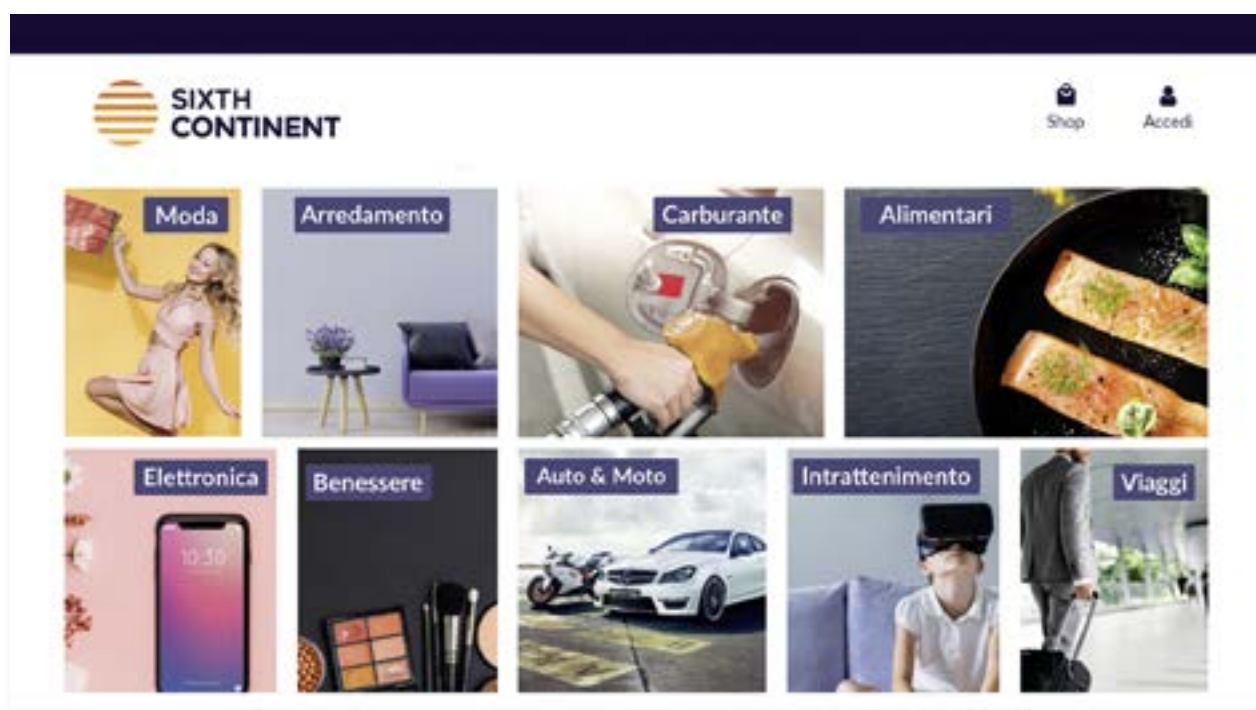


Davvero più spendi più guadagni?

SixthContinent è un sito di social commerce che promette risparmi del 20-25% sugli acquisti. Ma per usufruirne appieno bisogna sottostare a tanti vincoli.

di Matteo Metta



La pubblicità delle Iene lo spiega con parole molto semplici: «Ti iscrivi gratuitamente, crei il tuo profilo e da subito guadagni crediti con i quali puoi acquistare delle shopping card. Shopping card dei tuoi marchi preferiti per pagare i tuoi soliti acquisti». Detta così sembra che attraverso il sito SixthContinent sia sufficiente una semplice iscrizione, per giunta gratuita, per garantirsi vestiti, cose per la casa, cosmetici, qualunque cosa. Il concetto è rafforzato nel prosieguo dello spot:

