

DIALOGANDO

CON I CONSUMATORI

News dal cantiere consumatori

Nel progetto “Punto Poste da Te” c'è un nuovo arrivato: il Locker intelligente

L'evoluzione dell'offerta di Poste Italiane dei servizi di consegna si basa sull'ottimizzazione dell'esperienza del consumatore e l'avvicinamento progressivo al cliente in termini di rete e servizi. In quest'ottica è stato ideato il nuovo Locker “Punto Poste da te”, presentato alle Associazioni dei consumatori nel corso dell'ultima riunione del Cantiere Consumatori.

Questi Box intelligenti possono essere installati all'interno di condomini, sedi direzionali di Aziende e Pubblica Amministrazione, sono sempre accessibili e utilizzabili dagli utenti abilitati (tramite registrazione a Poste.it e installazione delle App necessarie).

Oltre ai servizi per la consegna di corrispondenza e pacchi (accessibili anche da parte di operatori terzi), è abilitato alla spedizione automatizzata e al pagamento a domicilio. Infine, è in grado di offrire soluzioni tecnologiche integrate e avanzate in ambito di automazione e Internet delle cose.

Il dispositivo ricorda la forma di un armadio contenitore, provvisto di compartimenti di diverse dimensioni –uno dei quali dedicato alle componenti elettroniche di gestione e controllo dell'intero sistema-, mentre gli altri invece



Focus: per il ritiro degli acquisti online e la consegna di resi, Poste amplia il suo network

In parallelo alle tradizionali modalità, è nata una rete specializzata nell'e-Commerce: “Punto Poste”. I “Punto Poste”, allestiti in tutta Italia, affiancheranno oltre 12.800 Uffici Postali con 1.438 punti di consegna che saliranno a oltre 3.500 entro fine anno. Grazie all'accordo quadro stretto con la Federazione Italiana Tabaccai, potenziano la rete 1.053 tabaccai, 30 Indabox e 15 KiPoint (punti di ritiro presso bar, edicole, cartolerie e centri commerciali), oltre a 340 lockers, gli armadietti per il ritiro e la spedizione automatica di pacchi che offrono un servizio no-stop 24 ore su 24, fino a 7 giorni su 7.

Nel 2019 nasce il locker intelligente “Punto Poste da Te”, da posizionare all'interno di edifici, a disposizione degli utenti del condominio. E' dunque sempre più diffusa e capillare in tutto il Paese la rete di Poste Italiane al servizio dei nuovi bisogni degli italiani nell'era del digitale e del commercio elettronico, a conferma dell'attenzione che da sempre l'azienda riserva al territorio e alle sue comunità. La trasformazione in atto è coerente con il piano strategico Deliver 2022, presentato a fine febbraio 2018, che mira a valorizzare a pieno le caratteristiche uniche della rete di Poste Italiane, trasformandola nella piattaforma distributiva più ampia, più sicura e affidabile del Paese.

In questo numero:

NEWS DAL CANTIERE CONSUMATORI

Nel progetto “Punto Poste da Te” c'è un nuovo arrivato: il Locker intelligente pag. 1

IN BREVE

Fondo immobiliare Obelisco: parte l'iniziativa di tutela di Poste per i consumatori pag. 2

MONDO POSTE ITALIANE

SMS, email sospette, telefonate da sedicenti operatori di Poste: qualche consiglio per non cadere nella rete pag. 3

INTERVISTA DOPPIA

Tre domande su... la direttiva PSD2 pag. 4-5

CORRISPONDENZA DALL'ESTERO

I consumatori Australiani contro Samsung: il telefono non è resistente all'acqua pag. 6

>> segue da pag. 1 *News dal cantiere consumatori*

avranno funzionalità di spazio logistico per la consegna e la ricezione delle spedizioni. Funziona grazie ad una SIM e a una connessione Wi Fi, una Scheda di controllo per serrature elettroniche, che si aprono tramite l'inserimento di un codice (che arriverà al cliente tramite notifica). Integrato nel Locker è presente un lettore POS, un lettore di codici a barre mono e bidimensionali per leggere barcode stampati su carta o sul display di uno smartphone.

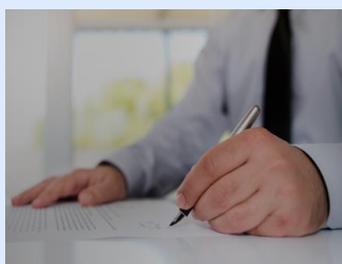
Le potenzialità di questo strumento sono molteplici (ad esempio negli studi medici o nelle circoscrizioni e comuni, per offrire alle persone senza fissa dimora un luogo fisico dove ricevere corrispondenza). Positiva l'accoglienza da parte delle Associazioni, che chiedono maggiori chiarimenti in termini di privacy, costi, sicurezza, assicurazione in caso di furto e sulla formazione per l'utilizzo del Locker.

