

Alcol e giovani, famiglia e società. Le priorità della prevenzione integrata sanitaria e sociale tra cultura del trattamento e razionalizzazione dei servizi

Con il patrocinio di
#STOP
NEKNOINATION
SANIT
Forum Internazionale della Salute
Alimentare la Salute
XI EDIZIONE
14 - 17 DICEMBRE 2014
Palazzo dei Congressi
Roma

@LCOL & GIOV@NI F@MIGLI@ E SOCIET@'

Emanuele Scafato

ISTITUTO SUPERIORE DI SANITA'

Direttore, WHO CC for Research & Health Promotion on Alcohol and Alcohol-Related Problems

Direttore, Osservatorio Nazionale Alcol - CNESPS

Direttore, Salute della Popolazione e suoi Determinanti

Centro Nazionale Epidemiologia, Sorveglianza e Promozione della Salute- CNESPS

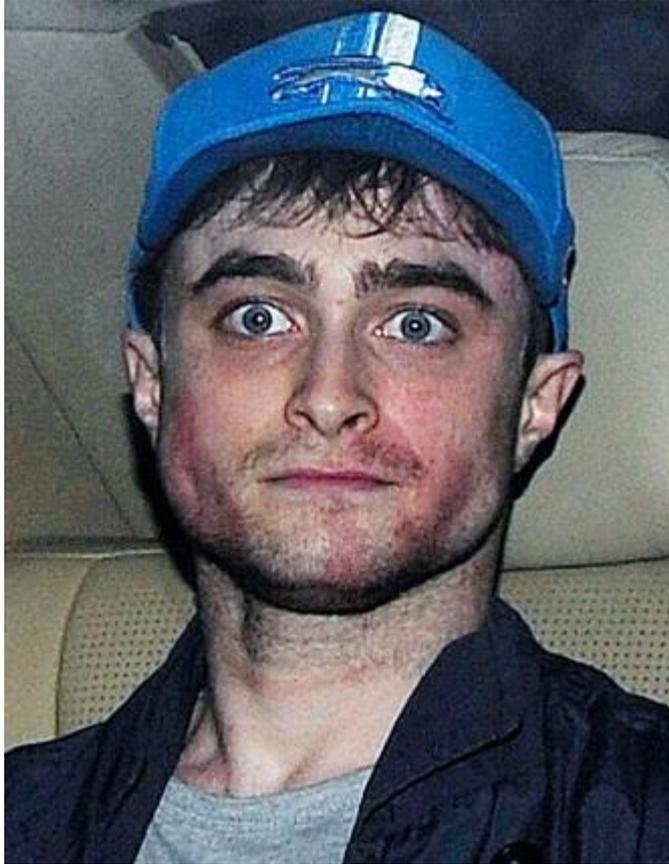
Presidente Società Italiana di Alcologia- SIA

Vice Presidente EUFAS – Federazione Europea Società Scientifiche sulle DIPENDENZE

STORIE ...



INTRAPPOLATI ...



LA FICTION ... LA REALTA '



Harry Potter : la “magia” dell’ALCOL...

Daniel Radcliffe, che ha interpretato per il grande schermo il mago più amato del pianeta, racconta la sua passata dipendenza dal whisky

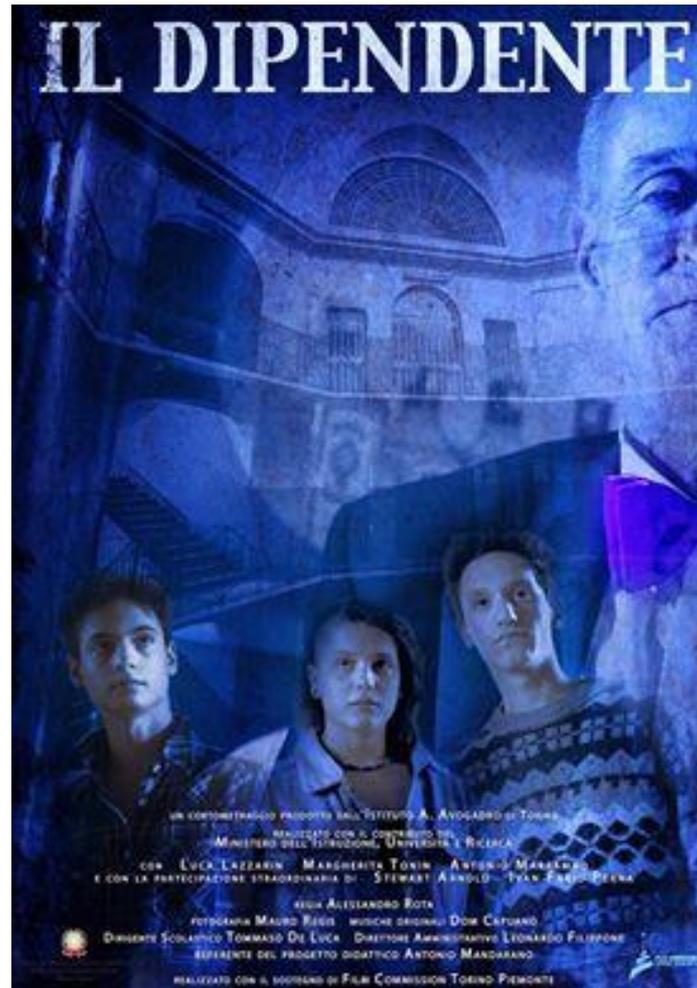
Di giorno attore di successo, di notte divorato dai demoni dell'alcol. Questa è stata per lungo tempo la vita di Daniel

Radcliffe, noto principalmente per aver interpretato Harry Potter nella saga cinematografica tratta dai romanzi di J.K.Rowling.

Radcliffe, che aveva 10 anni quando è stato scelto per la parte del piccolo orfano con la cicatrice sulla fronte, racconta che i problemi con l'alcol sono iniziati quando aveva 18 anni e stava girando "Harry Potter e il Principe Mezzo Sangue": «Non potevo farne a meno, mi serviva per divertirmi» e ammette che in molte occasioni i paparazzi avrebbero potuto immortalarlo in situazioni imbarazzanti.



ADDICTUS = SCHIAVO



CHI ? Come ? E perché ?

Direttore Reparto Salute della Popolazione e suoi Determinanti, Direttore Centro OMS per la Ricerca e la Promozione della Salute sull'Alcol; Direttore Osservatorio Nazionale ALCOL - CNESPS Centro Nazionale di Epidemiologia, Sorveglianza e Promozione della Salute. Presidente SIA, Società Italiana di Alcolgia. Vice Presidente EUFAS, Federazione Europea delle Società Scientifiche sulle Dipendenze; Executive Board Advisor e Tesoriere dell'European Society on Cardiovascular Prevention. Professore in Epidemiologia e Statistica all'Università degli Studi di Firenze

Salute! Ma è davvero salute?



Il Blog di Emanuele Scafato

Il Blog di Emanuele Scafato

HOME > I Blog della Fondazione > Il Blog di Emanuele Scafato > **Binge drinking: predire o non...**

Binge drinking: predire o non predire, questo è il dilemma

Più che proibire gli eccessi, i giovani dovrebbero essere aiutati a non consumare mai qualunque quantità di bevande alcoliche fino ai 25 anni

0 commenti f t g+ p e Scarica l'articolo

Lo leggo dopo

0 7 3 0 4
f t g+ p e Mi piace 19



Giovedì 14 marzo 2014
Giovani fa numerose mamme (e anche qualche papà) mi hanno scritto per sapere di un test di cui avevano sentito parlare attraverso i media e avevano letto su internet. Su *Nature* un gruppo di ricercatori ha pubblicato i risultati di uno studio che ha seguito per alcuni anni un gruppo di giovani "arruolandi" a 14 anni e "studianti" sino all'età di 19, analizzando in dettaglio, in particolare all'età di 16 anni, le abitudini di consumo alcolico insieme ad una serie di variabili derivate dallo studio del cervello esaminato attraverso risonanze magnetiche e una batteria di test della durata complessiva di circa dieci ore di valutazione clinica. Un impegno non da poco sia per il medico che per i ragazzi di cui si voleva tentare di scoprire le variabili capaci di

influenzare la propensione a perseguire forme di intossicazione episodica ricorrente da alcol (il binge drinking). Con l'espressione *binge drinking* si fa riferimento all'abitudine di consumare quantità eccessive - convenzionalmente sei o più bicchieri di bevande alcoliche anche diverse - in una singola occasione. Questo comportamento è presente prevalentemente nei Paesi del nord Europa, ma si è fortemente radicato anche nel nostro Paese in particolar modo nella fascia giovanile della popolazione, "contaminando" anche le generazioni di adulti e anziani, prevalentemente di sesso maschile.

L'interessante ricerca pubblicata su *Nature* ha dimostrato come nel 70% dei casi si possibile predire a 14 anni la probabilità di diventare da "grandi" un o una binge-drinker. Certo, non è un giochetto: dieci ore di test e tutta la parte di neuroimaging hanno costi e richiedono risorse sicuramente necessarie ed importanti per la prevenzione ma probabilmente non il top da un punto vista di costo-efficacia. Le valutazioni relative al binge drinking non possono non esulare dall'analisi del differente impatto che questa abitudine ha in relazione alle differenze di età e di genere. Il picco registrabile per i maschi nella classe di età 18-24 è sintomatico di una fase oltre la quale un modello di consumo meno rischioso riesce a farsi strada anche a fronte delle modifiche delle bevande alcoliche prevalenti di riferimento.

Il Blog di Emanuele Scafato

HOME > I Blog della Fondazione > Il Blog di Emanuele Scafato > **"Mi piace": l'inganno e il pre...**

"Mi piace": l'inganno e il pregiudizio

Facebook: intossicazione alcolica a catena. La nuova pericolosissima moda che dilaga sui social network

06/03/14

0 commenti f t g+ p e Scarica l'articolo

Lo leggo dopo

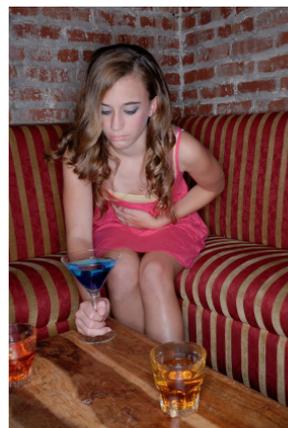
Alcol, minori e movida: un "gioco" a perdere da contrastare

La cattiva abitudine può danneggiare la salute individuale giungendo a svaloriare il capitale umano nel corso della vita, dall'embrione alla vecchiaia

16/06/14 0 commenti f t g+ p e Scarica l'articolo

Lo leggo dopo

4 6 2 0 2
f t g+ p e Mi piace 10



Il contesto culturale del bere in Italia è in continua e dinamica evoluzione. Se da un lato la popolazione adulta e anziana mostra una sostanziale stabilità nelle prevalenze dei consumatori a rischio, pur con le dovute eccezioni per alcune realtà geografiche caratterizzate da una differente predisposizione al bere ispirata ancora a modelli tradizionali, è evidente che nella nostra nazione è ancora da sostenere, supportare ma soprattutto da rafforzare con estrema e tempestiva convinzione la prevenzione. Infatti, pur a fronte di una maggior consapevolezza sui rischi alcol-correlati, favorita dalla disseminazione di numerose evidenze scientifiche e dalle campagne di prevenzione, è ancora molto lontano il raggiungimento di obiettivi mirati all'abbattimento dei fenomeni d'intossicazione, di *binge drinking* e dei consumi a rischio che hanno condotto e conducono, comunque, a un incremento significativo degli alcolodipendenti in carico ai servizi e, soprattutto, ad un preoccupante rimodellamento del profilo dei nuovi utenti che oggi sono sempre più frequentemente rappresentati da donne, da giovani e da giovanissimi al di sotto dei 19 anni. Processo apparentemente inarrestabile tenuto conto delle forti resistenze a una prevenzione, pur selettiva e per contesti, che in Italia non trova inespugnabilmente adeguati spazi nelle politiche che non siano quelle già ingaggiate del settore esclusivamente sanitario. Una prevenzione che non è quella isolatamente riferibile ad azioni di salute pubblica, già in atto da decenni, bensì quella più capillare e radicale dell'alcol nelle altre politiche.

Ho scritto a Facebook chiedendo la rimozione di una foto che a mio giudizio incitava i giovani ad un atteggiamento offensivo e violento. A dir la verità sarebbe la **pagina web da rimuovere a causa dell'invito esplicito all'intossicazione alcolica a catena, all'autolesionismo** ma ho voluto testare le norme della community. Che si tratti di nekonimate o di sfide estreme l'autolesionismo c'era e a mio parere c'è. Mi rispondono oggi che hanno analizzato la segnalazione e che secondo loro non istiga all'odio (e chi aveva parlato di odio?) e che non sono state violate le norme della community (posterò sulla mia pagina Facebook le foto dello scambio di questo esercizio di falsa e inutile democrazia).

Mi invitano cortesemente ad un questionario di soddisfazione... Prima di imbarcarmi sul volo per Lussemburgo compilo tutto e in un campo note, l'unico libero da risposte chiuse che non ti consentono mai di esprimere ciò che vuoi, faccio notare che la **mia segnalazione si riferiva ad un uso reiterato del bere a rischio da parte di giovani di cui non si può evincere l'età legale** e che spingono e sono spinti ad eccedere nel bere in maniera filmata, chiaramente ed inequivocabilmente intossicante, per me autolesionistica e rivolta a determinare sicura minaccia alla sicurezza (oltre che alla salute) di se stessi, non escludendo il possibile incremento di rischio all'incolumità di terzi.



results

Necknominate - Michael	100%



Le “norme” della COMMUNITY ?



Cerca persone, luoghi e oggetti Emanuele Scafato Home

Riepilogo segnalazioni ✔ Notifiche ▾

Ecco lo stato più recente dei tuoi report e delle tue richieste. Se dovessimo avere bisogno di altre informazioni, ti informeremo qui.

Cronologia

Hai segnalato la foto di Best Nek Nominations perché incita all'odio. Chiudi

Stato	Questa foto non è stata rimossa	Data della segnalazione	1 marzo
Dettagli	<p>Grazie per il tempo dedicato alla segnalazione di un contenuto che secondo te potrebbe violare i nostri Standard della comunità. Le segnalazioni come la tua sono fondamentali per rendere Facebook sicuro e accogliente. Abbiamo analizzato la foto che hai segnalato per la presenza di discorsi o simboli inneggianti all'odio e abbiamo stabilito che non viola i nostri Standard della comunità.</p> <p>Comprendiamo che potresti continuare a non voler vedere questa foto. Ecco alcune cose che puoi fare:</p>	Proprietario	Best Nek Nominations
		Motivo	Contenuto che incita all'odio e/o alla violenza

Vai al questionario

Hai segnalato Best Nek Nominations perché fa riferimento all'autolesionismo. Chiudi

Stato	Questa Pagina non è stata rimossa	Data della segnalazione	1 marzo
Dettagli	<p>Grazie per il tempo dedicato alla segnalazione di un contenuto che secondo te potrebbe violare i nostri Standard della comunità. Le segnalazioni come la tua sono fondamentali per rendere Facebook sicuro e accogliente. Abbiamo analizzato la Pagina che hai segnalato per la presenza di riferimenti all'autolesionismo e abbiamo stabilito che non viola i nostri Standard della comunità.</p> <p>Nota: se riscontri un problema con qualcosa che si trova sulla Pagina, segnala il contenuto in questione (ad esempio una foto), non tutta la Pagina. In questo modo, la tua segnalazione potrà essere rivista in modo più accurato.</p> <p>Comprendiamo che potresti continuare a non voler vedere questa Pagina. Ecco alcune cose che puoi fare:</p>	Proprietario	Best Nek Nominations
		Motivo	Autolesionismo

Vai al questionario

TERZA CONFERENZA SULLE TOSSICODIPENDENZE e l'ALCOL. GENOVA 28-30/11/ 2000.

Istituto Superiore di Sanità'

Alcol e Giovani: le iniziative europee, le prospettive italiane

Emanuele SCAFATO, MD
Laboratorio di Epidemiologia e Biostatistica



Istituto Superiore
di Sanità

WHO HEALTH 21 Target 12



- ⌘ Ridurre il consumo medio pro-capite a 6 litri
- ⌘ Ridurre il consumo dei giovani al di sotto dei 15 anni a zero litri



Istituto Superiore di Sanità

**WHO HEALTH 21
TARGET 12**

"By the year 2015 in all countries per capita alcohol consumption should not increase or exceed 6 litres per annum, and should be close to zero under 15-year-old".

Conferenza nazionale Droghe e Alcol – Genova Anno 2000

Istituto Superiore
di Sanità

**ALCOL e GIOVANI
ALCOPOPS**



Bevande alcoliche aromatizzate e lanciate sul mercato
attraverso modalità di confezionamento e tecniche
particolarmente attraenti per la cultura giovanile
(caratteri, colori, forme ecc.)



Istituto Superiore
di Sanità

**ALCOL e GIOVANI
THE CHRISTMAS BEER
(7.5 % vol.)**



Ved du, hvad det bedste er??
Nej, men nu har du fundet det!
Det allermost nødvendige udstyr
til en festlig jul med en af
dine mest trofaste venner;
Tuborg Julebryg.
Glædelig jul og godt Tub'år.

til Produkter



Quattordici anni di legge 125/2001

DIRITTI non PRINCIPI

Art. 2.

(Finalita')

La presente legge:

- a) **tutela il diritto delle persone**, ed in particolare dei bambini e degli adolescenti, ad una vita familiare, sociale e lavorativa protetta dalle conseguenze legate all'abuso di bevande alcoliche e superalcoliche;
- b) **favorisce l'accesso** delle persone che abusano di bevande alcoliche e superalcoliche e dei loro familiari a trattamenti sanitari ed assistenziali adeguati;
- c) **favorisce l'informazione e l'educazione** sulle conseguenze derivanti dal consumo e dall'abuso di bevande alcoliche e superalcoliche;
- d) **promuove la ricerca e garantisce adeguati livelli di formazione** e di aggiornamento del personale che si occupa dei problemi alcolcorrelati;
- e) **favorisce le organizzazioni del privato sociale** senza scopo di lucro e le associazioni di automutuo aiuto finalizzate a prevenire o a ridurre i problemi alcolcorrelati.

2001-2011: dieci anni di legge 125/2001.

Luci ed ombre della prevenzione alcolcorrelata in Italia



Emanuele Scafato
Presidente Società Italiana di Alcolgia



Conferenza Europea sulla Salute, la Società e l'Alcool

CARTA EUROPEA SULL'ALCOOL
PARIGI, 12 - 14 DICEMBRE 1995

ΕΥΡΩΠΑΙΚΟΣ ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟΣ ΧΑΡΤΗΣ ΓΙΑ ΤΑ ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ
ΠΟΥ ΕΤΕΡΩΘΗΚΕ ΣΤΗΝ
ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΔΙΑΚΕΡΨΗ ΜΕ ΘΕΜΑ «ΥΓΕΙΑ, ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ
ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ»
ΠΑΡΙΣΙ, 12-14 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1995

Carta Europea Sobre o Álcool

ADAPTADA DA
CONFERÊNCIA EUROPEIA SOBRE A SAÚDE, A SOCIEDADE E O ALCOOL
PARIS, 12-14 DEZEMBRO 1995

Carta Europea Sobre el Alcohol

CONFERENCIA EUROPEA SOBRE SALUD, SOCIEDAD Y ALCOHOL
PARIS 12-14 DICIEMBRE 1995



Carta Europea sull'Alcol

A sostegno del progressivo sviluppo del Piano d'Azione Europeo sull'Alcol, la Conferenza di Parigi invita tutti gli Stati Membri a promuovere politiche globali sull'alcol e ad attuare programmi che esprimano, conformemente alle esigenze dei contesti economico-giuridici e socio-culturali dei diversi Paesi, i seguenti principi etici ed obiettivi, tenendo conto del fatto che questo documento non conferisce diritti legali.

Tutti hanno diritto a una famiglia, una comunità ed un ambiente di lavoro protetti da incidenti, violenza ed altri effetti dannosi che possono derivare dal consumo di bevande alcoliche.

Tutti hanno diritto a ricevere, fin dalla prima infanzia, un'informazione e un'educazione valida e imparziale sugli effetti che il consumo di bevande alcoliche ha sulla salute, la famiglia e la società.

Tutti i bambini e gli adolescenti hanno il diritto di crescere in un ambiente protetto dagli effetti negativi che possono derivare dal consumo di bevande alcoliche e, per quanto possibile, dalla pubblicità di bevande alcoliche.

Tutti coloro che assumono bevande alcoliche secondo modalità dannose o a rischio, nonché i membri delle loro famiglie hanno diritto a trattamenti e cure accessibili.

Tutti coloro che non desiderano consumare bevande alcoliche o che non possono farlo per motivi di salute o altro hanno il diritto ad essere salvaguardati da pressioni al bere e sostenuti nel loro comportamento di non-consumo.

Dieci strategie per una azione sull'Alcol

Le ricerche ed il successo degli interventi in diversi paesi hanno dimostrato che si possono ottenere benefici a livello sanitario ed economico in tutta la Regione Europea qualora vengano implementate le seguenti 10 strategie per la promozione della salute nell'ambito di un'azione sull'alcol, al fine di rendere effettivi i principi e gli obiettivi sopra elencati, nel rispetto delle differenze culturali e dei diversi contesti giuridici e socio-economici di ciascuno Stato Membro:

1 Informare le persone degli effetti che il consumo di bevande alcoliche può avere sulla famiglia e la società e delle misure efficaci che si possono prendere per prevenirne o ridurre i possibili danni, realizzando, a partire dalla prima infanzia, programmi educativi di vasta portata.

2 Promuovere ambienti pubblici, privati e di lavoro, protetti da incidenti, violenza e altre conseguenze negative dovute al consumo di bevande alcoliche.

3 Emanare ed applicare leggi che scoraggino efficacemente di mettersi alla guida dopo aver consumato bevande alcoliche.

4 Promuovere la salute attraverso il controllo della disponibilità - ad esempio in relazione alla popolazione giovanile - ed attraverso interventi sui prezzi delle bevande alcoliche - ad esempio tramite la tassazione.

5 Attuare severe misure di controllo, tenendo conto dei limiti o dei divieti esistenti in alcuni Paesi sulla pubblicità, diretta e indiretta, di bevande alcoliche e assicurare che nessuna forma di pubblicità sia specificamente diretta ai giovani, ad esempio collegando alcol ed eventi sportivi.

6 Assicurare l'accesso e la disponibilità di efficaci servizi di trattamento e riabilitazione, con personale opportunamente formato, alle persone con consumi a rischio o dannosi ed alle loro famiglie.

7 Incoraggiare un maggiore senso di responsabilità etica e giuridica tra coloro che operano nei settori del marketing o del commercio di bevande alcoliche e incentivare severi controlli sulla qualità e sicurezza del prodotto ed attuare norme appropriate contro la produzione e la vendita illegali.

8 Accrescere le capacità della società di occuparsi delle problematiche dell'alcol attraverso la formazione degli operatori dei vari settori coinvolti, quali quello sanitario, sociale, educativo e giudiziario, contestualmente al rinforzo ed allo sviluppo del ruolo centrale della comunità.

9 Sostenere le organizzazioni non-governative e i gruppi di auto-aiuto che promuovono stili di vita sani, in particolare coloro che operano nell'ambito della prevenzione o della riduzione dei danni alcol-correlati

10 Formulare programmi di ampia portata negli Stati membri, tenendo conto di questa Carta Europea sull'Alcol: definire chiaramente obiettivi e indicatori di risultato; monitorare i progressi e assicurare l'aggiornamento periodico dei programmi basato sulla valutazione.



Conferenza Europea sulla Salute, la Società e l'Alcool

CARTA EUROPEA SULL'ALCOOL
PARIGI, 12 - 14 DICEMBRE 1995

ΕΥΡΩΠΑΙΚΟΣ ΚΑΤΑΣΤΑΤΙΚΟΣ ΧΑΡΤΗΣ ΓΙΑ ΤΑ ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ
ΠΟΥ ΕΤΕΡΩΘΗΚΕ ΣΤΙΣ
ΕΥΡΩΠΑΙΚΗ ΔΙΑΚΕΦΗ ΜΕ ΘΕΜΑ «ΥΓΕΙΑ, ΚΟΙΝΩΝΙΑ ΚΑΙ
ΟΙΝΟΠΝΕΥΜΑΤΩΔΗ»
ΠΑΡΙΣΙ, 12-14 ΔΕΚΕΜΒΡΙΟΥ 1995

Carta Europea Sobre o Álcool

ADAPTADA DA
CONFERÊNCIA EUROPEIA SOBRE A SAÚDE, A SOCIEDADE E O ALCOOL
PARIS, 12-14 DEZEMBRO 1995

Carta Europea Sobre el Alcohol

CONFERENCIA EUROPEA SOBRE SALUD, SOCIEDAD Y ALCOHOL
PARIS 12-14 DICIEMBRE 1995



Carta Europea sull'Alcol

A sostegno del progressivo sviluppo del Piano d'Azione Europeo sull'Alcol, la Conferenza di Parigi invita tutti gli Stati Membri a promuovere politiche globali sull'alcol e ad attuare programmi che esprimano, conformemente alle esigenze dei contesti economico-giuridici e socio-culturali dei diversi Paesi, i seguenti principi etici ed obiettivi, tenendo conto del fatto che questo documento non conferisce diritti legali.

Tutti hanno diritto a una famiglia, una comunità ed un ambiente di lavoro protetti da incidenti, violenza ed altri effetti dannosi che possono derivare dal consumo di bevande alcoliche.

Tutti hanno diritto a ricevere, fin dalla prima infanzia, un'informazione e un'educazione valida e imparziale sugli effetti che il consumo di bevande alcoliche ha sulla salute, la famiglia e la società.

Tutti i bambini e gli adolescenti hanno il diritto di crescere in un ambiente protetto dagli effetti negativi che possono derivare dal consumo di bevande alcoliche e, per quanto possibile, dalla pubblicità di bevande alcoliche.

Tutti coloro che assumono bevande alcoliche secondo modalità dannose o a rischio, nonché i membri delle loro famiglie hanno diritto a trattamenti e cure accessibili.

Tutti coloro che non desiderano consumare bevande alcoliche o che non possono farlo per motivi di salute o altro hanno il diritto ad essere salvaguardati da pressioni al bere e sostenuti nel loro comportamento di non-consumo.

Dieci strategie per una azione sull'Alcol

Le ricerche ed il successo degli interventi in diversi paesi hanno dimostrato che si possono ottenere benefici a livello sanitario ed economico in tutta la Regione Europea qualora vengano implementate le seguenti 10 strategie per la promozione della salute nell'ambito di un'azione sull'alcol, al fine di rendere effettivi i principi e gli obiettivi sopra elencati, nel rispetto delle differenze culturali e dei diversi contesti giuridici e socio-economici di ciascuno Stato Membro:

1 Informare le persone degli effetti che il consumo di bevande alcoliche può avere sulla famiglia e la società e delle misure efficaci che si possono prendere per prevenirne o ridurre i possibili danni, realizzando, a partire dalla prima infanzia, programmi educativi di vasta portata.

2 Promuovere ambienti pubblici, privati e di lavoro, protetti da incidenti, violenza e altre conseguenze negative dovute al consumo di bevande alcoliche.

3 Emanare ed applicare leggi che scoraggino efficacemente di mettersi alla guida dopo aver consumato bevande alcoliche.

4 Promuovere la salute attraverso il controllo della disponibilità - ad esempio in relazione alla popolazione giovanile - ed attraverso interventi sui prezzi delle bevande alcoliche - ad esempio tramite la tassazione.

5 Attuare severe misure di controllo, tenendo conto dei limiti o dei divieti esistenti in alcuni Paesi sulla pubblicità, diretta e indiretta, di bevande alcoliche e assicurare che nessuna forma di pubblicità sia specificamente diretta ai giovani, ad esempio collegando alcol ed eventi sportivi.

6 Assicurare l'accesso e la disponibilità di efficaci servizi di trattamento e riabilitazione, con personale opportunamente formato, alle persone con consumi a rischio o dannosi ed alle loro famiglie.

7 Incoraggiare un maggiore senso di responsabilità etica e giuridica tra coloro che operano nei settori del marketing o del commercio di bevande alcoliche e incentivare severi controlli sulla qualità e sicurezza del prodotto ed attuare norme appropriate contro la produzione e la vendita illegali.

8 Accrescere le capacità della società di occuparsi delle problematiche dell'alcol attraverso la formazione degli operatori dei vari settori coinvolti, quali quello sanitario, sociale, educativo e giudiziario, contestualmente al rinforzo ed allo sviluppo del ruolo centrale della comunità.

9 Sostenere le organizzazioni non-governative e i gruppi di auto-aiuto che promuovono stili di vita sani, in particolare coloro che operano nell'ambito della prevenzione o della riduzione dei danni alcol-correlati

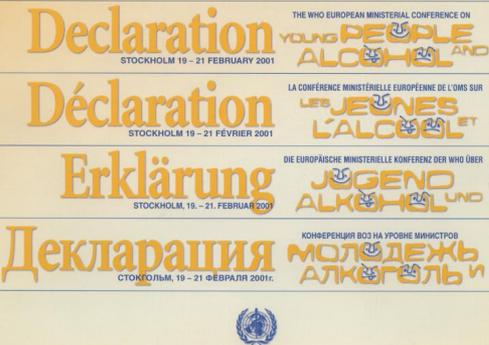
10 Formulare programmi di ampia portata negli Stati membri, tenendo conto di questa Carta Europea sull'Alcol: definire chiaramente obiettivi e indicatori di risultato; monitorare i progressi e assicurare l'aggiornamento periodico dei programmi basato sulla valutazione.