«Guadagni crediti anche quando non compri niente. E coi crediti guadagnati puoi pagare la benzina, la spesa al super, le bollette». Se fosse così, sarebbe una manna dal cielo. D'altro canto, quando c'è di mezzo la pubblicità, si sa, certi peccati sono veniali, non solo perché la pubblicità è una porta aperta verso il sogno, ma perché per essere efficace deve esprimersi per slogan. Del resto non basterebbe la capacità oratoria di Cicerone per spiegare efficacemente in soli sessanta secondi il meccanismo

di funzionamento di SixthContinent, che è piuttosto complesso. Un sito che sta vivendo un momento di grande successo e di impetuosa crescita: stando ai numeri diffusi dallo stesso portale, nell'ultimo anno ha visto aumentare il proprio fatturato del 700% (da 7 a 50 milioni di euro) ed esplodere il numero dei propri iscritti, da 137mila a oltre mezzo milione. Tra questi anche nostri soci che hanno avuto difficoltà a spendere le loro shopping card o che si sono visti chiudere l'account da SixthContinent, ►

"Non usiamo trucchi"

Come risponde ai nostri soci che hanno avuto problemi a spendere una vostra shopping card e lamentano di non aver ricevuto il rimborso da SixthContinent?

«Noi operiamo in un settore atipico, che è quello dei beni digitali scaricabili da download, e pertanto applichiamo le norme europee che riguardano i cosiddetti "digital goods". Non vendiamo direttamente beni fisici, ma codici elettronici. Ogni azienda emette il proprio codice, con i termini e le condizioni che ha deciso in proprio. Noi li pubblichiamo sulla piattaforma, avvertiamo i nostri iscritti che è importante leggere attentamente queste condizioni, dopo di che il consumatore sceglie. Noi non siamo responsabili di quanto scritto e non concordiamo le condizioni che l'azienda intende applicare. Interveniamo sul brand solo nel caso in cui i termini riportati non vengono rispettati».

Quante volte siete intervenuti?

«Finora ci sono stati solo due casi. Prima con un'azienda che, dopo aver firmato il contratto con noi, ha alzato i prezzi, cosa che i nostri contratti vietano. Per questo abbiamo interrotto la partnership e rimborsato quanti avevano acquistato le sue shopping card. Nel secondo caso si è trattato di un'azienda che vende ortofrutta, che a causa di una nevicata si è trovata nell'impossibilità di consegnare la merce. I consumatori che non hanno accettato di ricevere in alternativa prodotti confezionati sono stati rimborsati».

Come trattate i dati personali degli utenti che raccogliete nella procedura antiriciclaggio?

«Intanto non siamo noi a raccoglierci né a gestirli o a conservarli, ma una società esterna autorizzata dalla Banca d'Italia. Siamo l'unica azienda privata che non è obbligata ad avere questa procedura e ha deciso di adottarla. Siamo stati costretti a farlo, perché non trattiamo beni fisici ma digitali. Chi compra un computer su Amazon con una carta rubata si ritrova all'indirizzo indicato per la consegna la polizia invece del corriere. Al contrario l'hacker russo che da una postazione



Fabrizio Politi

Ideatore e fondatore di SixthContinent

nella steppa usa carte di credito di tutto il mondo per comprare denaro digitale e codici elettronici, che poi rivende sul deep web a un decimo del prezzo, è impossibile da beccare. Tre anni fa ci hanno rubato in pochi giorni 600.000 euro, e per un mese siamo stati costretti a chiudere i sistemi di pagamento. Eravamo al collasso».

Perché avete inserito paletti per il primo acquisto mensile?

«Anche in questo caso siamo stati costretti a porre condizioni più stringenti sia per evitare abusi sia per garantire sostenibilità al sistema SixthContinent. Non siamo nati per consentire agli iscritti di acquistare una card di 20 euro al mese spendendo 10 euro, grazie ai crediti che si accumulano solo per il fatto di essere iscritti alla piattaforma. Non è così che SixthContinent può riuscire ad aumentare il potere d'acquisto delle famiglie del 20-25%. Ci possiamo riuscire solo se le persone passano da noi per gli acquisti che normalmente fanno ogni mese, spendendo almeno 300-500 euro». **M.M.**

