

# Promuovere nei più giovani la capacità di gestire i propri soldi

Mai come prima i bambini e i giovani della Svizzera hanno speso così tanti soldi come oggi: la cifra complessiva è stimata intorno ai 600 milioni di franchi all'anno. E molti non esitano a indebitarsi. Pro Juventute vuole metterli in guardia contro questo pericolo. La fondazione promuove la capacità dei giovani a gestire il proprio denaro con misure educative preventive negli asili e nelle scuole, fedele al motto: agire prima per una maggiore efficacia.

I vestiti di marca, l'ultimo cellulare o un'escursione dispendiosa: i giovani hanno innumerevoli occasioni per spendere. E a molti la paghetta o il salario da apprendista non basta. Secondo uno studio dell'Università di Zurigo, i giovani hanno in tasca in media 690 franchi al mese. E per la maggior parte di essi non è sufficiente. Più della metà dei giovani interrogati s'indebita per potersi permettere dei beni di consumo.

«Lo shopping è per molti giovani un modo per distendersi», spiega Eva Schätti, responsabile della prevenzione dell'organismo di consulenza contro l'indebitamento Plusminus di Basilea. Oltre a ciò va detto che i giovani non riescono a controllare gli impulsi d'acquisto come gli adulti. «La tentazione è grande», afferma la Schätti. Ma è troppo facile dare tutta la colpa ai giovani: «I bambini e i giovani non fanno altro che seguire il comportamento della nostra società dei consumi.»

E molti genitori danno il cattivo esempio. Un altro punto dolente è il fatto che molti bambini e giovani non hanno la minima idea dell'ammontare delle spese correnti. «I genitori dovrebbero parlare apertamente con i figli del budget della famiglia», continua la Schätti, «perché solo così i bambini si rendono conto che il denaro deve essere guadagnato». Più tardi, quando abbandonano la casa paterna, viene a mancare anche il sostegno finanziario dei genitori. Dalle statistiche degli uffici di esecuzioni emerge che uscire dal «nido materno» è anche l'atto che sancisce l'inizio dell'indebitamento e l'arrivo del primo precetto esecutivo o addirittura del primo pignoramento.

## I bambini vittime della pubblicità

Spesso a indebitarsi sono le fasce socialmente più deboli: «Sono proprio i giovani con meno autoconsapevolezza e cattive

prospettive a compensare acquistando prodotti che danno loro l'impressione di avere una vita più piacevole», afferma la Schätti. Un fatto confermato anche dallo psicologo giovanile Allan Guggenbühl. C'è anche un altro messaggio che la pubblicità riesce a trasmettere bene ai giovani: «Ti consideriamo un consumatore serio. Puoi pagare, quindi sei un adulto.» Per i giovani che cercano il loro ruolo tra

pubertà e mondo degli adulti, il messaggio colpisce nel segno.

«Nessun altro target si lascia raggiungere così facilmente. I messaggi pubblicitari fanno colpo sui bambini e sui giovani come su nessuno», sottolinea Guggenbühl. Uno studio di «Bravo Faktor Jugend» dimostra che i giovani tra i 12 e i 18 anni conoscono oltre 130 marche. La fidelizzazione ai marchi inizia molto presto: «I bambini



«Per che cosa risparmi?» – si chiedono a vicenda i bambini al termine di un'ora di lezione all'aria aperta in occasione del lancio del Kinder Cash alla Bürkliplatz. Foto: zvg



Motivo su busta primo giorno

Francobolli speciali con sovrapprezzo Pro Juventute – I bambini e i soldi

#### Vendita

Filatelia:  
dal 28.10.2010  
fino al 30.6.2011,  
fino ad esaurimento  
delle scorte  
Uffici postali:  
dal 4.11.2010  
fino al 31.1.2011,  
fino ad esaurimento  
delle scorte

#### Validità

illimitata dal 4.11.2010

#### Stampa

offset, 4 colori;  
Joh. Enschedé,  
Haarlem, Paesi Bassi

#### Formati

Segni di valore:  
33×28 mm  
Fogli: 178×162 mm  
(5 strisce  
da 2×2 francobolli)

#### Carta

carta da francobolli  
bianca, autoadesiva  
su supporto cartaceo,  
220 gm<sup>2</sup>

#### Dentellatura

fustellatura ondulata  
sui 4 lati

#### Progettista

Tessa Gerster, Losanna

Annullo giorno  
di emissione



### Info

www.projuventute.ch  
www.kinder-cash.ch  
www.potz-tuusig.ch

sono interessanti per la pubblicità già a partire dal primo o dal secondo anno d'età», afferma Alex Dammler, specialista in ricerche di mercato sui bambini e i giovani di iconkids & youth di Monaco. Infatti i bambini in tenera età possono già riconoscere i prodotti. E questo lo sanno anche i pubblicitari. Per esempio sanno che fino ai sei anni circa i bambini sono attratti soprattutto dagli animali. Un'informazione utilissima per concepire il marketing e il design di mascotte o dolciumi. I pubblicitari sanno da tempo che i bambini e i giovani sono consumatori veri e propri, con le loro esigenze e i loro desideri, che vogliono spendere il proprio denaro come loro pare e piace. Allora che fare? I genitori devono forse allontanare i figli dai consumi e dalla pubblicità?