In breve

Fondo immobiliare Obelisco: parte l'iniziativa di tutela di Poste per i consumatori.

Il fondo immobiliare Obelisco di Investire Sgr a fine anno 2018 è arrivato a scadenza, con un'ingente perdita per gli investitori. Poste, che in questa vicenda ha ricoperto il ruolo di collocatore, anche in questo caso darà corso all'iniziativa di tutela, dopo quella avviata per il fondo Europa Immobiliare Uno di Vegagest Sgr e prima ancora per il fondo Irs sempre di Investire Sgr.

I risparmiatori coinvolti riceveranno una lettera, nella quale Poste manifesta la propria volontà di rimborsare tutti i sottoscrittori del fondo scaduto che abbiano acquistato e mantenuto continuamente fino alla scadenza le quote presso Poste Italiane. Due le modalità previste: per chi ha più di 80 anni ci sarà un rimborso immediato; per tutti gli altri investitori, è prevista la possibilità di sottoscrivere una polizza vita che in 5 anni garantisce il recupero della perdita subita.



Per la gran parte dei sottoscrittori, Poste garantisce il recupero della perdita sul capitale investito tramite la sottoscrizione di una polizza vita ramo 1 (quello più sicuro) appositamente creata senza spese che da qui a 5 anni compenserà la perdita. L'adesione avrà inoltre natura transattiva, comporterà quindi la rinuncia per il singolo a chiamare Poste in giudizio.

Mondo Poste

SMS, email sospette, telefonate da sedicenti operatori di Poste: qualche consiglio per non cadere nella rete

In occasione delle nuove disposizioni introdotte dalla normativa PSD2 che – tra le altre novità – hanno eliminato il token per autorizzare le operazioni online, è opportuno richiamare l'attenzione dei consumatori



su alcune basilari norme di sicurezza da adottare quando si effettuano operazioni online.

Recentemente abbiamo ricevuto numerose segnalazioni relative a una delle truffe on-line più diffuse: lo smishing. Si tratta di un caso particolare di phishing: il link malevolo viene inviato attraverso messaggi SMS che sembrano provenire da mittenti ufficiali (come posteinfo) e nel testo del messaggio vengono chiesti dati riservati del cliente, quali il nome utente, la password di accesso all'internet banking, gli estremi della carta o i codici OTP (One Time Password) ricevuti via SMS.

È bene sottolineare che l'otp è un codice che arriva tramite sms solo ed esclusivamente nel caso in cui il cliente stia finalizzando un'operazione dispositiva sul proprio conto, **quindi se il cliente non sta effettuando operazioni dispositive, l'sms è sicuramente fraudolento.**

In caso di ricezione di email o sms è bene tener presente queste semplici precauzioni:

- non cliccare sui link contenuti nelle email, anche se apparentemente provenienti da indirizzi che potrebbero ricordare quello di Poste Italiane; se per errore dovesse accadere, non autenticarsi su quest'ultimo, chiudere subito il web browser cestinando immediatamente l'e-mail di phishing;
- Non seguire le richieste contenute in sms che apparentemente provengono da posteinfo che richiedano numero pan o identificativo della carta, data di scadenza e cvv o codice di verifica carta o il codice dispositivo dell'home-banking generato dal personal card reader (pcr);
- Non fornire a terzi alcuna credenziale e/o dati personali;
- Non dare per telefono alcuna informazione, quando non si può essere certi dell'identità dell'interlocutore: molti truffatori si fingono operatori di Poste Italiane. Fare attenzione al numero chiamante: potrebbe sembrare il vero numero di Poste Italiane ma può succedere che i frodatori riescano a duplicare il numero.

Poste Italiane, infatti, non richiede mai ai clienti i dati riservati delle carte di pagamento e non manda email/SMS con messaggi allarmanti su blocco di conto o carte, su pagamenti insoluti o su addebiti inaspettati.

Vi invitiamo infine a segnalare a Poste Italiane attraverso l'indirizzo antiphishing@posteitaliane.it l'eventuale e-mail/sms ritenuti sospetti.