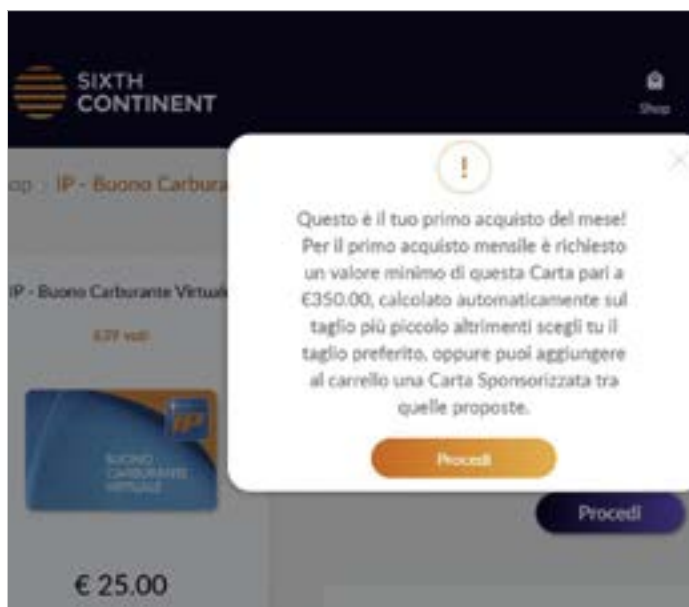
► e per questi motivi ci hanno invitato a occuparcene. Così anche noi ci siamo iscritti al sito per testarlo.

Condivisione dei profitti

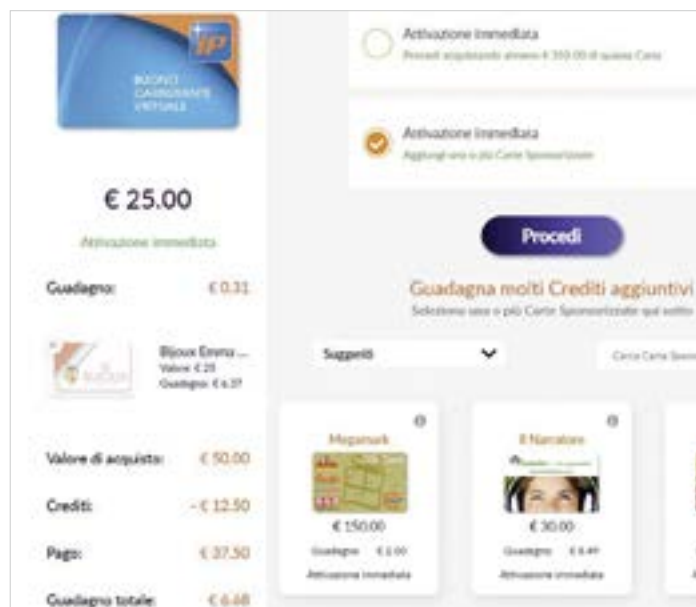
Intanto va detto che il sistema SixthContinent si basa su due capisaldi. Il primo è il credit back: in pratica una parte di quanto spendo acquistando ogni shopping card mi viene restituita sotto forma di crediti. Il secondo è il profit sharing, cioè una percentuale di quanto spendo viene redistribuita a tutti gli utenti di SixthContinent. In altre parole ogni acquisto sulla piattaforma genera crediti sia per chi lo fa sia per tutti gli altri utenti. Di quali percentuali stiamo parlando? Abbiamo girato la domanda all'ideatore e fondatore di SixthContinent, Fabrizio Politi: «Condividiamo con gli utenti il 70% dei profitti. Ne tratteniamo solo il 30%». Un esempio? «Ne farò uno di scuola, ovvero quello di una shopping card di un marchio di abbigliamento del valore di 100 euro che genera 30 euro di profitto. Il 50% di questa cifra, cioè 15 euro, lo restituiamo all'acquirente in tempo reale (credit back ndr). Il 20%, cioè 6 euro, è redistribuito a tutti gli iscritti alla piattaforma (profit sharing ndr). Il restante 30%, cioè 9 euro, resta a SixthContinent». Insomma, è questo il senso dello slogan usato da SixthContinent, "da un lato spendi, dall'altro guadagni". Oltre ai crediti ci sono i punti, che a differenza dei primi non sono generati dagli acquisti, ma dall'attività sulla piattaforma: per esempio loggandosi ogni giorno e scrivendo recensioni. Anche i punti vengono monetizzati. Crediti e punti, in sostanza, generano sconti sull'acquisto di nuove shopping card.

