

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 episodio 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 dalla 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.