



Black Friday, ecco il decalogo antitruffa e antistress e per comprare online

Descrizione

(Adnkronos) â?? Pacchi che non arrivano mai, rimborsi impossibili, servizio clienti inesistente e acquisti inutili. Con lâ??avvicinarsi del Black Friday si moltiplicano online le offerte imperdibili e, con queste, anche i siti farlocchi e i rischi di truffa. Ma attenti a credere che la questione interessi solo i â??mattoniâ??. Come ricorda lâ??imprenditore digitale napoletano Fabio De Rienzo, esperto di e-commerce e founder della piattaforma online Materassimemory.eu: â??Il problema non Ã solo lo scam, la truffa palese per intenderci, ma anche tutte quelle tecniche che servono ad aumentare la pressione e spingere lâ??utente allâ??acquisto, anche quando non ve ne Ã la necessitÃ â?•.

De Rienzo stila un decalogo, dieci piccole regole per far sÃ che il Black Friday sia vissuto come una reale occasione e non cadere in truffe o raggiri. â??Innanzitutto, scegliere un sito o un venditore affidabile Ã il primo passo per evitare di cascare male. Oggi Ã piÃ facile mettere su un e-commerce, anche fasullo, ma Ã anche vero che Ã piÃ facile accedere a piattaforme di recensioni verificate che possono in qualche modo garantire lâ??esperienza dâ??acquisto; quindi, Ã bene verificare â??cosa si dice onlineâ?? del negozio prima di completare lâ??acquistoâ?•.

Segue a ruota il secondo consiglio: â??Usare metodi di pagamento sicuri. Soprattutto nel caso di siti e portali meno conosciuti. Quasi tutti i siti possono gestire pagamenti digitali con app e servizi super conosciuti: non trovarli Ã una delle red flag piÃ evidentiâ?•. Altro campanello dâ??allarme Ã unâ??offerta troppo vantaggiosa, quelle che si catalogano come troppo belle per essere vere. â??Dietro unâ??offerta assolutamente imperdibile â?? dichiara De Rienzo â?? che puntualmente arriva da aziende poco affidabili con sedi legali in luoghi strani, spesso si nascondono siti scam. Lâ??obiettivo di queste piattaforme spesso Ã quello di carpire dati dellâ??utente, non solo finanziariâ?•.

Il quarto suggerimento riguarda poi le modalitÃ di acquisto, in particolare quella del ripensamento. â??Il Codice del Consumo italiano, che recepisce la direttiva comunitaria sui diritti dei consumatori, parla chiaro: nella maggior parte dei casi entro 14 giorni dalla consegna lâ??acquirente puÃ restituire il prodotto ed essere totalmente rimborsato. I siti che non espongono chiaramente tali modalitÃ e/o che si nascondono dietro procedure arzigogolate per il reso sono quelli da cui Ã necessario guardarsi beneâ?•. Tale consiglio fa il pari con il quinto: â??Verificare sempre i costi nascosti. Chi espone un prezzo molto basso ma poi aggiunge spese di spedizione gonfiate, assicurazioni obbligatorie,

supplementi per il metodo di pagamento o costi generici di gestione sta semplicemente costruendo un artificio commerciale. Il prezzo reale Ã quello finale, non quello del banner, e il consumatore deve sempre poter conoscere in anticipo tutte le voci che compongono lâimporto da pagareâ.

