1 giugno 2009 0:00

I gestori telefonici promettono alle piccole aziende: siamo il tuo braccio destro. Invece le trattano come carne da macello

di Domenico Murrone

I dipendenti di un'azienda di trasporto di Melegnano (Milano) scaricano file con il cellulare dall'estero non sapendo che le tariffe per questo traffico telefonico sono salatissime. Telecom Italia all'azienda recapita una superbolletta da 300 mila euro. Per fortuna durante il tentativo di conciliazione davanti al Corecom Lombardia, il gestore riconosce la buona fede dell'azienda che non si era resa conto di aver generato un traffico a costi elevatissimi. E' una notizia recente ed e' una buona notizia, emblematico di come siano i rapporti tra gestori telefonici e piccole imprese: il sovrano elargisce comprensione e annulla fatture inverosimili alla piccola azienda di turno. Quella fattura non doveva essere emessa, un gestore attento blocca il sistema o almeno avverte l'utente prima di fargli 'consumare' in traffico Internet e telefonate una cifra pari al 5/10% del fatturato annuale dell'impresa. E' come se in un solo bimestre Enel avesse una bolletta telefonica tra 1 e 6 miliardi di euro. Anche il colosso pubblico dell'energia fallirebbe il giorno dopo, figuriamoci un'aziendina.
Purtroppo il lieto fine non e' consueto. Anzi, il caso tipico e' una sofferenza enorme delle piccole imprese a fronte di incapacita' a risolvere guasti, a continue discrepanze tra quanto promesso dai venditori dei gestori (tariffe iperconvenienti e altissime prestazioni) e gli effettivi costi e servizi resi.
Le campagne pubblicitarie dei gestori mirate alle piccole imprese si moltiplicano, cosi' come le lamentele che giungono alla nostra associazione. Alcune perdono migliaia di euro per un guasto alla linea: alberghi che non ricevono prenotazioni, artigiani non raggiungibili, siti Internet bloccati. E' uno scempio. Per non parlare delle richieste di pagamenti non dovuti.
Come le banche, i grandi gestori telefonici trattano le piccole e medie realta' produttive (incluse cooperative, studi di professionisti, associazioni e commercianti) come mucche da mungere. Tanto il potere contrattuale e' sproporzionato, e non moderato da autorita' di controllo (Agcom, per esempio) e associazioni di imprese che anziche' denunciare il tutto, firmano accordi su accordi di collaborazione con gli stessi gestori, ottenendo in cambio inutili piatti di lenticchie. Cosi' il piccolo imprenditore per tutelarsi ha come unica strada quella di stare tutto il giorno con un avvocato a discutere su come difendersi e reagire alle diverse vessazioni.

Le strategie che sottostanno a questa situazione sono note. Il grande gestore telefonico fa l'analisi di mercato e vede che la platea di piccole realta' professionali da 'colpire' e' smisurata. Cosi' si pianifica il solito messaggio pubblicitario, spesso con slogan non veritiero. Alcuni puntano sul prezzo, altri tendono a dirti … *siamo il partner giusto per te, siamo il tuo braccio destro, abbracciaci e avrai risolto i tuoi problemi.*
Si punta sia a catturare nuovi clienti, sia a vendere nuovi servizi a chi lo e' gia'.
Dopo lo slogan, si 'progettano' uno piu' piani tariffari che rendano verosimile l'annuncio. In pratica: prima i creativi inventano lo slogan accattivante, poi si crea il 'prodotto'. Dopo il tutto passa in mano ai commerciali, che danno disposizioni su come far firmare i contratti. Cosi' si avvia l'orda barbarica fatta da venditori in carne ed ossa che fanno il giro di stabilimenti e uffici e call center che a mitraglia telefonano: in comune hanno la balla facile. Dai gestori telefonici le 'aziendine' sono trattate con la stessa superficialita' riservata agli utenti residenziali.

Lettera giunta a Cara Aduc.
Premesso che ritengo il servizio Telecom il migliore, specie l'Adsl business e in assistenza, e che probabilmente non e' colpa Telecom ma solo dei venditori (forse), tuttavia non e' la prima volta che in azienda telefonano "procacciatori" Telecom presentandosi cosi':
"Buongiorno questa e' una COMUNICAZIONE DI SERVIZIO DELLA TELECOM: la informiamo che STIAMO ABOLENDO il canone e passando tutti i clienti ad un servizio con Internet 7MB e telefonate illimitate a 49 euro".
In realta' non e' una comunicazione di servizio, e' solo una promozione. Non e' un dato di fatto, ma una pubblicita'.
Quando gliel'ho fatto notare, dicendo che tra l'altro sono abbastanza del settore visto che lavoro nello sviluppo software desktop ed internet, mi hanno risposto che essendo del settore dovrei capire che fanno cosi' per motivi di business! Come dire: "Mica possiamo presentarla come pubblicita', renderebbe meno!".
Mi chiedo cosa succederebbe se facessero una telefonata simile a mio nonno di 90 anni! E' facile che gli risponda: "Se dovete farlo fatelo... a me il telefono serve!".
OK pubblicita' giornaliera da parte di Wind e Telecom, ma almeno che non sia una spudorata presa per i fondelli!
E visto che ho deciso di lamentarmi qui: sara' l'ora che questi venditori TLC abbiano un servizio web da parte della loro compagnia con database contatti in comune, in modo che non telefonino 100 volte per la stessa cosa nel giro

di una settimana?!!!!
Riccardo, da Portoferraio (LI)