

Operatori trasparenti?

Sembra impossibile.
Eppure, mentre
i maggiori provider marcano
ancora male, quelli virtuali
danno segnali di miglioramento.
Ecco chi vince e chi perde
nella nostra inchiesta.

di Matteo Metta

SOS TELEFONIA

Stop alle fregature grazie alla nostra community: per porre domande agli altri utenti o ai nostri esperti, per aiutare gli altri con le tue competenze altroconsumo.it/community/internet-telefono

Grazie al nostro servizio online, scopri qual è la tariffa più conveniente per te altroconsumo.it/tariffecellulari

Hai avuto un problema con il tuo operatore telefonico? Contatta il nostro servizio di consulenza giuridica **02 69 61 550** lunedì - venerdì h. 9-13, 14-18 altroconsumo.it/contattaci

Dopo l'inchiesta del mese scorso dedicata al cambio di operatore telefonico con portabilità del numero, siamo tornati nei negozi di telefonia. In questa nuova puntata della saga che ha per protagonisti gli operatori ci siamo concentrati sulla sottoscrizione ex novo di un piano tariffario con l'attivazione di un nuovo numero di telefono. Ma prima di passare ai risultati, ecco un breve riassunto della puntata precedente. Una cosa buona in sé, com'è la fiammata di concorrenza tra provider alla quale stiamo assistendo negli ultimi tempi, nasconde in realtà molte insidie. Lo sbarco in Italia di Iliad, con le sue offerte tutto incluso e i milioni di utenti sottratti ai concorrenti in pochi mesi, ha acceso una competizione a colpi di giga come non si era mai visto prima. Una gara al rialzo (dei giga) e al ribasso (dei prezzi) che ha fatto bene alle tasche dei consumatori, almeno di quelli che ne hanno saputo approfittare. Tutto bene? No, perché le cosiddette "offerte operator attack" sono rivolte solo agli utenti che provengono da alcuni operatori, in particolare quelli virtuali e Iliad (che invece è proprietario di rete). Si tratta di promozioni che si trovano soltanto nei negozi. Vengono illustrate esclusivamente a voce, da addetti alle vendite spesso imprecisi, che, se non appositamente sollecitati con domande su punti critici (costi extra-soglia, costi per servizi preimpostati sulla sim, penale per recesso...), si limitano a dichiarare il costo mensile dell'offerta, i minuti e il traffico dati inclusi. Non rilasciano alcuna documentazione, non hanno brochure né schede stampate. Non se ne trova traccia nemmeno sui siti delle compagnie telefoniche. Sono promozioni su cui l'opacità regna sovrana e che negano agli utenti la possibilità di fare confronti seri con le offerte della concorrenza.

Undici operatori sotto la lente

Gli operatori sono più trasparenti quando non devono sfilare un cliente legato a un concorrente ma ne hanno di fronte uno che vuole attivare un nuovo numero? E quali problemi si possono verificare dopo la sottoscrizione del contratto? Per questi motivi, oltre che visitare 160 punti vendita (store ufficiali e rivendito-

ri autorizzati) di undici operatori telefonici (a Milano, Torino, Roma, Napoli e Palermo), abbiamo anche attivato 55 schede telefoniche (una per operatore in ciascuna città).

Come è facile prevedere, il tallone d'Achille degli operatori resta la rete di vendita, in altre parole la qualità delle informazioni che vengono fornite in negozio nella fase precontrattuale. Sfiora la sufficienza solo Coop Voce (che su cinque punti a disposizione ne totalizza 2,5), seguita da Tiscali e da ho.Mobile. Il 70% degli operatori ha ottenuto un voto pessimo (meno di 2). Sono avvantaggiati i negozi di quei provider che confezionano offerte semplici e facili da capire e da

Costi extra, vincoli contrattuali, penali, richieste indebite di carta di credito: ecco a cosa fare attenzione

IN CIFRE

6%

Percentuale di negozi (dei 160 visitati, tra store ufficiali e rivenditori multimarca) che fornisce spontaneamente dettagli sui costi extra-soglia

50%

Percentuale di risposte sbagliate (oppure non fornite) quando si chiedono informazioni sulle penali per recesso anticipato

23%

Percentuale di addetti alle vendite che non specificano il nome dell'offerta che stanno proponendo al cliente

92%

I casi in cui il negoziante non chiede informazioni sul profilo di consumo del cliente prima di proporgli un piano tariffario

spiegare. È questo infatti il caso dei piani tariffari di Coop Voce e ho.Mobile, che non hanno costi extra-soglia né costi di uscita per recesso anticipato.

Informazioni col contagocce

Le rete di vendita è particolarmente lacunosa se invece deve piazzare offerte più complesse, in special modo quelle con costi mensili, giga di traffico e minuti per le chiamate che variano a seconda che si scelga il pagamento su credito residuo oppure l'addebito su conto corrente o carta di credito: è il caso di Vodafone.

Su alcuni temi specifici si nota una carenza comune a tutti gli operatori. I venditori non sanno dire quanto costano i giga di traffico in più nel caso in cui quelli inclusi nel pacchetto mensile si esauriscano. I più svincolano, rispondendo genericamente: «Internet si blocca». Incertezze o buio assoluto anche sul costo di eventuali sms o minuti aggiuntivi.

