



NEL SEGNO DEI DIRITTI

L'attività di digitalizzazione della clientela, croce e delizia della rete commerciale, è l'argomento su cui a nostro avviso si registrano comportamenti che spesso sembrano andare in direzioni opposte.

Da una parte abbiamo le continue spinte commerciali per proporre a tutta la clientela lo strumento del Nowbanking, con crash days dedicati, report giornalieri e l'attivazione digitale inserita all'interno del sistema incentivante. Dall'altra troviamo una realtà che vede le truffe digitali cresciute esponenzialmente negli ultimi anni, tanto da essere diventate per i clienti il primo rischio in termini finanziari.

Su questo tema l'azienda si prodiga a ricordare a noi, con i corsi dedicati, ed ai nostri clienti i rischi e le metodologie di truffa che vengono tempo per tempo sviluppate.

Recentemente, il fenomeno criminale più diffuso è lo spoofing, ovvero il tentativo di impossessarsi dei dati digitali del cliente tramite l'invio di un messaggio SMS che sembra provenire dallo stesso numero con cui l'azienda invia normalmente i messaggi alla clientela.

In pratica i truffatori clonano il numero telefonico aziendale facendo in modo che, anche in caso di verifica, il messaggio sembri effettivamente arrivato dall'azienda. Nel messaggio si invita il cliente ad attivarsi in quanto si segnala che "la sua APP risulta associata" invitando a collegarsi ad un link, azione con la quale i malviventi si appropriano dell'identità digitale del cliente con prevedibili ed inevitabili conseguenze.

Le verifiche dimostrano che il profilo dei clienti che viene truffato non è solo quello dell'attempato signore, ma la truffa è così ben strutturata da comprendere anche clienti con profilo di elevata preparazione e conoscenza dello strumento digitale.

La procedura di vendita presenta degli aspetti contraddittori, da una parte richiede specifica autorizzazione alla vendita per i clienti over 70, dall'altra propone di default il servizio con modalità dispositiva attiva, per cui in caso di semplice disattenzione nell'inserimento, espone ad un potenziale rischio.

Per rilasciare l'autorizzazione alla vendita ai clienti over 70 viene richiesto ai colleghi di valutare se il cliente è autonomo nell'utilizzo dello strumento, valutazione non certo facile e che non si può esaurire nel breve tempo occorrente per l'attivazione del servizio ma che può esporre a futuri rischi.

A questo proposito, dati i rischi evidenziati sarebbe bene, a nostro avviso, intervenire sulla procedura proponendo per default la sola modalità informativa in fase di attivazione del contratto e non la modalità dispositiva e invitando a considerare la proposta per gli ultra settantenni con una valutazione attenta rispetto al rapporto esigenze/rischi del cliente.

Per finire, durante i recenti incontri con l'azienda, ci è stato comunicato che i clienti "digitalizzati", data la loro capacità di operare in remoto, vengono considerati in minus come peso in relazione al portafoglio dei



Crédit Agricole: digitale, avanti si... ma...

gestori (ci dicono all' 80%). Una valutazione che non risponde all'impegno gestionale dei colleghi, e che porta a non pesare e valutare correttamente il loro impegno quotidiano con questa tipologia di clienti.

**SEGRETERIA O.d.C. FISAC-CGIL
Gruppo bancario Crédit Agricole Italia**