

Legge federale sul credito al consumo (LCC)

Progetto

Modifica del ...

L'Assemblea federale della Confederazione Svizzera,

visto il rapporto della Commissione dell'economia e dei tributi del Consiglio nazionale del 28 gennaio 2014¹;

visto il parere del Consiglio federale del 2 aprile 2014²,

decreta:

Minoranza

(Kaufmann, Amstutz, Baader Caspar, Flückiger Sylvia, Germanier, Müller Philipp, Noser, Rime, Walter, Wandfluh)

Non entrare in materia

I

La legge federale del 23 marzo 2001³ sul credito al consumo è modificata come segue:

Minoranza 1

(Meier-Schatz, Birrer-Heimo, de Buman, Jans, Maire Jacques-André, Pardini, Ritter, Schelbert)

Art. 7 cpv. 1 lett. f

¹ La presente legge non si applica:

- f. ai contratti di credito in base ai quali il consumatore è tenuto a rimborsare il credito entro tre mesi;

Minoranza 2

(Birrer-Heimo, Jans, Leutenegger Oberholzer, Maire Jacques-André, Marra, Pardini, Schelbert)

Art. 7 cpv. 1 lett. f

Abrogata

¹ FF **2014** 2855

² FF **2014** 2875

³ RS **221.214.1**

Art. 8 Limitazione

¹ I contratti di leasing di cui all'articolo 1 capoverso 2 lettera a sottostanno solo agli articoli 11, 13–16, 17 capoverso 3, 18 capoversi 2 e 3, 19–24, 25 capoversi 1, 2 lettera b e 3, 26, 29 e 31–40.

² I conti connessi a carte di credito o a carte-cliente con opzione di credito e i crediti sotto forma di anticipo su conto corrente sottostanno solo agli articoli 12–16, 17 capoversi 1 e 2, 18 capoversi 1 e 3, 19–24, 25 capoversi 1, 2 lettera b e 3, 27 e 30–40.

Art. 25 cpv. 2

² Deve inoltre notificare alla Centrale d'informazione le indicazioni seguenti:

- a. i versamenti di rate scaduti se ammontano almeno al 10 per cento dell'importo netto del credito o del prezzo in contanti (art. 18 cpv. 1);
- b. i consumatori che forniscono intenzionalmente indicazioni errate nell'esame della capacità creditizia di cui agli articoli 28, 29 o 30.

Art. 31 Rilievo delle indicazioni fornite dal consumatore

¹ Il creditore può fare affidamento sulle indicazioni fornite dal consumatore in merito alla situazione finanziaria (art. 28 cpv. 2 e 3) o alla situazione economica (art. 29 cpv. 2 e 30 cpv. 1). Può chiedere al consumatore l'estratto del registro delle esecuzioni e un'attestazione del salario o, se questi non esercita un'attività dipendente, altri documenti che ne indichino il reddito.

Minoranza

(Marra, Birrer-Heimo, Jans, Leutenegger Oberholzer, Maire Jacques-André, Pardini, Schelbert)

¹ ... (art. 29 cpv. 2 e 30 cpv. 1). Deve chiedere ...

² Sono fatte salve le indicazioni:

- a. manifestamente inesatte;
- b. in contraddizione con i dati di cui dispone la Centrale d'informazione; o
- c. fornite dal consumatore ai sensi dell'articolo 25 capoverso 2 lettera b.

³ In caso di dubbio sull'esattezza delle indicazioni fornite dal consumatore, il creditore deve verificarle sulla base di pertinenti documenti ufficiali o privati. Non deve limitare la verifica ai documenti indicati nel capoverso 1.

Minoranza

(Marra, Birrer-Heimo, Jans, Leutenegger Oberholzer, Maire Jacques-André, Pardini, Schelbert)

³ ... deve verificarle sulla base di pertinenti documenti ufficiali o privati, oltre a quelli di cui al capoverso 1.

Art. 32 Sanzioni

¹ Il creditore che violi in modo grave le disposizioni degli articoli 28, 29, 30 o 31 perde l'importo del credito concesso, compresi gli interessi e le spese. Il consumatore può esigere la restituzione delle prestazioni già fornite, secondo le norme sull'indebito arricchimento.

² Il creditore che violi gli articoli 25, 26 o 27 capoverso 1 o, in modo lieve, gli articoli 28, 29, 30 o 31 perde unicamente gli interessi e le spese.

Sezione 8: Pubblicità

Art. 36, rubrica

Principio

Art. 36a Pubblicità aggressiva

¹ La pubblicità per i crediti al consumo non può essere fatta in modo aggressivo.

Minoranza

(Maire Jacques-André, Birrer-Heimo, de Buman, Jans, Leutenegger Oberholzer, Marra, Meier-Schatz, Pardini)

¹ La pubblicità per i crediti al consumo non può essere fatta in modo aggressivo. È vietata la pubblicità che si rivolge in modo speciale a adolescenti e giovani adulti.

² I creditori concordano in una convenzione di diritto privato quale pubblicità è considerata aggressiva.

Minoranza

(Maire Jacques-André, Birrer-Heimo, de Buman, Jans, Leutenegger Oberholzer, Marra, Meier-Schatz, Pardini)

² I creditori definiscono in modo adeguato in una convenzione di diritto privato quale pubblicità è considerata aggressiva.

³ Se entro congruo termine non è stata concordata una convenzione, il Consiglio federale disciplina quale pubblicità è considerata aggressiva.

Minoranza

(Maire Jacques-André, Birrer-Heimo, de Buman, Jans, Leutenegger Oberholzer, Marra, Meier-Schatz, Pardini)

³ ... non è stata concordata una convenzione o reputa che la definizione sia inadeguata, il Consiglio federale disciplina ...

Art. 36b Disposizione penale

Chi viola il divieto di pubblicità aggressiva è passibile di una multa fino a un massimo di 100 000 franchi.

Sezione 10: Competenze

Art. 40 cpv. 1 lett. a

¹ L'autorizzazione è rilasciata se il richiedente:

- a. offre garanzie per un'attività ineccepibile e la sua situazione economica è sana;

II

¹ La presente legge sottostà a referendum facoltativo.

² Il Consiglio federale ne determina l'entrata in vigore.