

Attenzione alle clausole contrattuali

Un ok consapevole sul foglio d'ordine

Scelto lo shampoo, deciso per l'aspirapolvere, quantificata la scorta di surgelati adatta alle proprie esigenze, individuato il libro d'arte che ci interessa oppure il copriletto che si cercava, per procedere all'acquisto bisogna sottoscrivere l'ordine, che viene redatto dall'incaricato alla vendita.

Prima di firmarlo, è bene leggerlo con attenzione per verificare, soprattutto, che contenga la clausola relativa al diritto di recesso o di ripensamento con l'indicazione chiara dell'iter da seguire per far valere questo diritto. Poi occorre accertarsi che la data sia realmente quella in cui si sottoscrive l'ordine e che sia rispettata la tutela della privacy. Se sull'ordine compare il marchio Avedisco si è più tutelati, perché è garantita l'assenza di clausole vessatorie. Il venditore è tenuto a consegnare all'acquirente una copia del modulo d'ordine in cui devono essere chiaramente leggibili il nome dell'impresa e quello dell'incaricato, le modalità per mettersi in contatto con loro e tutte le condizioni di vendita. Questo modulo va conservato fino alla consegna della merce acquistata.

Tempi

Non c'è da aspettare molto per ricevere la merce. Il codice di comportamento Avedisco stabilisce che, salvo diverso accordo tra le parti, gli ordini devono essere evasi il più rapidamente possibile e in ogni caso entro 30 giorni dal successivo a quello in cui sono stati firmati. Se in questo lasso di tempo le imprese o i venditori non sono in grado di adempiere al contratto, perché i prodotti ordinati non sono più disponibili, il consumatore ha due possibilità: farsi rimborsare il più presto possibile, e comunque entro 30 giorni, le eventuali somme che ha pagato oppure, se il contratto lo prevede,

ricevere prodotti di qualità e prezzo equivalente.

Recesso e assistenza

Cosa si può fare invece se, una volta ricevuto il prodotto, non lo si trova di proprio gradimento o se si cambia idea? Appellarsi alla clausola di recesso che permette al consumatore di annullare il contratto entro 10 giorni dalla sottoscrizione, ottenendo il rimborso della cifra eventualmente già pagata. Per farlo occorre inviare una raccomandata, con avviso di ritorno, all'azienda che ha fornito la merce. Attenzione, però: il diritto di recesso è valido solo per le persone fisiche e non si applica se si firma il contratto a nome di una società.

Ci sono anche imprese che offrono condizioni migliori rispetto a quelle stabilite dalla legge italiana nel codice del consumo. Ad esempio, il diritto incondizionato di restituzione del bene con pieno rimborso o sostituzione a scelta del consumatore: queste garanzie devono essere messe per iscritto, con parole non ambigue, nel modulo d'ordine. Su questo documento devono essere chiaramente esposti anche i termini e la durata di eventuali garanzie addizionali e il nome e l'indirizzo di chi presta la garanzia. È sempre bene verificare che sia specificato anche l'esistenza di un servizio post-vendita, particolarmente importante soprattutto per gli acquisti di elettrodomestici.

Come specificato nel Codice etico, gli aderenti ad Avedisco si impegnano a seguire i clienti anche dopo l'acquisto, al per aiutarli a migliorare la conoscenza e l'utilizzo degli apparecchi acquistati. Anche in questo caso internet si rivela prezioso, perché molte aziende hanno aperto sul loro sito dei forum con consigli e suggerimenti d'uso e attivato un servizio clienti online.

Consigli e tutele

1 L'identificazione dell'incaricato

L'acquirente chiede che l'incaricato alle vendite si identifichi e dichiari per quale azienda lavora esibendo il tesserino di riconoscimento, che è obbligatorio per gli operatori della vendita a domicilio

2 Patti chiari sulle ragioni della visita

Esigere che l'incaricato specifichi chiaramente la ragione della visita a domicilio, anche qualora ci sia stato preliminarmente un contatto telefonico e un accordo sulla visita al domicilio dell'acquirente

3 Tutti i particolari sul bene offerto

L'incaricato dovrà illustrare le caratteristiche del prodotto in vendita, le condizioni di prezzo e dell'eventuale credito, i tempi di consegna, le garanzie, i termini per il cambio, la restituzione e l'esistenza del servizio assistenza

4 Trattamento dati nel rispetto della privacy

Sul contratto il consumatore verifichi anche l'inserimento degli adempimenti in materia di tutela della privacy. Anche eventuali i contatti telefonici o per email non devono risultare invadenti

5 Vietate le pratiche commerciali scorrette

Imprese e incaricati devono svolgere la loro attività commerciale e promozionale con correttezza e trasparenza: nei confronti del cliente non devono essere utilizzate pratiche sleali, fuorvianti o ingannevoli

6 Un «autografo» dopo scrupolosa lettura

Leggere bene ciò che si firma verificando che la data sia quella in cui si sottoscrive l'ordine. Accertarsi che sia riportata la clausola sul diritto di recesso o di ripensamento e se è chiaramente indicato a chi andrà comunicato

7 Il modulo d'ordine in copia al cliente

Al momento della vendita al consumatore deve essere consegnata una copia del modulo d'ordine in cui siano identificati impresa, incaricato, modalità per mettersi in contatto e tutte le altre condizioni di vendita

8 Un marchio e un codice di comportamento

L'Avedisco ha elaborato un codice di comportamento cui sono tenute ad attenersi le imprese e i loro incaricati alla vendita. L'esistenza del marchio Avedisco su ordine e tesserino è una garanzia di correttezza