ALCOL E GIOVANI

1. Stabilire i seguenti obiettivi che dovrebbero essere raggiunti entro l'anno 2006:

- a) ridurre in maniera rilevante il numero dei giovani che iniziano a consumare alcol;
- b) ritardare l'età in cui i giovani cominciano a consumare alcol;
- c) ridurre in maniera rilevante le occasioni e la frequenza del consumo ad alto rischio da parte dei giovani, specialmente degli adolescenti e dei giovani adulti
- d) proporre e/o sviluppare delle alternative significative al consumo di alcol e di altre sostanze, e migliorare la formazione teorica e pratica di quanti lavorano a contatto con i giovani;
- e) incrementare il livello di coinvolgimento dei giovani nella definizione delle politiche giovanili legate alla salute, in particolare per le questioni che riguardano l'alcol;
- f) aumentare l'educazione dei giovani sull'alcol;
- g) ridurre al minimo le pressioni esercitate sui giovani per incitarli al consumo, specialmente quelle derivanti dalle promozioni, distribuzioni gratuite, pubblicità, sponsorizzazioni e disponibilità relativi all'alcol, con particolare attenzione alle manifestazioni (*di grande richiamo sociale, ndt*);
- h) sostenere le azioni contro la vendita illegale di alcol;
- i) garantire e/o migliorare l'accesso ai servizi sanitari e di counselling, specialmente per i giovani con problemi alcol correlati e/o i genitori o i membri della famiglia alcol dipendenti;
- j) ridurre in modo significativo i danni alcol correlati, in particolar modo gli incidenti, le aggressioni e gli atti di violenza, soprattutto quelli che riguardano i giovani.



ALCOL E GIOVANI



Declaration
STOCKHOLM 19 - 21 FEBRUARY 2001
THE WHO EUROPEAN MINISTERIAL CONFERENCE ON
YOUNG PEOPLE AND ALCOHOL

Déclaration
STOCKHOLM 19 - 21 FÉVRIER 2001
LA CONFÉRENCE MINISTÉRIELLE EUROPÉENNE DE L'OMS SUR
LES JEUNES L'ALCOOL ET

Erklärung
STOCKHOLM, 19 - 21. FEBRUAR 2001
DIE EUROPÄISCHE MINISTERIELLE KONFERENZ DER WHO ÜBER
JUGEND UND ALKOHOL UND

Декларация
СТОКГОЛЬМ, 19 - 21 ФЕВРАЛЯ 2001г.
КОНФЕРЕНЦИЯ ВОЗ НА УРОВНЕ МИНИСТРОВ
МОЛОДЕЖЬ И АЛКОГОЛЬ И



- **Fornire protezione:** Rafforzare le misure rivolte a proteggere i bambini e gli adolescenti dalla promozione di alcol e dalle sponsorizzazioni. Garantire che i produttori non rivolgano ai bambini e agli adolescenti attività di commercializzazione di prodotti alcolici. Controllare la disponibilità delle bevande alcoliche attraverso provvedimenti che riguardino l'accesso, l'età minima legale e misure economiche, compreso il prezzo che influenza il consumo da parte dei minori. Offrire protezione e sostegno ai bambini e agli adolescenti i cui genitori o membri della famiglia siano alcol dipendenti, o abbiano problemi alcol correlati.
- **Promuovere l'educazione:** incrementare il livello di consapevolezza degli effetti dell'alcol, in particolare tra i giovani. Sviluppare programmi di promozione della salute che comprendano i temi dell'alcol in ambienti quali istituzioni educative, luoghi di lavoro, organizzazioni giovanili e comunità locali. Questi programmi dovrebbero consentire ai genitori, agli insegnanti, ai leader giovanili e coetanei di poter aiutare i giovani ad apprendere e mettere in pratica le capacità utili nella vita per affrontare i problemi della pressione sociale e della gestione del rischio. Inoltre, i giovani dovrebbero essere messi in condizione di assumersi attivamente le proprie responsabilità in qualità di membri importanti della società.
- **Supportare gli ambienti di vita:** Creare opportunità in cui siano incoraggiate e favorite alternative alla cultura del bere. Sviluppare e incoraggiare il ruolo della famiglia nella promozione della salute e del benessere dei giovani. Garantire che le scuole e, ove possibile, altre istituzioni educative siano ambienti in cui l'alcol non sia disponibile.
- **Ridurre il danno:** Promuovere una maggiore comprensione riguardo le conseguenze negative del bere sull'individuo, la famiglia e la società. Garantire che negli ambienti in cui si consuma alcol (bar, ristoranti, ...) sia attuata la formazione del personale responsabile del servizio, e mettere in atto o rinforzare le regole che proibiscono la vendita di alcol ai minori e alle persone in stato di etilismo acuto. Rafforzare le misure e le sanzioni relative alla guida in stato di ebbrezza. Offrire servizi sanitari e sociali appropriati per i giovani che vivono un'esperienza personale o di terzi legata al bere.



Giovani e Alcol: i “richiami” europei



PARIGI Dic. 1995

LUSSEMBURGO Giu. 2001

STOCCOLMA Febb. 2001



Tutti i bambini e gli adolescenti hanno il diritto di crescere in un ambiente protetto dalle conseguenze negative del consumo di alcol e, per quanto possibile, dalla pubblicità di bevande alcoliche.

- Incrementare il grado di consapevolezza
- Ridurre il rischio legato al consumo di alcol tra i giovani
- Sollecitare il mondo della produzione ad incrementare il livello di attenzione e la responsabilità sulle modalità di confezionamento e di marketing dei prodotti alcolici ribadendo l' inopportunità di utilizzare tecniche indirizzate al target e alla cultura giovanile
- COINVOLGERE I GIOVANI nelle attività di prevenzione

Entro l'anno 2006:

- 1) ridurre in maniera rilevante il numero dei giovani che iniziano a consumare alcol;
- 2) ritardare l'età in cui i giovani cominciano a consumare alcol;
- 3) **incrementare il livello di coinvolgimento dei Giovani** nella definizione delle politiche giovanili legate alla salute, in particolare per le questioni che riguardano l'alcol;
- 4) aumentare l'educazione dei giovani sull'alcol;
- 5) **ridurre al minimo le pressioni esercitate sui giovani per incitarli al consumo, specialmente quelle derivanti dalle promozioni**, distribuzioni gratuite, pubblicità, sponsorizzazioni e disponibilità relativi all' alcol, con particolare attenzione alle manifestazioni (sportive, musicali ecc)



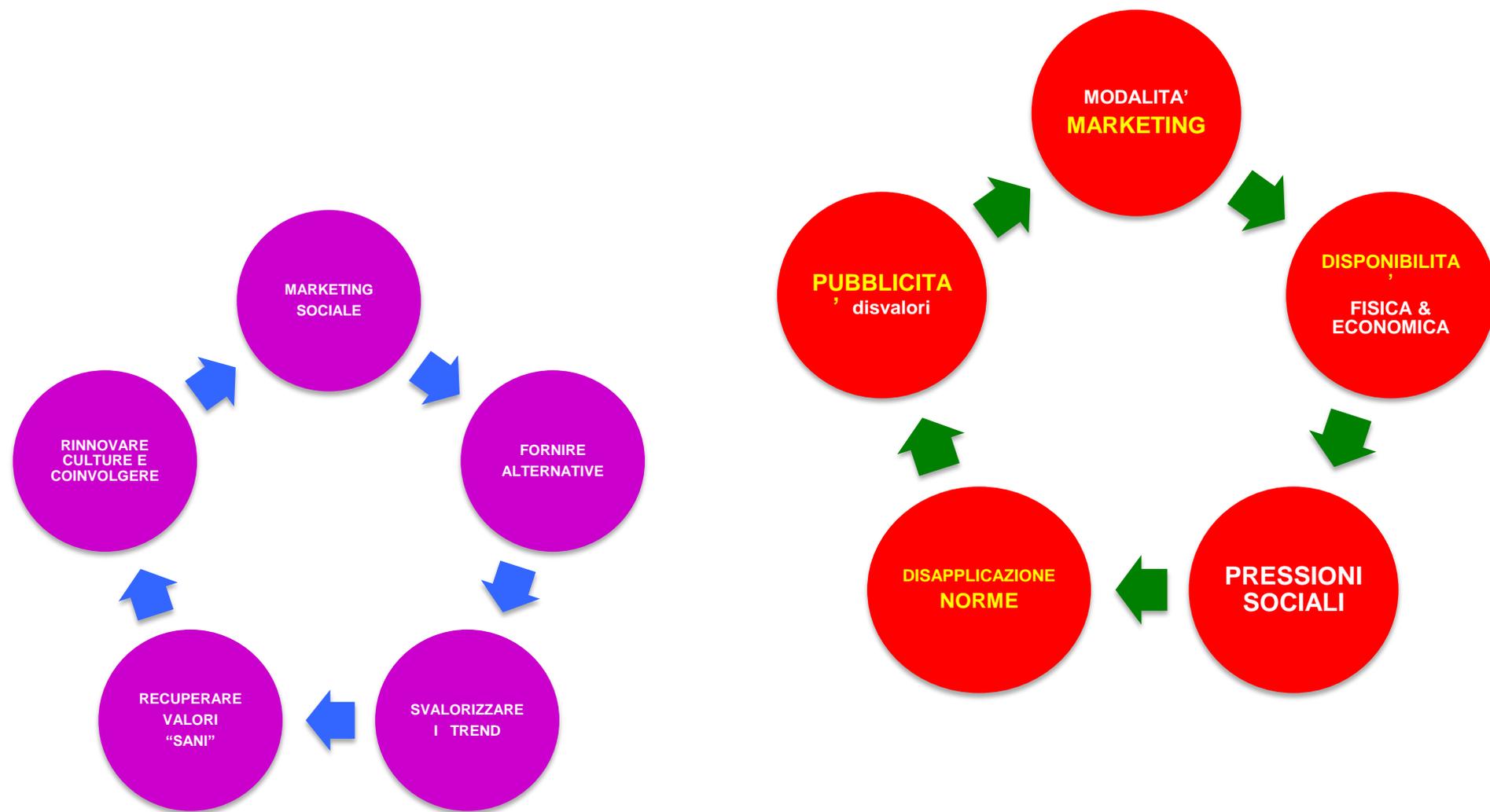
Entro il 2015 il consumo di alcol al di sotto dei 15 anni deve essere ZERO litri.



Il 25 % dei decessi registrati tra i maschi di età 15-29 sono legati all' alcol. 55 000 giovani nella Reg. Eur. WHO sono morti nel 1999 per cause legate all' uso di alcol

Le dimensioni della prevenzione.

Fattori di protezione e fattori antagonisti



Alcol e pubblicità

Observation of the market



A very competitive environment for social marketing programs

1,4 billion Euros a year on alcohol advertising

Alcoholic Drinks							
2007	Million euros						
Country	Television	Newspapers	Magazines	Outdoor	Radio	Cinema	Total
Belgium	25.87	4.33	4.67	11.63	3.10	4.67	54.27
France	0.34	3.62	5.55	18.62	4.98	0.00	33.11
Germany	361.83	19.99	59.84	62.97	42.99	3.65	551.27
Italy	134.86	9.04	12.09	5.30	7.24	0.88	169.41
Netherlands	60.29	2.79	7.29	6.43	2.45	5.20	84.45
Spain	93.81	33.07	14.69	35.38	19.95	1.72	198.62
Sweden	41.31	14.04	7.09	0.46	0.00	0.05	62.95
Switzerland	4.17	9.42	9.94	2.92	0.60	0.92	27.97
UK	134.33	40.01	21.22	51.32	6.15	23.31	276.34
Grand total	856.81	136.31	142.38	195.03	87.46	40.40	1458.39



Alcol e pubblicità : 310 milioni euro di investimenti nel 2010

+ 83 % in 3 anni e differenziazione

(OUT outdoor, radio e cinema ... rafforzamento riviste e giornali, conferma TV e.. new entry sul web)

Alcoholic Drinks

2010 **Million euros**

Country	Magazines	Internet	Newspapers	Television	Total
Austria	0.684	0.151	1.085	2.545	4.465
Belgium	2.415	0.508	3.525	11.419	17.867
Denmark	0.971	5.079	0.994	14.698	21.742
Finland	1.937	0.758	1.31	2.202	6.207
France	38.216	2.087	40.964	1.665	82.932
Germany	18.986	74.667	18.035	201.267	312.955
Ireland	1.741	3.345	3.222	6.02	14.328
Italy	54.489	63.998	64.527	126.21	309.224
Netherlands	1.231	15.278	2.395	28.514	47.418
Norway	0.036	0.001	0.00	0.171	0.208
Pan-Europe	1.197	0.353	0.723	0.623	2.896
Spain	17.701	58.725	20.365	136.538	233.329
Sweden	8.824	15.425	14.018	24.30	62.567
Switzerland	2.29	0.733	2.455	2.408	7.886
UK	19.627	16.387	19.657	40.61	96.281
Grand Total	170.345	257.495	193.275	599.19	1220.305

2007 **Million euros**

Country	Television	Newspapers	Magazines	Outdoor	Radio	Cinema	Total
Belgium	25.87	4.33	4.67	11.63	3.10	4.67	54.27
France	0.34	3.62	5.55	18.62	4.98	0.00	33.11
Germany	361.83	19.99	59.84	62.97	42.99	3.65	551.27
Italy	134.86	9.04	12.09	5.30	7.24	0.88	169.41



2011. CRISI e RECESSIONE ... ma non per la pubblicità degli alcolici

Italia, investimenti pubblicità fermi a gennaio, stampa in calo

 REUTERS

martedì, 22 marzo 2011 - 15:31

Gli investimenti pubblicitari in Italia hanno registrato un calo dello 0,1% su anno a gennaio, segnando una battuta d'arresto rispetto alla coda del 2010 per l'emergere di fattori d'incertezza quali i rincari del greggio e del prezzo delle altre materie prime.

Il dato di sintesi comunicato da Nielsen racchiude in realtà una situazione molto variegata che vede la tenuta dei mezzi di comunicazione alternativi come Internet, del direct mail e della TV e una rinnovata debolezza della carta stampata dopo i segnali di ripresa alla fine dello scorso anno.

La televisione ha visto una crescita degli investimenti in pubblicità dell'1,6%, grazie al contributo delle emittenti trasmesse solo sul digitale.

Sempre vivace la crescita degli investimenti su Internet (+13,9%) e nel direct mail (+11,6%) mentre soffre la carta stampata, che accusa un calo del 7,2%. In particolare i quotidiani hanno visto gli investimenti scendere del 4,2% su anno, i periodici del 5,4% e la 'free press' del 59% a causa delle difficoltà di una delle principali testate.

Pur con un budget più ridotto, scommettono decisamente sulla pubblicità le aziende produttrici di bevande e alcolici (+61%) mentre scende bruscamente l'investimento pubblicitario delle imprese finanziarie (-19%) e di quelle delle telecomunicazioni (-7%).

2001-2011: dieci anni di legge 125/2001

Luci ed ombre della prevenzione alcolcorrelata in Italia

Capo III

DISPOSIZIONI SULLA PUBBLICITA' E SUL CONSUMO DELLE BEVANDE ALCOLICHE E IN MATERIA DI SICUREZZA SUL LAVORO

Art. 13.

(Disposizioni in materia di pubblicita')

1. Entro sei mesi dalla data di entrata in vigore della presente legge, le emittenti radiotelevisive pubbliche e private e le agenzie pubblicitarie, unitariamente ai rappresentanti della produzione, tenuto conto anche dell'esigenza di valorizzare le produzioni tipiche ed a denominazione di origine controllata, **adottano un codice di autoregolamentazione sulle modalita' e sui contenuti dei messaggi pubblicitari relativi alle bevande alcoliche e superalcoliche.**
2. **E' vietata la pubblicita' di bevande alcoliche e superalcoliche che:**
 - a) **sia trasmessa all'interno di programmi rivolti ai minori** e nei quindici minuti precedenti e successivi alla trasmissione degli stessi;
 - b) **attribuisca efficacia o indicazioni terapeutiche** che non siano espressamente riconosciute dal Ministero della sanita';
 - c) **rappresenti minori intenti al consumo di alcol ovvero rappresenti in modo positivo l'assunzione di bevande alcoliche o superalcoliche.**
3. **E' vietata la pubblicita' diretta o indiretta delle bevande alcoliche e superalcoliche nei luoghi frequentati prevalentemente dai minori di 18 anni di eta'.**
4. **E' vietata la pubblicita' radiotelevisiva di bevande superalcoliche nella fascia oraria dalle 16 alle 19.**

2001-2011: dieci anni di legge 125/2001

Luci ed ombre della prevenzione alcolcorrelata in Italia

Art. 13.

(Disposizioni in materia di pubblicita')

5. E' inoltre vietata in qualsiasi forma la pubblicita' di bevande superalcoliche:
 - a) sulla stampa giornaliera e periodica destinata ai minori;
 - b) nelle sale cinematografiche in occasione della proiezione di film destinati prevalentemente alla visione dei minori.
6. La violazione delle disposizioni di cui ai commi 2, 3 e 4 e' punita con la sanzione amministrativa consistente nel pagamento di una somma da lire 5 milioni a lire 20 milioni.
La sanzione e' raddoppiata per ogni ulteriore trasgressione.
7. La sanzione di cui al comma 6 si applica altresì alle industrie produttrici ed ai responsabili delle emittenti radiotelevisive e degli organi di stampa nonche' ai proprietari delle sale cinematografiche.

Publicità: che cosa dovrebbe essere garantito dall'autoregolamentazione ?

32001H0458

Raccomandazione del Consiglio, del 5 giugno 2001, sul consumo di bevande alcoliche da parte di giovani, in particolare bambini e adolescenti

Gazzetta ufficiale n. L 161 del 16/06/2001 pag. 0038 - 0041

a) assicurare che i produttori non elaborino prodotti alcolici specificatamente destinati a bambini e ad adolescenti;

b) garantire che le bevande alcoliche non siano concepite o promosse in modo da costituire un richiamo per i bambini e per gli adolescenti, prestando particolare attenzione, tra l'altro ai seguenti elementi:

- l'impiego di stili (quali grafici, motivi o colori) associati alla cultura giovanile,

- rappresentazione nelle campagne promozionali di bambini, adolescenti, o altri modelli, di aspetto giovanile,

- allusioni al consumatore di droga e di altre sostanze nocive quali il tabacco, o immagini correlate,

- riferimenti a comportamenti violenti o asociali,

- allusioni implicite al successo sul piano sociale, sessuale o sportivo,

- incoraggiamento dei bambini e degli adolescenti al consumo di bevande alcoliche, compresa la vendita a basso prezzo di tali bevande ad adolescenti,

- pubblicità o sponsorizzazioni in occasione di eventi sportivi, musicali o altri eventi speciali in cui un gran numero di bambini e adolescenti partecipa in qualità di attori o spettatori,

- pubblicità sui mezzi di comunicazione mirata a bambini e adolescenti o rivolta a un vasto numero di bambini e adolescenti.

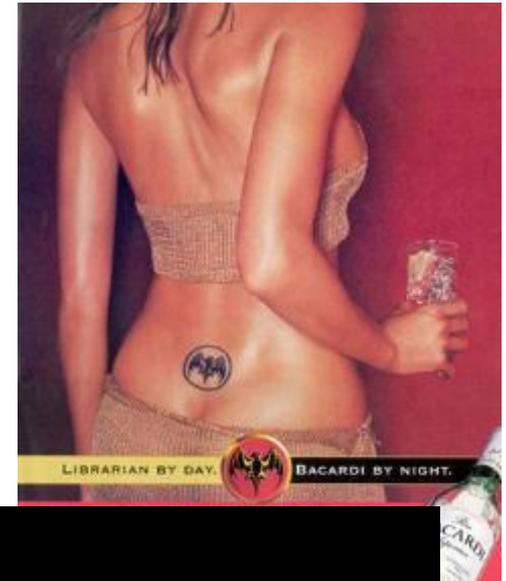
Codice Autoregolamentazione - Italia

Art. 22 – Bevande alcoliche

La comunicazione commerciale relativa alle bevande alcoliche non deve contrastare con l'esigenza di favorire l'affermazione di modelli di consumo ispirati a misura, correttezza e responsabilità. Ciò a tutela dell'interesse primario delle persone, ed in particolare dei bambini e degli adolescenti, ad una vita familiare, sociale e lavorativa protetta dalle conseguenze connesse all'abuso di bevande alcoliche.

In particolare la comunicazione commerciale deve evitare di:

- incoraggiare un uso eccessivo e incontrollato, e quindi dannoso, delle bevande alcoliche;
- rappresentare situazioni di attaccamento morboso al prodotto e, in generale, di dipendenza dall'alcol o indurre a ritenere che il ricorso all'alcol possa risolvere problemi personali;
- rivolgersi o fare riferimento, anche indiretto, ai minori, e comunque rappresentare questi ultimi intenti al consumo di alcol;
- associare la guida di veicoli con l'uso di bevande alcoliche;
- indurre il pubblico a ritenere che il consumo delle bevande alcoliche contribuisca alla lucidità mentale e all'efficienza fisica e sessuale e che il loro mancato consumo comporti una condizione di inferiorità fisica, psicologica o sociale;
- rappresentare come valori negativi la sobrietà e l'astensione dal consumo di alcolici;
- indurre il pubblico a trascurare le differenti modalità di consumo che è necessario considerare in relazione alle caratteristiche dei singoli prodotti e alle condizioni personali del consumatore;
- utilizzare come tema principale l'elevato grado alcolico di una bevanda.



“garantire che le bevande alcoliche non siano promosse prestando attenzione a non indurre a ritenere che il consumo comporti successo sociale, sessuale sportivo...”



AMMIE PROJECT - ITALY



Results of monitoring alcohol marketing in Italy in 2010



Results of monitoring alcohol marketing in Italy in 2010



Results of monitoring televised alcohol commercials in Italy in 2010



Results of monitoring alcohol marketing in Italy in 2010



PUBBLICITA'



Per le ragazze.... Come farne a meno ?

Hello Kitty non e' solo un giocattolo. E' un marchio che fa vendere ogni oggetto sul quale si posa. **Ora la possiamo anche portare in tavola.**

Se i piatti sono ormai una realta' da qualche tempo, la novita' di quest'anno e' il vino di Hello Kitty, nato dalla collaborazione tra **Camomilla Spa**, l'azienda italiana che cura gli interessi della gattina rosa, e la **Tenimenti Castelrotto di Montecalvo Versiggia**. Abbiamo del Pinot Nero, ma anche uno spumante per brindare in modo glamour.

Come riconoscere queste bottiglie? E' semplice: basta cercare l'etichetta con la gattina rosa piu' glamour del mondo. **Buon brindisi a tutte!**

Immagini prese da:
espresso.repubblica.it.



**HANNO
LA GIUSTA DOSE
A RISCHIO ZERO.**

A ogni tipo di Volume Bollato corrispondono due bicchieri esatti di vino a testa. E due bicchieri di vino non hanno mai fatto male a nessuno... se il vino è buono. Bevendoli a pasto si sta ampiamente sotto i limiti di legge consentiti.



Volumi Bollati wines "The right alcohol dose with zero risks".
Source: *Espresso* weekly magazine, november 12, 2009

Fresca e delicatamente profumata è ideale anche per le calde serate d'estate. Il suo contenuto alcolico, pari alla metà rispetto a un cocktail classico, consente non solo di chiudere un pasto in tutta tranquillità, anche per chi si mette alla guida, ma anche di utilizzarla come aperitivo o come intermezzo tra una portata e l'altra, al posto dello sgruppino.

AQUA 21, che per la vendemmia 2007 sarà prodotta in 3.954 bottiglie, nasce da una tecnica brevettata e da uva appositamente coltivate nell'azienda agricola di Fregona (TV).

AQUA 21 è incolore, trasparente, cristallina, presenta un intenso profumo di uva appena molla. È a fini ed. alcolici di fin fra a noia bianca e di uva



Aqua21: "The low alcohol content makes it possible to drink even those who have to drive."

Source: www.robertocastagner.it/it/prodotti/drink21/aqua21

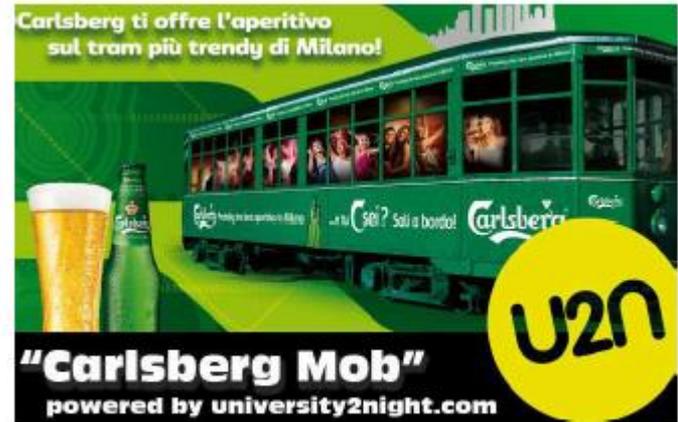
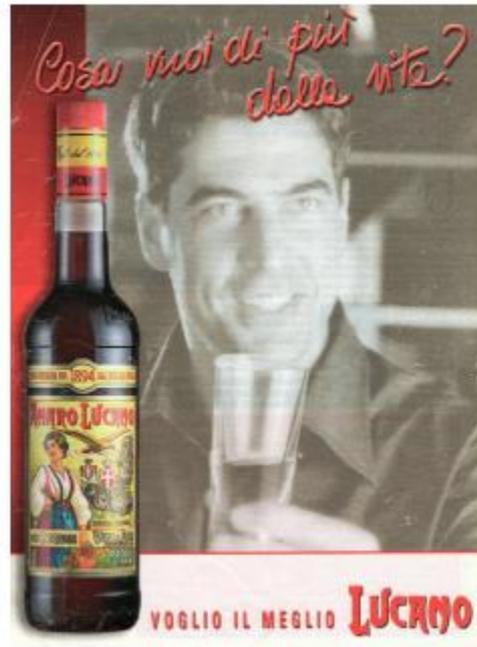
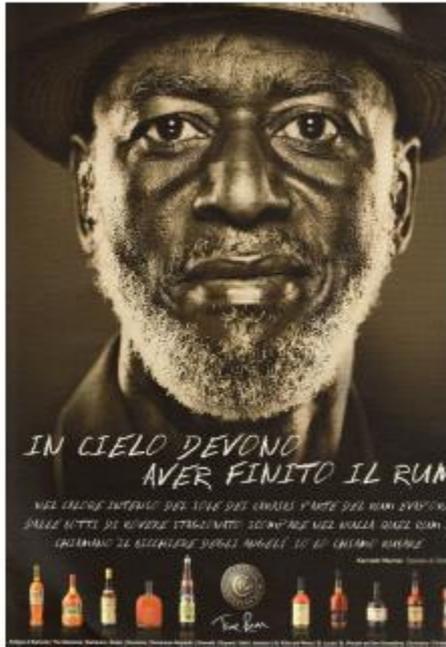


Hello Kitty Wines

Source: www.tortiwinepinotnero.com/eprodotti_kitty.htm

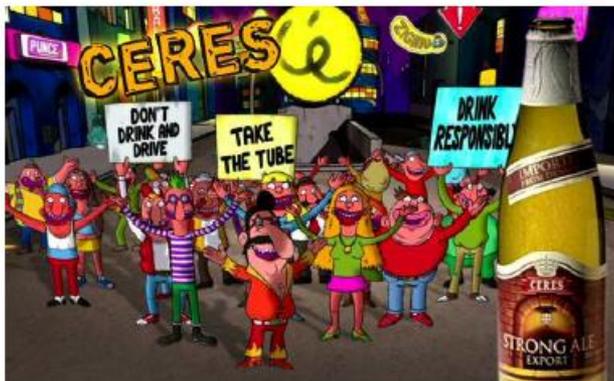


Source: <http://aizercast.wordpress.com/2010/02/04/beer-gloss-il-lucidalabbra-al-sapore-di-birra-per-san-valentino/>



Source: www.carlsbergitalia.it

Glamour and famous testimonials are also typical of spirits and liqueurs' promotion.



Source: www.ceres.com



Monica Bellucci and Dolce&Gabbana for Martini Gold. Source: www.martinigold.com





Moretti Beer and football: "The real football connoisseurs drink Moretti Beer". Source: www.moretti.it

Source: www.mediakey.tv



Source: http://store.sslazio.it/prodotti.asp?cat=1352



Linea Classica. Astuccio litografato da 2 bottiglie: Barbera d'Asti DOC 2006 (0,75 l) + Chardonnay DOC 2006 (0,75 l). Cantina Scrimaglio. Prodotto NON spedibile negli USA.

€ 35,00
+ spese di spedizione (tabella prezzi)

Taglia unica

Costo totale € 35,00

Aggiungi al carrello

Oppure

Con PayPal

Paga sicuro in cielo

[Twitter](#) [Condividi](#)

Source: http://www.juvestore.com/product/626/4501-J8693-juventus-confezione-2-bott-linea-classica?shop_id=177

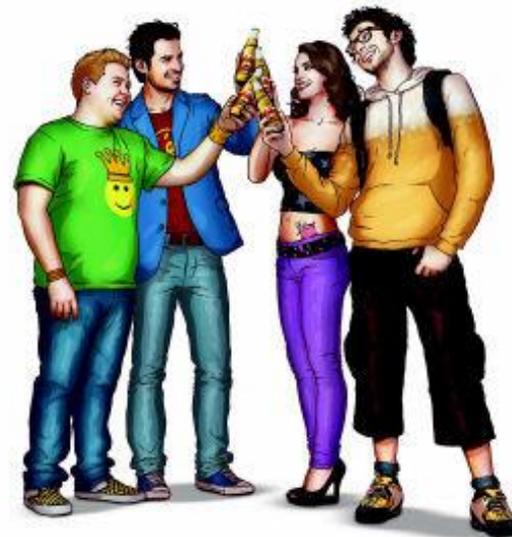
vinòforum®

lo spazio del gusto

1° - 16 Giugno

Lungotevere Maresciallo Diaz (Farnesina) - Roma

2500 vini in degustazione / chef stellati e grandi osterie / eventi



La Città ha Bisogno di Eroi. Ceres C'è'



L'ALCOL COME STRUMENTO PREVENTIVO

Il vino in gravidanza fa bene ma non ditelo alle future mamme

Alcolici: un consumo moderato fa bene alla salute



Birra come il vino: un bicchiere al giorno fa bene al cuore

Consumo moderato e regolare della bevanda al malto d'orzo può aiutare a diminuire il rischio di malattie cardiache addirittura di un terzo. "Ma sono assolutamente vietate le ubriacature e tutte le forme di consumo esagerato", precisano i ricercatori.

Bere con moderazione fa bene alla salute



L'ALCOL E' SALUTE ?

