricante, distribuidor, propietario o responsable de la comercialización, no podrá superar, en ningún caso, un período de 6 meses.

3) Entre una Campaña promocional de este tipo y otra, con las mismas o similares características, que el fabricante, distribuidor, propietario o responsable de la comercialización pretenda realizar respecto de un mismo producto, deberá mediar al menos un período de 6 meses.

No obstante, cuando el responsable de la comercialización realice una campaña promocional de un producto, con un cliente o clientes determinados, el período de seis meses afectará solamente a esos clientes. En este caso, deberá mantenerse el ofrecimiento del producto de referencia, entendiéndose como tal el producto en su cantidad y precio habitual.

4) La oferta promocional deberá ser realizada de tal forma que no induzca a error al consumidor.

Para tal fin:

Se deberá indicar la cantidad total incluida en el envase expresada en las unidades correspondientes de forma desglosada, mostrando por un lado la cantidad habitual y, a continuación, la cantidad adicional del producto que se entrega.

Estas cifras deberán gozar de una altura mínima que se corresponda a la cantidad nominal del producto.

La indicación de la cantidad adicional podrá hacerse, además, en cualquier otro espacio del envase, bien por signos ortográficos, por signos gráficos, incluyendo los que evidencien el aumento de la cantidad del producto o ambos a la vez.

La utilización de signos gráficos en el envase deberá hacerse de tal forma que no induzca a error al consumidor sobre la cantidad adicional del producto que realmente se ofrece en la promoción. En este sentido, la parte del envase diferenciada que indique la cantidad adicional ofrecida deberá guardar la debida proporción con el tamaño del envase habitual.

Esta cantidad adicional podrá ser indicada por un porcentaje sobre la cantidad nominal habitual, siempre y cuando este porcentaje sea de fácil cálculo directo para el consumidor, y siempre que se trate de múltiplos de 5, ó 33.

5) Deberá quedar constancia, por los métodos habituales, en la documentación mercantil que se entregue al cliente, de la identificación del número de productos contemplados en la promoción, de su precio, de la fecha de adquisición por parte de éstos últimos y de cualquier otra circunstancia, que permita a las Unidades de Inspección de las Comunidades Autónomas verificar todos los extremos de la promoción y, en particular, los extremos contenidos en este acuerdo.

4.- Revisión del acuerdo.

El presente acuerdo podrá ser objeto de revisión periódica para adaptarlo a las necesidades lógicas emanadas de un correcto funcionamiento del mercado que garantice la protección adecuada de los consumidores.

5.- Período transitorio.

El presente acuerdo será de aplicación para las partes que lo suscriben una vez haya finalizado el plazo de seis meses naturales contados a partir de la fecha de su firma.

6.- Entidades que suscriben el acuerdo.

- Asociación de Empresas de Detergentes y de Productos de Limpieza, Mantenimiento y Afines. (ADELMA).
- Federación Española de Industrias de la Alimentación y Bebidas. (FIAB).
- Asociación Nacional de Perfumería y Cosmética. (STANPA).
- Instituto Nacional de Consumo. (INC).

Madrid a 27 de mayo de 1999.