9 Condizioni chiare su garanzia e assistenza

Sul modulo d'ordine o su altro stampato fornito con il prodotto devono essere esposti i termini e la durata di eventuali garanzie addizionali e le caratteristiche del servizio post-vendita e l'iter che il cliente può seguire per accedervi

Shopping a domicilio. Dai cosmetici ai beni durevoli ecco come acquistare i prodotti senza incappare in spiacevoli sorprese

Venditori in casa con il tesserino

È necessario verificare sempre l'affidabilità dell'incaricato e il motivo della visita

PAGINA A CURA DI
Manuela Soressi

Se il cliente non si reca in negozio, è il venditore che va direttamente da lui. Su questo assunto si basano le vendite dirette, ossia quelle "porta a porta", realizzate da venditori che propongono o mostrano direttamente i prodotti al domicilio dei clienti o nei luoghi dove lavorano o si svagano. Dalle storiche "presentatrici" di cosmetici o prodotti per la pulizia della casa ai dimostratori di elettrodomestici e piccoli casalinghi, dagli esperti di integratori alimentari ai furgoncini che consegnano direttamente a casa i surgelati, quello della vendita diretta è un universo fatto da 240 mila addetti che raggiungono i consumatori al di fuori dai canali commerciali tradizionali.

La centralità del fattore umano è una caratteristica di questa formula: il rapporto diretto con i venditori, che offrono la loro consulenza, illustrando i prodotti, rispondendo a ogni domanda e svolgendo dimostrazioni pratiche per mostrarne il miglior utilizzo, è un plus importante rispetto ad altre formule di vendita ad alto contenuto di servizio, come l'e-commerce. Gli altri vantaggi della vendita diretta sono riassumibili in una sola parola: comodità. Niente traffico né problemi di parcheggio né tempo perso in fila alle casse: l'addetto alla vendita si presenta a domicilio, su appuntamento, oppure invita agli incontri di presentazione che vengono organizzati periodicamente a casa dei clienti e che spesso sono occasioni per rivedere dei conoscenti o fare nuove amicizie, ma anche per provare di persona cosmetici o elettrodomestici.

Così, a dispetto dell'espansione della rete distributiva moderna e della crisi economica, questo settore riesce a mantenere

le sue posizioni: secondo l'Avedisco, l'associazione che riunisce 36 aziende in rappresentanza del 50% del settore, il primo trimestre di quest'anno si è chiuso con 331 milioni di euro di fatturato, lo 0,4% in più rispetto allo stesso periodo del 2008. Ma non tutti i prodotti hanno lo stesso trend: è stabile il più rilevante, quello dei beni durevoli casa, che pesa per il 46,7% sul fatturato del settore e che, tra gennaio e marzo 2009, ha visto i fatturati contrarsi dello 0,5%. Segno positivo, invece, per cosmetici e accessori moda (+4,2%), prodotti alimentari e nutrizionali (+3,2%) e beni di consumo casa (+3%). Dunque, l'offerta si rinnova e si adegua alle nuove esigenze degli italiani, che sembrano continuare ad apprezzare i vantaggi di fare shopping in casa propria. Ma c'è da fidarsi di questa formula? Quali sono i comportamenti migliori da tenere per fare acquisti in tutta sicurezza? Ecco i suggerimenti di Avedisco.

VETRENE VIRTUALI

Molte aziende hanno inserito sul proprio sito il catalogo dei loro articoli: l'acquirente può visionarli o controllare le informazioni ricevute

Su internet

Gli indirizzi di alcune società

- www.avedisco.it
- www.amway.it
- www.avon.it
- www.eismann.it
- www.artespa.it
- www.herbalife.com
- www.stanhome.it
- www.tupperware.it
- www.folletto.it

sco, i cui associati (con i loro incaricati alle vendite) si impegnano a rispettare un Codice di condotta che stabilisce i principi per un comportamento commerciale corretto.

La prima mossa da fare è verificare l'affidabilità del venditore, chiedendogli per quale azienda si presenta e invitandolo a esibire il tesserino di riconoscimento obbligatorio per gli incaricati della vendita a domicilio, che viene rilasciato dalle aziende previa comunicazione all'autorità di pubblica sicurezza. Poi occorre informarsi sulla ragione della visita, se si tratta solo di una dimostrazione o di intervista a scopo informativo. In questi casi, finito l'incontro, non bisogna firmare nulla, anche se il venditore lo chiedesse per dimostrare di aver svolto il suo lavoro. Prima di decidere un acquisto, è bene farsi dare, in modo leggibile, chiaro e comprensibile, tutte le informazioni utili. E cioè: caratteristiche del prodotto, prezzo ed eventuali costi di trasporto, condizioni di vendita, termini di pagamento e di eventuali finanziamenti, tempi di consegna, durata della garanzia, regole per il cambio o la restituzione, l'esistenza di un servizio di assistenza. Un altro consiglio utile è quello di prendere tempo, soprattutto se si tratta di acquisti importanti o costosi. Molte delle aziende che propongono la vendita diretta hanno inserito il catalogo prodotti sui loro siti: se ne può approfittare per verificare le informazioni ricevute, cercare nuove notizie o fugare eventuali dubbi. Ma non per fare acquisti, «perché i nostri prodotti - come spiega Luca Pozzoli, presidente di Avedisco - nascono per essere spiegati e continueranno a essere proposti solo e soltanto attraverso il canale della vendita diretta».