Inoltre, le informazioni sui costi extra-soglia arrivano quasi sempre dietro esplicita domanda: solo il 6% dei venditori li menziona spontaneamente. Un dato, ►

▶ quello della spiegazione spontanea degli elementi della tariffa, che è stato valutato e la cui carenza è all'origine di voti così bassi nell'informativa precontrattuale.

Un brutto profilo

Lascia a desiderare l'attività di profilazione. Regola vuole che un buon venditore si informi circa le necessità e le abitudini di utilizzo dello smartphone del potenziale cliente, per proporgli il piano tariffario più adeguato. Non lo fa il 92% dei negozi. Altre pecche riguardano la mancata comunicazione del nome dell'offerta e la mancata consegna di materiale informativo (brochure, schede, prospetti) con il riepilogo dei dettagli del piano. Delusione anche da parte di Iliad: quattro suoi negozi (su nove visitati) non ci hanno consegnato materiale informativo. Inoltre abbiamo ricevuto risposte imprecise sulla tariffazione extra-soglia (quando si superano i 50 giga inclusi) e sul metodo di pagamento.

Si è portati a credere che gli store ufficiali delle compagnie telefoniche siano più ferrati e prodighi di informazioni rispetto ai rivenditori autorizzati o ai corner presenti nei centri commerciali. Non è così: l'inchiesta dimostra che non c'è alcuna differenza. Tutto dipende dalla preparazione del venditore e dalla complessità delle offerte, e non dal tipo di punto vendita.

Durante e dopo l'attivazione

Una volta scelta la tariffa, bisogna naturalmente registrare la pratica e pagare. Abbiamo valutato negativamente gli operatori che per il pagamento richiedono obbligatoriamente il codice Iban o il numero di carta di credito, perché così facendo impongono limitazioni nelle possibilità di pagamento. In tre negozi Iliad – a Torino, Napoli e Palermo –, sebbene l'offerta venga descritta come "ricaricabile" (addebito su credito residuo), ci è stato richiesto l'Iban o una carta di credito di appoggio, specificando che bisognava andare nell'area clienti del sito per modificare l'opzione (vedi la vicenda riportata nel riquadro a pag. 23).

Discutibile anche la prassi di considerare l'offerta pubblicizzata non come una tariffa vera e propria ma come un'opzione. In pratica si attiva la sim con un piano base al quale si aggancia un'opzione tariff-

DA UNO A CINQUE, DIAMO I VOTI AI PROVIDER

Operatore telefonico	Informativa precontrattuale	Processo di attivazione	Servizi aggiuntivi	Valutazione globale
COOP VOCE	2,5	3,9	5	★★★★
FASTWEB	1,8	3,8	5	★★★★
HO.MOBILE	2	3,8	4,5	★★★
ILIAD	1,9	3	5	★★★
KENA	1	3	4,5	★★★
TISCALI	2,2	3,9	4,2	★★★
WIND	1,9	3,1	2,8	★★★
POSTEMOBILE	1,1	2,4	2,2	★★
TIM	1	2,9	1,3	★★
TRE	1,4	3,7	2,1	★★
VODAFONE	1	3,2	2	★★

7 DOMANDE DA FARE IN NEGOZIO

Per non incorrere in brutte sorprese, ecco cosa farsi spiegare quando si attiva un nuovo numero o si passa a un altro operatore

1 DETTAGLI DELL'OFFERTA Quali sono le caratteristiche della tariffa proposta? In negozio bisogna sempre farsi dire il nome preciso della tariffa e farsi consegnare materiale informativo.

2 COSTI DI ATTIVAZIONE Quali e quanti sono i costi iniziali? Meglio non fermarsi al totale, e farsi quotare separatamente il costo della sim, il costo di attivazione e l'importo della prima ricarica.

3 COSTI EXTRA-SOGLIA Quanto costa aggiungere giga, sms e minuti se finiscono quelli inclusi nel pacchetto mensile? Pochi sanno cosa li aspetta se vanno oltre le soglie previste. Un sms in più può costare 19 centesimi e due giga addirittura 5 euro.

4 COSTI DI RECESSO Sono previsti costi di uscita in caso di recesso anticipato? Quando ci si sta spossando difficilmente si pensa al divorzio,

lo stesso avviene con gli operatori telefonici. Invece è fondamentale chiedere se c'è un vincolo di contratto, quanto dura, e quanto costa andarsene prima (penale).

5 METODO DI PAGAMENTO Ricaricabile oppure con addebito su conto corrente o su carta di credito? I provider preferiscono addebiti automatici, per questo sono disposti a offrire tariffe più vantaggiose ai clienti che scelgono un addebito su carta o conto.

6 OPZIONE TARIFFARIA L'offerta proposta è un'opzione tariffaria? Se è così, quanto dura e quali sono le caratteristiche del piano base?