Tre domande su... PSD2

Roberto Tascini, Presidente di Adoc e **Walter Pinci**, Responsabile della funzione Pagamenti di PostePay S.p.A., rispondono alle nostre domande sulla direttiva PSD2



W.Pinci, PostePay S.p.A.

Quali cambiamenti affronta l'azienda con la PSD2?

L'introduzione della PSD2 rappresenta una vera e propria evoluzione-rivoluzione che è destinata a cambiare in modo sostanziale il modo di fare banca e la nostra relazione con la clientela. La PSD2 regolerà e armonizzerà il mondo dei pagamenti con il duplice obiettivo di favorire la concorrenza nel mercato dei pagamenti elettronici e di garantire una maggiore sicurezza per i pagamenti digitali. Il primo punto fa riferimento all'ingresso sul mercato dei pagamenti di Terze Parti. Questi soggetti, che saranno anch'essi regolati e vigilati dalle rispettive autorità, svilupperanno ed offriranno a consumatori ed imprese servizi a valore aggiunto quali ad esempio la possibilità di acquisire ed aggregare le informazioni di più conti correnti intestati allo stesso soggetto o di richiedere la disposizione di operazioni di pagamento, per effettuare l'acquisto di beni e servizi, soprattutto in ambito digitale. Il tutto, è importante sottolinearlo, potrà avvenire solo dietro esplicito consenso del cliente stesso. In questo nuovo scenario nasce l'interesse per il mercato dei pagamenti da parte di grandi operatori digitali.

Quali vantaggi si delineano per l'azienda?

Il nuovo contesto comporta la necessità per gli Intermediari di mantenere la leadership, di investire in modo deciso nell'innovazione tecnologica, nella sicurezza e nella offerta di servizi evoluti alla clientela. Gli Intermediari devono cogliere le opportunità di rinnovamento affrontando la sfida dell'open banking sfruttando il potenziale dei nuovi ruoli introdotti con la PSD2 al fine di costruire nuovi modelli di coinvolgimento e di relazione con il cliente.



R. Tascini, ADOC

Arriva la PSD2: cosa cambia per i consumatori?

Le principali finalità della Direttiva sono: contrastare le frodi e accrescere la fiducia dei consumatori nei pagamenti digitali, modernizzando il quadro normativo che regola i servizi digitali innovativi. Per garantire trasparenza e sicurezza a banche e clienti le Terze parti dovranno essere registrate, autorizzate e regolamentate a livello dell'Unione Europea, per operazioni effettuate tramite canali remoti (es. bonifici, ricariche telefoniche), carte di credito, di debito e prepagate e POS. La Direttiva impone, inoltre, il divieto per gli esercenti di applicare ai propri clienti una maggiorazione per l'uso di un determinato strumento di pagamento".

Quali vantaggi può auspicare il consumatore?

La direttiva 2015/2366 introduce importanti novità in merito agli obblighi di trasparenza, rafforzando i diritti dei consumatori e la trasparenza in relazione agli obblighi di informazione, esecuzione e condizioni economiche. Anche l'ambito di applicazione della normativa cambia: sarà esteso a tutte le aree geografiche e a tutte le divise. Verranno create nuove misure di sicurezza, con l'introduzione dell'autenticazione forte del cliente (Strong Customer Authentication - SCA) per accedere ai conti, disporre ordini di pagamento sui canali on line e per effettuare operazioni che implicino rischi di abuso o frode. Infine, l'accesso ai conti on line tramite TPP (Third Party Providers), prevedendo la possibilità di accedere alle informazioni relative al proprio conto corrente e alle transazioni effettuate nonché di disporre ordini di pagamento attraverso Terze parti.

Tre domande su... PSD2

» Segue da pag. 4



W. Pinci, PostePay S.p.A.

Quali sviluppi immagini per il futuro dell'azienda?

Poste Italiane ha valutato le aree di opportunità di business connesse all'offerta di una nuova proposizione per il cliente e diverse leve di difesa. Importante sarà sia sviluppare una strategia che contempli l'evoluzione e il potenziamento dell'offerta, coerentemente con le nuove opportunità, sia incrementare la sicurezza dei propri strumenti senza penalizzare la fruizione da parte del cliente. Sarà fondamentale trasformare questo momento di grande discontinuità in un'opportunità di forte innovazione.



R. Tascini, ADOC

Quali sviluppi immagini per il futuro dei consumatori?

