L'Antitrust contro i cofanetti regalo: ora più tutele per i consumatori

L'Autorità garante per la concorrenza ha accettato gli impegni presentati da **Smartbox, Wishdays e Move Group** per sanare le procedure d'infrazione avviate dall'Antitrust a inizio anno. Sanzione dunque evitata per le tre società, che gestiscono i principali marchi di cofanetti regalo in Italia, ma solo a patto di rispettare una serie di impegni su una maggiore trasparenza del mercato delle gift box. Vediamoli nel dettaglio:

A **Wish Days (Emozione 3)** erano state contestate pratiche commerciali scorrette nella comunicazione del prodotto e un epidosio relativo al 2013 in cui la possibilità di prolungare la validità di cofanetti scaduti era stata prima concessa e poi negata ai possessori. Per riparare alle contestazioni Wish Days ha sottoscritto 7 impegni:

1) informazioni più chiare sui cofanetti, in particolare su validità e limiti di fruibilità

2) modificare i contratti con i Partner per consentire l'utilizzo del buono in tutti i periodi di disponibilità indicati

3) assistenza ai clienti in caso di problemi con la struttura (rimborso o prolungamento del buono in caso di rifiuto della struttura ad erogare una prestazione)

4) garantire al cliente un nuovo cofanetto o il rimborso del prezzo pagato se il partner impone al cliente servizi e spese aggiuntive non previste dal pacchetto

5) rafforzare le procedure di controllo

6) migliorare l'efficienza del servizio clienti con appositi corsi di formazione

7) in caso di errata comunicazione dei termini per la proroga di un servizio attenersi alla versione più favorevole per il cliente

A **Smartbox** sono state contestate pratiche commerciali scorrette nella comunicazione del prodotto (in particolare sulle pubblicità che riportavano "Durata di validità illimitata", l'ostacolo della fruizione di diritti come il recesso e il rimborso, condizioni per il ripensamento inferiori rispetto a quelli indicati dal Codice del Consumo.

Gli impegni presi dalla società sono di non utilizzare più il claim contestato, di adeguare il diritto di recesso a quanto previsto dal Codice del Consumo e di introdurre la possibilità per i consumatori di utilizzare il cofanetto anche in quei casi in cui prima non era possibile.

A **Move Group (Regalone e Movebox)** sono state fatte contestazioni analoghe a quelle di Smartbox, gli impegni presi della società sono però molti più corposi:

1) Pubblicare gli impegni sul sito aziendale
2) Rendere le informazioni al consumatore più fruibili
3) Maggiori controlli nelle strutture affiliate
4) Assistenza clienti più efficiente
5) Sostituzione gratuita dei cofanetti Regalone con i cofanetti Movebox

Tutti hanno 60 giorni per rispettare i propri impegni pena multe fino a 5 milioni di euro, il testo completo della delibera è scaricabile dal sito dell'AGCM

In sostanza non ci sono novità dal punto di vista giuridico, l'impegno preso dalle tre società è essenzialmente quello di rispettare i diritti già vigenti dei consumatori e di evitare forme ingannevoli in pubblicità. Un esempio comunque che potrebbe portare un po' di trasparenza in un mercato opaco dove una buona fetta del fatturato è generato da deal non incassati.