NUOVE REGOLE PER LE TRANSAZIONI RICORRENTI E ONECLICK

Questa guida descrive le regole di condotta destinate agli esercenti ecommerce che vogliono operare attraverso transazioni ricorrenti o oneclick.

TRANSAZIONI RICORRENTI

Il proposito di queste regole di condotta è di:

- migliorare la comunicazione e l'esperienza complessiva legata alla creazione di un contratto di pagamento ricorrente tra esercente e titolare
- Ridurre la necessità di chiarimenti, le insoddisfazioni del cliente e le dispute legate alle Transazioni Ricorrenti, favorendo la consapevolezza dei titolari in merito all'Accordo di Transazione Ricorrente, specialmente quando l'Accordo è parte integrante di un 'periodo di prova gratuito' ('free trial'), al termine del quale vengono addebitati al titolare una serie di pagamenti.

PRINCIPI OPERATIVI

Di seguito vengono elencati i principi operativi fondamentali di un contratto di pagamento ricorrente

Avvio

a. l'esercente deve proporre e ottenere un esplicito assenso alla memorizzazione dei dati della carta (Consent Agreement) da parte del titolare, separatamente rispetto all'accordo di pagamento ricorrente
b. il titolare, per poter fornire un assenso valido, deve essere informato dall'esercente sui seguenti argomenti anche per l'attivazione di una transazione ricorrente che non presuppone un pagamento immediato (free trial, periodo gratuito o offerte promozionali):
   - importo della transazione ricorrente
   - indicare se si tratta di beni o servizi e nel dettaglio quali
   - se l'importo specificato è fisso o variabile
   - data di addebito dell'importo della transazione ricorrente
   - se la data di addebito è fissa o variabile
   - canale di comunicazione tra esercente e titolare in merito alla transazione in fase di attivazione
c. oltre a quanto specificato nel punto b, se l'attivazione di una transazione ricorrente non presuppone un pagamento immediato (free trial - periodo di prova gratuito), l'esercente deve inviare comunque un messaggio di Verifica Account (account verification message) da sottoporre all'approvazione dell'issuer; la Verifica Account deve essere richiesta con importo pari a zero.
d. una volta ottenuto il consenso alla transazione ricorrente dare prova al titolare di essere stato autenticato e dare conferma al titolare entro due giorni lavorativi tramite i canali di comunicazione concordati.
e. I pagamenti successivi ricorrenti devono essere autorizzati, non è permesso l'utilizzo di preautorizzazioni in quanto l'importo della transazione è già noto al titolare.

NB. Se in occasione della Verifica Account l'esercente riceve una risposta di 'non approvazione', non può essere attivata nessuna Transazione Ricorrente. In questo caso, l'esercente dovrà rivolgersi al titolare.

Notifica di cambiamenti ad un Accordo di Transazione Ricorrente

Utilizzando il canale di comunicazione convenuto, l'esercente deve avvisare il titolare, almeno sette giorni lavorativi prima del pagamento della Transazione Ricorrente, in ognuna delle seguenti situazioni:

a. Se sono trascorsi più di sei mesi dall'ultimo pagamento
b. Se sono scaduti un periodo di prova, un'offerta lancio o un'attività promozionale
c. Se sono intervenuti cambiamenti all'Accordo di Transazione Ricorrente inclusi:
   - ogni modifica dell'importo della Transazione Ricorrente e/o
   - ogni modifica alla data di Transazione Ricorrente

Ulteriori requisiti in caso di periodo di prova, offerta introduttiva, o periodo promozionale, si effettua una transazione ricorrente

La ricevuta della transazione da parte dell'esercente deve contenere:

a. La lunghezza del periodo di prova, offerta introduttiva, o periodo promozionale, includendo in piena trasparenza che il titolare viene addebitato automaticamente se non si attiva in tempo per cancellare le transazioni successive.
b. L'importo della transazione e la data della prima transazione (anche se ad importo zero), e delle successive transazioni.
c. Nel record di clearing, la prima transazione dopo un periodo di prova deve essere indicata con una apposita dicitura relativa al periodo di prova, ad esempio "trial", "trial period" o "free trial".
d. In caso di dispute, l'esercente può difendersi dimostrando di essersi comportato correttamente, a patto che possa provare che:

- Al momento della prima transazione, il titolare ha espressamente accettato le future transazioni;
- L'esercente ha notificato elettronicamente il titolare, sulla base delle informazioni fornite dal titolare stesso, prima di processare nuove transazioni successive al termine del periodo di prova o periodo promozionale.