La piattaforma alla prova

Abbiamo provato SixthContinent. Ci siamo registrati al sito e, ancor prima di concludere qualsiasi acquisto, per il solo fatto di aver effettuato l'accesso, iniziamo a ricevere crediti e punti (che possono essere usati fino a un massimo del 50% del valore di ogni shopping card). Scegliamo una carta carburante e solo al momento della scelta dell'importo scopriamo, tramite un messaggio automatico, che, essendo



L'importo del primo acquisto di ogni mese non può essere inferiore a diverse centinaia di euro. Se per esempio si prova ad acquistare un buono carburante di 25 euro, si viene bloccati dal sistema. Compare un avviso in cui si dice che il valore del buono non può essere inferiore a 350 euro. Altrimenti bisogna scegliere un'altra strada.



Se infatti non si vogliono spendere 350 euro, ma continuare con 25 euro di carburante, bisogna aggiungere una delle "card sponsorizzate", sulle quali SixthContinent ha un margine di guadagno maggiore. Noi abbiamo scelto questa strada, aggiungendo la card Bijoux Emma di 25 euro e il sistema si è sbloccato.

il primo acquisto del mese, bisogna
alternativamente:

- fare un acquisto minimo del brand prescelto, di solito di parecchie centinaia di euro. Per esempio Eni 600 euro, H&M 250 euro. Avendo scelto una carta carburante IP, dovremmo optare per un valore minimo di 350 euro;
- l'alternativa è continuare la transazione con un valore più basso (noi abbiamo scelto 25 euro di carta IP), aggiungendo nel carrello la card di una delle aziende che hanno deciso di investire un budget pubblicitario extra. In pratica una delle cosiddette "card sponsorizzate", sulle quali SixthContinent guadagna di più. Si tratta di card che partono da 25 euro fino a raggiungere diverse centinaia di euro. Per sbloccare l'acquisto, scegliamo questa seconda soluzione, meno dispendiosa. Aggiungiamo ai 25 euro di IP altri 25 euro di Bijoux Emma. Prima di scegliere una card, bisogna ricordarsi di cliccare sempre sul tasto "i" di informazioni, per controllare la scadenza del buono e leggere attentamente i termini e le condizioni per poterlo spendere. A

fronte dell'acquisto di due card dal valore nominale di 50 euro, ne spendiamo 37,50, perché 12,50 euro li risparmiamo grazie ai crediti e ai punti accumulati; inoltre, con l'acquisto della card sponsorizzata guadagniamo 6,68 euro. Al momento del pagamento si verifica un intoppo: la transazione ci viene negata. Solo dopo aver scritto al supporto clienti ci viene spiegato che per procedere all'acquisto bisogna superare il sistema di sicurezza antifrode inviando copia della carta di identità, della tessera sanitaria e di un documento comprovante l'indirizzo di residenza (ad esempio una bolletta della luce e del gas non più vecchia di tre mesi). Li inviamo tramite smartphone, ma non ci arriva alcun messaggio di conferma. Dopo un paio di giorni ritentiamo l'acquisto che finalmente va a buon fine. Attenendoci ai termini previsti, siamo riusciti a spendere entrambi i buoni senza problemi.

Una spesa condizionata

In conclusione, SixthContinent può essere una buona opportunità di risparmio, ma bisogna dedicarci attenzione e impegno.

Le shopping card hanno una scadenza e condizioni in diversi casi restrittive. Ecco alcuni esempi: la card da 300 euro di Italo deve essere spesa in un'unica soluzione, e per acquistare un solo biglietto; la carta carburante da noi acquistata non può essere usata in un distributore di benzina IP self service.

In altri casi queste condizioni diventano addirittura un ostacolo al risparmio. Succede quando escludono dall'acquisto prodotti scontati. Un nostro socio era interessato a un orologio di Didofà da 89 euro, che poi ha scoperto essere in promozione a 26,70 euro sul sito del brand. Poiché gli serviva per un regalo, ha insistito per poterlo acquistare. Cosa che gli è stata concessa, ma a prezzo pieno. Quindi per usare la sua card avrebbe dovuto spendere 62,30 euro in più. Inoltre, per sbloccare il primo acquisto mensile, spesso si finisce per acquistare "card sponsorizzate" di marchi che vendono prodotti che altrimenti non avremmo mai comprato e di cui non sentiamo la necessità. In questo caso il risparmio si trasforma in spreco. ■