



Perché il commercio elettronico non decolla? Le ragioni sono molte, alcune strutturali, riguardano cioè il sistema di distribuzione dei prodotti e le modalità di pagamento; altre sono culturali, quindi hanno a che fare con l'attitudine mentale sia di chi vende sia di chi compra. Penso che per descrivere questo problema in modo efficace sia sufficiente un episodio che mi è capitato qualche tempo fa e che vi voglio raccontare. Devo acquistare un computer e, dopo varie ricerche e comparazioni (sono un consumatore attento), decido di dare fiducia al prodotto di una nota multinazionale che vende esclusivamente tramite internet. Scelgo il prodotto, leggo con attenzione le condizioni generali di vendita e ordino il prodotto. La sera stessa ricevo per posta elettronica la conferma dell'ordine e le istruzioni per il pagamento: posso scegliere tra il pagamento con carta di credito o il bonifico bancario. Opto per questa seconda soluzione, mi sembra più prudente. Il giorno dopo, con grande solerzia, mi telefona una signora che si qualifica, con cadenza anglosassone, come la "mia consulente commerciale dedicata". Mi conferma di aver ricevuto l'ordine e mi informa, come peraltro avevo già letto nelle condizioni di contratto, che per dare esecuzione all'acquisto devo spedire via fax copia del bonifico bancario. Mi comunica il numero di fax. Le confermo che provvederò immediatamente perché il computer mi serve con urgenza. Provvedo come richiesto, avendo cura di conservare la ricevuta dell'avvenuta spedizione del fax e la conferma della corretta trasmissione al numero indicatomi dalla consulente commerciale. Le condizioni generali prevedono la consegna della merce entro dieci giorni lavorativi dal pagamento. Passano i giorni. Dopo le faticose 240 ore lavorative, ricevo un messaggio in cui mi si informa che non è stato ricevuto il fax. Mi attivo immediatamente. Contatto la "consulente commerciale dedicata". Le spiego l'accaduto. Mi informa che senza il fax l'ordine non può essere eseguito. Le faccio presente che io ho regolarmente eseguito quanto richiesto e che ho pagato la merce, quindi vorrei capire dove è finita la copia di bonifico che le ho spedito. A questo punto la "mia consulente commerciale dedicata" diventa sarcastica: mi informa che loro sono una grande multinazionale, che un fax tra mille può andare smarrito e che non è il caso di farne un dramma. Resto basito! Replico che abbiamo stipulato un contratto, ho regolarmente pagato e vorrei ricevere il prodotto nei tempi

Acquisti on line e sistemi di pagamento: a volte è una questione di dati personali.

Di Marco Maglio

Lunedì 31 Ottobre 2005 12:33

fissati: io sono un cliente, loro sono una multinazionale e mi aspetto che i fax con i miei dati bancari non vadano smarriti ma siano trattati con cura. Ma la mia interlocutrice non gradisce questi argomenti: il sarcasmo lascia il posto alla commiserazione; le cose stanno così e se voglio ricevere la merce devo rimandare il fax: "Cosa pretende? Che le chiedo scusa? Abbiamo perso il suo fax? Succede. La sua telefonata è sterile".. Dalla collocazione degli accenti mi rendo conto che la signora ha imparato l'italiano guardando le videocassette di Stanlio ed Ollio. Così, temendo che abbia problemi di comprensione, scandisco bene le parole e le ripeto, con calma, le mie osservazioni. Il risultato non cambia. I toni della signora si fanno sempre più impazienti, credo non capisca perché mi stupisco del fatto che il mio fax sia andato smarrito. Chissà se lo capirà quando riceverà la raccomandata con la quale chiedo di conoscere con quali modalità sono stati trattati i dati personali che io ho inviato alla sua società? Smarrire dati personali è un fatto grave, punito dalla legge che tutela la nostra riservatezza. Ed è altrettanto grave non rispettare un cliente. Fino a quando succederanno fatti del genere per le vendite a distanza la strada sarà sempre in salita. Come si usa dire nei titoli di coda dei film, chiudo questo racconto con un'avvertenza: ogni fatto o riferimento a situazioni reali è puramente causale. Non è un refuso di stampa: ho proprio scritto "causale", nel senso che questa simpatica vicenda sfocerà in una causa che sarà mia cura intentare alla multinazionale che smarrisce - con arroganza - i dati personali dei suoi clienti, viola i contratti e non ha neanche il buon gusto di chiedere scusa. Vi terrò informati.