La birra fa bene alla salute: "Un bicchiere al giorno può aiutare il cuore e non fa ingrassare" (INFOGRAFICA)

L'Huffington Post
Pubblicato: 28/10/2014 11:35 CET | Aggiornato: 28/10/2014 11:35 CET



1.6mila 373 38 2 4
Mi piace fCond Iwe Condividi Comm

Chi l'ha detto che la birra fa ingrassare? Anzi. Secondo ricerche recenti un consumo moderato e quotidiano della bevanda color dell'oro sarebbe addirittura benefico per la salute. Stando a quanto scrive [Elvira Naselli su Repubblica](#), che cita numerosi studi esposti al settimo simposio europeo "Beer and Health", birra e salute, "la birra aiuterebbe a migliorare la memoria degli anziani e avrebbe un effetto protettivo nei confronti di molte patologie, dal diabete all'artrite reumatoide. E, soprattutto, di quelle cardiovascolari".

Il merito? Va alla "pozione magica". La birra infatti contiene polifenoli ed è l'alimento che contribuisce maggiormente all'apporto di acido idrobenzoico, che ridurrebbe del 53% il rischio cardiovascolare, secondo lo studio [European Prospective Investigate into Cancer and Nutrition](#).

L'ormai curva a J è chiarissima: poco alcol al giorno mantiene in buona salute, se fa parte di una strategia che riguarda anche dieta e abitudini sane. Tanto che in futuro potrebbero esserci più birre a gradazione alcolica ancora minore o senza alcol, ma con più aromi e sapori. Anche il bilancio calorico di birra non è alto, con circa 70-90 kcal in 200 ml se di bassa-media gradazione. L'eccesso di peso dei forti bevitori e, soprattutto, la classica pancia non è dovuta alla birra, ma alle abitudini alimentari.

I'Unità

Home Edicola ComUnità Video TV Foto Archivio
Politica Italia Mondo Economia Ambiente Culture Scienza Scuola S
Home Viaggi Centri Benessere

Benessere » Alimentazione e stili di vita » Il vino, un toccasana per la salute

Il vino, un toccasana per la salute

Scritto in: Alimentazione e stili di vita



Vi sono molti detti e aforismi sul vino. I latini sostenevano che "in vino veritas", mentre la saggezza popolare ci ha insegnato che "un bicchiere di vino rosso fa buon sangue". Ma è vero che il vino fa bene alla salute?

Sono stati fatti moltissimi studi a proposito e il risultato è che il vino rosso, se bevuto in moderate quantità, è un vero toccasana per la salute. Il vino rosso infatti ha un'azione terapeutica sulle arterie grazie ai polifenoli in esso contenuto, come il resveratrolo, un fenolo contenuto nel vino che agisce sulle coronarie. Il resveratrolo ha proprietà antiaggregante, antiossidante e antinfiammatoria, blocca la proliferazione di cellule tumorali e ne attiva un processo di autodistruzione.

L'antiossidante al TOP...

Resveratrolo ottimo contro infarti, diabete e ictus

La sostanza è presente negli acini di uva rossa. Il vino rosso potrebbe essere un alleato dello stare bene. Il resveratrolo, ovvero la molecola presente negli acini d'uva nera, protegge i soggetti affetti da diabete e malattie cardiache. La scoperta arriva dai laboratori dell'Università di Maastricht, dove lo studio è stato condotto su 11 uomini obesi e con sindrome metabolica, ai quali è stata somministrata la molecola. Esattamente hanno

assunto **150 mg di resveratrolo puro**

giorno: il risultato è stata la riduzione del consumo energetico, con una riduzione dello zucchero nel sangue e dei grassi nel fegato.

Ottime notizie, ma questo non vuol dire che da oggi in poi si può fare un abuso di vino per curare il fegato o per prevenire ictus e diabete.

Ogni bicchiere di vino contiene infatti 1,5 mg di resveratrolo, quindi è impensabile curarsi con una bottiglia in più (figuriamoci 100).

Tabella 4
Concentrazione di trans-resveratrolo in alcuni vini italiani

	Regione	Annata	Trans-resveratrolo (mg/l)
Monferrato Dolcetto	Piemonte	1996	6,7 efg
Barbera d'Asti	Piemonte	1996	7,9 g
Oltrepò Pavese Barbera	Lombardia	1996	1,3 ab
Valtellina Rosso	Lombardia	1996	3,2 abcd
Bardolino classico	Veneto	1996	4,7 cdef
Cabernet Sauvignon passito	Emilia-Romagna	1996	1,9 abc
Lambrusco dell'Emilia	Emilia-Romagna	1996	0,3 a
Chianti Colli senesi	Toscana	1996	7,4 fg
Sangiovese + Canaiolo	Toscana	1996	4,5 cdef
Torgiano Rosso	Umbria	1995	4,1 bcde
Montepulciano d'Abruzzo	Abruzzo	1996	5 defg
Taurasi	Campania	1993	2,4 abcd
Nero d'Avola + Perricone	Sicilia	1995	5,1 defg
Nero d'Avola	Sicilia	1995	11,9 h

I valori con le stesse lettere non sono statisticamente differenti, secondo il test di Tukey al 5%.



IL RESVERATROL è “nudo”

Scienze e Salute
XXX Congresso Nazionale Società Italiana di Alcolologia
Alcolologia oggi
dalla scienza alla clinica, dalla persona alla società



IJC International Journal of Cancer

Epidemiology

Can resveratrol in wine protect against the carcinogenicity of ethanol? A probabilistic dose-response assessment

Dirk W Lachenmeier^{1,2,3,*}, Rolf Godelmann², Barbara Witt², Kerstin Riedel², Jürgen Rehm^{1,4,5}

DOI: 10.1002/ijc.28336

Copyright © 2013 UICC

Issue



International Journal of Cancer

Accepted Article (Accepted, unedited articles published online and citable. The final edited and typeset version of record will appear in future.)

Common knowledge assumes that resveratrol, which is often contained in wine, may act as an “anticarcinogen” and could ameliorate the carcinogenicity of ethanol for wine drinkers. Surprisingly, no literature is currently available to substantiate or refute this claim. This study quantitatively estimates the resveratrol intake for wine drinkers and shows that the assumption is invalid, as more than 100 glasses of wine per day would have to be drunk to reach effective dosages of resveratrol.

“Il vino rosso fa bene alla salute” La teoria è basata su dati inventati

Dipak Das, divenuto direttore del Cardiovascular Research Center della University of Connecticut proprio grazie ai suoi studi sugli effetti benefici del resveratrolo, ha falsificato le sue ricerche, inventato esperimenti e piegato i risultati alle conclusioni che più gli facevano comodo

di Redazione Il Fatto Quotidiano | 22 gennaio 2012

Commenti (181)

Più informazioni su: Birra, Connecticut, Dossier, Inchieste, Ricerca Scientifica, Vini.

 Tweet 25

 +1 23

 Consiglia 966

 Invia

   580



Lo scienziato di origini indiane Dipak Das

Quante volte ce lo siamo sentiti ripetere: un bicchiere di vino rosso fa bene alla salute, in special modo al cuore e all'apparato circolatorio. Niente di più falso! Il padre di questa scoperta, **Dipak Das**, docente di chirurgia divenuto direttore del *Cardiovascular Research Center* della *University of Connecticut* proprio grazie ai suoi studi sugli effetti benefici del **resveratrolo** - la principale molecola antiossidante del vino rosso - ha falsificato i

dati delle sue ricerche, inventato esperimenti e piegato i risultati alle conclusioni che più gli facevano comodo.

E lo ha fatto ben 145 volte, in 26 differenti articoli scientifici. Lo ha reso noto la stessa università americana per cui Das lavora, attraverso una corposa inchiesta di 60 mila pagine durata tre anni, con la quale ha segnalato a undici importanti riviste specializzate che le ricerche da loro pubblicate sul vino rosso negli ultimi anni, a firma di Dipak Das e dei suoi collaboratori, si basavano, in realtà, su dati manipolati. Talvolta in maniera grossolana. Come dimostrano le candide ammissioni di uno studente, giovane collaboratore dell'equipe di Das, in una mail indirizzata al professore allegata agli atti dell'inchiesta accademica interna: "Ho cambiato le figure come mi avevi detto". Secondo il **rapporto** d'inchiesta, infatti, almeno due tesi di dottorato elaborate nel laboratorio di Das presentano "anomalie e immagini problematiche".





Un bicchiere fa bene...

NON SI PUO' DIRE, non si possono vantare proprietà salutistiche dell'alcol

ERRORI

Non basta un bicchiere di vino per digerire le sentenze dell'Unione Europea



Il vino non è facilmente digeribile è una **notizia** difficile da mandar giù ma se a dirlo è la Corte di Giustizia Europea si può solo ingoiare l'amaro boccone, accettando a capo chino la sentenza emessa. La legge, d'altronde, parla chiaro: non si possono vantare le proprietà salutistiche di un prodotto alimentare che contenga più di 1,2 gradi di alcol per litro. Meno che mai si può si può scrivere in etichetta una frase del tipo "Edizione leggera, acidità lieve, facilmente digeribile" come

ha fatto una cantina cooperativa tedesca, incappata nelle maglie dei ricorsi presso la corte di giustizia. Una simile dicitura, dicono i giudici, "lascia intendere che il vino venga assorbito e digerito bene, e sottintende che il sistema digerente non ne soffre o ne soffre poco, anche in seguito a più consumi". Trattandosi di alcol, di seguito chiamato "Il Male", vantaggi per la salute non ce ne sono, nonostante le millanta ricerche scientifiche che Google vomita *ognidi*.



Publicità e Marketing sui giovani

Does marketing communication impact on the volume and patterns of consumption of alcoholic beverages, especially by young people? - a review of longitudinal studies

Scientific Opinion of the Science Group of the European Alcohol and Health Forum

Based on the consistency of findings across the studies, the confounders controlled for, the dose-response relationships, as well as the theoretical plausibility and experimental findings regarding the impact of media exposure and commercial communications, it can be concluded from the studies reviewed that alcohol marketing increases the likelihood that adolescents will start to use alcohol, and to drink more if they are already using alcohol.

**Il marketing delle bevande alcoliche
aumenta la probabilità che gli
adolescenti incomincino a bere e
che bevano di più quando hanno già
iniziato a farlo**

TECHNICAL
REPORT

The affordability of alcoholic beverages in the European Union

Understanding the link
between alcohol affordability,
consumption and harms

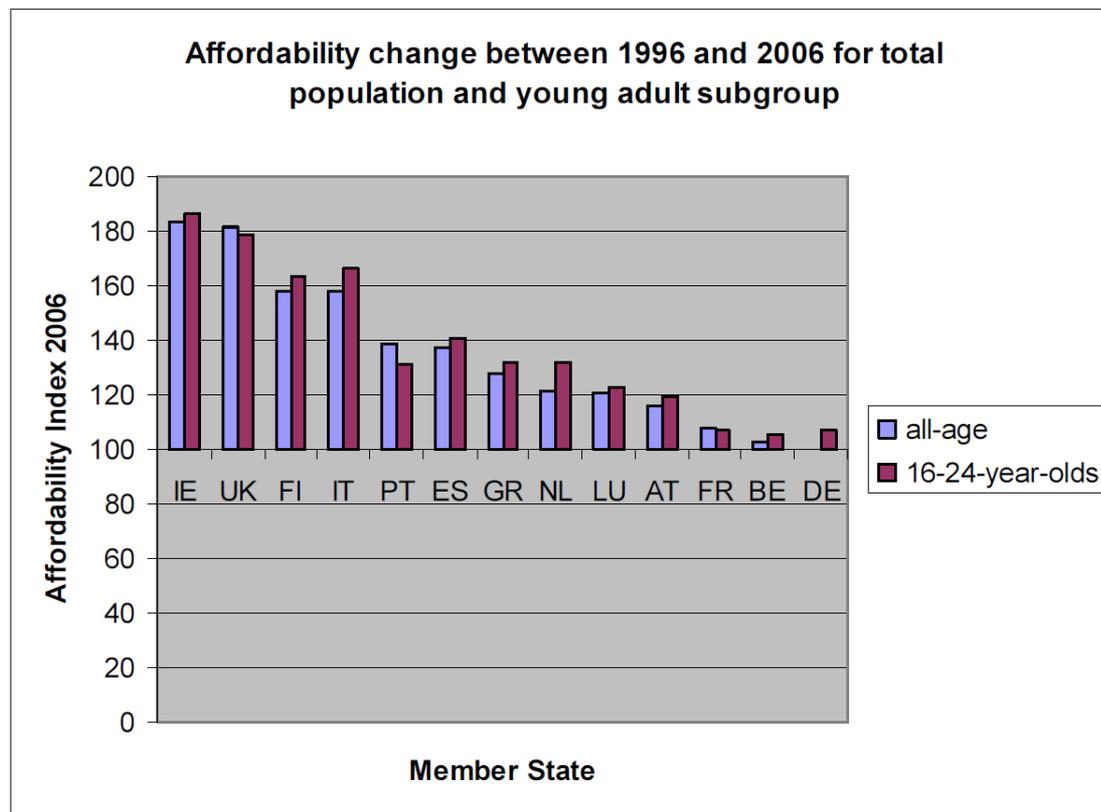
Lila Rabinovich, Philipp-Bastian Brutscher,
Han de Vries, Jan Tiessen,
Jack Clift, Anais Reding



Assessment of young people's exposure to alcohol marketing in audiovisual and online media

Eleanor Winpenny, Sunil Patil, Marc Elliott, Lidia Villalba van Dijk, Saba Hinrichs, Theresa Marteau, Ellen Nolte

September 2012



Source: Eurostat, author calculations

Figure 3-3: Changes in the affordability of alcohol between 1996 and 2006 for total population and young adult subgroup (16-24), selected EU countries

Assuming that *all* consumers face the same prices, this difference in affordability change reflects purely the difference in income change. What the above figure captures is that the *income* of young people has increased by a greater percentage than that of the general population. What is not captured are changes in the price of drinks that young people particularly like, changes in the price of drinks – in, for example, university bars – or changes in price promotions which, with young people being more price sensitive, are more likely to be taken up by young people.

An overview of the market for alcoholic beverages of potentially particular appeal to minors

Specific Services No EAHC/2010/Health/14

Specific Contract No 2010 62 91

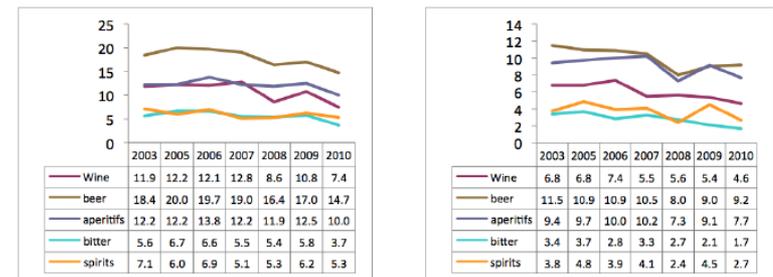
Edited by: Peter Anderson, Marc Suhrcke, and
Chris Brookes



Drinking among young Italians

In general, since 2003, the prevalence of drinking alcohol has been decreasing among 11-16 year olds, with beer remaining the most popular drink, followed by RTDs (aperitifs) (Figure 19).

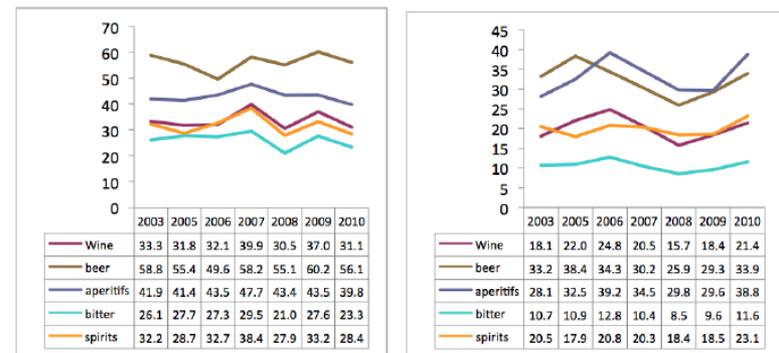
Figure 19: Prevalence of alcohol drinking (%) by gender, 11-16 year olds



Source: Scafato et al. 2011.

Seventeen to eighteen year olds are much more likely to drink alcohol than 11-16 year olds, and in this 17-18 year old age group consumption by males has been largely stable or slightly declining over the period 2003-2010, but increasing among females (Figure 20). Again, beer and RTDs (aperitifs) are the most popular drinks.

Figure 20: Prevalence of alcohol drinking (%) by gender, 17-18 year olds



Source: Scafato et al. 2011.

Riskier patterns of drinking have followed the same trends as prevalence of drinking – decreasing among 11-16 year olds (Figure 21), and stable or decreasing among 17-18 year old males and increasing among 17-18 year old females (Figure 22).

Table B1: Perceived availability of various alcoholic beverages by gender: percentages responding “fairly easy” or “very easy”

Country	Beer			Cider			Alcopops			Wine			Spirits		
	Boys	Girls	All	Boys	Girls	All	Boys	Girls	All	Boys	Girls	All	Boys	Girls	All
Austria	91	89	90	.	.	.	77	77	77	80	82	81	58	55	57
Belgium (Flanders)	84	77	81	.	.	.	75	71	73	73	74	73	52	45	48
Bulgaria	84	81	83	.	.	.	62	60	61	74	74	74	64	61	62
Croatia	85	86	85	.	.	.	64	67	66	85	84	85	71	75	73
Cyprus	87	80	83	29	21	25	79	76	78	77	76	76	71	68	70
Czech Republic	85	86	85	0	.	.	63	60	61	75	77	76	57	54	55
Estonia	77	73	75	79	81	80	76	80	78	60	56	58	56	49	52
Finland	73	73	73	75	78	76	66	68	67	51	54	53	42	43	42
France	75	71	73	70	66	68	61	55	58	66	61	64	57	53	55
Germany (7 Bundesl.)	92	90	91	.	.	.	72	72	72	77	81	79	54	51	52
Greece	85	79	82	.	.	.	75	72	73	81	82	82	65	61	63
Hungary	81	79	80	.	.	.	73	74	74	80	78	79	63	59	61
Ireland	82	75	78	79	73	75	69	71	70	73	76	75	74	76	75
Italy	82	78	80	.	.	.	75	71	73	77	74	75	61	59	60
Latvia	80	78	79	81	84	82	74	74	74	68	67	67	59	52	55
Lithuania	75	72	73	79	82	80	73	70	71	58	58	58	53	48	50
Malta	82	75	78	55	49	52	56	53	54	83	81	82	72	74	73
Netherlands	89	81	85	.	.	.	82	80	81	66	71	69	55	54	55
Norway	80	81	80	79	80	79	77	79	78	60	62	61	50	52	51
Poland	81	82	82	66	65	65	57	52	55
Portugal	82	79	80	.	.	.	68	63	65	73	72	73	64	66	65
Romania	72	55	63	.	.	.	46	33	39	73	57	65	47	37	42
Slovak Republic	88	84	86	62	56	59	59	55	57	83	85	84	68	63	65
Slovenia	81	79	80	.	.	.	83	84	84	77	75	76	58	59	59
Sweden	80	81	81	81	83	82	69	73	71	60	65	62	65	69	67
Switzerland	88	86	87	.	.	.	61	61	61	76	74	75	53	50	52
UK	73	67	70	70	66	68	69	75	72	65	68	67	57	61	59
Average (unw.)	80	76	78	65	68	68	68	67	68	70	69	70	58	55	56
Denmark	97	94	95	.	.	.	95	95	95	86	81	83	87	81	84

An overview of the market for alcoholic beverages of potentially particular appeal to minors

Specific Services No EAHC/2010/Health/14
Specific Contract No 2010 62 91

Edited by: Peter Anderson, Marc Suhrcke, and
Chris Brookes



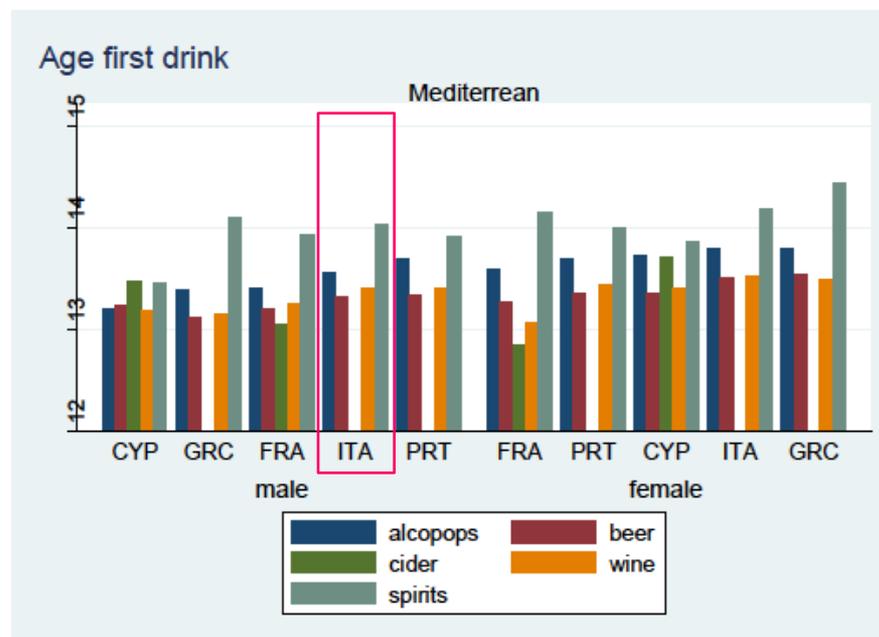
Età del primo drink per bevanda alcolica : più precoce per birra e vino

An overview of the market for alcoholic beverages of potentially particular appeal to minors

Specific Services No EAHC/2010/Health/14
Specific Contract No 2010 62 91

Edited by: Peter Anderson, Marc Suhrcke, and Chris Brookes

Figure B3: Age at first alcoholic drink by beverage type, Mediterranean European countries



Consumo di alcol tra GIOVANI binge drinkers e NON binge drinkers : contributo percentuale delle diverse bevande alcoliche.

Determinante il contributo degli "spirits" ma il contributo maggiore lo da per TUTTI il consumo di birra e vino (non disdegnando gli alcopops).

Figure B11: Consumption of alcohol (in percentage) for people who are binge drinkers (countries in which the question about cider is not asked)

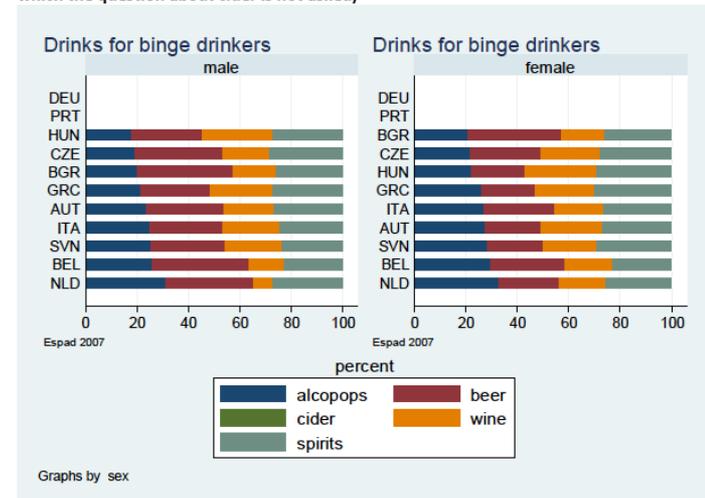
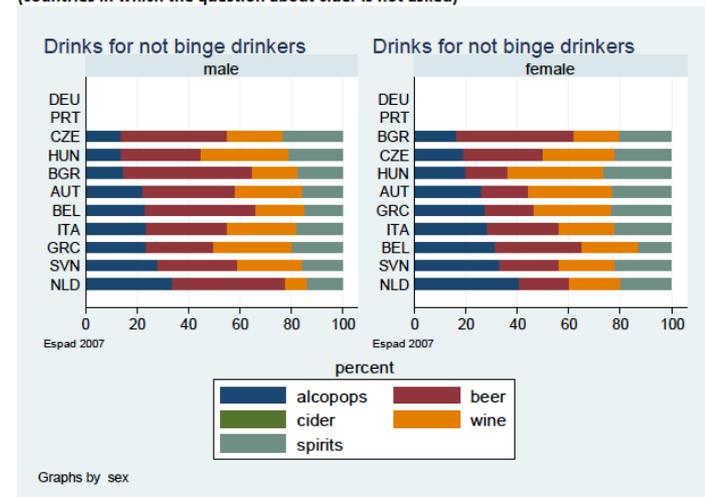


Figure B12: Consumption of alcohol (in percentage) for people who are not binge drinkers (countries in which the question about cider is not asked)



An overview of the market for alcoholic beverages of potentially particular appeal to minors

Specific Services No EAHC/2010/Health/14
Specific Contract No 2010 62 91

Edited by: Peter Anderson, Marc Suhrcke, and Chris Brookes



In Italia birra e alcopops sono le bevande acquistate con maggior facilità dai giovani al di sotto dell'età minima legale.

1 giovane su 2 le ha consumate in un esercizio e 2 su 3 le ha acquistate nei negozi nonostante i divieti

È stato chiesto agli studenti con che facilità potevano entrare in possesso di alcune bevande alcoliche, se volevano. In Italia quasi tre su quattro studenti (77%) hanno dichiarato che è “abbastanza facile” o “molto facile” entrare in possesso di birra o di *alcopops* e i valori registrati nel nostro Paese sono superiori a quelli medi europei che hanno partecipato all'indagine (73% e 63% rispettivamente). Le percentuali registrate per le altre bevande sono il 68% per il vino, e il 55% per i superalcolici senza differenze sostanziali rispetto alla media degli altri Paesi europei. Complessivamente, in Italia sei studenti su sette (86%) hanno dichiarato che è “abbastanza facile” o “molto facile” procurarsi bevande alcoliche se vogliono (Figura 5).

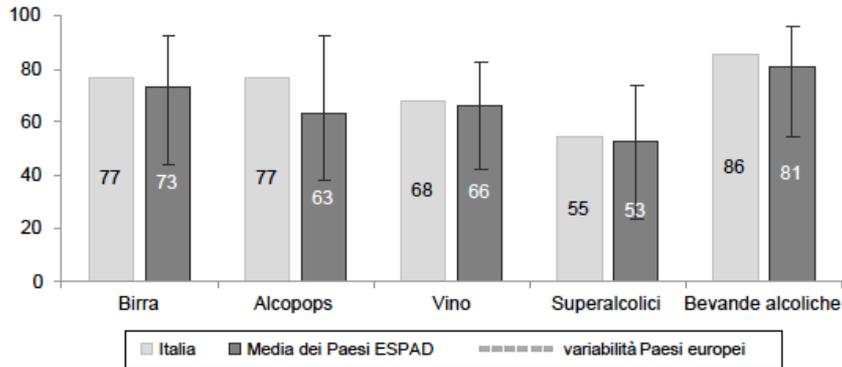


Figura 5. Studenti (%) che dichiarano che è “abbastanza” o “molto facile” procurarsi le bevande alcoliche

Fonte: Elaborazioni ONA-CNESPS e WHO CC Research on Alcohol su dati dell'Indagine ESPAD 2011

Oltre alla facilità percepita dai ragazzi nel procurarsi bevande alcoliche, i dati dell'indagine ESPAD mostrano che nonostante esistano nei Paesi leggi che limitano l'accesso dei giovani alla somministrazione e vendita di bevande per restrizioni legate all'età, nel corso del mese precedente all'intervista, in Italia quasi uno studente su due ha consumato bevande alcoliche in esercizi commerciali come bar, ristoranti, discoteche e pub (con percentuali più elevate per la

somministrazione di birra e *alcopops*) e quasi due su tre le hanno acquistate nei negozi nonostante i divieti (Figura 6); le percentuali risultano più elevate in Italia rispetto alla media dei Paesi europei, ad eccezione del vino dove i valori risultano simili. Birra e *alcopops* sono le bevande più acquistate nel mese precedente all'intervista in Italia, seguiti da superalcolici e vino.