A questo punto De Rienzo richiama lâattenzione anche su un altro meccanismo spesso sottovalutato: il prezzo mostrato non Ã necessariamente quello migliore possibile. âQualcosa Ã stato fatto giÃ anche in Italia, in occasione degli ultimi saldi, con lâobbligo di mostrare il prezzo medio del prodotto antecedente allâofferta. Ma Ã bene ribadirlo: anche online Ã utile verificare lo storico dei prezzi. Non fidatevi solo di quello che dicono i negozi di loro stessi, perÃ². Per molte piattaforme, soprattutto le piÃ¹ grandi, esistono strumenti di terze parti che permettono di vedere lâandamento del prodotto nel tempo. Se un articolo Ã stato aumentato dieci giorni prima per poi essere âscontatoâ, lâaffare Ã piÃ¹ apparente che realeâ. E non basta: âConviene monitorare lâarticolo anche nei giorni immediatamente precedenti allâinizio ufficiale delle promozioni, per capire se lo sconto rappresenta davvero un ribasso o se il prezzo Ã stato ritoccato piÃ¹ volteâ.

Se il sesto e settimo consiglio sono legati al prezzo dellâarticolo, lâottavo riguarda la disponibilitÃ. âUn elemento â sottolinea De Rienzo â che spesso diamo per scontato: siamo cosÃ¬ abituati al âtutto e subitoâ che dimentichiamo di controllare se in effetti stiamo comprando qualcosa che al momento Ã nel magazzino del negozio. Durante il Black Friday la domanda esplode e non tutti i negozi aggiornano correttamente i propri magazzini online. Capita quindi di acquistare un articolo che risulta disponibile solo sulla carta, salvo poi scoprire che la consegna Ã prevista dopo settimane, quando non addirittura dopo mesi. Considerando che molti aspettano il Black Friday nella speranza di mettere un regalo sotto lâalbero di Natale per i propri cari, significa finire in un girone dellâinferno fatto di richieste di essere aggiornati sui tempi e tentativi di rimborsoâ.

Argomento, quello del tentativo di connettersi al venditore, che porta dritti al penultimo punto del decalogo stilato da De Rienzo. âVerificate sempre la disponibilitÃ di contatti del sito, come recapiti telefonici reali, e/o informatevi sullâassistenza clienti. I chatbot possono essere utili per le informazioni di base, ma non sostituiscono mai lâessere umano: quando câÃ un problema vero servono persone che rispondono, non risposte automatiche che ti rimandano da una schermata allâaltra. Unâassistenza reale evita di finire in un circolo di stress senza fine e permette, se necessario, di aprire un reclamo formale, inviare una PEC, parlare con qualcuno che si prenda in carico la situazione. Un sito che non offre questa possibilitÃ Ã un sito da cui diffidare a priori, cosÃ¬ come diffidereste da chi, una volta presi i vostri soldi, non vi risponde piÃ¹ manco se vi incrocia per caso in stradaâ.

Bisogna evitare il piÃ¹ possibile di incappare nellâansia di acquisto. Esistono una serie di strategie di e-commerce, alcune che si muovono su un sottile filo tra lecito e illecito, che sono ben note agli addetti ai lavori e pensate proprio per spingere a un acquisto compulsivo, non ragionato e basato tutto sullâurgenza che sostituisce la ragione. Spiega De Rienzo: âTimer dellâofferta spesso fasulli (evergreen timer) che compaiono come pop-up in pagina con il solo obiettivo di farti comprare in fretta, prima che lâutente possa pensare se davvero ha bisogno o meno di ciÃ² che ha nel carrello, ma anche diciture come âultimi pezzi disponibiliâ o quella tipica della prenotazione delle camere dâalbergo online in cui si dice che âaltri utenti stanno guardando ora questo prodottoâ, come se stessero per toglierlo a te mentre ancora ci pensi, sono tutte strategie per creare pressione e spingere allâacquistoâ.

Esistono normative, anche italiane, che stabiliscono i limiti entro cui queste pratiche sono lecite o meno, ma è vero anche che, per chi è chiamato a controllare, dimostrare il comportamento illegale è difficile, se non impossibile. Così come è difficile, se non impossibile, avere il controllo dell'intero panorama digitale, ivi inclusi i siti stranieri. Per questo, la consapevolezza è l'unica vera strada che ha l'utente per tutelarsi», conclude De Rienzo.

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Novembre 22, 2025

Autore

redazione

default watermark