

La Polidream Assoutenti con il progetto
“**Tutela Giuridica**” che rientra nel Programma
Regionale “La Regione per i consumatori”,
finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico
vuole dare un valido contributo nell'ambito della
tutela giuridica nel garantire l'informazione ai
consumatori sulle tipologie di reclami e forme di
accesso alla giustizia, supportate dal Codice del
Consumo, allo scopo di contribuire alla
semplificazione del rapporto fra consumatore ed
impresa nei rapporti commerciali.

La Polidream Assoutenti con la sua rete di sportelli ha il compito di aiutare i consumatori utenti che vivono una controversia legata alle utenze, ai tributi, alle banche, ai trasporti, alle aziende, alle poste, all'alimentazione e alle assicurazioni.

Gli sportelli offrono assistenza con l'attivazione della Conciliazione, valida forma di soluzione amichevole delle controversie, Semplice, rapida, efficace e trasparente, prevista dal Codice del Consumo.

Con la Conciliazione si facilita il dialogo tra le controparti, migliorandone il rapporto.



I NOSTRI SPORTELLI SU

www.polidream.org

Direzione Regionale
Via Falcone, 12 • Polignano a Mare (Ba)
0804248362 • e-mail: info@polidream.org



Il tuo reclamo non ha dato risultati ?

Prima di fare una causa lunga e costosa sappi che con l'assistenza di Polidream Assoutenti puoi Conciliare le controversie con:

- Acquedotto Pugliese
- ANIA
- Banca Intesa - San Paolo
- Banco di Napoli
- Banca Monte Paschi di Siena
- Confservizi Cispel
- Crif, CTC, Experian
- Enel
- Edison
- Eni
- Fastweb
- H3G
- Poste Italiane
- Sorigenia
- Pubblica Amministrazione
- Telecom
- Tele2 - Teletu
- Tim
- Vodafone
- Wind
- Trenitalia
- Unipol
- Unogas



Regione Puglia



“Programma Generale di Intervento 2009 della Regione Puglia realizzato con l'utilizzo dei fondi del Ministero dello Sviluppo Economico”

Il consumatore è spesso vittima delle frodi e degli inganni che il mercato produce lungo la catena commerciale, fatta di contratti, pubblicità e vendite non trasparenti.

Da diversi anni, soprattutto a seguito dell'introduzione dell'euro, il potere d'acquisto dei consumatori viene eroso da una politica economica e finanziaria recessiva, che riduce drasticamente tutti i diritti sociali e d economici dei cittadini a vantaggio di alcune lobby imprenditoriali operanti sul mercato in regime di concorrenza sleale. Viene incentivato il credito al consumo, le vendite a rate, obbligando i consumatori ad indebitarsi per poter continuare a sostenere un'economia che dovrebbe, invece, favorire una domanda di beni e servizi orientata alla sostenibilità sociale ed ambientale.

Anche le liberalizzazioni e le privatizzazioni di

servizi essenziali come acqua, energia, sanità, scuola dimostrano che per l'attuale modello economico l'obiettivo è quello di subentrare in tutti quei settori finora di competenza pubblica, in una fase come quella odierna certamente critica per i consumi, creando estremi disagi per contratti malfatti.

Il percorso erosivo continua con i rincari consistenti in diversi settori, quali servizi bancari, elettricità, gas, trasporti, spese per l'abitazione, ma anche alberghi, ristorazione e pubblici servizi, bevande e tabacchi, abbigliamento e calzature, scuola ed istruzione, RC auto, gli stessi consumi alimentari.

Sulle scelte operate influiscono fattori di natura diversa: lo strapotere dei monopoli televisivi;

l'invasione pubblicitaria, che con il proprio agire condiziona le nostre coscienze e scelte di consumo; la carenza di informazione consapevole del consumatore; l'assoluta mancanza di un diritto espressamente sancito all'educazione del consumatore stesso; la sua conseguente debolezza; la ancor maggiore instabilità di fasce di consumo particolari, quali quelle dei giovani e degli anziani.

E' da tempo assodata l'influenza che i moderni mezzi di comunicazione di massa, ed in modo particolare la TV, hanno sui giovani: fino a qualche decennio fa i ragazzi non erano al centro dei consumi,

mentre oggi è stato rivalutato il target giovanile e la pubblicità parla sempre di più usando un linguaggio adeguato. La pubblicità mirata ai giovani riguarda, naturalmente, i prodotti ad essi destinati: auto, scooter, cellulare, attrezzi sportivi, ecc.

Lo spot offre un mondo idilliaco, una falsa realtà dove ogni problema è facilmente risolvibile ed i valori predominanti risultano essere bellezza, giovinezza, ricchezza, successo: tutto ciò porta il ragazzo a fare acquisti errati e a sottoscrivere contratti ingannevoli.

Insomma in tale "giungla" spesso il consumatore non sa come difendersi e a chi rivolgersi.

Il consumatore non conosce i suoi diritti, le norme vigenti e gli strumenti che lo tutelano, oggi raccolti in un unico testo:

il Codice del Consumo.