

3 Settembre 2015

Cofanetti regalo, in arrivo nuove regole e più trasparenza

L'Antitrust bacia le principali società che commercializzano gift box e impone condizioni



L'esplosione delle gift box, che ormai offrono esperienze per tutti gusti, dallo sport al viaggio, dal benessere alle cene gourmand, ha portato con sè anche qualche problema. All'inizio dell'anno l'Antitrust ha baccettato alcune tra le principali società che gestiscono i marchi più diffusi di cofanetti regalo. L'Autorità garante per la concorrenza ha accettato in questi giorni gli impegni presentati da Smartbox, Wishdays (Emozione 3) e Move Group (RegalONE e Move Box) per sanare le procedure d'infrazione avviate. Sanzioni dunque evitate per le tre società, ma solo a patto di rispettare una serie di impegni su una maggiore trasparenza del mercato delle gift box. Nel dettaglio, per tutti e tre i big player del settore il Italia, «il procedimento concerne - si legge nei documenti dell'Agcm - la diffusione, attraverso il sito internet e i cofanetti regalo, di informazioni presuntivamente ingannevoli o comunque omissive in ordine a diversi elementi essenziali». E ancora, «nell'ostacolare l'esercizio di diritti contrattuali, quali il diritto di recesso e di rimborso, mediante un atteggiamento dilatorio del call center o comunque attraverso inefficienze del servizio assistenza clienti». La formula viene ripresa per tutti e tre i procedimenti.

A Wish Days viene contestato anche il meccanismo di proroga del periodo di validità per i cofanetti. Al riguardo Andrea Dusi, ad di Wish Days, specifica che "per quanto riguarda la nostra azienda non esistono meccanismi di proroga di cofanetti in scadenza il 31 marzo 2016, né è stato necessario, come accennato, adeguare le nostre condizioni contrattuali di vendita al fine di consentire all'utente di recedere nei termini di legge: tale adeguamento era già stato apportato immediatamente dopo l'introduzione della nuova normativa. piuttosto ci si può riferire ad una proroga in passato intervenuta con riguardo ad alcuni nostri cofanetti delle precedenti edizioni e che erano in scadenza al 31 marzo 2013: anche su questo tema abbiamo dimostrato la nostra assoluta trasparenza e correttezza".

Per Smartbox, RegalOne e Move Box, invece, viene posto l'accento sui tempi per il diritto di ripensamento. A Smartbox vengono contestato in parte anche il claim "durata di validità illimitata". Gli impegni presentati da Wish Days (Emozione 3) comprendono, tra le diverse iniziative, l'incremento dell'efficacia del servizio clienti e la proposta di "misure alternative

ed equivalenti (con prenotazione a cura di Wish Days in altra su struttura o sostituzione con un nuovo cofanetto)" in caso di difformità tra le caratteristiche presentate nel cofanetto e quelle reali della struttura, o nel caso in cui quest'ultima "abbia imposto al cliente servizi a pagamento o spese aggiuntive".

In alcuni casi, il cliente potrà scegliere tra "la proroga della durata del voucher di ulteriori 6 mesi e il rimborso integrale". Per Smartbox, gli impegni comprendono l'adeguamento "delle condizioni generali di vendita sul sito", portando il diritto di ripensamento e recesso in linea con quanto previsto dal Codice del Consumo. Il testo degli impegni RegalONE-Movebox, sempre secondo quanto riportato dai documenti Agcm, comprende alcuni interventi sul servizio telefonico di assistenza clienti, che verrà reso gratuito e un controllo più mirato sulle strutture affiliate, oltre alla sostituzione gratuita dei cofanetti Regalone con i cofanetti Movebox. Tutte le società hanno 60 giorni di tempo per rispettare gli impegni presi, con il rischio di incappare diversamente in sanzioni fino a 5 milioni di euro.