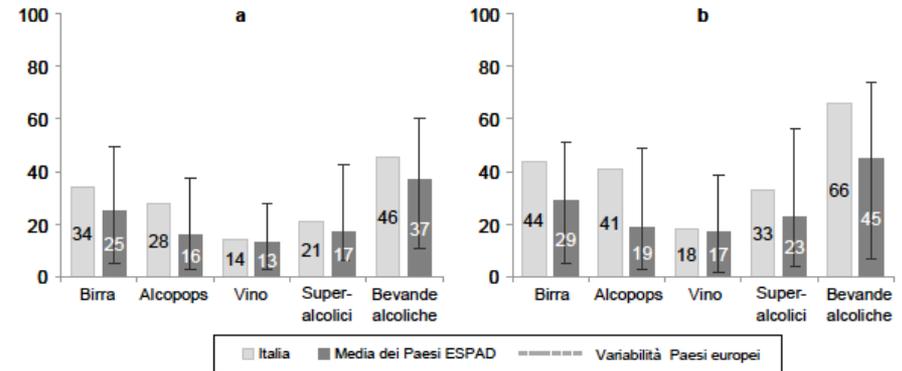


Figura 6. Studenti (%) che durante gli ultimi 30 giorni hanno acquistato bevande alcoliche nei luoghi in cui vengono somministrate (bar, ristoranti, pub, ecc.) (a) e nei negozi (b)

Fonte: Elaborazioni ONA-CNESPS e WHO CC Research on Alcohol su dati dell'Indagine ESPAD 2011





Ministero della Salute

PIANO DI INTERVENTO 2006 - 2008
CONTRO LE STRAGI DEL SABATO SERA

FORMAT TELEVISIVO

IL PILLOTA



SOCIETÀ
ITALIANA
ALCOLOGIA



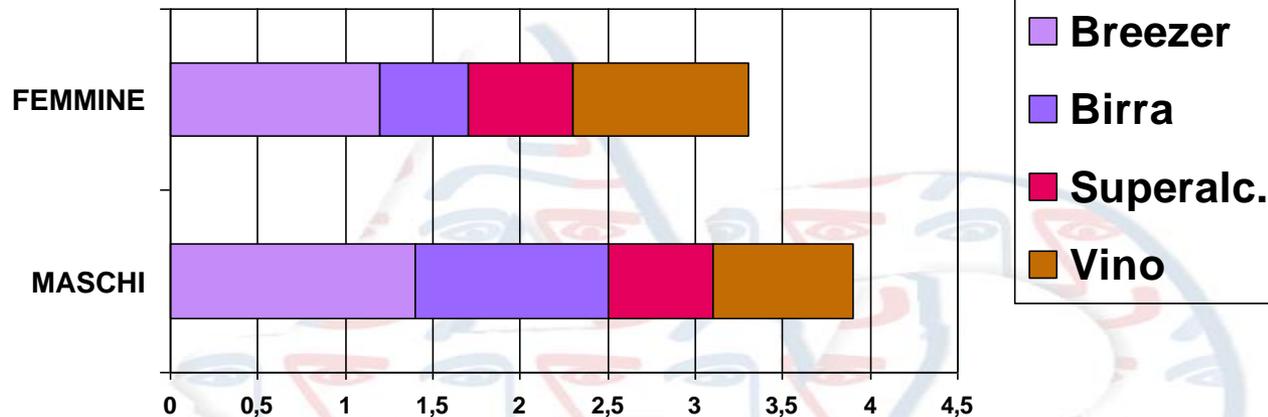
WHO COLLABORATING CENTRE
FOR RESEARCH AND HEALTH
PROMOTION ON ALCOHOL AND
ALCOHOL-RELATED HEALTH
PROBLEMS



OSSERVATORIO
NAZIONALE
ALCOL
CNESPS



Il sabato dei GIOVANI tra discoteca ed happy hours Vincono omologazione e pressioni al bere



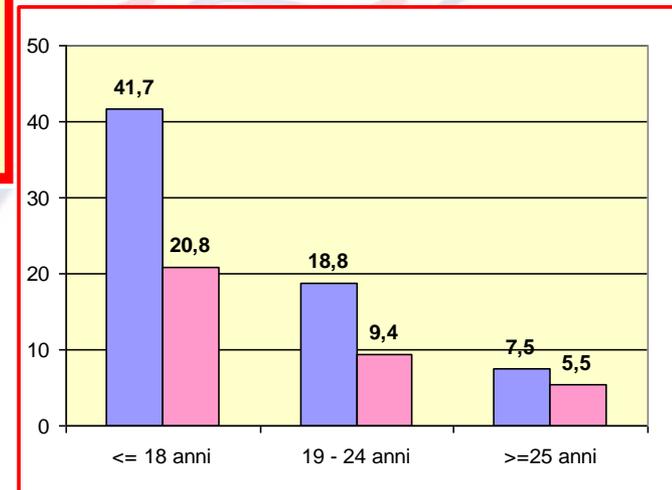
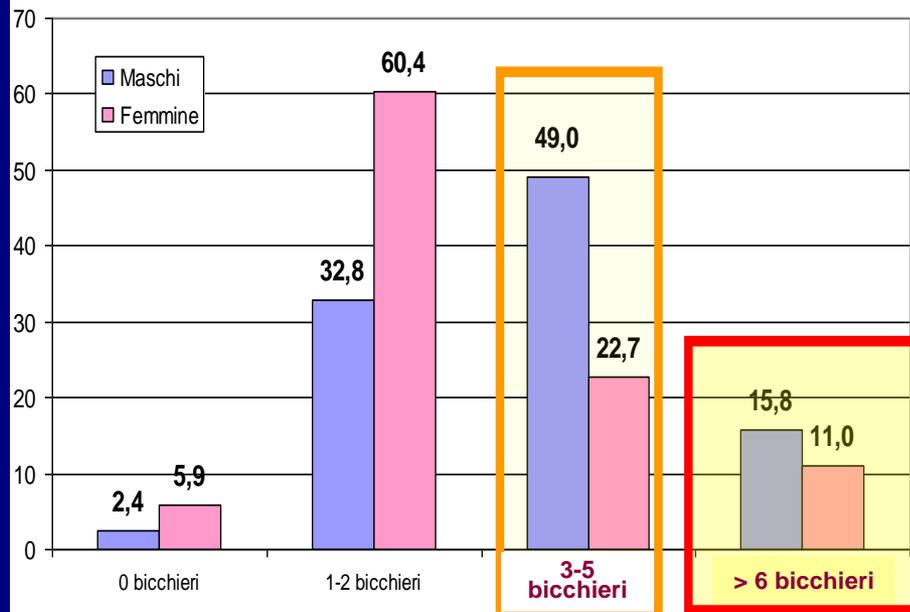
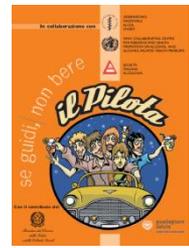
- In media ogni ragazzo consuma in una serata tipica **3.9** bicchieri di cui 1.4 di breezer o aperitivo alcolico, 1.1 di birra e 0.6 di superalcolico e 0.8 di vino.
- In media ogni ragazza consuma **3.3** bicchieri di cui 1.2 di breezer o aperitivo alcolico, 0.5 di birra e 0,6 di superalcolico e 1.0 di vino.





Quanti giovani bevono in relazione ai differenti livelli di consumo (numero di bicchieri)

Moderati e binge drinkers in una serata tipo



LA CARRIERA ALCOLICA

Lo sballo di Halloween: 30 minorenni in coma etilico

Ambulanze impegnate per tutta la notte: un ragazzino di Castelfranco si è scolorito una bottiglia di grappi

halloween alcol minorenni

2 Tweet 10 Consiglia 466 Email



TREVISO. Volevano una notte horror, e così è stato. O quasi. Dalla paura scherzosa a quella reale, in ospedale, il passo è stato breve per una trentina di minorenni della Marca, che hanno deciso di esagerare con l'alcol proprio nella notte di Ognissanti, per festeggiare in modo esagerato la ricorrenza gotica.

Così c'è stato lavoro extra per il Suem, impegnato decine e decine di interventi: a chiamare il pronto soccorso sono stati spesso e volentieri gli amici, che si stavano davvero spaventando per il troppo alcol, o i gestori dei locali che non sopportavano più le scorribande dei più giovani, da Vittorio Veneto a Montebelluna, fino ad Oderzo.

LE FESTE / Le foto a cronaca@tribunatreviso.it

Notte di Halloween... notte da ubriachi

1 novembre 2014, 11:13

Condividi Tweet 0 8+1 Pin It Like 1



NOVARA Notte di Halloween molto impegnativa per le forze dell'ordine e per i sanitari. Infatti, il 118 ha dovuto effettuare decine di interventi per soccorrere giovani ubriachi, spesso al limite del coma etilico. In viale Giulio Cesare, a Novara, una moto è sconvolata a terra. Il conducente se l'è svignata, probabilmente per evitare di essere sottoposto all'alcol-test; il passeggero è rimasto ferito in maniera non grave: era visibilmente ubriaco.

DAL QUOTIDIANO IN EDICOLA



Domenica 2 Novembre 2014

Coma etilico, soccorsi in borgo Sant'Antonio due giovani studenti

PORDENONE - (su.sal.) Una ragazza e un ragazzo di 16 e 17 anni, studenti pordenonesi, sono stati soccorsi intorno alla mezzanotte di venerdì dagli operatori del 118 perché, a causa dell'alcol, avevano perso i sensi e manifestavano tutti i sintomi del coma etilico. A segnalare quanto stava accadendo ai due minorenni sono state delle persone che transitavano in borgo Sant'Antonio durante la notte di

CONDIVIDI LA NOTIZIA

0 0 0
Consiglia Tweet 8+1

PORDENONE

Halloween, due studenti finiscono in coma etilico

Abbandonati dagli amici e soccorsi dai passanti, che hanno chiamato il 118. Giovane trovato all'alba sotto choc vestito da scheletro dopo un incidente

FIRENZE LA NAZIONE

CRONACA / POLITICA / SP

Halloween, sballo per settecento ragazzi: l'alcol tour delle polemiche, c'è l'inchiesta

Il 'massimo dello sballo' in una iniziativa che era stata ampiamente pubblicizzata tra i giovani Usa



Alcol a fiumi

braccialeto arancione con la scritta Halloween 2014. E' l'ultimo scatto dell'alcol tour, il biglietto per comitive di giovani che girano diversi locali ubriacandosi fino a strisciare, ormai più noto come l'«ultimate party» o il «massimo dello sballo». Una specie di surf etilico che ha coinvolto 700 ragazzi, l'ennesima maratona ad alta gradazione, organizzata a Firenze proprio nel momento in cui l'amministrazione sigla protocolli per vietare la somministrazione e la vendita di alcolici.

47 47 3 1 di
Like Share Tweet 8+1

ROSSELLA CONTE

Firenze, 2 novembre 2014 - **Alcune** ragazze sono stese a terra in via del Corso. Sono svestite, nonostante il freddo, e al polso hanno una

Il bilancio da incubo di Halloween: ragazzini in coma etilico, giovane ustionato al volto

Commenti

Il pronto soccorso di tutta la Toscana tirano le somme. Polemiche e un'inchiesta a Firenze per un mega-alcol tour



Maschere di Halloween

37 37 0 0
Like Share Tweet 8+1

Firenze, 2 novembre 2014 - Tanti ubriachi che hanno sfiorato il coma etilico e una persona gravemente ustionata al volto: non è buono il bilancio **del dopo Halloween**. Dopo la festa della notte tra il 31 ottobre e il 1 novembre il pronto soccorso della **Toscana** fanno un bilancio definitivo. Non propriamente

lusinghiero per i giovanissimi che hanno alzato il gomito molto più del lecito. E così **Arezzo conta almeno dieci ragazzini che hanno sfiorato il coma etilico** dopo un abuso smodato di alcol per festeggiare la notte

Il vero spettro di Halloween è l'alcol: nella notte della festa 15 ragazzini soccorsi in ambulanza sull'orlo del coma etilico

novembre 2, 2014 - Arezzo - Tagged: Amici, che, michele, settimana, sotto, test, UE - no comments



ELABORAZIONE CULTURALE DEL RISCHIO



HAPPY HOURS

OPEN BAR



DRINK AS MUCH AS YOU CAN



ALL YOU CAN DRINK

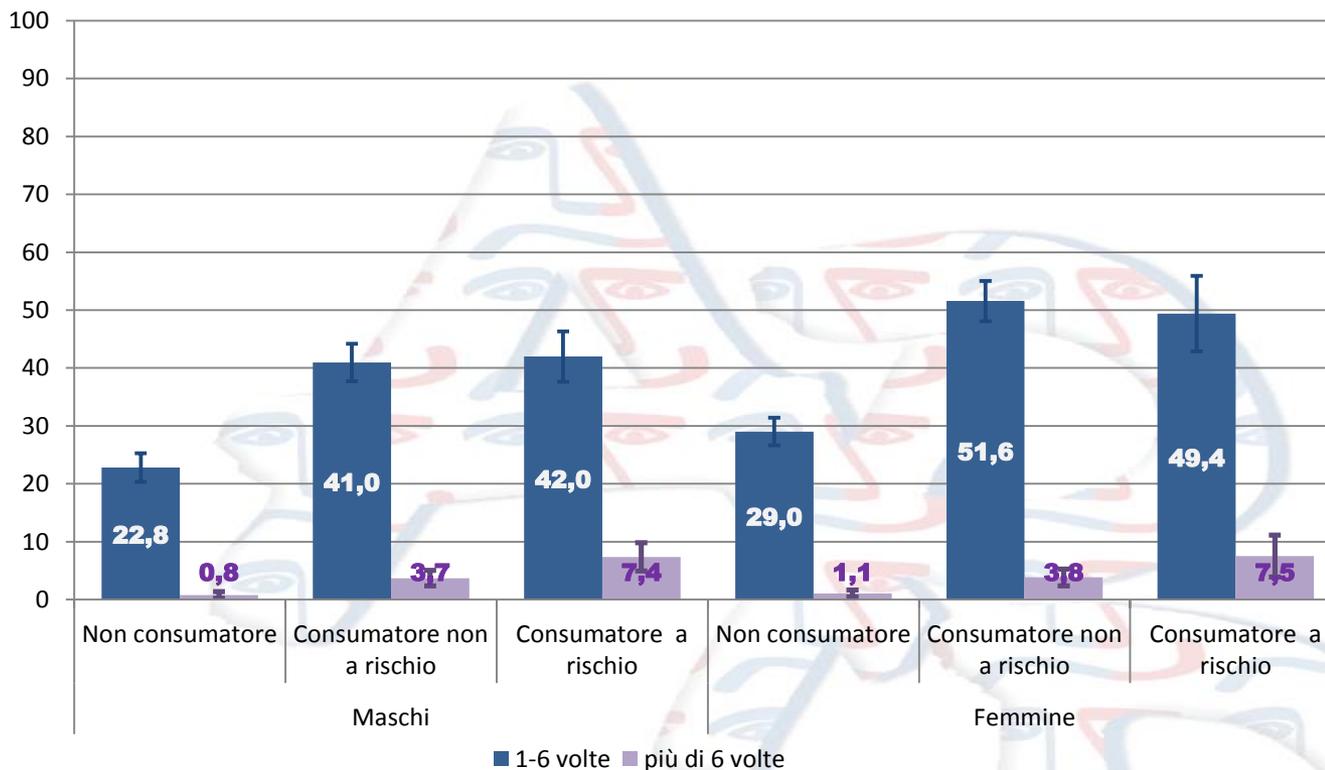


Aggregazione giovanile (età 11-25 anni)

ALCOL e CONCERTI



Concerti di musica negli ultimi 12 mesi (%) ed abitudine di consumo alcolico



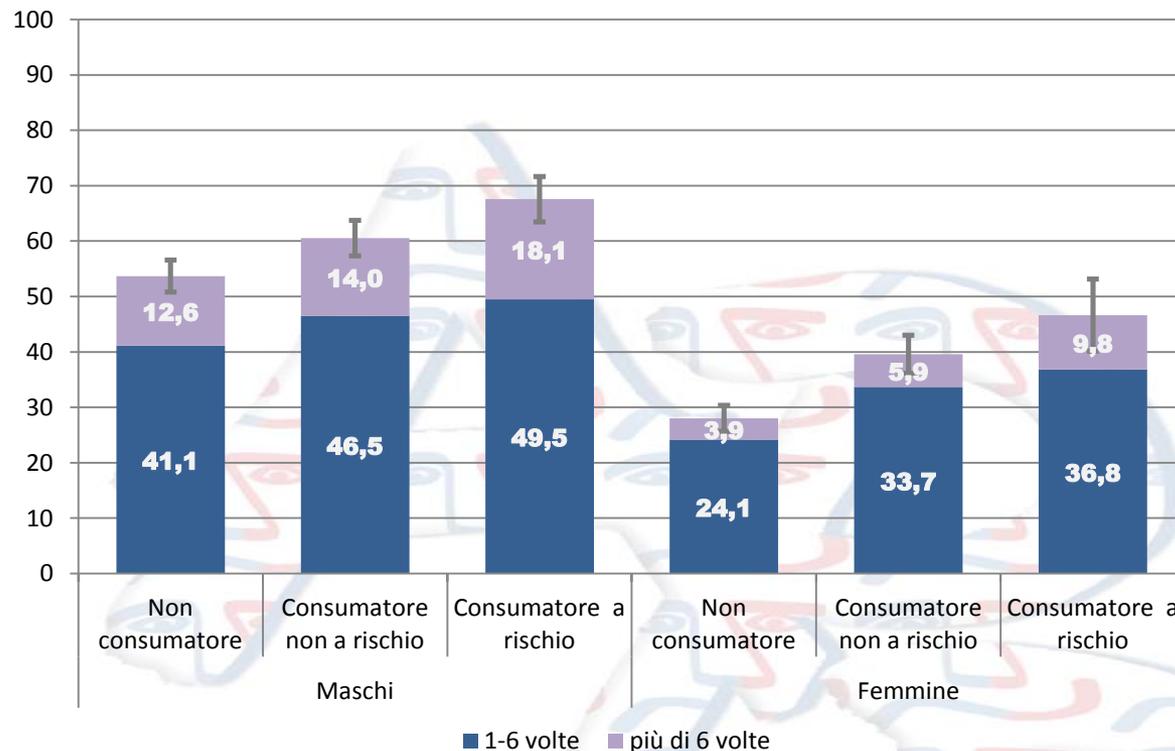
validi 97,0%

Tra i ragazzi e le ragazze che hanno partecipato a concerti di musica è **statisticamente più elevata la prevalenza dei consumatori e dei consumatori a rischio** rispetto ai non consumatori

Aggregazione giovanile (età 11-25 anni)

ALCOL e EVENTI SPORTIVI

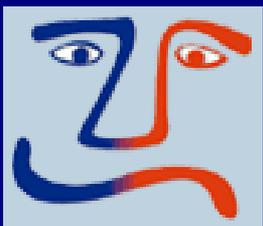
Eventi sportivi negli ultimi 12 mesi (%) ed abitudine di consumo alcolico



la barra di errore si riferisce alle categorie "1-6 volte" ed "più di 6 volte" unite

validi 97,0%

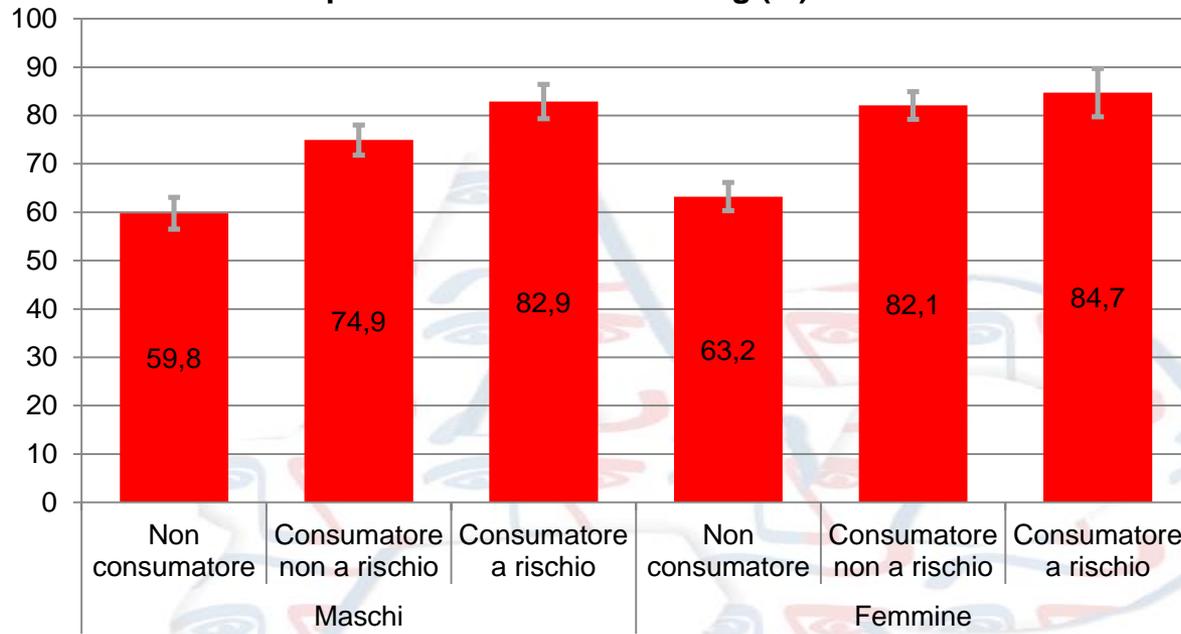
Tra i ragazzi e le ragazze che hanno partecipato a eventi sportivi è **statisticamente più elevata la prevalenza dei consumatori e dei consumatori a rischio** rispetto ai non consumatori .



Aggregazione giovanile (età 11-25 anni)

ALCOL e SOCIAL NETWORK

Utilizzo di internet per siti di social networking (%) e abitudini di consumo



validi 78,1%

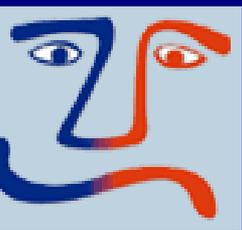
Tra i ragazzi che usano internet per social networking è statisticamente più elevata la prevalenza dei consumatori a rischio rispetto sia ai consumatori che ai non consumatori .

Tra le ragazze è statisticamente più elevata la prevalenza delle consumatrici rispetto alle non consumatrici.

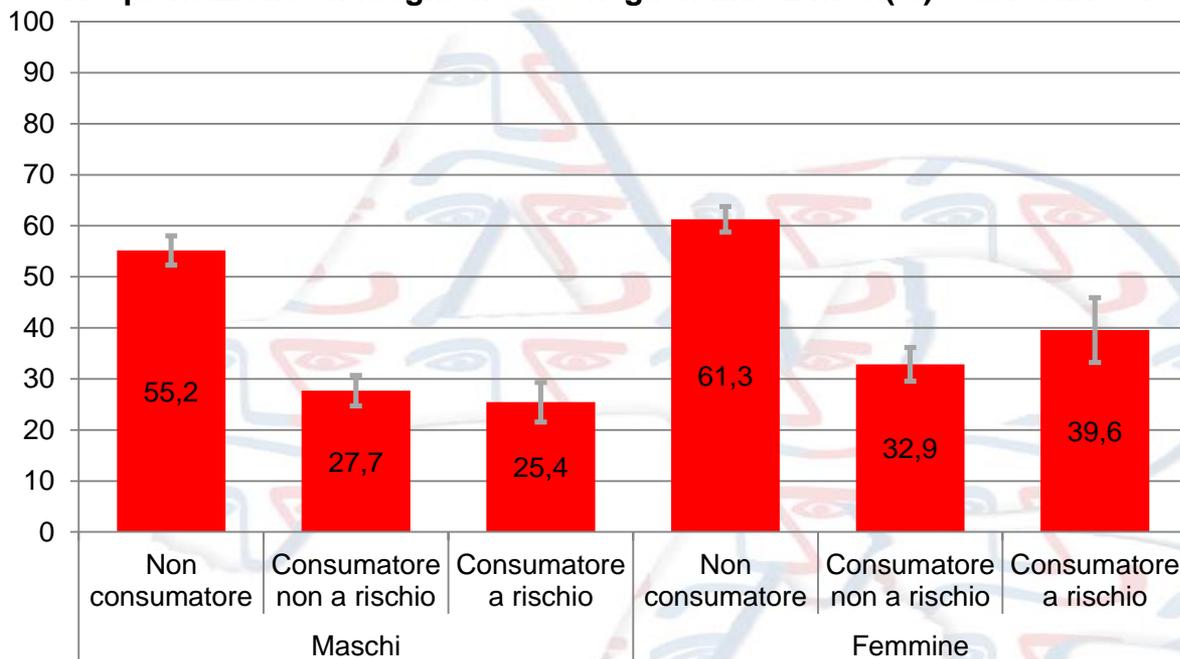


Aggregazione giovanile (età 11-25 anni)

ALCOL e LUOGHI DI CULTO



Frequentazione di luoghi di culto negli ultimi 12 mesi(%) e abitudine di



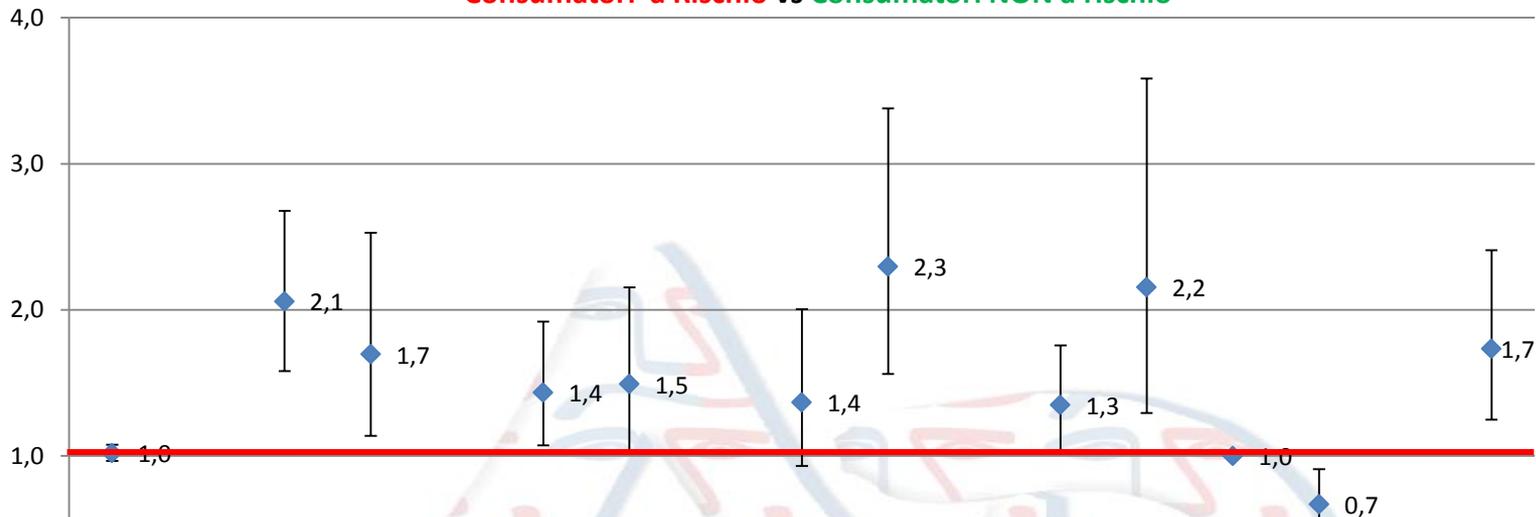
validi 97,6%

Tra i ragazzi e le ragazze che hanno frequentato luoghi di culto è **statisticamente più elevata la prevalenza dei NON CONSUMATORI** rispetto ai consumatori e ai consumatori a rischio.



Maschi – 11-25 anni età – Probabilità di essere consumatori a rischio (OR 95 %)

Consumatori a Rischio vs Consumatori NON a rischio



età	No, mai fumato	Si	No, fumavo in passato	Mai	1-6 volte	più di 6 volte	Mai	1-6 volte	più di 6 volte	Mai	1-6 volte	più di 6 volte	qualche volta all'anno o mai	Si	No	Si
Abitudine al fumo			Partecipazione a manifestazioni sportive				Frequenzazione di discoteche balere night club			Partecipazione a concerti di musica			Partecipazione a chiesa o luogo di culto		partecipazione a riunioni di associazioni culturali, ricreative o di altro tipo (negli ultimi 12 mesi)	

La probabilità di essere un consumatore di alcol a rischio (invece che un consumatore non a rischio) è di **2,1 volte e 1,7 volte maggiore per i fumatori e gli ex fumatori** rispettivamente che per i non fumatori.

La probabilità di essere un consumatore di alcol a rischio (invece che un consumatore non a rischio) è di **1,4 volte e 1,5 volte maggiore per un giovane che partecipa a manifestazioni sportive occasionalmente o più frequentemente** che per chi non ci va mai.

La probabilità di essere un consumatore di alcol a rischio (invece che un consumatore non a rischio) è di **2,3 volte maggiore** rispettivamente **per un giovane che frequenta oltre 6 volte l'anno le discoteche** che per chi non ci va mai.

La probabilità di essere un consumatore di alcol a rischio (invece che un consumatore non a rischio) è di **1,3 volte e 2,2 volte maggiore per un giovane che partecipa a concerti di musica occasionalmente o più frequentemente** che per chi non ci va mai.

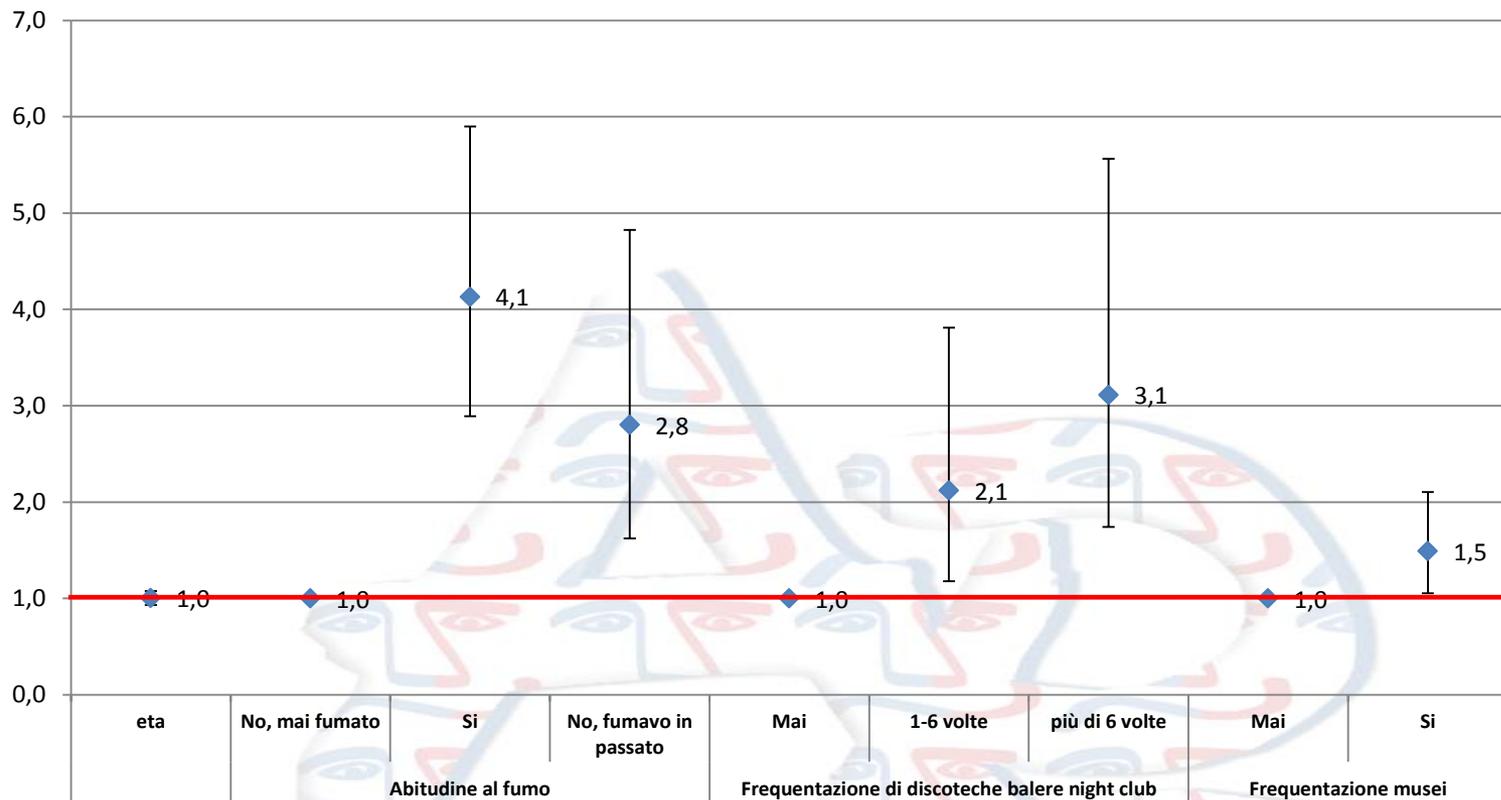
Le probabilità di essere un consumatore di alcol a rischio (invece che un consumatore non a rischio) **tra chi frequenta chiese o luoghi di culto è il 30% inferiore** della probabilità di essere un consumatore a rischio tra chi non ci va mai

La probabilità di essere un consumatore di alcol a rischio (invece che un consumatore non a rischio) è di **1,7 volte maggiore per chi partecipa a riunioni di associazioni culturali, ricreative o di altro tipo** che per chi non c'è mai andato.