«No, in nessun caso», risponde lo psicologo giovanile Allan Guggenbühl. Viviamo in una società dei consumi, e nessuno può ignorarlo. «I bambini devono piuttosto imparare a gestire i consumi e a guardare la pubblicità con occhi diversi», afferma il Guggenbühl. Quindi è essenziale sensibilizzarli sin dai primi anni di vita.

### Promuovere la capacità a gestire i propri soldi sin dall'asilo

Stephan Oetiker, direttore della maggiore organizzazione svizzera di giovani Pro Juventute, ce lo conferma: «La prevenzione dall'indebitamento giovanile è il cardine del nostro operato di quest'anno». L'80% di tutte le persone indebitate ha iniziato a contrarre debiti prima del 25° anno d'età. E gli studi dimostrano che con il primo impiego vero e proprio la spirale dei debiti si aggrava. Perché improvvisamente chi ha 18 anni può comprare a credito. E le conseguenze non si fanno attendere: in Svizzera, quasi un giovane su tre ha dei debiti.

«Un indebitamento precoce è una grossa preoccupazione soprattutto per i giovani», afferma Stephan Oetiker. Un peso che può rendere ancora più difficoltoso l'ingresso nel mondo degli adulti. Per fare in modo che questa nuova fase della vita non inizi male, Pro Juventute desidera preparare i più piccoli alla società dei consumi con



un'offerta basata sulla prevenzione. È il caso dell'offerta formativa per promuovere la capacità a gestire il denaro «Pro Juventute Potz Tuusig» concepita per i bambini in età prescolare e per gli alunni della scuola elementare. «Con questo strumento intendiamo sviluppare la capacità a gestire il denaro già nei più piccoli», afferma l'Oetiker. Il modulo didattico interattivo comprende un libro illustrato ed un «Kamishibai» – il tradizionale teatrino giapponese. Con l'aiuto delle avventure di Janna al supermercato i bambini affrontano in maniera ludica le tematiche del denaro, dei consumi e della pubblicità. Per i bambini più grandi Pro Juventute ha concepito lo strumento didattico «Pro Juventute Kinder Cash». Esso si rivolge agli alunni di 9–12 anni della quarta fino alla sesta classe. «Finora in Svizzera non esistevano strumenti didattici per questa fascia di età incentrati attorno a temi quali il denaro, i consumi o i debiti», spiega Stephan Oetiker. Il procellino Kinder Cash di Pro Juventute è uno dei punti forti dello strumento didattico. Esso è dotato di quattro scomparti per il denaro con quattro fessure per introdurre i soldi. Le fessure sono corredate delle scritte «risparmio», «spese», «investimenti», e «opere buone». L'offerta è completata da un manuale per i genitori e per gli insegnanti, da un quaderno di esercizi per i bambini e da un album da colorare.

### Offerta gratuita per le scuole e gli asili

Gli asili e le scuole possono ordinare gratuitamente presso Pro Juventute gli strumenti didattici «Potz Tuusig» e «Pro Juventute Kinder Cash» con il porcellino e il pacchetto per la famiglia. I privati, le organizzazioni o le aziende interessati possono ordinare il porcellino allo shop online di Pro Juventute al prezzo di CHF 34.50. I proventi delle vendite vengono usati per finanziare i progetti Pro Juventute a favore dei bambini e dei giovani. Infatti la fondazione finanzia i propri servizi oltre che grazie i doni anche grazie alla vendita dei propri articoli. Tra le altre cose Pro Juventute vende da anni francobolli e altri articoli in base al motto «I bambini per i bambini».

### I bambini fanno colletta per bambini

Anche questo autunno circa 100000 alunni venderanno i famosi francobolli Pro Juventute. In tal modo raccolgono dei fondi per altri bambini e contribuiscono al finanziamento di offerte come «Pro Juventute Kinder Cash» o «Potz Tuusig». Con i proventi delle vendite i piccoli venditori e i loro acquirenti assicurano anche un futuro sicuro, sano e privo di debiti a tanti bambini e giovani della Svizzera.

Irena Ristic, Pro Juventute



Un corteo che attraversa l'arteria finanziaria di Zurigo, la Bahnhofstrasse, non può sfuggire agli sguardi dei passanti. Ogni bimbo che vi ha partecipato ha ricevuto in omaggio il porcellino rosso «Kinder Cash» di Pro Juventute.

Foto: zvg



#### Libretto di francobolli 2010

Sempre a portata di mano: un libretto di francobolli in formato carta di credito con sei francobolli autoadesivi di posta A e B vi consentono di spedire le vostre lettere con l'affrancatura giusta in qualsiasi momento. Il libretto è in vendita in internet ([www.posta.ch/philashop](http://www.posta.ch/philashop)), presso tutti gli uffici filatelici, direttamente da Pro Juventute e nei grandi uffici postali. Il prezzo di vendita è di CHF 17.00.