

Wish Days sull'indagine condotta dall'Antitrust

A proposito dell'indagine svolta dall'AGCM (Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato) che ha coinvolto i tre big players del mercato delle giftbox, Wish Days interviene per precisare le notizie che la riguardano, confutando in particolare alcune informazioni impropriamente riportate da alcuni media.

“Tengo a precisare” – dichiara Andrea Dusi, AD Wish Days – “che le verifiche effettuate dall'AGCM hanno confermato l'impegno e la correttezza di Wish Days nei confronti della propria clientela. Le ipotesi di pratiche commerciali scorrette inizialmente ipotizzate non hanno trovato conferma alcuna e non sono state accertate dall'AGCM per quel che riguarda Wish Days. Inoltre, alcuni dei comportamenti scorretti citati in articoli pubblicati nelle ultime ventiquattr'ore non sono imputabili a Wish Days. In particolare, le modifiche alle condizioni di vendita (con riferimento al diritto di recesso spettante ai consumatori) e gli interventi, in termini di comunicazione e corretta informazione, connessi alla durata di validità illimitata dei cofanetti riguardano esclusivamente altri operatori del settore. Abbiamo comunque tempestivamente accolto e recepito i suggerimenti dell'Autorità, formulando alcuni “impegni” che ancor più ci consentiranno di soddisfare al meglio le esigenze dei nostri clienti, garantendo sempre ai consumatori un corretto esercizio dei loro diritti. Anche per questo manifestiamo il massimo apprezzamento nei confronti dell'attività svolta dall'Autorità nell'ambito di un procedimento che, grazie, come detto, anche allo spirito di collaborazione e alla trasparenza dimostrati, si è concluso senza l'applicazione di sanzioni dandoci modo di far apprezzare all'Autorità medesima l'impegno da sempre profuso

per la soddisfazione piena della nostra clientela.”

“La trasparenza nei confronti dei consumatori e l’approccio proattivo verso il cliente, la risoluzione dei problemi occorsi e le relazioni con i fornitori” – prosegue Dusi – “ci sono sempre stati riconosciuti come plus e lo dimostrano anche i giudizi estremamente positivi pubblicati dai nostri clienti sia su siti di recensione indipendenti, che su una piattaforma dedicata ai nostri cofanetti e ai nostri fornitori. Il monitoraggio della soddisfazione del cliente è costante, così da poter individuare possibili problematiche sul nascere e correggere eventuali inefficienze del sistema di utilizzo dei nostri cofanetti”. “Vorrei inoltre specificare” – continua Dusi – “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”.