

RACCOMANDAZIONI POLITICHE DELLA CFIG



Per imparare a gestire il denaro e il consumo, i bambini e i giovani hanno bisogno di misure di protezione e di promozione. A livello giuridico vige tutta una serie di basi legali che tutelano i bambini dalla pubblicità e dall'indebitamento¹. Esistono anche accordi conclusi tra imprese di un determinato settore che vanno nella giusta direzione, come la promessa d'azione «Swiss Pledge» volta a rinunciare alla pubblicità di alimenti poco sani destinata ai minori di 12 anni. Tuttavia, anche con le migliori condizioni quadro legali e un'attiva protezione dei consumatori, una protezione totale rimane impossi-

bile. Per questo motivo è indispensabile che bambini e giovani acquisiscano competenze in materia di denaro e di consumo.

Nel quadro del proprio tema centrale «Bambini, giovani e consumo», la CFIG ha affrontato in modo approfondito la questione della pubblicità rivolta a questa fascia d'età, dell'indebitamento e del rapporto problematico con il consumo nonché il tipo di strategie per insegnare in modo competente a gestire il denaro e il consumo. Il tema è stato inoltre trattato nel suo complesso all'interno

¹L'articolo 13 della legge federale del 24 marzo 2006 sulla radiotelevisione (LRTV) stabilisce per esempio che la pubblicità che si rivolge ai minorenni non deve sfruttarne la scarsa esperienza né nuocere al loro sviluppo fisico e psichico. Inoltre, l'articolo 13 della legge federale del 23 marzo 2001 sul credito al consumo (LCC) prevede che il contratto di credito al consumo concluso da un minorenne sia valido solo con l'esplicito consenso scritto del rappresentante legale.

del gruppo di lavoro Consumo, nelle sedute plenarie della Commissione e nel contesto di uno scambio interdisciplinare tra specialisti dei settori marketing, prevenzione, ricerca, protezione dei consumatori ed economia in occasione del Seminario di Bienne del 2013. Questo lavoro ha permesso di stabilire le tesi più importanti.

Ecco quanto individuato dalla CFIG:

- il consumo fa parte della nostra realtà quotidiana; i bambini e i giovani devono poter accedere a questo aspetto culturale per poter fare le proprie esperienze nella gestione del consumo; ciò permette loro di apprendere a consumare in modo critico e ad assumersi le proprie responsabilità in materia di consumo e denaro, mettendo inoltre alla prova il proprio sapere e le proprie capacità;
- La fase di sviluppo in cui si trovano i bambini li rende maggiormente esposti alle tentazioni e alle manipolazioni della pubblicità rispetto agli adulti;
- i giovani consumatori autonomi, informati e dotati di spirito critico sanno affrontare meglio le sfide di ogni giorno: nella nostra società la gestione del denaro è diventata un campo d'azione estremamente complesso; i bambini e i giovani devono acquisire in modo adeguato le competenze necessarie a tale scopo;
- non basta trasmettere conoscenze: è necessario anche offrire loro spazi in cui sperimentare, riflettere e sviluppare quanto appreso; le competenze in materia di consumo e di finanze nascono dalle conoscenze e dall'esperienza;
- è importante preparare precocemente ad un rapporto adeguato con il consumo, poiché il mercato si rivolge ai bambini quali consumatori prima ancora che questi siano in grado di decidere attivamente riguardo ad un acquisto o dispongano di una propria paghetta;
- molti attori importanti possono accompagnare i bambini e i giovani in modo adeguato all'età: la famiglia, la scuola, i responsabili delle attività giovanili ecc.; anche l'economia privata può dare un contributo sostanziale attraverso un comportamento responsabile;
- è provato che i genitori esercitano un forte influsso attraverso l'educazione diretta e indiretta al consumo e alle finanze, il proprio esempio, i valori e le regole applicati in famiglia e il sostegno materiale;
- il principale rischio di cui si parla in materia di consumo è quello dell'indebitamento. Anche se questo tema non riguarda specificamente i giovani, è proprio negli anni dell'infanzia e della giovinezza che possono essere creati i presupposti connessi all'indebitamento in età adulta. Va aggiunto che i bambini e i giovani sono sovente toccati indirettamente dal problema attraverso l'indebitamento dei loro genitori.