Sicuramente la PSD2 può favorire lo sviluppo dell'e-commerce, tutelando il consumatore e garantendogli una maggiore sicurezza e fiducia nelle transazioni online

Corrispondenza dall'estero

I consumatori Australiani contro Samsung: il telefono non è resistente all'acqua

La Commissione australiana per la concorrenza e i consumatori (Accc) ha citato in giudizio Samsung, con l'accusa di aver ingannato i consumatori sulla resistenza all'acqua degli smartphone. L'autorità australiana a tutela dei consumatori ha messo nero su bianco in una nota che gli spot offrono "rappresentazioni false, ingannevoli, perché i telefoni Galaxy non sono adatti all'uso in acqua e la vita dei telefoni potrebbe o verrebbe probabilmente compromessa se utilizzata nell'acqua".

Per quest'accusa, la società fondata da Lee Byung-Chul, rischia una multa milionaria, visto che l'Accc le contesta circa 300 spot a partire dal febbraio 2016 – data di lancio del Galaxy S7 – in poi. Secondo la Commissione, l'azienda non avrebbe dovuto pubblicizzare i suoi smartphone senza averne testato prima accuratamente le conseguenze sui dispositivi, compresa l'esposizione ad acque diverse da quella dolce. E contesta anche le mancate risposte alle richieste di risarcimento danni fatte dai consumatori. A non aiutare la posizione di Samsung poi, c'è un episodio che risale al 2016 quando fallì la verifica fatta dalla rivista Consumer Reports in cui un Galaxy S7 phone fu immerso in una vasca piena di pesci.

Allora la società sudcoreana attribuì il fallimento dell'esperimento ad un banale difetto di fabbricazione che riguardava soltanto un numero esiguo di esemplari e liquidò l'accaduto affermando che il problema sarebbe stato immediatamente risolto. Purtroppo invece la situazione non è affatto migliorata, anzi. Se da una parte i consumatori australiani hanno continuamente riportato problemi ai telefoni che si danneggiavano a contatto con l'acqua, dall'altra Samsung si è sempre rifiutata di adempiere alle richieste di risarcimento. Così ora l'Accc si è vista costretta ad agire legalmente nonostante ora la società sudcoreana si dice pronta a rispettare tutti gli obblighi di risarcimento danni.

Chi siamo

La redazione di Dialogando con i consumatori:

Silvia Castronovi (Altroconsumo), Elvira Cocca (Adoc), Daria Ferrari (Cittadinanzattiva), Mario Finzi (Assoutenti), Carla Pillitu (Codici), Micaela Paciotti, Irene Monorchio, Romolo Giacani di Poste Italiane.

Se avete domande, dubbi sugli argomenti trattati in questo numero o suggerimenti per il prossimo, scrivete a: consumerismo@posteitaliane.it

Per informazioni su reclami, domande di conciliazione e iniziative verso i consumatori, potete scrivere ai referenti territoriali di Poste Italiane, ai seguenti indirizzi:

PIEMONTE, LIGURIA E VALLE D'AOSTA	consumerismonordovest@posteitaliane.it
VENETO, FRIULI VENEZIA GIULIA E TRENINO ALTO ADIGE	consumerismonordest@posteitaliane.it
LOMBARDIA	consumerismolombardia@posteitaliane.it
EMILIA ROMAGNA E MARCHE	consumerismocentronord@posteitaliane.it
CAMPANIA E CALABRIA	consumerismosud@posteitaliane.it
SICILIA	consumerismosicilia@posteitaliane.it
LAZIO, ABRUZZO E SARDEGNA	consumerismocentro@posteitaliane.it
PUGLIA, BASILICATA E MOLISE	consumerismosud1@posteitaliane.it
TOSCANA E UMBRIA	consumerismocentro1@posteitaliane.it

Le Associazioni dei consumatori e Poste Italiane condividono un percorso di dialogo e collaborazione da oltre quindici anni. Da questo confronto sono nate molte iniziative congiunte a favore dei consumatori: dalle carte della Qualità alle procedure di Conciliazione, fino alle varie campagne informative sul corretto utilizzo dei prodotti e servizi.

Con la firma di un Accordo Quadro nel 2011 questi rapporti sono stati formalizzati ed è stato istituito un tavolo di lavoro permanente - il Cantiere Consumatori - che esamina ed approfondisce tutte le principali iniziative del Gruppo Poste Italiane che hanno un impatto diretto sul consumatore.

La Newsletter "Dialogando con i consumatori", rivolta ai rappresentanti territoriali delle Associazioni dei consumatori, nasce per diffondere sempre più le tematiche affrontate nel tavolo e le iniziative promosse, per condividere nuovi spunti e segnalazioni.

Posteitaliane