



Divieto della pubblicità per i piccoli crediti: il Consiglio nazionale oltrepassa l'obiettivo

Il Consiglio nazionale intende vietare la pubblicità per i piccoli crediti e minaccia così la libertà d'impresa. La Svizzera possiede già una delle leggi sul credito al consumo più severe. Quest'ultima tende ad evitare un indebitamento eccessivo – dei giovani in particolare – e integra chiare linee direttive in materia di pubblicità. La decisione presa questa settimana dal Consiglio nazionale è totalmente incomprensibile. Esso chiede di vietare la pubblicità per i piccoli crediti allo scopo di proteggere i giovani contro un indebitamento eccessivo. Alcune indagini hanno tuttavia mostrato che l'attuale legge sul credito al consumo (LCC) protegge anche la categoria dei giovani adulti, un gruppo ritenuto particolarmente vulnerabile. Inoltre, l'iniziativa si basa su una valutazione sbagliata delle cause dell'indebitamento presso i giovani. Uno studio recente mostra che "la causa principale di un indebitamento elevato non è un consumo irresponsabile, bensì un profondo malessere e la mancanza di prospettive nella vita (...). Un indebitamento problematico (...) è generalmente l'ultimo anello di una catena di problemi sociali e legati alla salute". La sola misura efficace contro l'indebitamento dei giovani la prevenzione nell'ambito familiare e scolastico.

Le prescrizioni rigide contenute nella legge federale contro la concorrenza sleale (LCS) fungono da barriera agli abusi nella pubblicità a favore dei crediti al consumo. Inoltre, la legge sul credito al consumo ha introdotto una regolamentazione rigida sulle possibilità di ottenere dei crediti. Soltanto le persone che soddisfano determinate esigenze possono beneficiare di crediti e questo vale anche per i giovani adulti. Prescrizioni severe sulla solvibilità delle persone sono inoltre applicabili per i contratti di leasing e le carte di credito. Le

disposizioni della LCC e della LCS sono inoltre più severe rispetto alle leggi sul credito al consumo in vigore nei paesi vicini e anche rispetto alla corrispondente direttiva europea.

In nome della prevenzione si introducono spesso dei divieti pubblicitari. Tuttavia, essi fanno più danni che servizi ai consumatori. Vietare la pubblicità sui crediti al consumo è inopportuno. Ogni richiesta di divieto pubblicitario penalizza le basi dell'economia di mercato e ne impedisce il buon funzionamento. Le restrizioni pubblicitarie rappresentano degli attacchi diretti alla libertà di consumo e al libero mercato. Esse deresponsabilizzano i cittadini e devono assolutamente essere rifiutate. La Camera dei Cantoni è dunque invitata a rettificare la decisione del Consiglio nazionale.