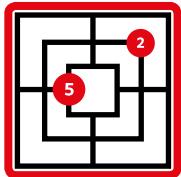
Partendo da queste tesi centrali, la CFIG formula sei richieste fondamentali al mondo politico, a quello economico e alla società.

RACCOMANDAZIONI DELLA CFIG

DESTINATARI

1. Creare spazi in cui i bambini e i giovani possano fare esperienze nella gestione del consumo e del denaro

- I bambini e i giovani hanno bisogno di spazi e di occasioni in cui sperimentare e apprendere a gestire il consumo e il denaro, sia questo in famiglia (p. es. con la paghetta o il coinvolgimento nella gestione finanziaria della famiglia), a scuola (p. es. con la creazione di una cassa della classe o per le pause) oppure nelle associazioni giovanili e nelle attività giovanili aperte a tutti (p. es. con un fondo per i giovani, da usare in progetti organizzati da loro nei Comuni).
- Allo stesso tempo i bambini e i giovani hanno bisogno di spazi dove riflettere sul significato del consumo e scambiare le proprie esperienze (p. es. sul valore degli status symbol, sull'autostima, sull'influenzabilità, sulla capacità di rimandare un bisogno).
- C'è infine bisogno di occasioni per poter fare esperienze senza spendere soldi (p. es. l'«Azione 72 ore» della Federazione Svizzera delle Associazioni Giovanili).



Genitori
Formazione dei genitori
Scuola
Associazioni giovanili
Attività giovanili aperte a tutti
Comuni
Formazione degli insegnanti

2. Vietare la pubblicità che nuoce ai bambini

- I bambini e i giovani devono essere protetti dalle pubblicità nocive.
- Spazi liberi dalla pubblicità: nessuna pubblicità nelle scuole dell'infanzia, nelle scuole e nell'ambito della custodia complementare alla famiglia. I bambini e i giovani necessitano di questi spazi affinché possano apprendere senza essere influenzati a loro insaputa a fini commerciali.
- Incoraggiare le imprese dell'industria alimentare ad aderire all'iniziativa di settore «Swiss Pledge», volta a rinunciare alla pubblicità di alimenti poco sani destinata a bambini e ragazzi di età inferiore ai 12 anni. L'esame degli alimenti e i criteri per definire quelli non sani devono essere sottoposti ad una valutazione indipendente.
- Occorre inoltre incentivare la conclusione di accordi tra imprese di uno stesso settore per tutelare i bambini e i giovani anche in altri ambiti (giocattoli, telefonia mobile ecc.).
- È infine necessario un divieto generale sulla pubblicità per il credito al consumo rivolta specificamente ai giovani e ai giovani adulti (v. richiesta 6).

Economia
Confederazione
Cantoni
Comuni
Scuola
Protezione dei consumatori



3. Rafforzare il ruolo di educatori dei genitori



- I genitori devono assumere con consapevolezza il proprio ruolo di sostegno nello sviluppo delle competenze dei figli in materia di consumo e di finanze. Essi vanno incoraggiati a parlare il più presto possibile di denaro con i propri figli.
- È necessario preparare lettere ai genitori sul tema denaro e consumo destinate anche ai figli più grandi con argomenti come la paghetta, il budget familiare ecc.
- Va infine agevolato l'accesso dei genitori all'offerta di consulenza pedagogica.

Genitori
Associazioni dei genitori
Uffici di consulenza per genitori
Pro Juventute
Associazioni mantello
Cantoni
Comuni