Femmine - 11-25 anni età - Probabilità di essere consumatrici a rischio (OR 85 %)

Consumatrice a rischio vs Consumatrice NON a Rischio



La probabilità di essere un consumatrice di alcol a rischio (invece che un consumatrice non a rischio) è di **4 volte e 2,8 volte maggiore per i fumatori e gli ex fumatori** rispettivamente che per i **non fumatori**.

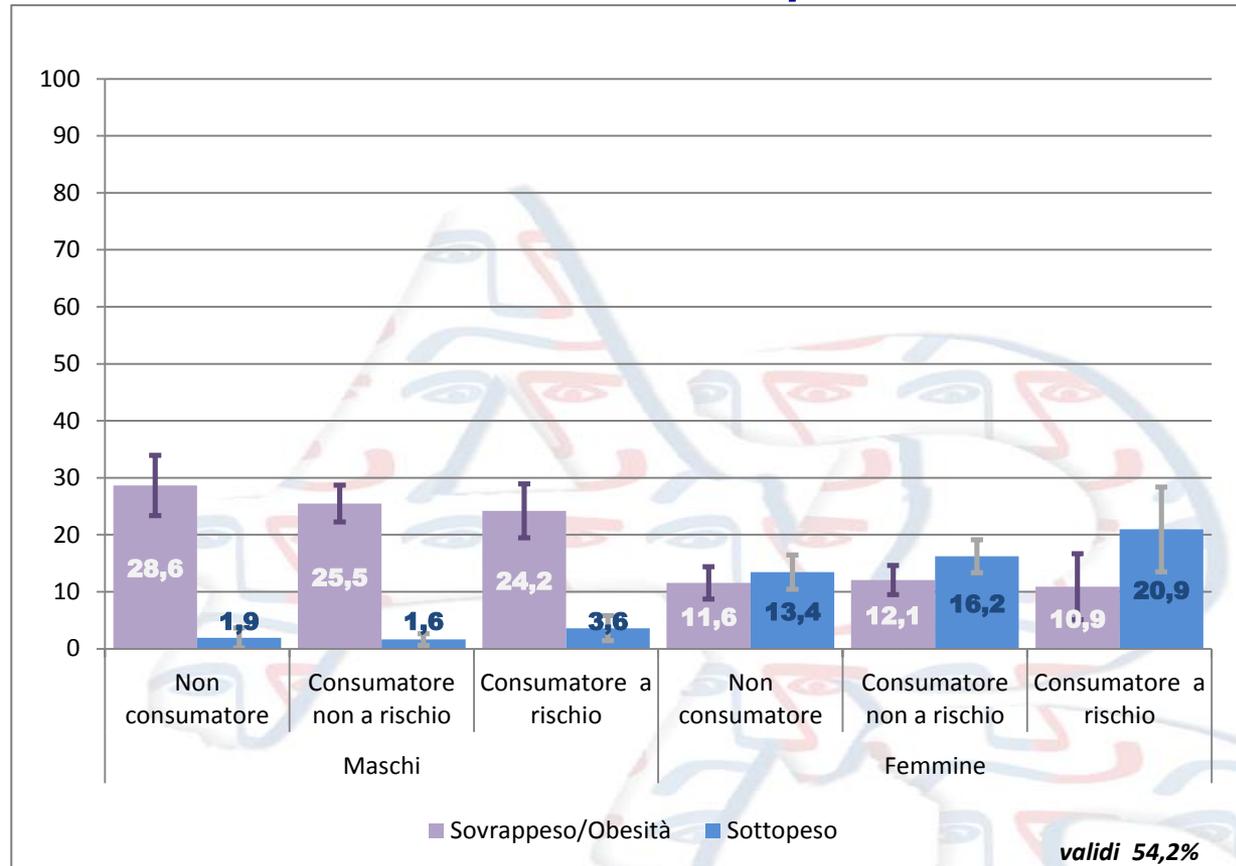
La probabilità di essere consumatrice a rischio (invece che consumatrice non a rischio) è di **2,1 volte e 3,1 volte maggiore per un giovane che frequenta discoteche occasionalmente o più frequentemente** che per chi non ci va mai.

La probabilità di essere consumatrice di alcol a rischio (invece che consumatrice non a rischio) è di **1,5 volte maggiore per chi frequenta musei** che per chi non c'è mai andato.



ALCOL e PESO

Donne e sottopeso



Tra le donne sottopeso è prevalente il consumo a rischio. Pur nei limiti della validità statistica il fenomeno deve essere oggetto di attento monitoraggio in funzione delle tendenze registrabili in termini di **DRUNKORRESSIA**

IL “BERE” ESTREMO (extreme drinking)



EYE BALLING



BALCONING



PUB'S CRAWL



DRUNKORRESSIA



ALCOL , prima sostanza **SOCIALMENTE** più dannosa delle **DROGHE**

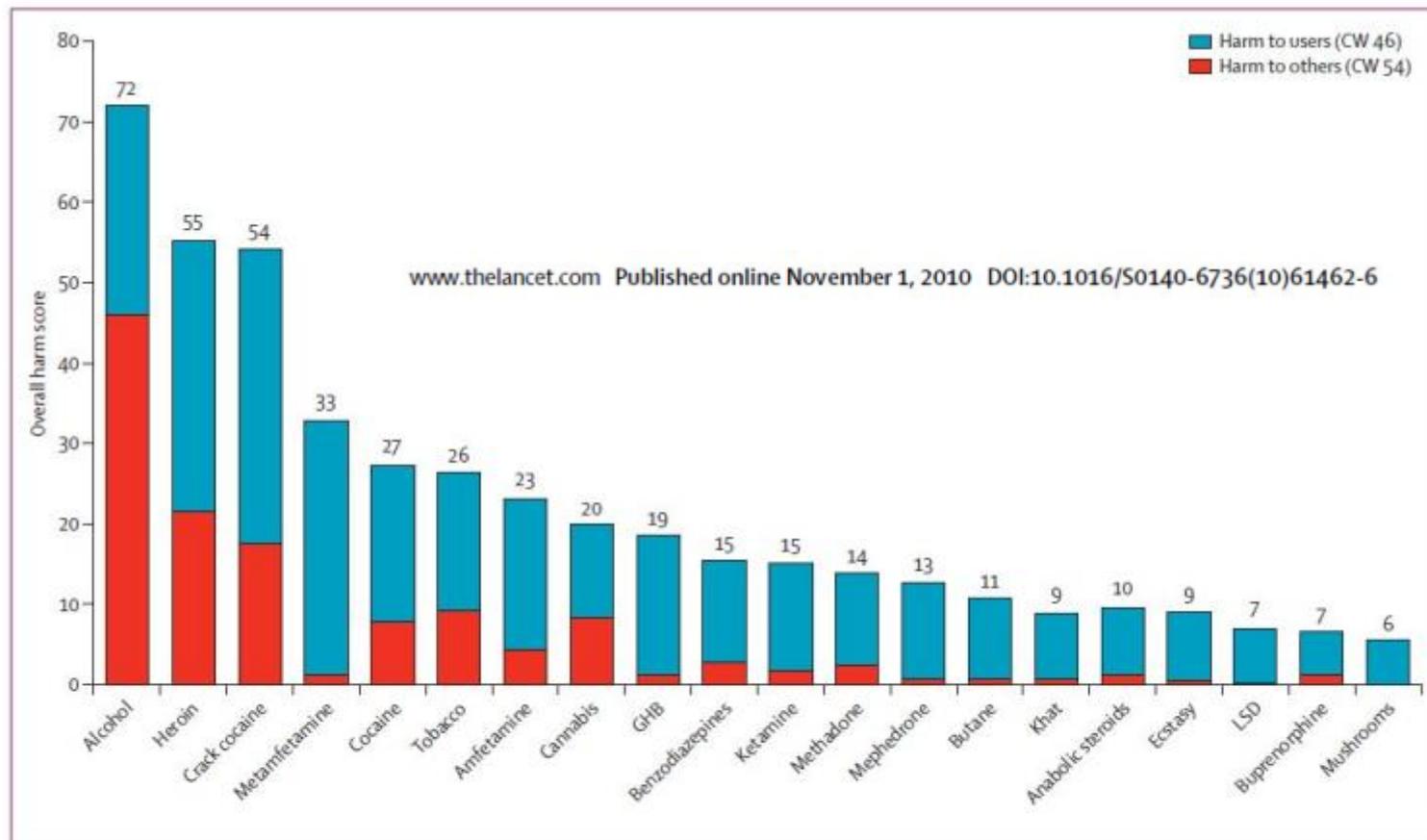
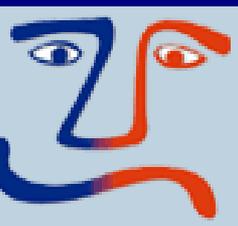


Figure 2: Drugs ordered by their overall harm scores, showing the separate contributions to the overall scores of harms to users and harm to others. The weights after normalisation (0-100) are shown in the key (cumulative in the sense of the sum of all the normalised weights for all the criteria to users, 46; and for all the criteria to others, 54). CW=cumulative weight. GHB=γ hydroxybutyric acid. LSD=lysergic acid diethylamide.

Drug harms in the UK: a multicriteria decision analysis

David J Nutt, Leslie A King, Laurence D Phillips, on behalf of the Independent Scientific Committee on Drugs

La bassa percezione del **RISCHIO** dell' impatto sociale dell' alcol **WELFARE** non solo **SALUTE**



DANNI, LESIONI, INCIDENTI a danno di terzi :

Incidenti stradali, violenza minorile (bullismo, atti criminosi, hooliganismo, danni al patrimonio), violenza domestica, danni al feto, trasmissione di virus

PROBLEMI FAMILIARI : divorzi, separazioni, perdita della sicurezza economica e del benessere familiare, maltrattamento dei minori, perdita del lavoro

COSTI PAGATI DALLA SOCIETA': perdita della produttività, assenteismo, costi sanitari, contrasto agli atti di criminalità agiti sotto gli effetti dell'alcol, costi della sicurezza, delle forze dell'ordine , costi sostenuti dalle assicurazioni, dal sistema carcerario



Osservatorio Nazionale Alcol
CNESPS - ISS



WHO CC
for Research and Health
Promotion
on Alcohol and alcohol-related
health problems

ALCOL, TECNOLOGIE E NUOVI RISCHI



Fabio ha 16 anni. Vive in lombardia. E' sera tardi quando su una videochat conosce due ragazzine. Una si toglie i vestiti. "Dai, spogliati anche tu", gli dicono. Lui obbedisce, e si leva tutto davanti alla webcam. Sembra un gioco divertente. Presto, però, la musica cambia. E le due lolite in mutandine e reggiseno si trasformano in ricattatrici navigate: "Adesso ci dai 250 euro e il numero della carta di credito dei tuoi genitori - minacciano - altrimenti mettiamo il video su Facebook e lo facciamo vedere a tutti i tuoi amici".

R'E LE INCHIESTE

HOME INCHIESTA

ADOLESCENZA BRUCIATA

E' la generazione degli anni zero. Ragazzini che si confrontano sempre prima con i disagi degli adulti. Da un lato l'alcol, un problema per 400 mila minori. Dall'altro internet che li espone a nuovi pericoli: sono in molti a rischiare di cadere nelle rete della pedopornografia

IL CASO di VALERIA TEODONIO 8+1 0 Tweet 7 Consiglia 612 Email

'Sexting', 'Binge drinking' e cyberbullismo generazione a rischio esibizionismo e alcol



Adolescenti che si spogliano in webcam cadendo nelle trappole di ricattatori esperti, ragazzine che per farsi notare dagli amici di scuola mostrano foto ammiccanti sul web, rischiando di finire della rete della pedopornografia. Fenomeni che - secondo l'Eurispes - arrivano a toccare anche il 10%

REUTERS ITALIA

ULTIME NOTIZIE

HOME FINANZA E INVESTIMENTI **Cresce tra i ragazzi diffusione immagini hard su cellulari**





Osservatorio Nazionale Alcol CNESPS - ISS



WHO CC for Research and Health Promotion on Alcohol and alcohol-related health problems

SEXTING (SEX-TEXTING)

Teens caught sexting may be charged with production, distribution and/or possession of child pornography – all are federal crimes.

53% of teens who sext are girls

47% of sexters are boys

17 percent of sexting incidents report that they have passed the images using an external site. 55 percent of those who passed the images to another site have their own password.

THE TRUTH ABOUT TEEN SEXTING

86% SEXTERS ARE NOT CAUGHT

48% OF TEENS HAVE RECEIVED A SEXUALLY SUGGESTIVE MESSAGE

39% OF TEENS HAVE SENT A SEXT

PERCENTAGE OF TEENS THAT HAVE SEXTED NUDE OR SEMI-NUDE PHOTOS OF THEMSELVES:

22% 18%

AND

11% OF YOUNG TEENAGE GIRLS, AGES 13 to 16 HAVE SEXTED NUDE OR SEMI-NUDE PHOTOS OF THEMSELVES.

Teens most often sext:

TO LEARN MORE ABOUT SEXTING AND HOW TO PROTECT YOUR CHILD VISIT: www.allteenkids.com

SEXTING... A MISTAKE YOU CAN NEVER TAKE BACK



“Sarà una notte da ricordare...”



1. “SARÀ UNA NOTTE DA RICORDARE” SCRIVE NELL’ULTIMO SMS MICHAEL BURCH, MATRICOLA ALL’UNIVERSITÀ DELLA WEST VIRGINIA, E MOLTI LA RICORDERANNO. MA NON LUI: È MORTO INTOSSICATO DALL’ALCOL INGURGITATO CON L’IMBUTO DURANTE LA CERIMONIA DI INIZIAZIONE - 2. OGNI NUOVO ANNO ACCADEMICO MIGLIAIA DI MATRICOLE DISPOSTE A TUTTO PUR DI ESSERE ACCETTATE SI SOTTOPONGONO A “CERIMONIE” CHE, FUORI DALL’UNIVERSITA’, SAREBBERO GIUDICATE COME TORTURE, AGGRESSIONI SESSUALI, VIOLENZA, SEQUESTRI DI PERSONA - 3. LA VODKA, OGGI IL LIQUORE D’ELEZIONE NELLE SBORNIE TOSSICHE, TORNA A SCORRERE, IRRESISTIBILE COME LA VOGLIA DISPERATA DI “BELONG”, DI APPARTENERE, DI ESSERE ACCOLTI NEL BRANCO, PIÙ FORTE DI OGNI PAURA. LA DROGA È IL TERRORE DELLA SOLITUDINE E DELL’ESCLUSIONE, QUELLA CHE ALIMENTA LA PREPOTENZA DEI PIÙ FORTI -



«Sarà una notte da ricordare» scrive nell'ultimo sms Michael Burch, matricola all'Università della West Virginia, e molti la ricorderanno. Ma non lui: Michael è morto venerdì, intossicato dall'alcol ingurgitato con l'imbuto durante la cerimonia di iniziazione alla "Animal House" che lui aveva tanto sognato.



NOLAN BURCH

Morire di "hazing", dei bestiali riti di iniziazione che i nonni, gli anziani del gruppo nel quale si vuole entrare infliggono agli aspiranti, non è neppure più una notizia sconvolgente. Ogni nuovo anno accademico, nella galassia di quelle che nei college americani sono chiamate "Fraternity", confraternite o, egualmente feroci nella pari opportunità delle umiliazioni, "Sorellanze", identificate con lettere greche, migliaia di matricole disposte a tutto pur di essere accettate si sottopongono a cerimonie che, fuori dai confini della vita universitaria, sarebbero giudicate come torture, aggressioni sessuali, violenza, sequestri di persona. Da quando John Grives, la prima vittima riconosciuta, morì di "iniziazione" a un club del Seminario Franklyn del Kentucky nel 1838.



NOLAN BURCH

"Hazing" è verbo di incerte origini etimologiche, forse dal francese arcaico "haser", irritare, tormentare, forse dallo "haze" inglese, che significa foschia, confusione, lo stato mentale di chi ne esce vivo. Ma non sono incerte le pratiche che lo rendono insieme terrorizzante ed eccitante, brutale ed esilarante, per chi vi si sottopone per soddisfare la più profonda delle pulsioni umane, specialmente acuta nei giovani: il bisogno di appartenere, di essere accettati dai propri pari. Di essere dentro il branco. Non ci sono regole, non ci sono limiti, se non quelli dettati dagli anziani, nelle "Fratellanze" greche nei college, nei reparti militari, nei club sportivi, nelle gang, ovunque sia praticato.

HAZING

La definizione clinica dell'iniziazione da Animal House, come quella imposta al ragazzo diciottenne nella West Virginia fino all'arresto cardiaco, è semplice quanto raggelante: «pratica di umiliazione, depravazione, abuso psicologico o fisico», che quasi sempre (nel 60% dei casi secondo gli studi) comprende alcol, legalmente proibito ai minori di 21 anni, e sesso, i due frutti proibiti e quindi ghiottissimi.

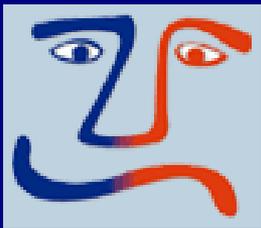


WEST VIRGINIA UNIVERSITY FIACCOLATA IN RICORDO DI NOLAN BURCH 1

Uno "hazing" come si deve, tanto più brutale quanto più desiderabile è il branco al quale ci si vuole unire, può andare da un classico nelle squadre di professionisti, dove il "rookie", l'ultimo arrivato può essere legato attorno a un palo per tutto il giorno con nastro isolante, costretto a portare i bagagli di tutti gli anziani, bere l'acqua nella tazza del water, leccare i sospensori sporchi o alla semplice richiesta, da vecchio "papiro" universitario di altre generazioni, di pagare da mangiare a tutti per un giorno.



THE KAPPA SIGMA FRATERNITY HOUSE ON THE WEST VIRGINIA UNIVERSITY CAMPUS. SHARE WITH OTHERS O INSHARE RELATED MEDIA BULLET WVU SUSPENDS GREEK ACTIVITIES AFTER 'CATASTROPHIC MEDICAL EMERGENCY' KAPPA



Fine scuola ... una festa

Troppo alcol, la festa di fine anno finisce al pronto soccorso

Indagini dei carabinieri dopo che sette ragazzini si sono sentiti male



Sopralluogo dei carabinieri oggi in discoteca per accertare eventuali responsabilità di titolari e baristi

Consiglia 2, Tweet 40 8+1 1

MASSIMO NUMA
S. AMBROGIO (TO)

08/06/2014

Doveva essere un momento di festa, l'occasione per salutare i compagni di scuola prima delle vacanze e per fare un in bocca al lupo a quelli impegnati con gli esami. La serata in discoteca si è però trasformata in un incubo per sette ragazzini torinesi tra i 15 e i 17 anni, finiti in ospedale per le conseguenze di una brutta sbronza. Uno di loro è addirittura entrato in coma etilico e solo l'intervento di un genitore, accortosi della gravità della situazione quando è andato a prendere il figlio, ha evitato la tragedia.

Subito soccorso, il giovane - 17 anni - è stato trasportato all'ospedale di Rivoli, comune della prima cintura di Torino, dove i medici gli hanno riscontrato un tasso alcolemico quattro volte superiore ai limiti previsti dalla legge per potersi mettere alla guida. Sottoposto alle cure del caso, si è risvegliato soltanto dopo alcune ore. Festa rovinata, dunque, e carabinieri che ora sono al lavoro per appurare eventuali responsabilità: per la legge, infatti, somministrare alcolici a minorenni è un reato.

Osservatorio
Nazionale Alcol
CNESPS - ISS



WHO CC
for Research
and Health
Promotion
on Alcohol and
alcohol-related
health problems

Party studentesco ... io mi diverto e tu ... parti ...

Osservatorio
Nazionale Alcol
CNESPS - ISS



WHO CC
for Research
and Health
Promotion
on Alcohol and
alcohol-related
health problems

Quotidiano Piemontese

17 - 11 - 2014

[Home](#) | [Alessandria](#) | [Asti](#) | [Biella](#) | [Cuneo](#) | [Novara](#) | [Torino](#) | [Vco](#) | [Vercelli](#) | [Piemonte](#)

[Blog](#) | [Speciali](#) | [Ambiente](#) | [Cittadini](#) | [Cronaca](#) | [Cultura](#) | [Economia](#) | [Lavoro](#) | [Politica](#)

Cronaca, Cuneo

Due ragazze di 15 anni in coma etilico dopo festa a Roccaforte Mondovì

Una festa studentesca finita con due ragazze 15enni in coma etilico. E' successo sabato scorso a Roccaforte Mondovì dove un party con centinaia di giovani, molti dei quali minorenni, si è concluso con l'intervento di carabinieri e il 118. La festa si svolgeva in un locale affittato da alcuni giovani. Le ragazze sono entrate in coma etilico dopo aver abbondantemente bevuto cocktail a base di superalcolici. Ricoverate in ospedale, sono state dimesse dopo una lavanda gastrica. Ora sono in corso le indagini per individuare gli organizzatori e le responsabilità.



Party Studentesco, 2 Minorenni in Coma Etilico

Posted date: ottobre 22, 2014 In: Cronaca



Un party studentesco con centinaia di giovani, molti dei quali minorenni, si è concluso sabato sera con l'intervento di carabinieri e il 118.

È accaduto a Roccaforte Mondovì in un locale affittato da alcuni ragazzi, due ragazze di 15 anni sono entrate in coma etilico dopo aver abbondantemente bevuto cocktail a base di vodka e gin, ricoverate in ospedale, sono state dimesse dopo una lavanda gastrica.

Sono in corso indagini per individuare gli organizzatori e le responsabilità.

L'alcol è problema per il mondo

Alcolismo sottovalutato



Vaticano, alcol è problema per il mondo

14 Gennaio 2014 13:31 | [CRONACHE E POLITICA](#) |

(ANSA) - ROMA - "Il consumo pericoloso di alcol e la dipendenza da alcol rappresentano un importante problema di salute pubblica e sociale che sta sconvolgendo il mondo". Lo ha detto mons. Marcelo Sánchez Sorondo, cancelliere della Pontificia Accademia delle Scienze, che ha organizzato una conferenza sul tema in Vaticano: "E' un problema sottovalutato che non interessa solo il singolo, ma l'intero sistema con il quale l'individuo è in relazione, la famiglia, la rete lavorativa e sociale".

Salute: Pontificia Accademia Scienze, alcolismo problema sottovalutato

asca *Decisioni in tempo reale* Asca.it - mar 14 gen 2014

[Mail](#) [Condividi](#) [Tweet](#) [+1](#) [Pin it](#) [Stampa](#)

(ASCA) - Città' del Vaticano, 14 gen 2014 - Il consumo pericoloso di alcol e l'alcoldipendenza rappresentano "un importante problema di salute pubblica e sociale". Un "problema sottovalutato", per mons. Marchelo Sanchez Sorondo, cancelliere della Pontificia Accademia delle Scienze, intervenuto alla Conferenza sul consumo dannoso di alcol, organizzata in Vaticano. "E' una delle piu' importanti patologie nel settore delle dipendenze, e oggi e' stata identificata come prioritaria in termini di discussioni e soprattutto per l'individuazione di possibili soluzioni", ha ricordato a Radio Vaticana Emanuele Scafato, presidente della Societa' italiana di alcolologia, sottolineando "l'urgenza di rimuovere lo stigma sociale che etichetta l'alcol come un vizio e non come una malattia", tanto piu' grave perche' "espone la persona al particolare rischio di non essere interessata a una riabilitazione, a una vita normale".



MENO SPIRITO, PER FAVORE



L'OSSERVATORE ROMANO

GIORNALE QUOTIDIANO DEL VATICANO



Radio Vaticana

la voce del Papa e della Chiesa in dialogo con il mondo



16 maggio 2014
altre lingue

Home Francesco Categorie Audio Radio per le Radio Video RadioGiornale

Home > Cultura e Società > notizia del 2014-03-04 15:56:38

di a i

Italia, alcol e giovani: mezzo milione a rischio dipendenza. Emanuele Scafato: servono prevenzione e norme



Il consumo di alcol tra i giovani: un fenomeno diffuso e sottovalutato in Italia tanto che sarebbero mezzo milione i ragazzi a rischio di dipendenza. **Roberta Gisotti** ha intervistato il **dott. Emanuele Scafato**, direttore dell'Osservatorio nazionale Alcol dell'Istituto Superiore di Sanità: [read](#) [mp3](#)

A volte cominciano ad 11 anni e a 16 sono consumatori abituali di bevande alcoliche nocive per la loro salute. Si va dagli 'shortini', cocktail dolci venduti a pochi euro ai 'binge drinking' una bravata che fa ingurgitare sei bicchieri di alcol alla volta a due milioni di giovani tra i 16 e i 24 anni. Mode, tendenze, stili di vita che sacrificano i ragazzi agli enormi interessi economici che sono dietro la vendita di alcol e preparano una società sempre più schiava di consumi anche letali come l'alcol. Il 17 per cento delle intossicazioni etiliche, fino al coma, registrate nei Pronto soccorsi riguarda adolescenti tra i 13 e 16 anni, in parte destinati all'alcolismo come ci conferma il dott. Scafato:

Convegno in Vaticano sull'alcoldipendenza Meno spirito, per favore

Sono ormai oltre due milioni e mezzo i morti causati ogni anno nel mondo dall'abuso di alcol. Ciò che preoccupa di più è l'aumento del numero di giovani tra le vittime, il cui limite di età si è progressivamente abbassato sino a raggiungere ormai la soglia dei quindici anni. E per morire a quindici anni a causa dei danni irreparabili causati dall'abuso di alcol significa che la dipendenza risale a un'età ancor più tenera. Non a caso il consumo di alcol costituisce il terzo fattore di rischio nel mondo per carico di malattia e di mortalità prematura. Ecco perché lo spreco dell'alcoldipendenza fa sempre più paura. Sono questi i motivi della scelta della Pontificia Accademia delle Scienze di scendere decisamente in campo e di riunire, per una giornata di studio, scienziati e uomini di Chiesa per focalizzare l'attenzione su una questione che compromette lo sviluppo individuale e sociale.

«Alcoldipendenza: un fenomeno da contrastare per il bene dell'individuo e della società» è il tema dell'incontro svoltosi questa mattina, martedì 14 gennaio, nella Casina Pio IV, in Vaticano. Gli onori di casa li ha fatti il vescovo cancelliere Marcelo Sánchez Sorondo, ai cui saluti inaugurali si sono aggiunti quelli del cardinale Raffaele Farina. La relazione di apertura è stata tenuta dal cardinale Oscar Andrés Rodríguez Maradiaga, arcivescovo di Tegucigalpa e presidente della Caritas internazionale, il quale, forte della sua lunga esperienza pastorale, ha posto l'accento sulle implicanze etiche e morali delle dipendenze. L'impatto del consumo di alcol infatti colpisce in profondità, in quanto danneggia il benessere e la salute delle persone, anche di quelle che circondano il bevitore. Gli esempi che più frequentemente raggiungono gli onori della cronaca sono quelli del guidatore in stato di ebbrezza che

causa vittime innocenti e dell'ubriaco che scarica la sua violenza contro i primi malcapitati, sempre più spesso i familiari, in particolare donne e bambini.

Si sono poi susseguite le relazioni dei professori Claudio Menzacci, Emanuele Scafato, Luigi Janari, i cui interventi - moderati da Stefano Maria Zucaro - hanno offerto un quadro a dir poco drammatico della situazione, soprattutto in Europa, che risulta essere la regione del mondo con il più alto livello di consumo di alcol pro-capite, più del doppio della media mondiale. Si calcola che vi siano oltre quindici milioni di alcolisti pendenti. Negli ultimi 10 anni il consumo di alcol è rimasto sostanzialmente stabile in Europa ma rimane prioritaria la necessità di ridurre i problemi alcol-correlati nella popolazione. Anche perché, alla comunità costano circa 150 miliardi l'anno.

Nonostante questi dati le percentuali di trattamento dei pazienti alcolodipendenti sono molto basse, meno del 10 per cento. Ciò è dovuto in larga misura ad approcci terapeutici orientati all'immediato contenimento dell'assunzione complessiva. Dalla conferenza è emersa intanto un'indicazione: dalla dipendenza dall'alcol si può uscire. Per raggiungere l'obiettivo, infatti la difficoltà per l'alcolista di astenersi completamente, sembra più efficace una scelta terapeutica orientata alla riduzione costante e progressiva del consumo. Lo scopo è quello di raggiungere la completa astensione riuscendo a colmare nel frattempo quel bisogno insoddisfatto nel trattamento della dipendenza. È altrettanto chiaramente emerso però che senza adeguate politiche e interventi mirati a rendere la comunità umana più sana, più sicura e più soddisfatta della propria condizione, ogni sforzo terapeutico è destinato al fallimento.

