



3 minuti per i giovani

Onorevoli Consiglieri nazionali,
Onorevoli Consiglieri agli Stati,

per leggere questo documento vi basteranno 3 minuti. Solo tre minuti per uno spaccato preciso e pertinente di un oggetto concernente l'infanzia e la gioventù. Per maggiori informazioni potete inviarci un'e-mail (ekkj-cfej@bsv.admin.ch), telefonarci (031 322 92 26) o consultare il nostro sito (<http://www.cfig.ch>).

Con i migliori auguri di un'ottima sessione speciale 2014

Pierre Maudet, presidente CFG

Se vogliamo proteggere i bambini e i giovani, facciamolo fino in fondo: sì al divieto generale della pubblicità del credito al consumo!

Gli adolescenti e i giovani adulti subiscono continuamente le conseguenze negative del consumo eccessivo e dell'indebitamento ad esso connesso. Al giorno d'oggi persino un quattordicenne può ricevere (a determinate condizioni) una propria carta di credito e la pubblicità dei piccoli crediti si rivolge anche a giovani che non hanno ancora dimestichezza nella gestione del denaro e del consumo. S'impone pertanto un divieto della pubblicità dei piccoli crediti, come chiesto dall'iniziativa parlamentare 10.467.

La necessità di intervenire contro l'indebitamento giovanile resta impellente

Già nel 2007, uno studio commissionato dall'Ufficio federale di giustizia rivelava che circa un terzo dei giovani adulti tra i 18 e i 24 anni era indebitato. Per le imprese di credito questo giovane segmento di mercato è particolarmente attrattivo, poiché in caso di indebitamento di regola intervengono i genitori, che si assumono le spese.

Sì al divieto generale della pubblicità dei crediti al consumo

Per questo motivo la CFG continua a chiedere il divieto generale della pubblicità dei piccoli crediti, vale a dire del credito al consumo ai sensi della legge federale del 23 marzo 2001 sul credito al consumo (LCC): i bambini e i giovani sono proprio quelli maggiormente esposti alle tentazioni e alla manipolazione della pubblicità e rappresentano un importantissimo target di propositi commerciali e di marketing.

La «autoregolamentazione» è una soluzione solo apparente

L'autoregolamentazione non è uno strumento da cui si possono attendere risultati sufficientemente efficaci. Per questo motivo la CFG è contraria alle proposte di revisione della LCC, secondo cui in futuro dovrebbe essere il settore creditizio stesso a stabilire quali siano le forme di pubblicità "aggressive" e quindi indesiderate.

La protezione di bambini e giovani prima di tutto

È arrivato il momento di prendere finalmente sul serio la protezione di bambini e giovani dalla pubblicità del piccolo credito! Fatelo fino in fondo e dite sì al divieto generale della pubblicità del credito al consumo!

Se tale divieto non dovesse essere accolto, la CFG sosterrrebbe la proposta di minoranza che chiede quantomeno di vietare la pubblicità destinata espressamente ai giovani e di attribuire al Consiglio federale la competenza di stabilire quali pubblicità siano da considerare "aggressive" e pertanto da vietare. Inoltre, la CFG è a favore del divieto dei cosiddetti "crediti veloci", che portano ad un consumo rapido e sconsiderato.