23 agosto 2010 17:54

Vendite a domicilio. Tessere sconto fasulle: le balle dei call center per ottenere il primo appuntamento

di Domenico Murrone

Iniziano con: *stiamo conducendo un'indagine di mercato. Chiudono con: è completamente gratuito e sarà consegnato da un nostro incaricato domani.* Con questo schema di telefonata i call center delle ditte di vendita porta a porta riescono a strappare il primo appuntamento, si tratta di aziende venete che da anni 'regalano' tessere sconto (a parole) (http://www.aduc.it/cerca/?testo=tessere+sconto) e vendono reali fregature a centinaia di forzate acquirenti di corredi e asciugamani. Ad essere prese di mira sono soprattutto donne.

In un recente provvedimento l'Antitrust, in attesa di una decisione definitiva (si spera in una congrua sanzione), ha vietato a tre società, non solo di recarsi a domicilio, ma pure di condurre attività di telemarketing per prendere gli appuntamenti.
Il provvedimento riguarda la Jolly S.r.l. (che agisce anche con altri nomi: Andromeda, Ciao, Calypso, Nuvola, Teorema), la New Company (con marchio Linea casa, già Casa Arredo) e Style S.r.l..

Le ispezioni dell'Antitrust hanno trovato, tra l'altro, lo script (il copione, la sceneggiatura) che i call center dovevano recitare. Eccone un paio, pubblicati sul bollettino dell'Autorità.

a) le operatrici dei call center introducono la telefonata sostenendo di effettuare un'indagine di mercato. Dopo avere richiesto informazioni sulle generalità della persona che risponde al telefono, sulle attività dalla stessa svolte, ecc., le operatrici, tra l'altro, affermano "*...le dò un'ultima informazione ... la ditta sta svolgendo una campagna nella sua zona e per farsi conoscere le ha assegnato [un voucher] che dà diritto a sconti dal 20% al 40% [da utilizzare in] un magazzino che eventualmente aprirà in zona ... [il voucher] è completamente gratuito e personale e verrà [consegnato] nella giornata di domani dal nostro incaricato ...*".

b) "*la chiamo per una veloce comunicazione. Non so se lei è a conoscenza che nella sua zona industriale di ... stanno aprendo un nuovo punto vendita Style che tratterà tutto per la casa ... La cosa interessante signora è che l'azienda che apre questo centro ha deciso di assegnare una tessera gratuita che le permette di avere uno sconto del 20% sui prezzi di listino da utilizzare liberamente nei primi tre anni per eventuali acquisti*" [sottolineatura aggiunta]. Dopo avere chiesto al consumatore se è interessato alla tessera, la telefonista prosegue informando "*ecco signora domani abbiamo un nostro incaricato in zona ... che passa esclusivamente per il rilascio delle tessere gratuite e per dare maggiori informazioni sul punto vendita. Le fa piacere signora se passa anche da lei le ruberà solo 5 minuti, il tempo di rilasciare la tessera e di darle tutte le informazioni ...*".

Poi le cose vanno diversamente.
Il venditore ottiene l'appuntamento a casa del consumatore. In questo primo incontro l'agente promette che grazie a una tessera il cliente si garantisce un sconto del 20% 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. 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, passera' un nuovo agente che consegnera' la tessera.
A questo secondo incontro, la musica cambia. Dai toni rassicuranti si passa alle minacce. Se non si acquista per 2/5 mila euro si sara' citati in giudizio e altre frasi "terroristiche" analoghe. E in piu' viene scaricata della merce a casa del cliente. Merce mai scelta, ma imposta.

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.