Osservatorio Nazionale Alcol-ISS

World Health Organization Collaborating Centre for RESEARCH and HEALTH PROMOTION on ALCOHOL and ALCOHOL-RELATED HEALTH PROBLEMS



UN MONDO LIQUIDO



Normalizzazione





ALCOL, GIOVANI e... SOCIETÀ'

Parte del problema, parte della soluzione

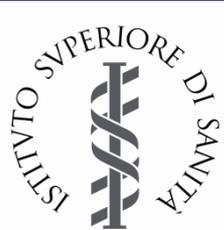


- Perché i giovani non vengono resi maggiormente consapevoli dei rischi derivanti dall'assunzione di bevande alcoliche?

- Perché le restrizioni e i divieti di consumo per i MINORI non trovano applicazione FAVORENDO il mancato rispetto della LEGALITA' ?

- Perché i risultati dell'evidenza scientifica non vengono trasferiti nelle policy per programmare gli interventi di prevenzione e di riabilitazione?





ALCOL, GIOVANI e... SOCIETA'

Parte del problema, parte della soluzione

- **Gli ADULTI sono consapevoli dei rischi PER I GIOVANI derivanti dall'assunzione di bevande alcoliche? E che fanno per i MINORI?**
- **C'è spazio in ITALIA per restrizioni e divieti efficaci che superino la logica delle convenienze?**
- **Esiste un FUTURO per una rinnovata cultura della prevenzione INDIPENDENTE e di vera tutela di Salute Pubblica distinta e distante dagli interessi ?**

La sfida della complessità: come affrontarla

Nella prevenzione non è possibile ricorrere a soluzioni univoche e standardizzate applicabili in qualunque situazione e contesto con tutti i soggetti.

UN PROBLEMA DI **LEGALITA'** NON PIU' SOLO DI SALUTE



L' applicazione delle norme e del diritto di tutela
Art. 689 Codice Penale

L'esercente un'osteria o un altro pubblico spaccio di cibi o di bevande, il quale somministra, in un luogo pubblico o aperto al pubblico, bevande alcoliche a un minore degli anni sedici, o a persona che appaia affetta da malattia di mente, o che si trovi in manifeste condizioni di deficienza psichica a causa di un'altra infermità, è punito con l'arresto fino a un anno.

Se dal fatto deriva l'ubriachezza, la pena è aumentata.

La condanna importa la sospensione dall'esercizio.

Un attività di rigoroso controllo deve poter consentire la valutazione :

- dell' età minima legale
- dello stato di ubriachezza
- dello stato mentale
- della deficienza psichica o altra infermità

e il rispetto degli orari di DIVIETO di vendita



DUE- UNO- ZERO



LARN

Livelli di Assunzione di Riferimento di Nutrienti ed energia per la popolazione italiana
IV Revisione



anche quantità inferiori (10 g/die, corrispondenti a meno di 1 UA/die) comportano un aumento di rischio, valutabile attorno al 4-5% dei casi (Collaborative Group on Hormonal Factors in Breast Cancer, 2002; Seitz et al., 2012; WCRF/AICR 2007). Per quantità di consumo maggiori (di 1 UA/die) il rischio arriva al 40-50% (Seitz et al., 2012).

Tenendo dunque conto dei rischi di cancro da una parte e degli effetti sulle malattie cardiovascolari dall'altra, si può dire che il livello di consumo di alcol con il più basso rischio di mortalità per gli uomini, è pari a 0 g/die sotto il 35° anno di età, mentre è intorno ai 5 g/die per gli uomini di mezza età e meno di 10 g/die oltre i 65 anni. Per le donne è invece molto prossimo a 0 g/die per un'età inferiore ai 65 anni, e a meno di 5 g/die oltre i 65 anni (Anderson et al., 2005).

Le raccomandazioni della WHO, in particolar modo per la Regione Europea (Robertson et al., 2004), le linee guida USA (USDA, 2010) così come quelle del WCRF/AICR (2007), tenendo in considerazione da una parte il rischio di cancro e dall'altra l'effetto plausibile di piccole quantità di etanolo sulla mortalità cardiovascolare, definiscono come consumo a basso rischio di bevande alcoliche, indipendentemente dal tipo di bevanda, quello equivalente ad una quantità giornaliera di etanolo inferiore o pari a 2 UA al giorno (20-25 g/die di etanolo) per l'uomo e a 1 UA/die (10-12 g/die di etanolo) per la donna e l'anziano.

Il sesso femminile infatti ha una minore tolleranza all'alcol rispetto al sesso maschile e raggiunge concentrazioni più elevate di alcool nel sangue dopo aver bevuto quantità equivalenti, anche dopo correzione per il peso corporeo. Questo risultato sembrerebbe attribuibile alle differenze di genere nel contenuto totale di acqua corporea, in quanto uomini e donne sembrano eliminare per ogni ora circa la stessa quantità totale di alcol per unità di peso corporeo (Kwo et al., 1998; Mumenthaler et al., 1999).

Nell'anziano la relazione tra consumo di alcol e mortalità mostra la tipica forma a U (Gronbaek et al., 1998), con il livello di più bassa mortalità corrispondente a 24-30 g/sett per le donne e 64-80 g/sett per l'uomo (White et al., 2002) (circa 1 UA a giorni alterni per le femmine ed 1 UA/die per i maschi). Bassi valori di consumo di alcol sono associati a minore incidenza di malattie cardiovascolari, ictus, densità minerale ossea e frattura di femore rispetto al non consumo (Mukamal et al., 2005; Mukamal et al., 2006a; Mukamal et al., 2007). Tuttavia, bisogna tenere conto anche del fatto che il consumo di alcol negli anziani, soprattutto al crescere dell'età, rappresenta un motivo di preoccupazione in relazione a potenziali interferenze con problematiche fisiche e psico-logiche (depressione), con la terapia farmacologica, con limitazioni funzionali (mobilità ed autonomia), col fumo e la guida di autoveicoli (Culbertson, 2006a; Culbertson, 2006b).

Gli anziani sembrano divenire più sensibili agli effetti dell'alcol non solo per la minore efficienza dei meccanismi di detossicazione e per l'eventuale uso di farmaci, ma anche in relazione ai cambiamenti nella composizione corporea (riduzione dell'acqua corporea e aumento della massa adiposa).

Particolare attenzione al consumo di bevande alcoliche deve essere posta durante la gravidanza e l'allattamento. La sindrome feto-alcolica ha una prevalenza in USA tra 0,5-2 %, ma se si considera l'intero spettro dei disturbi legati all'assunzione materna di alcol (fetal alcohol spectrum disorders, FASD) la prevalenza sale al 9-10%.

In Italia non ci sono studi a livello nazionale in grado di stimare la prevalenza di FASD, ma c'è da notare che una percentuale estremamente ridotta di donne rinuncia

LARN

LARN

ETANOLO

ETANOLO

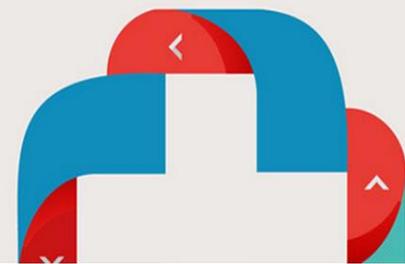
all'assunzione di alcol una volta accertato lo stato di gravidanza (Ceccanti et al., 2007). Pur senza arrivare agli eccessi della sindrome feto-alcolica, vi è comune accordo nella comunità scientifica che il consumo (anche in piccole quantità) di bevande alcoliche durante la gravidanza aumenti il rischio di alterazioni di sviluppo e turbe neurologiche nel nascituro (Kaiser e Allen, 2008). L'astensione dal consumo di qualsiasi bevanda alcolica durante la gravidanza e l'allattamento, così come nel periodo pre-gravidico, costituisce una norma prudenziale; si raccomanda inoltre di includere nella routine un attento screening sulle modalità di consumo di bevande alcoliche in tutte le donne in età fertile e, qualora perseverino nel consumo, anche di quantità piccole, la donna deve avere accesso prioritario a specifici programmi di trattamento (Carson et al., 2010).

In conclusione è bene ricordare che alcune situazioni fisiologiche o patologiche impongono l'astensione totale dal consumo di bevande alcoliche di qualunque tipo: gravidanza e allattamento, età <18 anni, epatopatie, patologie digestive e comunque condizioni che richiedano l'assunzione di farmaci, intenzione di accingersi alla guida di veicoli o macchinari pericolosi per sé o per gli altri, pregressa storia di alcolismo o altra dipendenza. La valutazione e l'analisi delle evidenze scientifiche disponibili non consentono di poter sostenere o promuovere il consumo pur moderato di bevande alcoliche.

In conseguenza della costante e crescente produzione di nuove conoscenze sulle relazioni tra etanolo e salute, appare dunque adeguato adottare a livello di popolazione e di tutela della salute pubblica il principio di precauzione, che è l'unico che consente di ridurre l'adozione di comportamenti potenzialmente nocivi o pericolosi per l'individuo. A tale riguardo gioca un ruolo fondamentale una comunicazione istituzionale corretta.



Navigation menu with categories: La nostra salute, Temi e professioni, News e media, Ministro e Ministero. A central vertical bar lists 'Vivere in salute' and 'Vivi sano'. A main menu lists: Alcol, Corretta alimentazione, Corretta alimentazione in gravidanza, Fertilità, Allattamento, Sport e attività fisica, Buone norme igienico-sanitarie, Fumo, Droge, Corretta alimentazione in bambini e adolescenti, Calcola l'indice di massa corporea - IMC.



MARTEDÌ 8 E MERCOLEDÌ 9
DELLA SALUTE

Sei in: Home > La nostra salute > Vivere in salute > Vivi sano > Alcol

Alcol

- Descrizione
- Istruzioni per l'uso
- Prevenzione su misura

La giusta misura

Non esiste un consumo di alcol sicuro per salute. Tuttavia, se si decide di bere è necessario attenersi a delle semplici regole. È sempre consigliabile bere solo durante i pasti principali e mai a digiuno. Meglio scegliere bevande a bassa gradazione alcolica e consumare gradualmente piccole quantità sempre in un arco temporale prolungato rallentando così l'assorbimento di quantità di alcol che possono portare pregiudizio alla salute.

Infine, non si devono superare le quantità considerate a basso rischio:

- > 2 unità alcoliche al giorno per gli uomini
- > 1 unità alcolica al giorno per le donne
- > 1 unità alcolica al giorno per le persone con più di 65 anni
- > zero unità di alcol sotto i 18 anni

Un'unità alcolica corrisponde a 12 grammi di alcol puro ed equivale a un bicchiere di vino (125 ml a 40°).

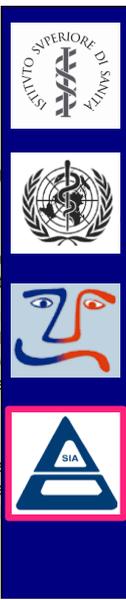
No al "bere per ubriacarsi"

Negli ultimi anni dieci si è diffuso in particolare tra i giovani nel nostro Paese un modello di consumo e in quantità moderate consumate nel controllo formale ed informale della famiglia o della collettività.

La nuova abitudine, particolarmente diffusa tra le fasce giovanili, si caratterizza per un consumo temporale di solito ristretto a 2-3 ore. Questo modello di consumo, importato dai contesti nordici, porta all'intossicazione alcolica e può spingersi sino al coma etilico. Il binge drinking e qualunque consumo assolutamente da evitare.

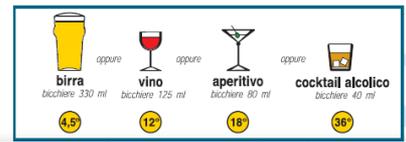
Mai alla guida

Non esistono quantità di alcol sicure alla guida. Il livello di concentrazione di alcol nel sangue (per i minori di 21 anni, per i neopatentati e per i professionisti del volante. Guidare dopo aver bevuto, quanto l'alcol altera la capacità di rispondere prontamente agli stimoli acustici, luminosi e spaziali, non si è digiuni il tempo può anche ridursi a 1-2 ore.



LE EVIDENZE SCIENTIFICHE 2013 PER LE NUOVE LINEE GUIDA SUL CONSUMO DI ALCOL

Unità Alcoliche equivalenti (contenenti 12 g di alcol)

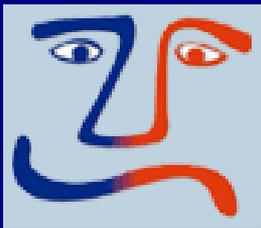


Sei a rischio per la salute



- sono inoltre considerati comportamenti a rischio
- il Binge drinking, cioè il consumo in un'unica occasione di 6 o più UA
- il consumo di alcolici per le donne in gravidanza e in allattamento
- il consumo di qualsiasi bevanda alcolica per gli alcolisti in trattamento e gli ex alcolisti

EMANUELE SCAFATO 25/10/2012





Toward European Low-risk Guidelines



DAY low risk GL/R (in g)

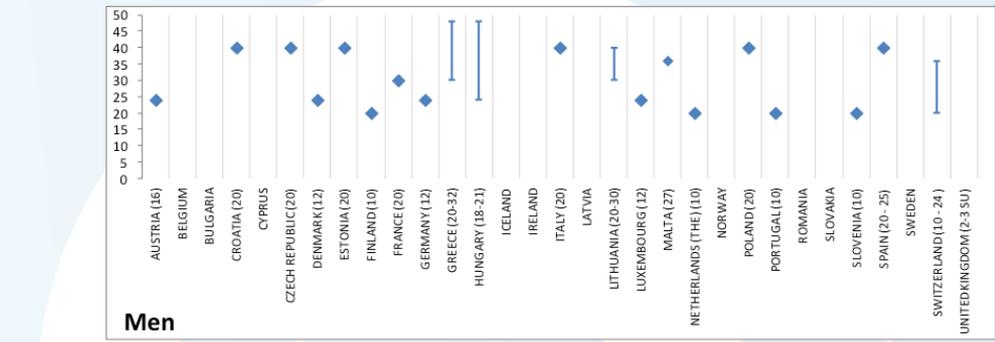
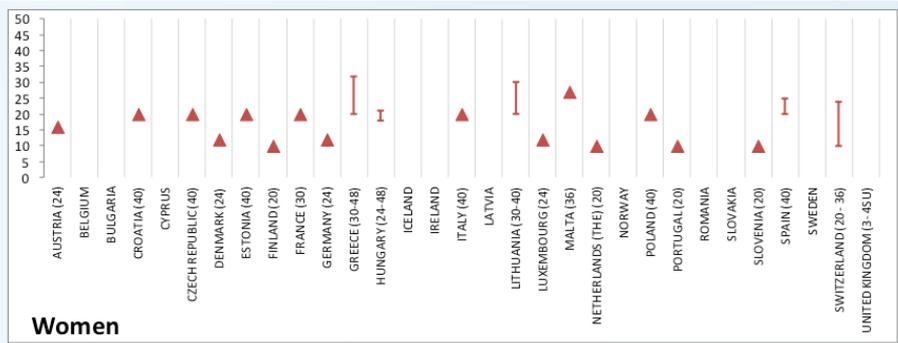


Country	DATA SOURCE				Men Average alcohol intake in a day not to be exceeded (grams of pure alcohol)	Women Average alcohol intake in a day not to be exceeded (grams of pure alcohol)	All consumers Average alcohol intake in a day not to be exceeded (grams of pure alcohol)	Guidelines on average alcohol intake in a day 2=Not issued	The guidelines but no consideration to the average alcohol intake in a day
	Review	WHO/BISS	WHO/RES	OECD/ISA					
AUSTRIA (2-4)					24-24	16-16	16-16	2	
BELGIUM					30-20	20	20		
BULGARIA					40	40	40		
CROATIA					40	40	40		
CYPRUS					40	40	40		
CZECH REPUBLIC					24	40	16	20	20
DENMARK					24	24	12	12	
ESTONIA					40	40	20	20	
FINLAND					24	24	12	12	
FRANCE					30	30	20	20	
GERMANY					24	24	12	12	
GREECE					40-40	40	20	20	
HUNGARY					48-60	24-48	18-24		
ICELAND					24	24	12	12	
IRELAND					40	40	20	20	
ITALY					36	24-36	24-36	18	
LATVIA					30-40	30	20	20	
LITHUANIA					30-40	30	20	20	
LUXEMBOURG					30	30	20	20	
MALTA					30	30	20	20	
NETHERLANDS (THE)					30	20-30	20	20	
NORWAY					40	40	20	20	
POLAND					40	40	20	20	
PORTUGAL					20-24	24-36	20-24	16	
ROMANIA					30	30	20	20	
SLOVAKIA					28	28	14	14	
SLOVENIA					20	20	10	10	
SPAIN					40	40	20	20	
SWEDEN					40	40	20	20	
SWITZERLAND					40-48	20-36	20-24		
UNITED KINGDOM					24	16-24	16-24		

RARHA Low risk GL or R



Average alcohol intake in a day not to be exceeded (grams of pure alcohol)



Low risk drinking guidelines in Europe: results from RARHA survey

Low risk drinking guidelines in Europe: results from RARHA survey



Effetto DOSE-RISPOSTA nel CANCRO della MAMMELLA

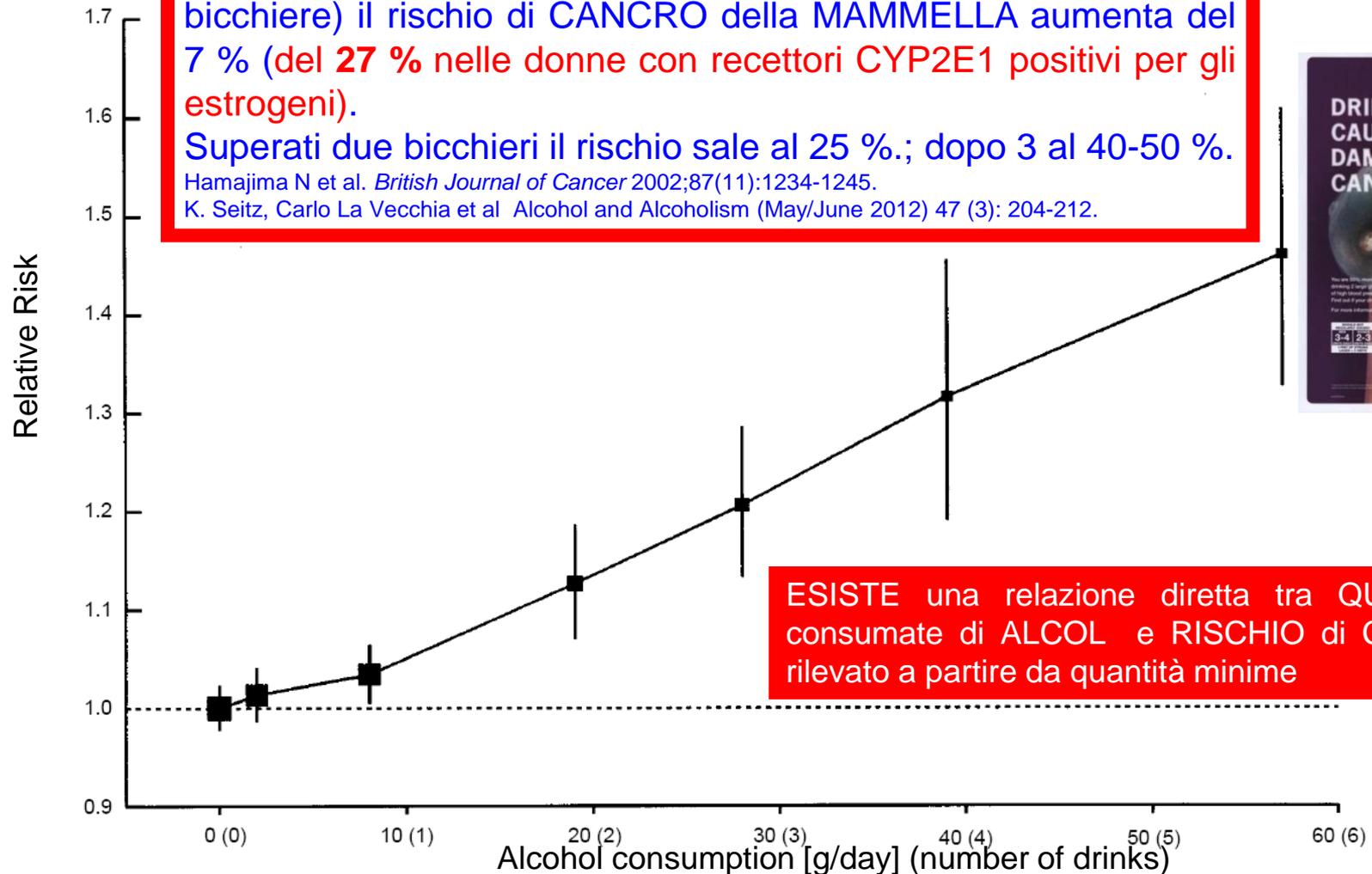
Valutazione studio mondiale: 58.515 donne con CANCRO della MAMMELLA e 95.067 controlli

Per ogni 10 grammi di alcol consumati al giorno (meno di un bicchiere) il rischio di CANCRO della MAMMELLA aumenta del 7 % (del 27 % nelle donne con recettori CYP2E1 positivi per gli estrogeni).

Superati due bicchieri il rischio sale al 25 %; dopo 3 al 40-50 %.

Hamajima N et al. *British Journal of Cancer* 2002;87(11):1234-1245.

K. Seitz, Carlo La Vecchia et al *Alcohol and Alcoholism* (May/June 2012) 47 (3): 204-212.



ESISTE una relazione diretta tra QUANTITA' consumate di ALCOL e RISCHIO di CANCRO rilevato a partire da quantità minime



Source: Hamajima et al. (2002) BJC 87, 1234



Il maggior rischio per le RAGAZZE



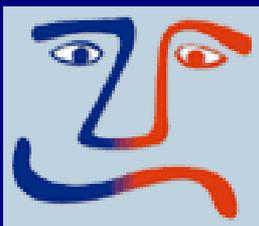
SALUTE

30 agosto 2013

Cancro al seno più probabile per ragazze che bevono alcool



Washington (USA) - Il collegamento tra alcool e cancro non è certo



POUR *femme*

Cerca su P

Home | Moda | Bellezza | Salute | Dieta | Coppia | Gossip | Mamma | Matrimonio

Prevenzione | Malattie | Ginecologia | Mestruazioni | Menopausa | Rimedi naturali | News Mediche

Asseso dentale, che dolore! | Il vaccino antinfluenzale: promosso o bocciato? | Il fibroad una tipol nodulo al

Alcol: aumenta il rischio di lesioni al seno

Condividi | Tweet | +1 | 0 | Plus | Commenta



L'alcol aumenta il rischio di lesioni al seno, soprattutto per le giovani donne. Le bevitrice più assidue di **alcolici** sarebbero così maggiormente esposte all'insorgenza di **tumori al seno**. A lanciare l'allarme è stata una ricerca a più mani della Washington University School of Medicine di St. Luis e della Harvard University, coordinata dal dottor Graham Colditz e pubblicata su "Pediatrics". Infatti, l'**abuso di alcol** è in costante aumento soprattutto tra le **ragazze**, tra cui si è diffusa la pratica del **binge drinking**, ovvero, del bere a ripetizione con l'unico fine di ubriacarsi nel minor tempo possibile.

ALCOL & CANCRO



Rango	Maschi - Età			Femmine - Età		
	0-49	50-69	70+	0-49	50-69	70+
1°	Testicolo (11%)	Prostata (23%)	Prostata (21%)	Mammella (41%)	Mammella (36%)	Mammella (21%)
2°	Linfoma non-Hodgkin (9%)	Colon-retto (15%)	Polmone (17%)	Tiroide (14%)	Colon-retto (13%)	Colon-retto (17%)
3°	Cute (melanomi) (8%)	Polmone (14%)	Colon-retto (15%)	Cute (melanomi) (7%)	Utero corpo (7%)	Polmone (7%)
4°	Colon-retto (8%)	Vescica* (10%)	Vescica* (11%)	Colon-retto (5%)	Polmone (6%)	Stomaco (6%)
5°	Tiroide (7%)	Vie aerodigestive superiori (5%)	Stomaco (6%)	Utero cervice (4%)	Tiroide (5%)	Pancreas (5%)

TABELLA 9. Primi cinque tumori in termini di frequenza e proporzione sul totale dei tumori incidenti (esclusi i carcinomi della cute) per sesso e fascia di età. Pool Airtum 2006-2009.

* comprende sia tumori infiltranti che non infiltranti.



European Code Against Cancer

12 WAYS TO REDUCE YOUR CANCER RISK

You are here: [12 ways](#) / [Alcohol](#)

Questions & Answers

-  Tobacco
-  Second-hand smoke
-  Healthy body weight
-  Physical activity
-  Diet
-  **Alcohol**
-  Sun/UV exposure
-  Pollutants
-  Radiation
-  Breastfeeding
-  Hormonal therapy
-  Vaccination and infections
-  Screening

OTHERS

- [Pharmaceutical drugs](#)



12 WAYS TO REDUCE YOUR CANCER RISK

Alcohol



**If you drink alcohol of any type, limit your intake.
Not drinking alcohol is better for cancer prevention.**

There is strong evidence that people can reduce their risk of cancer by adopting healthy dietary and activity behaviours. In European populations, people who follow a healthy lifestyle that adheres to the recommendations for **cancer prevention** have an estimated 18% lower risk of cancer compared with people whose lifestyle and body weight do not meet the recommendations. This risk reduction was estimated for a healthy lifestyle that includes: being a normal body weight (a body mass index [BMI] between 18.5 and 24.9 kg/m²) and avoiding foods that promote weight gain, such as sugary drinks and fast foods; being moderately active for at least 30 minutes per day; breastfeeding (for women); eating mostly foods of plant origin; limiting intake of red meat; avoiding processed meats; and limiting consumption of alcoholic drinks.

- [Is drinking alcohol a cause of cancer?](#)
- [Apart from cancer, is alcohol consumption a cause of disease?](#)
- [Do all types of alcoholic drinks increase the risk of cancer?](#)
- [Why does drinking alcohol cause cancer?](#)
- [What if I drink alcohol and smoke tobacco?](#)
- [Can I reduce my risk of cancer if I stop drinking alcohol?](#)
- [What is worse, episodic heavy drinking or moderate drinking every day?](#)
- [Is drinking small amounts of alcohol good for my heart?](#)
- [How much is a standard drink?](#)
- [How much can I reduce my risk of cancer by limiting my alcohol intake?](#)

SIA, SOCIETA' ITALIANA ALCOLOGIA

L'ALCOL E' CANCEROGENO



Società Italiana di Alcologia

**LE BEVANDE ALCOLICHE
SONO CANCEROGENE PER L'UOMO*
L'ALCOL
CONTENUTO NELLE BEVANDE ALCOLICHE
È CANCEROGENO PER L'UOMO***

**L'ALCOL
È UNA SOSTANZA CANCEROGENA.
COME IL FUMO DI TABACCO.**



*IARC, Int. Ag. Res. Cancer - WHO Monographs (2010)

**Più bevi, più aumenti il rischio di sviluppare il cancro:
anche a partire da un solo bicchiere.**

INFORMATI!

**Rivolgiti al tuo medico di fiducia
o ai servizi specialistici e di alcologia.**

ISS. Decessi alcol-attribuibili per cause di morte CANCRO e INCIDENTI principali cause di decesso

La mortalità alcol-attribuibile in Italia e nelle Regioni

Analisi delle cause di morte nei contesti territoriali e nelle differenti generazioni



Roma 09 Aprile 2014

ANNO 2010	Decessi alcol-attribuibili		Frazioni alcol-attribuibili (%) ^a	
	Maschi	Femmine	Maschi	Femmine
<i>MALATTIE TOTALMENTE ALCOL ATTRIBUIBILI</i>	1.185	377	0,40	0,12
Neoplasie maligne	4.066	1.564	1,38	0,51
Altre neoplasie	373	137	0,13	0,04
Diabete mellito	-566	-616	-0,19	-0,20
Condizioni neuropsichiatriche (Epilessia)	161	84	0,05	0,03
Malattie del sistema circolatorio	710	824	0,24	0,27
Malattie del sistema digestivo	2.096	693	0,71	0,23
Malattie della pelle e del sottocutaneo	5	3	0,00	0,00
<i>MALATTIE PARZIALMENTE ALCOL ATTRIBUIBILI</i>	6.845	2.689	2,32	0,88
Incidenti non intenzionali	3.082	1.956	1,05	0,64
Incidenti intenzionali	558	137	0,19	0,04
<i>CADUTE, OMICIDI, SUICIDI E ALTRI INCIDENTI</i>	3.640	2.093	1,24	0,68
TOTALE DECESSI ALCOL-ATTRIBUIBILI	11.670	5.159	3,96	1,68

^a la stima è stata effettuata rapportando i decessi alcol attribuibili al totale dei decessi nella popolazione

I decessi per CANCRO causato da alcol (oltre 5000/anno) incidono per il 33 % sul totale del totale dei decessi alcolcorrelati; sommati ai decessi per incidenti attribuibili all'alcol (oltre 5000) che incidono per il 30 % su tutti i decessi causati queste due cause di morte coprono oltre il 60 % della mortalità legata al consumo di alcol in Italia.



PRIORITA' : tutelare un sano sviluppo mentale
I rischi ACUTI del consumo di alcol sono tanti.
L' alcol NUOCE al cervello.



Bere alcolici **sotto i 18 anni** produce in maniera più rapida rispetto ad un adulto fenomeni di intossicazione, la perdita di coordinamento, la riduzione della lucidità, il rallentamento dei riflessi e la visione alterata degli stimoli luminosi, diminuzione della memoria e in alcuni casi perdita di coscienza.