4. Promuovere l'educazione al consumo e le conoscenze in materia finanziaria



- Promuovere la trasmissione adeguata all'età di conoscenze sul consumo, sui prodotti e sulla pubblicità. Sono necessarie misure formative e informative destinate ad un consumo critico.
- Promuovere la trasmissione adeguata all'età di conoscenze base di finanza ed economia. In particolare l'accento va posto maggiormente sulla trasmissione di conoscenze e competenze di tipo pratico e quotidiano in materia di imposte, premi di cassa malati, stipulazione di contratti (leasing, affitto), allestimento di un budget e utilizzo del denaro in forma virtuale.
- La trasmissione di questo sapere deve avvenire in diversi contesti: a casa, a scuola, nelle attività giovanili ecc.
- È necessario sensibilizzare le persone con compiti educativi o di assistenza a trattare con maggiore riflessione il tema consumo e denaro, integrando maggiormente l'aspetto dell'educazione al consumo nel sostegno ai genitori, nella formazione degli insegnanti e nelle attività giovanili.
- Bisogna far meglio conoscere modelli di responsabilizzazione quali la paghetta per i vestiti o il modello del «salario per i giovani», in cui, a partire dalla scuola media, i genitori danno ai figli una certa somma di denaro, in funzione del budget e del tenore di vita della famiglia, che questi dovranno gestire autonomamente per gli acquisti necessari.
- Ai gruppi a rischio (p. es. giovani adulti con una scarsa formazione, dipendenti in settori in cui il salario è basso, disoccupati) vanno trasmesse in modo mirato a scopo preventivo competenze sia finanziarie che di vita.
- Promuovere il contatto e lo scambio di conoscenze tra i diversi attori della prevenzione dell'indebitamento, soprattutto riguardo alle procedure consolidate (best practice).

Scuola
Genitori
Attività giovanili (aperte a tutti e associative)
Associazioni mantello
Uffici per l'infanzia
Protezione dei consumatori
Formazione degli insegnanti
Confederazione
Cantoni
Conferenza dei direttori cantonali della pubblica educazione (CDPE)
Istituto universitario federale per la formazione professionale
Attività di prevenzione

5. Rilevare dati di base sull'indebitamento e le competenze finanziarie



- I dati disponibili sulla situazione dell'indebitamento tra i giovani e i giovani adulti e sul suo sviluppo vanno ampliati.
- Bisogna inoltre effettuare un rilevamento sullo stato delle conoscenze in ambito finanziario degli allievi in Svizzera (p. es. procedendo in modo analogo al modulo PISA «Financial literacy»).
- È necessario chiarire e stabilire da un punto di vista terminologico che cosa s'intenda per educazione finanziaria (la cosiddetta financial literacy: conoscenze, orientamento verso il denaro, sistema di valori ecc.), al di là dei confini linguistici.

Confederazione
Cantoni
Comuni
Conferenza dei
direttori cantonali della
pubblica educazione
(CDPE)
Scuole universitarie

6. Eliminare le trappole strutturali dell'indebitamento

- Sono necessarie riflessioni su come prevenire l'indebitamento con provvedimenti di tipo strutturale, dato che tra le principali cause di questo fenomeno figurano le imposte e i premi di cassa malati. Due possibili soluzioni sono:
 - il prelievo diretto delle imposte dal salario, analogamente a quanto avviene per i contributi AVS e AD (p. es. intervenendo sulla legge federale del 14 dicembre 1990 sull'armonizzazione delle imposte dirette dei Cantoni e dei Comuni);
 - il pagamento diretto di tutte le prestazioni sanitarie obbligatorie attraverso la cassa malati (v. il sistema del terzo pagante).
- È opportuno valutare l'introduzione in Svizzera di una procedura di disindebitamento che comporti, dopo un determinato lasso di tempo, la cancellazione dei debiti restanti, come già attuato in alcuni Paesi limitrofi (p. es. in Germania tale procedura è aperta alle persone che hanno vissuto con il minimo vitale durante sei anni). Questo permetterebbe di sgravare la situazione delle famiglie indebite e incentiverebbe gli istituti di credito ad una condotta più responsabile.
- Sono infine necessari un divieto generale sulla pubblicità per il credito al consumo rivolta specificamente ai giovani e ai giovani adulti e l'abbandono dei cosiddetti «crediti veloci».

Confederazione
Cantoni
Conferenza dei
direttori cantonali
delle finanze (CDCF)
Conferenza dei
direttori e delle
direttrici cantonali
della sanità (CDS)
Protezione dei
consumatori
Prevenzione
dell'indebitamento
Banche e istituti
di credito