7 SERVIZI PREATTIVATI Sulla sim sono attivi servizi a pagamento (segreteria telefonica, servizio richiamami...)? Quanto costano? Se non ti interessano, chiedi come disattivarli per non incorrere in addebiti ulteriori.

faria (quella oggetto della pubblicità) che spesso è una promozione a tempo e vale solo per alcuni servizi. Per esempio, cosa succede se nell'offerta non sono inclusi gli sms, cosa ormai comune? Bisogna andare a controllarne il costo sul piano base.

Un aspetto ulteriore cui prestare attenzione dopo l'attivazione è il ricevimento della documentazione contrattuale. In alcuni casi non ci è stata inviata, cosa grave perché i consumatori devono essere sempre messi a conoscenza delle condizioni contrattuali realmente applicate, anche per poter far valere i propri diritti. Per quanto riguarda la corrispondenza tra costo reale dei servizi aggiuntivi (segreteria telefonica, servizio "richiamami"...) e quello dichiarato in negozio, in tabella notiamo valutazioni mediamente più alte. Questo perché, nonostante non siano mancati casi in cui ci sono stati forniti costi errati o siamo stati invitati a rivolgerci al servizio clienti, la maggior parte delle volte i venditori hanno saputo dare a questo proposito informazioni che poi si sono rivelate corrette.

Un vincolo travestito da favore

Insomma, la telefonia si rivela un campo pieno di trappole. Del resto, tra disguidi nell'attivazione, costi nascosti, servizi non richiesti, costi extra-soglia, penali mascherate, fatturazioni a 28 giorni e pubblicità ingannevoli, le compagnie ci hanno inflitto le più bieche angherie. E spesso hanno preferito pagare multe milionarie invece che accettare di rispettare le regole, perché le scorrettezze evidentemente pagano molto di più. Normale che gli utenti abbiano il dente avvelenato. Magari non sarà vero che il male è più forte del bene, ma di sicuro ha più fantasia. Che dire della cattiva abitudine di certi operatori di chiamare il cliente nelle settimane immediatamente precedenti la scadenza del vincolo contrattuale di 24 mesi, per proporgli una tariffa più conveniente? Quello che sembra un favore è in realtà un modo per far scattare un nuovo vincolo di 24 mesi. Chi accetta si impegna per altri due anni a restare con lo stesso operatore, così se vorrà cogliere altre offerte sul mercato non potrà farlo, a meno di pagare una penale per andarsene. Non proprio un modello di trasparenza e correttezza. ■

Tre casi dalla nostra inchiesta*



ESISTE LA CAUZIONE SULLA PENALE?

Claudia ha appena attivato una nuova sim card Wind in uno store ufficiale a Milano. Quando arriva il momento di pagare le vengono chiesti dal negoziante 30 euro. Lei rifà i conti ad alta voce: «10 euro per la sim, 3 euro di attivazione e

9,99 per la prima ricarica: totale 23 euro. Perché devo pagarne 30?». La risposta del venditore è surreale: «Se ora paga questi 7 euro in più, che sono una specie di "cauzione", se se ne va prima di 24 mesi (recesso anticipato ndr), le addebitano 20 euro invece di 30».

IL NOSTRO COMMENTO

Ovviamente Wind non richiede alcuna "cauzione", men che meno sulle penali di recesso. Se poi i 7 euro chiesti in più vanno a finire nel credito, è bene sapere che all'attivazione si è liberi di caricare sulla sim l'importo che si vuole, salvo indicazioni specifiche incluse nell'offerta.



LA CARTA DI CREDITO NO!

Nel corner Iliad di un centro commerciale di Palermo, Salvatore al momento di pagare si sente dire dall'addetto alle vendite: «Per l'attivazione non serve la carta di credito o l'addebito sul conto corrente. È però necessario che la carta

di credito venga memorizzata come metodo di ricarica. Ma non si preoccupi: accedendo all'area personale sul sito può disabilitarla e fare ricariche normali».

IL NOSTRO COMMENTO

È una richiesta indebita. Quando si sottoscrive un'offerta scegliendo la ricarica manuale, non devono essere richiesti per alcun motivo né carte di credito né codici Iban. È scorretto prevedere impostazioni diverse da quelle scelte dal cliente e chiedergli di ricordarsi di andare a modificare le opzioni di pagamento, se l'offerta è stata presentata con caratteristiche diverse.



OPZIONE A SORPRESA

In un centro Tim di Roma, Andrea ha attivato un'offerta che include 5 giga di traffico internet: una quantità ritenuta sufficiente per le sue esigenze. Una volta a casa, Andrea controlla lo

scontrino e nota che è stata attivata, senza averla richiesta, un'opzione che fornisce 2 giga di traffico in più, al costo di 5 euro al mese.

IL NOSTRO COMMENTO

Si tratta di un'opzione non richiesta e, per inciso, pure a caro prezzo. Poiché è l'unico caso di questo tipo verificatosi nel corso dell'inchiesta, vogliamo credere che si sia trattato di un malinteso. Questo caso comunque ci insegna che è sempre meglio controllare sul momento le voci della ricevuta fiscale: vale per qualunque pagamento, dalla telefonia al ristorante.