



Comunicato stampa

3 novembre 2014

Critici o manipolati? I giovani e il consumo consapevole

Con il suo nuovo rapporto, la Commissione federale per l'infanzia e la gioventù s'impegna affinché i bambini e i giovani imparino a gestire il denaro e il consumo con ponderazione. Esperti provenienti dai settori marketing, protezione dei consumatori, prevenzione e ricerca prendono la parola in questo studio per spiegare da svariati punti di vista perché è così importante che i bambini e i giovani diventino consumatori consapevoli e come possono essere accompagnati in questo processo.

Quello del comportamento di bambini e giovani in materia di consumo è un settore assai vasto, in cui finora sono state condotte pochissime ricerche. Tuttavia la nostra società è sempre più caratterizzata dalla cultura del consumo, nella quale i bambini e i giovani si muovono sempre più presto e a cui prendono parte. Il rapporto pubblicato in data odierna si rivolge a tutti coloro che sostengono i più giovani nel loro sviluppo: genitori, insegnanti, responsabili delle attività giovanili, attori del mondo politico ecc. Attraverso una serie di articoli, esso esamina l'argomento nei suoi più svariati aspetti: come fanno i bambini e i giovani ad imparare a gestire il denaro e il consumo in modo competente? In che modo vengono sedotti i giovani consumatori quali clienti? Esistono tipiche trappole dell'indebitamento per i giovani? Quali sono i fattori di protezione e le misure di prevenzione che aiutano ad apprendere una gestione responsabile del denaro e del consumo? Queste sono solo alcune delle domande trattate dalla CFGI, che ha inoltre messo in evidenza gli aspetti su cui è necessario intervenire.

Spazi liberi dalla pubblicità, ovvero perché non vogliamo esporre i bambini e i giovani al costante bombardamento di messaggi pubblicitari

I bambini e i giovani rappresentano un target di grande interesse per il settore pubblicitario ed il marketing. Oltre a disporre di parecchio denaro proprio (solitamente attraverso una paghetta), essi esercitano anche un certo influsso sul comportamento d'acquisto dei genitori. Per questo motivo il marketing rivolto ai bambini e ai giovani è molto presente in Svizzera: all'età di dieci anni un bambino conosce ormai dai 300 ai 400 nomi di marche. In questo contesto non si può tuttavia dimenticare che la fase di sviluppo in cui i bambini e i giovani si trovano e il loro grado di esperienza li rendono maggiormente influenzabili. Per questo motivo servono spazi liberi dalla pubblicità! I bambini e i giovani devono poter apprendere senza essere influenzati a loro insaputa a fini commerciali; i loghi delle marche devono essere banditi da qualsiasi materiale pedagogico o evento sportivo. La CFGI chiede pertanto di allontanare qualsiasi tipo di marketing dalle scuole dell'infanzia, dalle scuole e dal contesto della custodia complementare alla famiglia.

Quello dell'indebitamento non è un problema specifico dei giovani, ma...

I dati disponibili sulla situazione dell'indebitamento tra i giovani e i giovani adulti sono attualmente insufficienti. Sono ancora pochi gli studi che raccolgono dati a livello svizzero, come la SILC 2011 e il Panel svizzero delle economie domestiche. Dalla prima rilevazione, basata sui dati del 2008, emerge che circa il 9 per cento dei giovani tra i 18 e i 29 anni vive in un'economia domestica che presenta una copertura critica dei conti e pagamenti arretrati, un dato che tuttavia non supera quello riscontrabile nella fascia di età dai 30 a i 49 anni. L'indebitamento non rappresenta dunque un problema specifico dei giovani, bensì un fenomeno generalizzato della società contemporanea. Eppure l'indebitamento tra i giovani è un tema fondamentale poiché, quando questo problema si verifica in giovane età, le

conseguenze risultano assai più pesanti e spesso comportano per lungo tempo diverse restrizioni ai piani per la vita futura e alle relazioni sociali.

Quali sono le tipiche trappole dell'indebitamento e come potremmo proteggere i giovani da esse?

Esiste una serie di ostacoli individuali che possono celare un rischio d'indebitamento, come la perdita di un lavoro ben pagato, la creazione di una famiglia, un divorzio, una malattia oppure quella che costituisce una tappa importante per i giovani adulti: l'andare a vivere da soli.

Vi sono però anche due ostacoli di tipo strutturale che possono trasformarsi in trappole dell'indebitamento per i giovani: le imposte e i costi legati alla salute.

Prendiamo l'esempio del Cantone di Basilea Città: un quarto delle procedure di esecuzione viene avviato per imposte non pagate, mentre un altro quarto concerne il mancato pagamento delle prestazioni di casse malati. Questo significa che un'esecuzione su due non riguarda borse costose, automobili veloci o vacanze stravaganti, bensì imposte e costi legati alla salute.

È impossibile proteggere i giovani dalle avversità della vita, ma ciò che si può fare è adeguare le condizioni strutturali in modo tale da evitare l'accumularsi di ulteriori fattori di rischio per l'indebitamento. Per questo motivo, la CFGI è del parere che sia urgente una riflessione su come prevenire l'indebitamento con provvedimenti di tipo strutturale, che prenda per esempio in considerazione il prelievo diretto delle imposte dal salario o il pagamento diretto di tutte le prestazioni sanitarie obbligatorie attraverso la cassa malati (v. il sistema del terzo pagante). L'eliminazione di queste trappole strutturali dell'indebitamento potrebbe permettere di scongiurare l'indebitamento di una parte dei giovani adulti.

È necessario promuovere precocemente le competenze in materia di consumo

I bambini e i giovani hanno bisogno di spazi e di occasioni in cui sperimentare e apprendere a gestire il denaro e il consumo, sia questo in famiglia, a scuola oppure nel contesto delle attività giovanili. Il consumo è infatti un'attività che bisogna imparare sperimentando ed esercitandosi, proprio come accade per l'andare bicicletta o fare i calcoli.

Poiché il mercato si rivolge ai bambini quali consumatori ancora prima che questi siano in grado di decidere riguardo ad un acquisto o dispongano di denaro proprio, è importante educarli al consumo precocemente e in modo adeguato all'età.

La ricerca nel campo della prevenzione ha mostrato che alcuni fattori, come l'autostima, la capacità di rimandare le gratificazioni e l'autoefficacia, sono in grado di proteggere dall'indebitamento. In questo contesto i genitori rivestono un ruolo fondamentale quali esempi e consulenti.

Conclusioni

Per imparare a gestire il denaro e il consumo in modo competente ed evitare così di cascare nella trappola dell'indebitamento o di essere manipolati dalla pubblicità, i bambini e i giovani hanno bisogno di misure di protezione e di promozione. A tal fine, nel suo rapporto la CFGI ha formulato sei richieste fondamentali alla società, al mondo politico e a quello economico, tra cui le più importanti sono:

1. Vietare la pubblicità che nuoce ai bambini (spazi liberi dalla pubblicità).
2. Eliminare le trappole strutturali dell'indebitamento.
3. Promuovere precocemente le competenze in materia di consumo.

Poiché i giovani consumatori autonomi, informati e dotati di spirito critico sanno affrontare meglio le sfide di ogni giorno.

Informazioni:

Segreteria CFGI, ekkj-cfej@bsv.admin.ch, 031 322 79 80

www.cfig.ch