

Швейцарский парламент против агрессивной рекламы | Le parlement suisse est contre la publicité agressive

Auteur: Лейла Бабаева, [Берн](#) , 12.05.2014.



Перед такой рекламой многие дрогнут... (lematin.ch)

Национальный совет хочет запретить навязчивую рекламу потребительского кредитования: заманчивые плакаты, на которых красуются пачки денег, оказались особенно губительны для молодых людей, смело набирающих кредиты для необдуманных покупок.

|

Le Conseil National voudrait interdire la publicité agressive pour les petits crédits favorisant des décisions irréfléchies et des engagements précipités.

Le parlement suisse est contre la publicité agressive

Не секрет, что в Швейцарии молодые люди охотно берут кредиты на покупку бытовой техники, обрастая долгами на многие годы вперед. Федеральная комиссия по делам детей и молодежи констатировала, что 44% швейцарцев, обратившихся за предоставлением [социальной помощи](#), относятся к возрастной категории от 18 до 25 лет. Да и люди постарше порой не могут устоять перед заманчивыми предложениями.

И неудивительно: с красочных плакатов на прохожих смотрят счастливые, довольные жизнью люди, получившие кредит и купившие чудо-телевизор, компьютер и другие гаджеты. Реклама, как известно, разрабатывается с таким учетом, чтобы воздействовать на самые заветные тайники сознания потребителей.

Швейцарский парламент решил покончить с такими манипуляциями коммерсантов и выступил с резкой критикой упомянутой рекламы. Сейчас здесь проходят обсуждения, касающиеся пересмотра федерального закона о потребительском кредитовании по инициативе депутата от социалистической партии Жозиан Обер. Несмотря на возражения со стороны правых партий, 116 голосами против 64 парламентарии высказались за ужесточение законодательной базы. Остается определить, насколько решительными будут меры. Федеральный совет хотел бы вообще запретить рекламу, направленную на завлечение молодежи.

А вот Либерально-радикальная партия (PLR) и Народная партия Швейцарии (UDC) не видят причин для беспокойства. Их представители считают, что с чрезмерной задолженностью следует бороться иными методами. В первую очередь надо воевать не с рекламой, а с безграмотностью в области финансовых рисков. По мнению Андреа Карони (PLR) молодые люди, как правило, больше должны своим родителям, чем кредитным учреждениям.

Однако большинство депутатов считают иначе: проблема куда более серьезна. На протяжении последних десятилетий финансово-кредитная отрасль ничего не сделала для урегулирования ситуации в области рекламы, отметил Томас Майер из партии зеленых либералов (PVL). Социалистка [Ада Марра](#) добавила, что у 14,1% швейцарских семей есть хотя бы один потребительский кредит, а 30% всех должников – в возрасте от 18 до 25 лет.

Пропаганда принципа «все и сразу» играет на руку агрессивной рекламе, и в результате неосторожные должники становятся зависимыми от социальной помощи. Этой темы коснулась в своем выступлении член Социалистической партии Приска Биррер-Хеймо. В конечном итоге расплачиваться придется всему обществу, добавила министр юстиции Симонетта Соммаруга.

Мнения депутатов все же несколько разошлись относительно того, какими методами следует действовать. Правые выступают за саморегулирование отрасли. В таком случае кредитным организациям необходимо будет сформулировать в специальном соглашении понятие агрессивной рекламы.

Симоннета Соммаруга выступила против такого сценария, ее поддержали левые и часть депутатов от Христианско-демократической партии (PDC). Министр юстиции хотела бы вовсе запретить рекламу, чьей целевой аудиторией являются подростки и молодежь. Кредитной отрасли нельзя оставлять слишком много пространства для маневрирования. В случае если кредитные организации дадут чересчур

расплывчатое определение агрессивной рекламы в своем соглашении, правительству следует вмешаться, считают депутаты от левых партий.

Помимо навязчивой рекламы депутаты также намерены рассмотреть вопрос ужесточения критериев для получения потребительского кредита.

Статьи по теме

[Плохой ученик](#)

[Швейцарская молодежь погрязла в долгах](#)

Source URL: <https://nashagazeta.ch/node/17629>