

23 novembre 2006 0:00

TI PROMETTONO SCONTI, INVECE E' UNA VENDITA E UNA FREGATURA. SI ESPANDE ALLE MARCHE IL "FENOMENO" DELLE TESSERE SCONTO FASULLE. DA UN ANNO NE SONO COLPITE TUTTE LE REGIONI DEL NORD, INSIEME A TOSCANA E UMBRIA

Firenze, 23 Novembre 2006. Il fenomeno delle tessere sconto fasulle si espande a macchia d'olio. Ora ci sono arrivate segnalazioni anche dalle Marche, ultima regione contaminata da queste vendite a domicilio poco ortodosse. Il tenore e' questo: *"Anch'io sono stata contattata prima telefonicamente, e poi un incaricato il giorno xxx e' venuto a casa mia. Oggi mi sono informata sul vostro sito e ho letto le varie lettere scritte da persone che sono state truffate"*.

Si tratta di un tipo di vendita truffaldina a domicilio, dove il disattento consumatore, spinto dalle parole del furbo venditore, pensa di accettare una delle tante tessere che rilasciano i centri commerciali e invece sottoscrive un contratto per **acquistare merce per circa 2.500 euro**.

Come funziona. Un venditore ottiene un appuntamento a casa del consumatore. In questo primo incontro l'agente promette che grazie a una tessera il cliente si garantirà un sconto del 30% per acquisti in un centro commerciale che sta per essere aperto nella zona. A parole, nessun costo e solo l'impegno ad effettuare almeno un acquisto, con una specifica: lo sconto sarà applicato su un importo massimo di 2.490 euro. I prodotti in teoria disponibili sono biancheria per la casa, coperte, lenzuola, ecc.

Quello che, invece, viene fatto firmare e' un complicato e ambiguo contratto. Prima di andare via viene preannunciato che dopo qualche settimana, passerà un nuovo agente che consegnerà la tessera.

A questo secondo incontro, la musica cambia. Dai toni rassicuranti si passa alle minacce. Se non si acquista per 2.490 euro si sarà citati in giudizio e altre frasi "terroristiche" analoghe. E in più viene scaricata la merce a casa del cliente. Merce mai scelta, ma imposta. Molti hanno capito cosa realmente era accaduto documentandosi sul nostro sito, potendo esercitare in tempo il diritto di recesso.

Inoltre, molti ci avevano comunicato di aver fatto denuncia o segnalazione ai Carabinieri. **La stessa Aduc e' stata contattata dalle forze dell'ordine per ottenere informazioni.**

Nonostante ciò, tutto continua. Anzi, si estende a nuove regioni. Recentemente, a **Lombardia, Piemonte, Toscana, Emilia-Romagna, Veneto, Umbria, si sono aggiunte le Marche, in particolare la provincia di Pesaro-Urbino.**

Considerando che non tutti i consumatori scrivono all'Aduc per segnalare l'inganno, e' legittimo presumere che il numero delle vendite truffaldine siano molte di più. A tutti ribadiamo il consiglio di leggere fino in fondo ciò che si firma, diffidando dalle promesse verbali dei venditori.

A questi link si trovano alcune delle lettere che ci sono pervenute:

clicca qui (<http://www.aduc.it/ricerca/?ricerca=promocos&tipo=cara&x=0&y=0>)

clicca qui (<http://www.aduc.it/ricerca/?ricerca=euroline&tipo=cara&x=0&y=0>)

clicca qui (<http://www.aduc.it/ricerca/?ricerca=Cosmo+Family&tipo=cara&x=14&y=17>)

Come difendersi. Il decreto legislativo 206/2005 permette il diritto di recesso (art.64), senza penale entro 10 giorni, che decorrono dal momento della prima firma, oppure dal momento della consegna della merce. Tale diritto e' riservato solo per gli acquisti senza partita Iva, per i contratti sottoscritti al di fuori dei locali commerciali del venditore (non solo in casa del cliente, ma anche vendite in alberghi o sugli autobus).

clicca qui (http://sosonline.aduc.it/scheda/diritto+recesso+nei+contratti+fuori+dagli+esercizi_9631.php)

Ovviamente, a fronte di proposte ambigue e non chiare e' meglio non firmare. In casi di necessita', invece, ecco il modulo di recesso

clicca qui (http://sosonline.aduc.it/modulo/acquisti+distanza+fuori+dai+locali+commerciali+del_14357.php)

Il decreto legislativo 206/2005 (codice del consumo)

clicca qui (http://sosonline.aduc.it/normativa/codice+del+consumo+lgs+206+2005+successive_9057.php)

Domenico Murrone, consigliere Aduc