CANCELLAZIONE SEMPLIFICATA

L'esercente deve sempre garantire un metodo semplice per cancellare la sottoscrizione/il metodo di pagamento indipendentemente da come il titolare ha interagito inizialmente con l'esercente. L 'esercente deve quindi comunicare un link o un altro semplice metodo che permetta al titolare di cancellare facilmente qualsiasi transazione online successiva.

L'esercente deve in ogni momento rendere disponibile per gli utenti pagatori le policy di cancellazione, sia all'interno dell'accordo, sia al di fuori. Inoltre deve prevedere nel flusso di pagamento uno step in cui viene esplicitamente richiesto al titolare il consenso a quel pacchetto in particolare. Detto consenso deve essere raccolto tramite "click to accept" ovvero un passaggio esplicito in cui il titolare clicca su un pulsante, o call to action, per confermare la presa visione ed accettazione delle ivi espresse condizioni.

TRANSAZIONI ONECLICK

I circuiti forniscono una nuova linea guida di digital branding al fine di introdurre maggiore trasparenza verso i consumatori quando utilizzano le credenziali Mastercard e Visa nei pagamenti oneclick.

PRINCIPI OPERATIVI

I nuovi requisitivi indicano come i marchi Mastercard e/o Visa devono apparire nel momento in cui il titolare utilizzi una credenziale memorizzata.
Le credenziali devono essere identificate come Mastercard e/o Visa all'interno dell'esperienza di pagamento. In particolare è necessario mostrare:
il simbolo Mastercard o Visa (Figura 1) o l'immagine di una carta Mastercard o Visa (Figura 2); e
le ultime 4 cifre del PAN

Figura 1

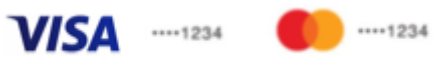

Figura 2

Queste regole si applicano durante le seguenti esperienze di pagamento:

- selezione di un account esistente
- aggiornamento di un account esistente

Nel caso di registrazione delle credenziali del cliente, deve essere mostrata esclusivamente la Figura 2, la quale deve contenere al minimo il simbolo Mastercard e/o Visa e le ultime 4 cifre del PAN.

Per i merchant che utilizzano il gateway di pagamento XPay con pagine di cassa Nexi, le regole di digital branding sono già ottemperate.

ULTERIORI REQUISITI PER IL SITO WEB DELL'ESERCENTE

La nazione del punto vendita (o marketplace) deve essere chiara ed in evidenza:

- Nella schermata di pagamento che presenta l'importo della transazione finale, oppure
- All'interno della sequenza di pagine Web a cui il titolare della carta accede durante la procedura di pagamento.
- Se il punto vendita si trova nella regione europea, l'esercente deve includere l'indirizzo del punto vendita.

La posizione del punto vendita del rivenditore indicata al titolare della carta deve essere la posizione utilizzata nella transazione.

L'esercente deve inoltre esplicitare sul proprio sito Web:

- L'indirizzo per la corrispondenza con il titolare della carta
- L'indirizzo e-mail o il numero di telefono del servizio clienti
- La politica di consegna per spedizioni multiple
- La politica sulla privacy dei dati dei consumatori (solo regione Europa)

Inoltre, un marketplace deve:

- esplicitare il paese del rivenditore del marketplace nella sequenza di pagine a cui il titolare della carta accede durante il processo di acquisto (un collegamento a una pagina Web separata non soddisfa questo requisito).
- Rendere disponibile al titolare della carta, per almeno 120 giorni dalla data di elaborazione:
    - il nome del rivenditore, la data della transazione e l'importo della transazione; e
    - se il rivenditore è responsabile di rispondere alle domande relative all'acquisto della merce, un modo semplice per il titolare della carta di contattare il rivenditore.

Si raccomanda a tutti gli esercenti coinvolti di adeguarsi al più presto alle nuove regole di condotta e di rendere disponibile qualsiasi informazione richiesta e ricevuta dal titolare in caso di disputa.
Per qualsiasi informazione aggiuntiva il servizio assistenza clienti Nexi è disponibile al numero:
892080* (Servizi automatici: 24 ore su 24, 365 giorni l'anno, Servizi con operatore: 8.00 - 20.00, lunedì – venerdì). Per chiamate dall'estero: +39.02.34.980.021**

*Numero soggetto a tariffazione specifica, con costo dichiarato prima dell'inizio della comunicazione telefonica.

**È possibile effettuare chiamate a carico di Nexi Payments.