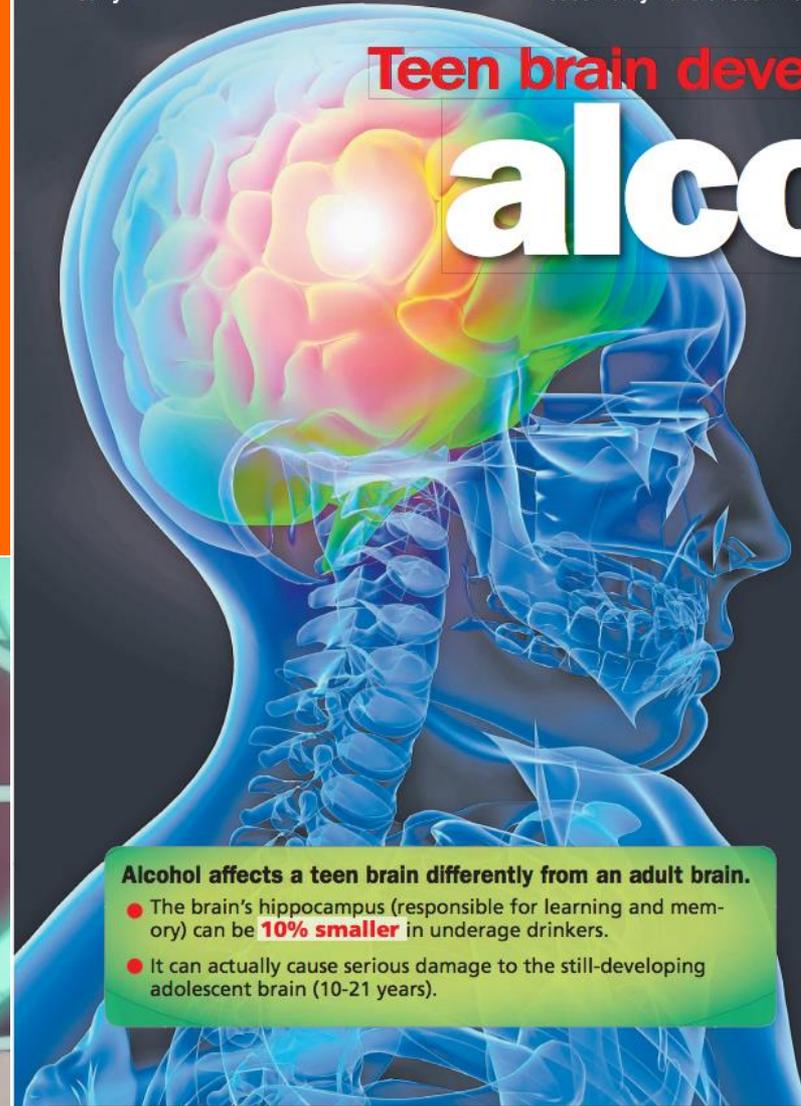
Lo sviluppo del cervello

nei giovani: verso il pruning e oltre ...non lo uso, non mi serve, lo sopprimo

● Most parents talk to their kids about drinking two years too late. Age 8 is not too early.

● What parents may not realize is that children say parental disapproval of underage drinking is the key reason they have chosen not to drink.

Teen brain development and alcohol



NEW RESEARCH SHOWS that alcohol affects a developing teen brain differently from an adult brain. "The brain goes through dynamic changes during adolescence, and alcohol can seriously damage long- and short-term growth processes" (American Medical Association, 2003).

Alcohol use may impair memory, learning, decision-making and impulse control; and it greatly increases the risk of addiction. In addition, alcohol use can cause young people to develop social problems, have poor judgment, get into trouble, do poorly in school and experience failure in achieving lifelong goals.

To compound this problem, research shows that parents generally underestimate the extent of teen drinking and its negative consequences. Thirty-one percent of youths who said they had been drunk in the past year were said by their parents to be non-drinkers. Others may view underage drinking as inevitable, but it isn't. To be alcohol-free, a teen needs the active involvement and help of a parent. All children need help from their parents to guide them through their teenage years. Staying bonded to parents is critical to the process of teenagers emerging healthy, safe and alcohol-free.

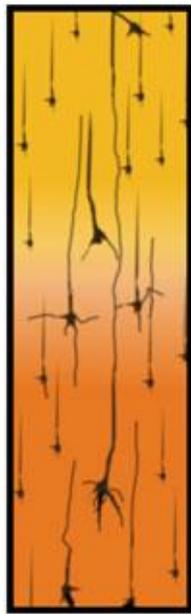
Alcohol affects a teen brain differently from an adult brain.

- The brain's hippocampus (responsible for learning and memory) can be **10% smaller** in underage drinkers.
- It can actually cause serious damage to the still-developing adolescent brain (10-21 years).



Pruning:
removal of non essential connections in the brain

Neuroni e Sinapsi alle varie ETA'



Newborn



1 Month



9 Months



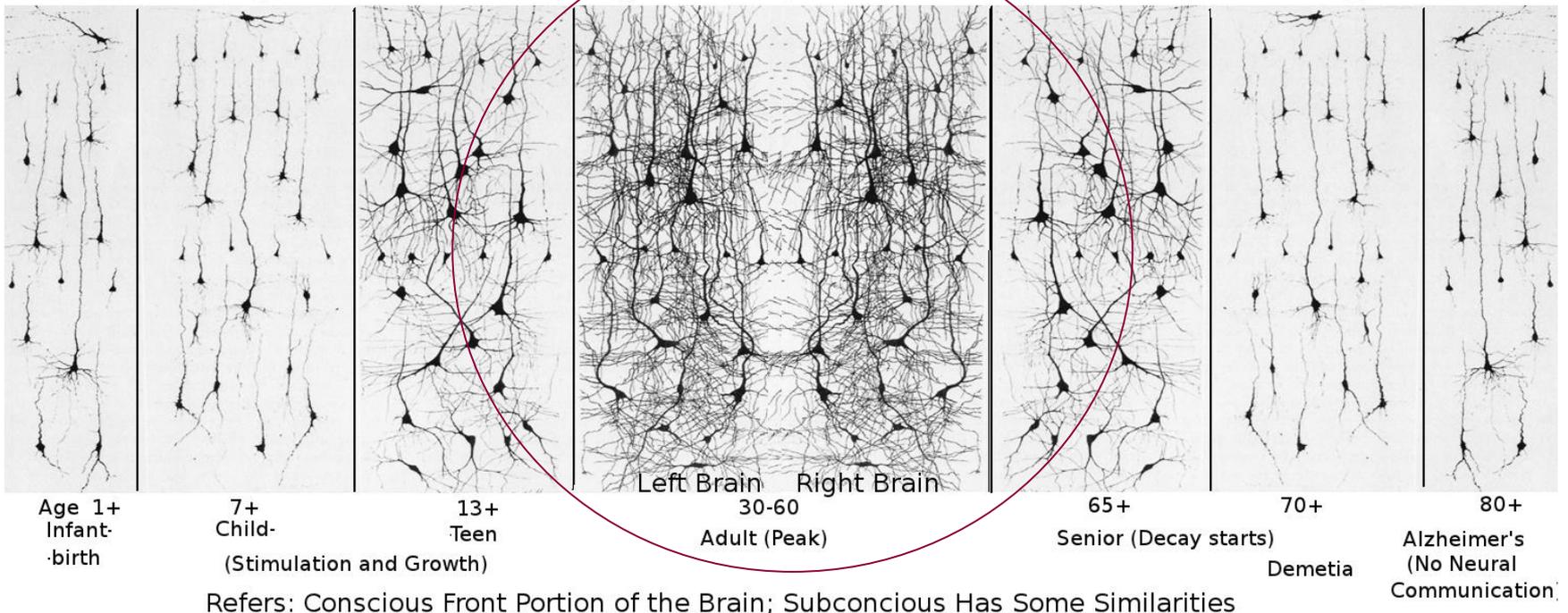
2 Years



Adult

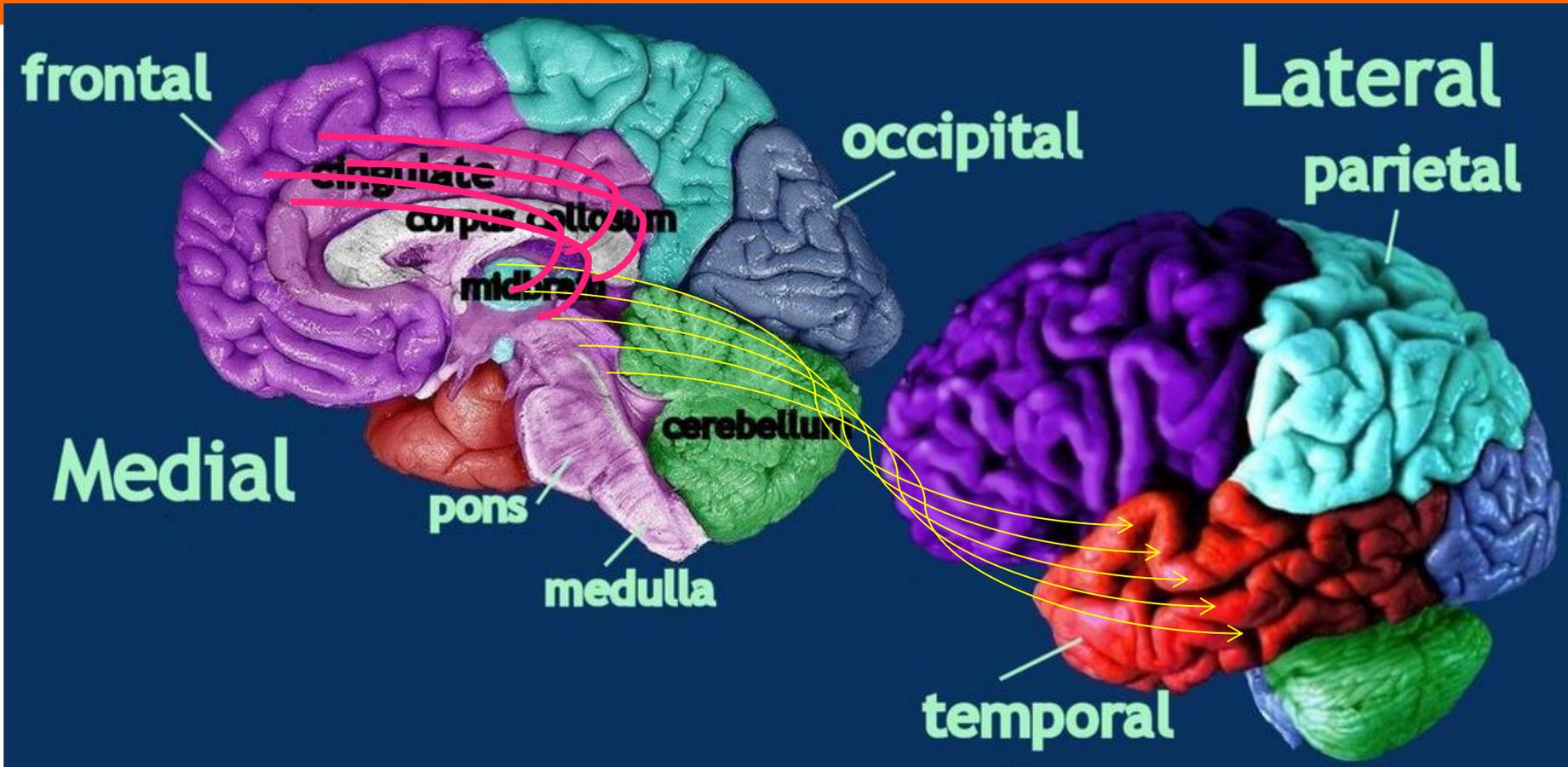
Neuroni e Sinapsi alle varie ETA'

The 7 Stages of Neuron Growth Cycle: An Open Secret to Smarter Healthier Longer Life



PRUNING : RIMODULAZIONE CEREBRALE

Da EMOTIVI a RAZIONALI



New brain research

and the effects of alcohol

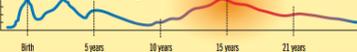
Brain plasticity

During peaks of plasticity, the adolescent brain is "wiring" two important brain areas: the **prefrontal cortex** (responsible for planning, decision-making, good judgment and impulse control) and the **hippocampus** (involved in memory and learning). During this period of development, the brain must make the key neural connections to wire itself to become a responsible, thoughtful adult. Alcohol, which acts as a depressant, slows down brain activity and hinders development.

Neural plasticity refers to the ability of circuitry in the brain to physically change and grow new dendrites as a result of new learning and experiences.

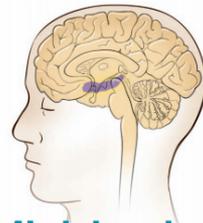
Peaks of brain plasticity

Drinking alcohol during times of peak plasticity can damage brain wiring.



Alcohol affects a teen brain differently than a mature adult brain. The brain goes through rapid development and "wiring" changes during the ages of 12 through the early 20s. Teen alcohol use can damage this brain wiring, which is essential to become a mature, thoughtful, responsible adult.

The brain's hippocampus (responsible for learning and memory) can be **10% smaller** in underage drinkers.

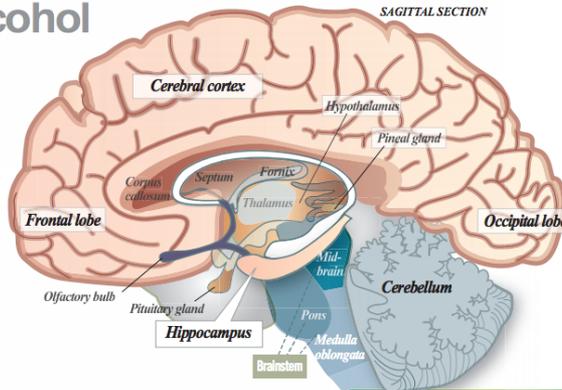


Alcohol can damage two key brain areas:

1 "The **prefrontal area** (responsible for thinking, planning, good judgment, decision-making and impulse control) undergoes the most change during adolescence. Researchers found that adolescent drinking could cause severe changes in this area...which plays an important role in forming adult personality and behavior. Damage from alcohol at this time can be long-term and irreversible."

2 "The **hippocampus** (involved in learning and memory) suffers the worst alcohol-related brain damage in teens. Those who had been drinking more and for longer had significantly smaller hippocampi (10 percent). In addition, short-term or moderate drinking impairs learning and memory far more in youths than adults. Frequent drinkers may never be able to catch up in adulthood, since alcohol inhibits systems crucial for storing new information."

American Medical Association, 2003 Fact Sheet



About the brain

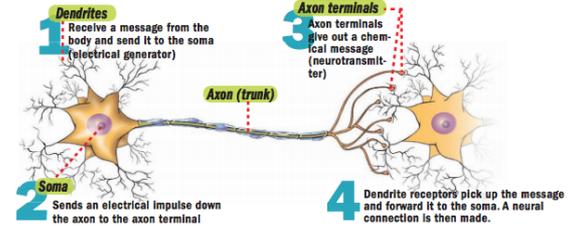
The brain is the major organ of the central nervous system and the control center for all the body's voluntary and involuntary activities. It is responsible for everything we think, feel, see, say and do.

The **brainstem** controls vital body functions, such as breathing and digestion. The **cerebellum's** main functions are the maintenance of posture and the coordination of body movements. The **cerebrum**, which consists of the right and left cerebral hemispheres, is the site of most conscious and intelligent activities.

Brain white matter damage

The brain is made up of gray matter (neurons) and white matter. Because alcohol suppresses brain activity, it prevents the teen brain from properly developing its essential "white matter" — the fatty-waxy coating which insulates the part of neurons that send electrical signals. Impaired white matter can negatively affect thinking and memory skills. — Dr. Susan Taper
(ref: <https://www.npr.org/templates/story/story.php?storyId=122765890>)

How neurons communicate



Our brain is more complex than the world's most powerful computer. It is responsible for everything we think, see, hear, feel, smell or do. It even creates and directs all of our emotions. The brain is divided into different areas that direct different parts of our body. Like a complex computer, all the different parts of the brain work at the same time — like parallel processing.

It does this through more than 100 billion brain cells called neurons. A neuron looks sort of like a tree, with "branches" called dendrites, a "trunk" called an axon, and "roots" called axon terminals. The tip of each "root" contains tiny sacks of powerful chemicals called neurotransmitters. At the top of the "trunk" is a tiny electrical generator called a soma.

The brain neurons communicate by sending electrical and chemical messages from the "roots" of one neuron to the "branches" of

another. If a thought or action is repeated often, the "roots" of one neuron send more chemical, and the receiving neuron makes more "branches" to receive it. The neural connection is strengthened until it begins to look like a bushy tree instead of a spindly tree. It becomes a dominant neural pathway.

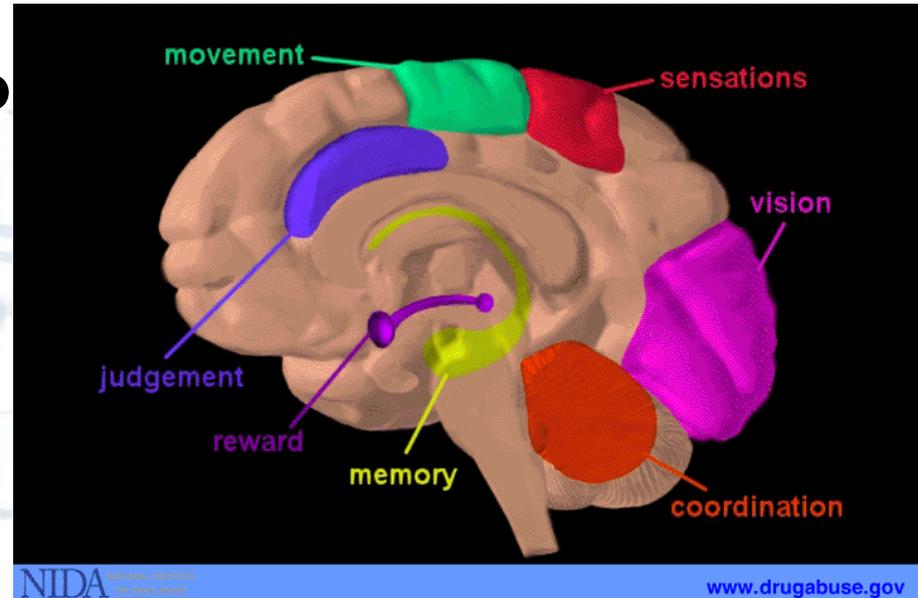
Forty percent of our neurons are "wired" at birth. They perform automatic functions such as breathing, heart and lung functions, digestion, etc. The other 60 percent are waiting to be stimulated by our learning and experiences to make connections or "wiring." When we learn new things, new "NEURAL CONNECTIONS" are made in our brain. This is referred to as "wiring" our brain. It is like loading new software into a computer so it can do more things. The more neural connections we make, the smarter and more capable we become. Alcohol suppresses brain development.

"...it has become clear that, during adolescence...the brain is highly plastic and shaped by experience.... Alcohol appears to interfere with the changes in circuitry that occur during learning."

—Dr. Aaron White, Duke University

ALCOL E CERVELLO

- L' alcol è tossico per le cellule nervose soprattutto a livello di:
 - -corteccia orbito frontale: **processi decisionali, emozionali e motivazionali**
 - Ippocampo: **regione dell' apprendimento e della memoria**



L'ALCOL E' TOSSICO PER IL CERVELLO E SI VEDE ... E NE ABBIAMO LE PROVE ...





E' questione di ... cervello !

O di "rispetto" ...



I DON'T CARE HOW DRUNK YOU'VE GOT, YOU'VE NEVER WOKEN UP





The next morning, Edmund vowed never to drink stroh rum again...

"Niente fa apparire una donna più carina che tre cocktail dentro un uomo"
Cit. Leopold Fetchner

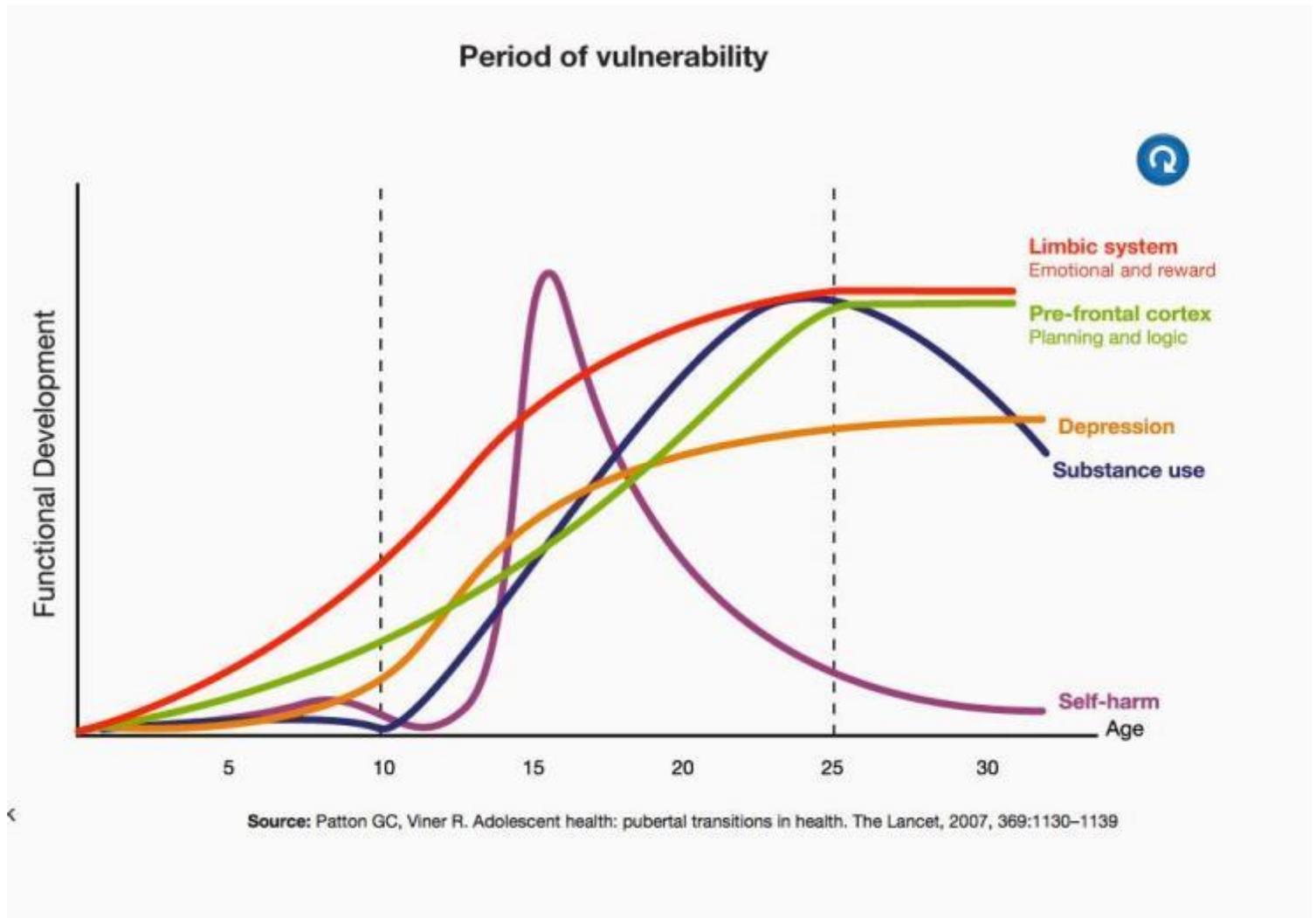


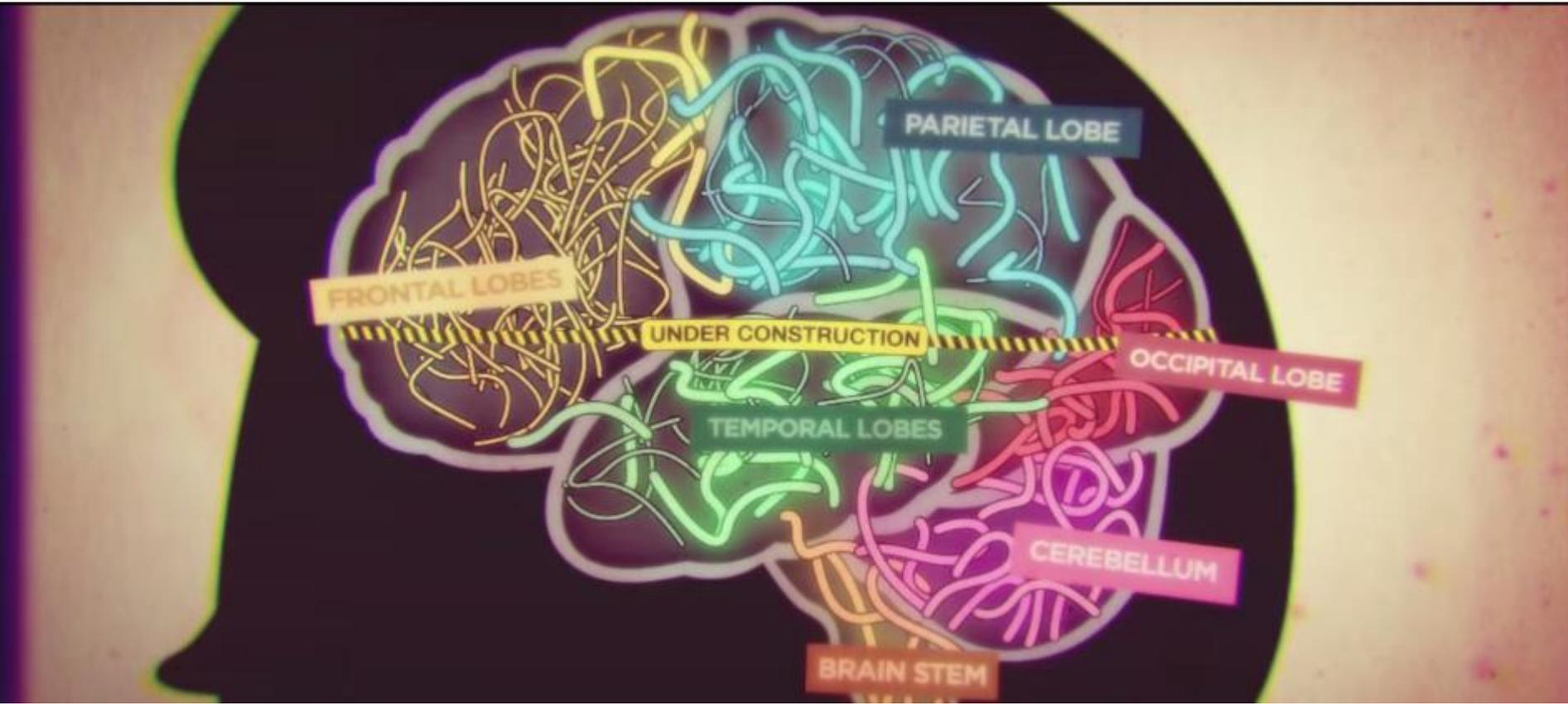
"Dopo aver letto un elenco dei possibili danni che l'alcol può recare alla salute, ho smesso di leggere."
Cit. Henny Youngman





La «finestra» di VULNERABILITA' alle sostanze



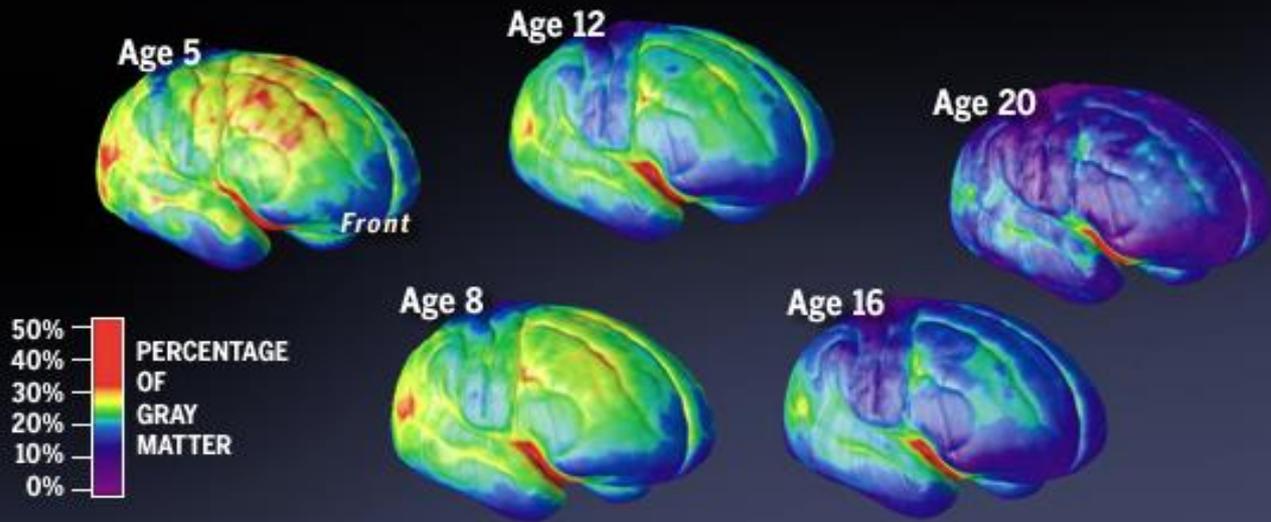


MATURITA' Per il cervello ha un senso e un significato (cellule grigie ... 😊)



Time-Lapse Brain

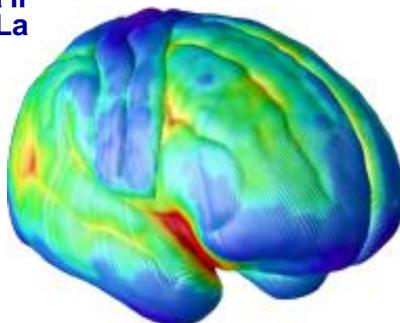
■ Gray matter wanes as the brain matures. Here 15 years of brain development are compressed into five images, showing a shift from red (least mature) to blue.



Perché l'ALCOL danneggia lo sviluppo del CERVELLO degli adolescenti

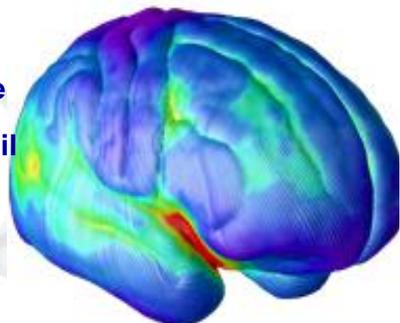
12 ANNI

Durante l'adolescenza il cervello si trasforma. La materia grigia diminuisce e le connessioni sono rimodellate.



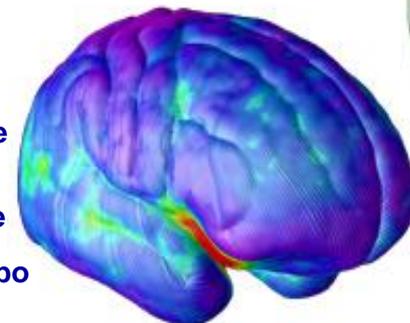
16 ANNI

Il cervello è in fase di pieno sviluppo e si rimodellano le connessioni a prevalenza prefrontale (razionalità). In questa fase l'alcol impedisce il rimodellamento



20 ANNI

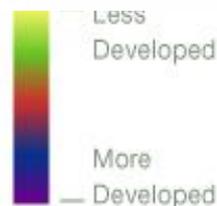
Lo sviluppo è completato. Le connessioni sono rimodellate irreversibilmente. Il risultato finale conferisce all'adulto le sue caratteristiche di razionalità grazie alla prevalenza prefrontale SE l'alcol non ha danneggiato lo sviluppo cerebrale.



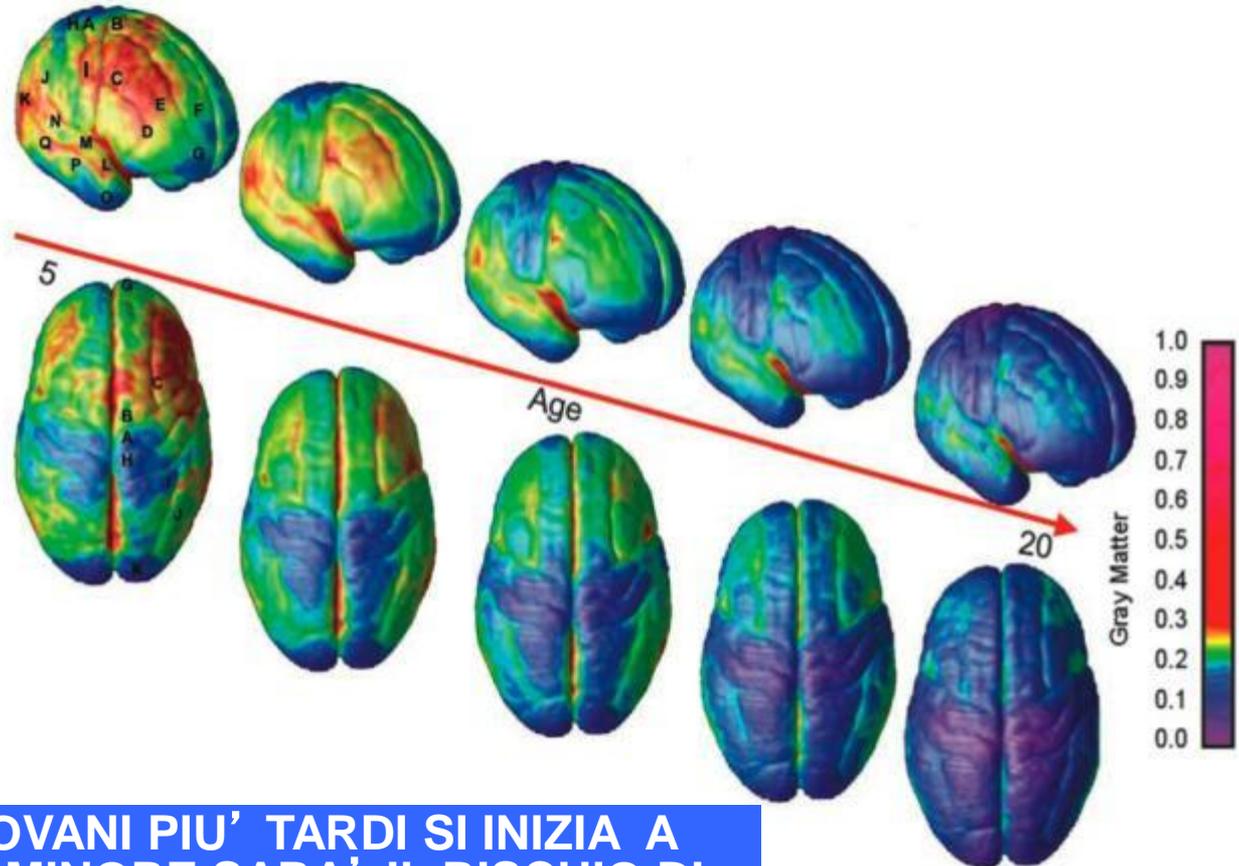
Dai 12 ai 21 anni un ampio rimodellamento (*pruning*) conduce il cervello da una modalità di ragionamento impulsiva, emozionale ad una razionale.

BERE ALCOL interferisce con questi processi e **BLOCCA** lo sviluppo nazionale verso lo stato cognitivo dell'adulto.

La corteccia PREFRONTALE deputata alla RAZIONALITA' si sviluppa nel corso della PRE-adolescenza. MA può INVOLVERSI a causa dell'uso di ALCOL cristallizzando la persona in una modalità di comportamento IMPULSIVO, AGGRESSIVO, orientato al comportamento A RISCHIO tipico dei giovanissimi



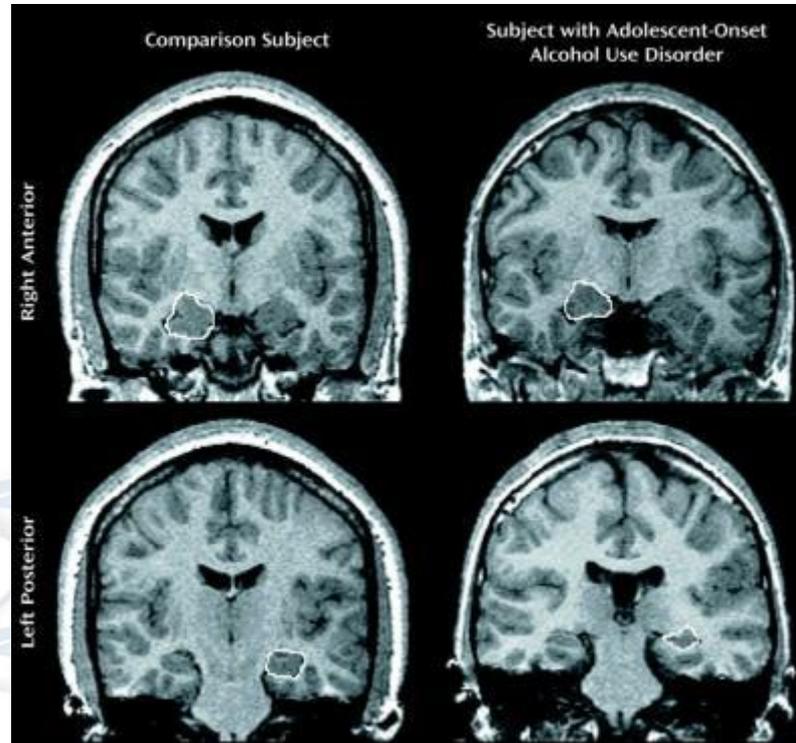
MATURI A 21 ANNI



NEI GIOVANI PIU' TARDI SI INIZIA A BERE E MINORE SARA' IL RISCHIO DI COMPROMISSIONE DEL NORMALE PROCESSO DI SVILUPPO PSICOFISICO



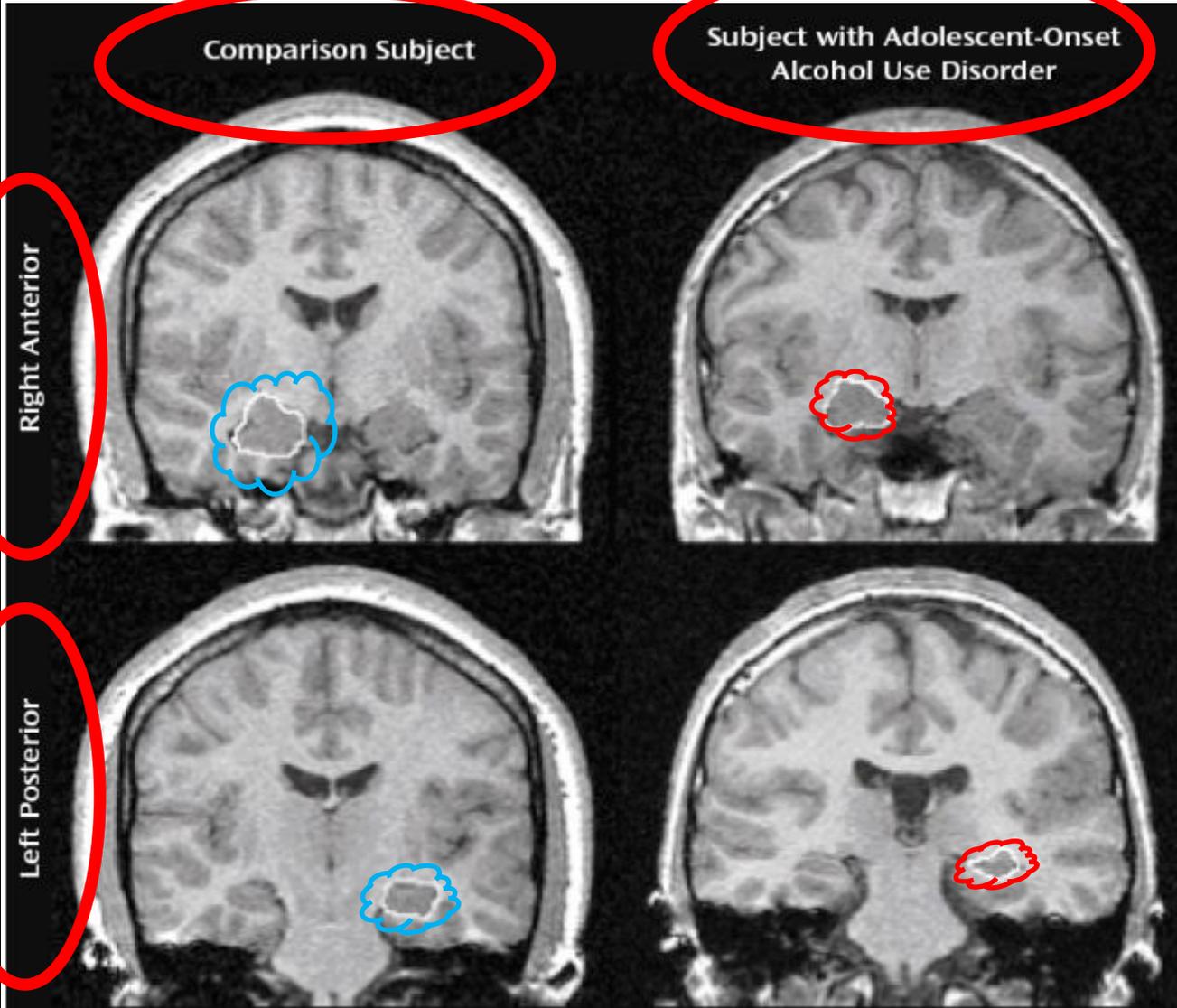
Neurotoxic effects of alcohol on the adolescent and young adult brain



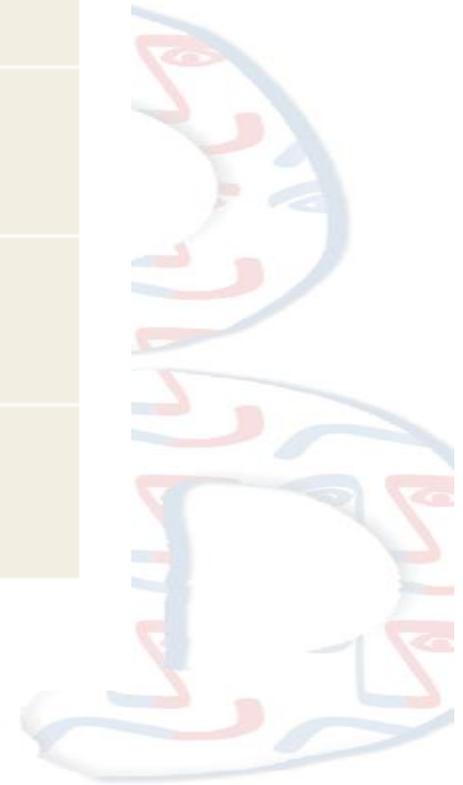
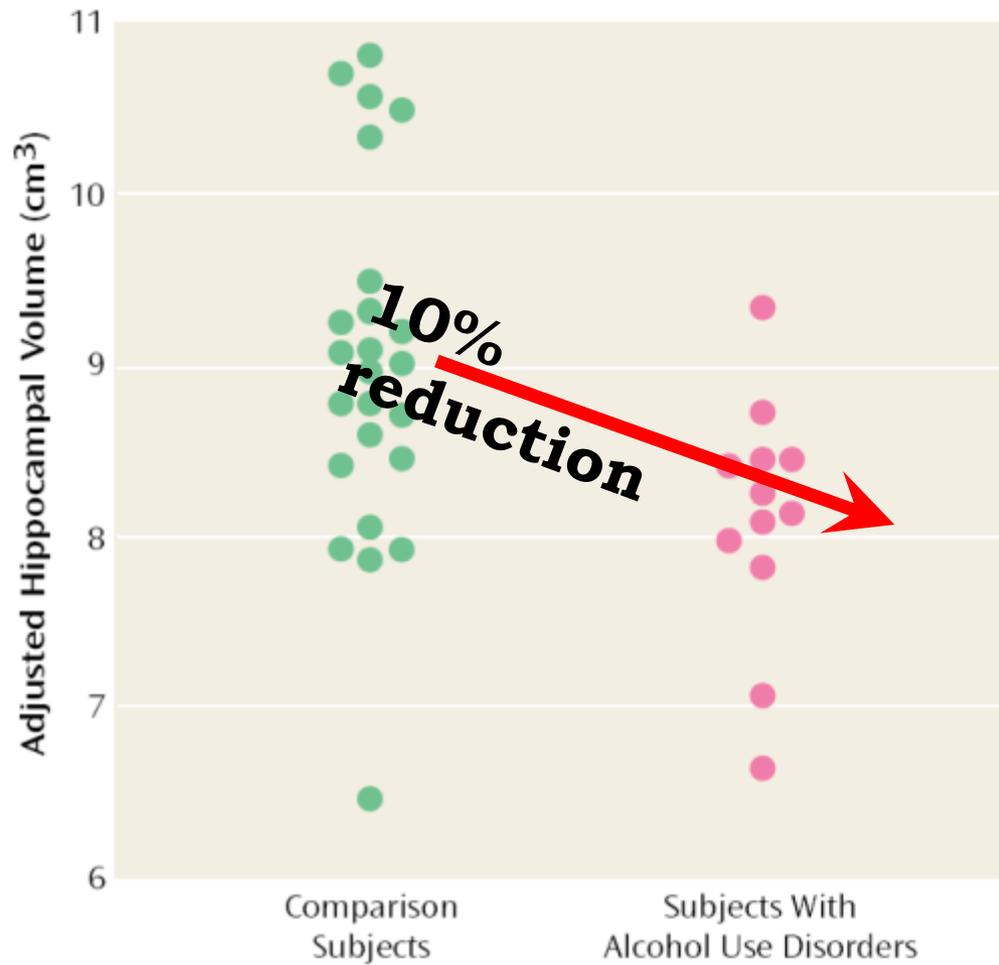
References

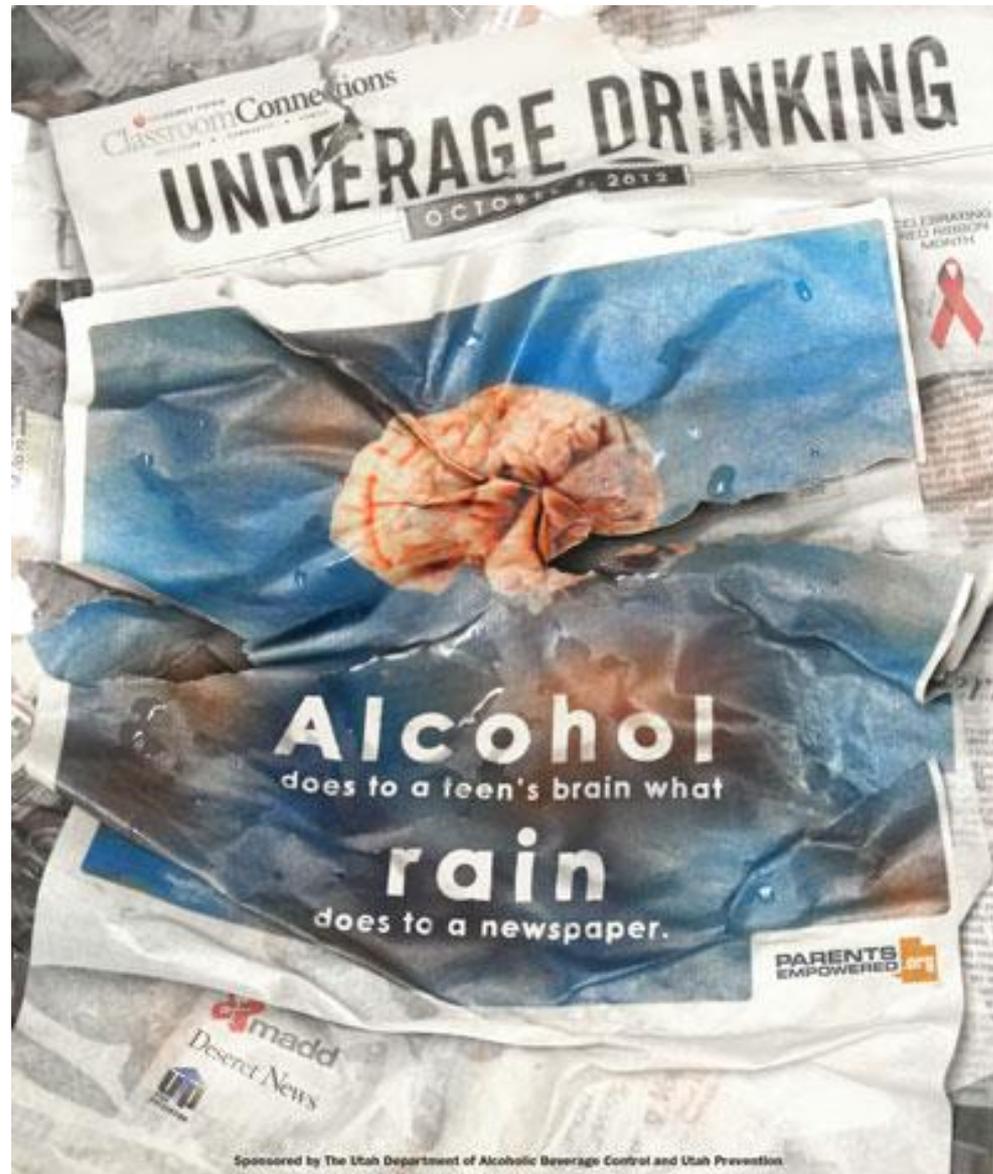
- De Bellis MD, Clark DB, Beers SR, Soloff PH, Boring AM, Hall J, Kersh A, Keshavan MS. [Hippocampal volume in adolescent-onset alcohol use disorders](#). Am J Psychiatry. 2000 May;157(5):737-44.
- Domingues SC, Mendonça JB, Laranjeira R, Nakamura-Palacios EM. [Drinking and driving: a decrease in executive frontal functions in young drivers with high blood alcohol concentration](#). Alcohol. 2009 Dec;43(8):657-64.
- Ehlers CL, Criado JR. [Adolescent ethanol exposure: does it produce long-lasting electrophysiological effects?](#) Alcohol. 2010 Feb;44(1):27-37.
- Guerri C, Pascual M. [Mechanisms involved in the neurotoxic, cognitive, and neurobehavioral effects of alcohol consumption during adolescence](#). Alcohol. 2010 Feb;44(1):15-26.
- R Hingson, T Heeren, and M Winter. [Lower legal blood alcohol limits for young drivers](#). Public Health Rep. 1994 Nov-Dec; 109(6): 738-744.
- Johnston MV. [Neurotransmitters and vulnerability of the developing brain](#). Brain Dev. 1995 Sep-Oct;17(5):301-6.

Abitudini giovanili per esiti da anziani...



MEMORIA e CAPACITA COGNITIVA: in media - 10 % (e oltre...)



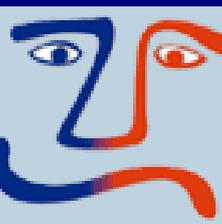


Il consumo *binge drinking* “spegne” la memoria dei giovani... esattamente come la cannabis

The brain images below show how alcohol may harm teen mental function. Compared with a young non-drinker, a 15-year-old with an alcohol problem showed poor brain activity during a memory task. This finding is noted by the lack of pink and red coloring.



Image from Susan Tapert, PhD, University of California, San Diego.

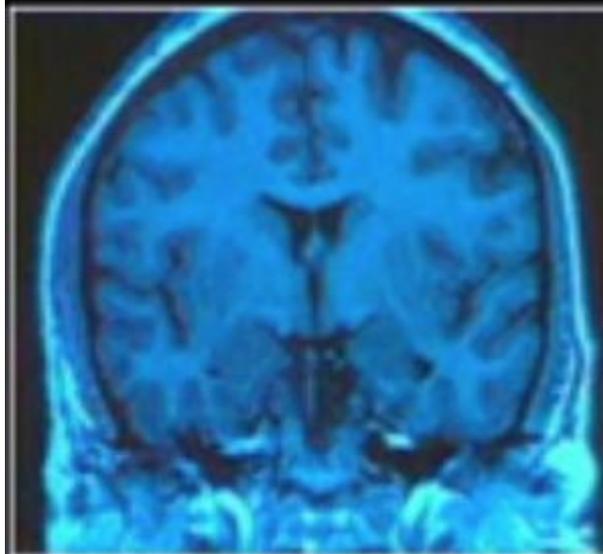


La “leggerezza” della DIPENDENZA

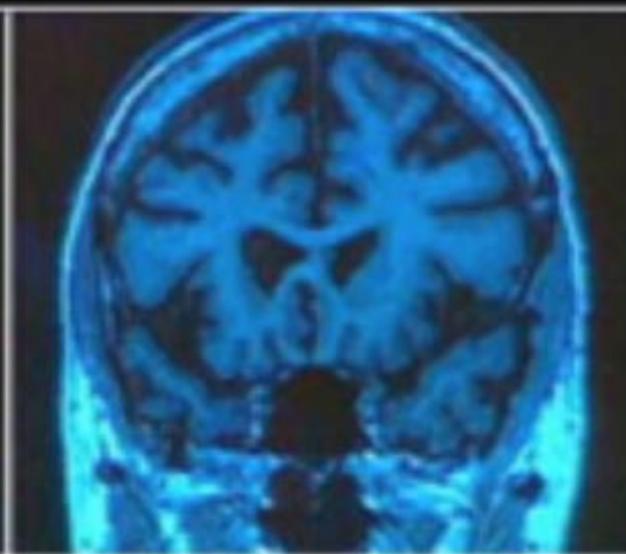
Rarefazione cerebrale



Risonanza Magnetica Encefalica

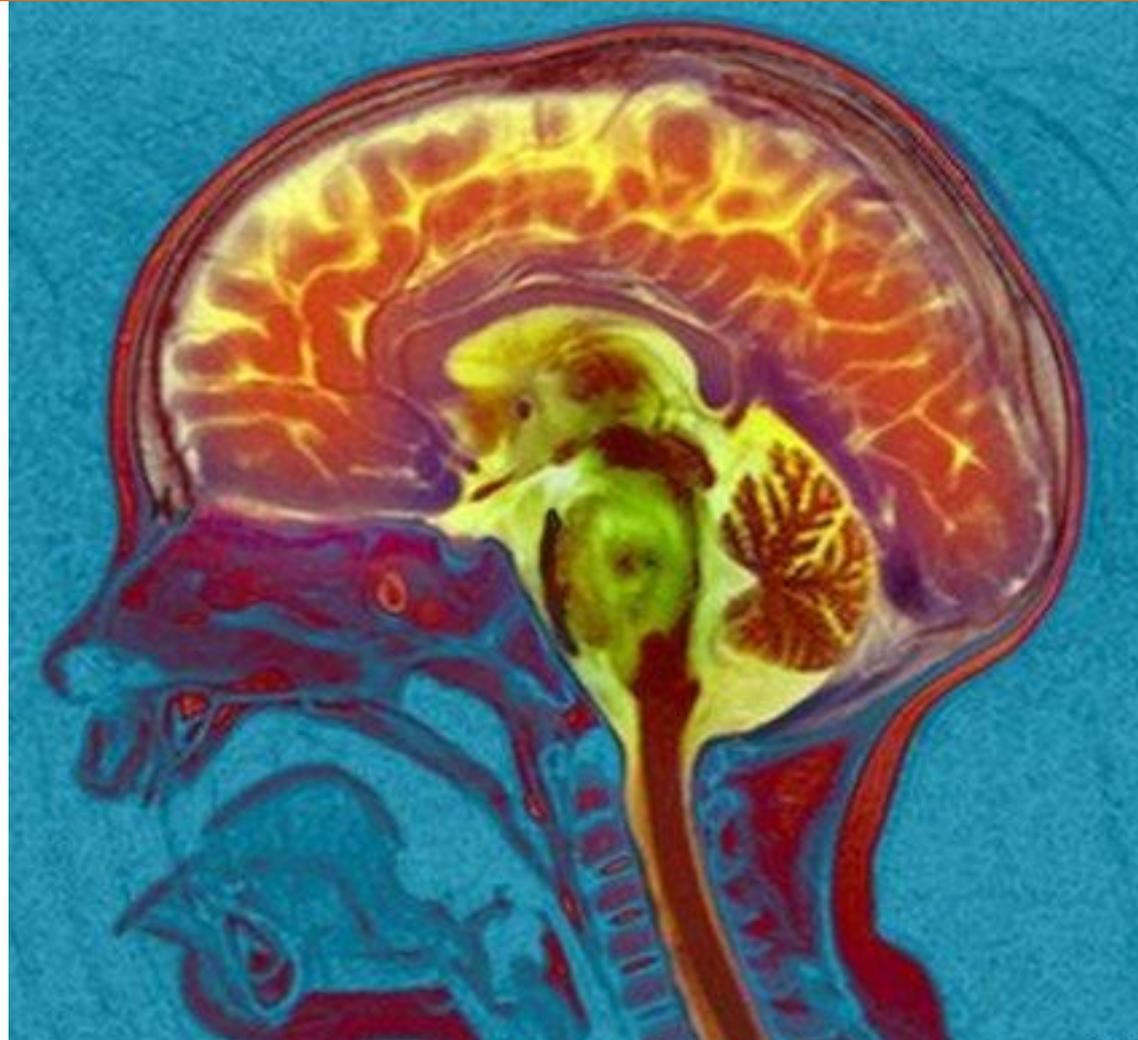


43enne
Normale



43enne
Alcol dipendente

- ALCOL + CERVELLO



Action Plan on Youth Drinking and on Heavy Episodic Drinking (Binge Drinking) (2014-2016)

Endorsed by

the Committee on National Alcohol Policy and Action (CNAPA)

on 16 September 2014

European Commission

PUBLIC HEALTH

European Commission > DG Health & Consumers > Public health > Alcohol > Key documents

ALCOHOL

All topics Policy EU Alcohol and Health Forum Committee (CNAPA) Indicators Projects Portal >

Go back to Alcohol > Key documents

Key documents

16 September 2014

[Action Plan on Youth Drinking and on Heavy Episodic Drinking \(Binge Drinking\) \(2014-2016\) of the Committee on National Alcohol Policy and Action \(CNAPA\)](#)

The Action Plan on Youth Drinking and on Heavy Episodic Drinking (Binge Drinking) focuses on prevention of alcohol related harm in the fields of youth drinking and heavy episodic drinking. It has a duration of two years and will contribute to achieving the objectives of the EU strategy to support Member States in reducing alcohol related harm.

EU Action Plan on Youth Drinking and on Binge Drinking (2014-2016)

2.1.1 Youth Drinking

The age group considered as youth in this Action Plan includes the unborn child, children, adolescents and young adults up to the age of 25. This is to ensure targeted actions protecting children, embracing the various legal age limits throughout the EU and harmful and hazardous use among youth that are above the legal age limit. This consideration is also in line with research showing that the brain is not fully developed until the mid-twenties, and thus is more vulnerable to alcohol. It is highly important to protect youth from the harm caused by alcohol and this requires a broad range of actions targeting different age groups among the youth.

**L'alcol è nocivo
per lo sviluppo
cerebrale sino
ai 25 anni**

ALCOHOL

European Commission

PUBLIC HEALTH

European Commission > DG Health & Consumers > Public health > Alcohol > Key documents

ALCOHOL

All topics Policy EU Alcohol and Health Forum Committee (CNAPA) Indicators Projects Portal >

Go back to Alcohol > Key documents

Key documents

16 September 2014

Action Plan on Youth Drinking and on Heavy Episodic Drinking (Binge Drinking) (2014-2016) of the Committee on National Alcohol Policy and Action (CNAPA)

The Action Plan on Youth Drinking and on Heavy Episodic Drinking (Binge Drinking) focuses on prevention of alcohol related harm in the fields of youth drinking and heavy episodic drinking. It has a duration of two years and will contribute to achieving the objectives of the EU strategy to support Member States in reducing alcohol related harm.

EU Action Plan on Youth Drinking and on Binge Drinking (2014-2016)



OSSERVATORIO NAZIONALE ALCOL
REPARTO SALUTE DELLA POPOLAZIONE
E SUOI DETERMINANTI
C.N.E.S.P.S.

Direttore: EMANUELE SCAFATO

WHO COLLABORATING CENTRE
FOR RESEARCH AND HEALTH PROMOTION
ON ALCOHOL AND ALCOHOL-RELATED HEALTH PROBLEMS



Action Plan on Youth Drinking and on Heavy Episodic Drinking (Binge Drinking) Il Piano di Azione 2014-2016 sul bere dei giovani e sul binge drinking

Emanuele Scafato, Direttore Osservatorio nazionale alcol (Cnesps-Iss)



Il Piano d'Azione approvato da tutti gli Stati Membri EU richiama tutti i Governi a considerare sei aree di azioni prioritarie:

- **ridurre il binge drinking (inteso come consumo eccessivo episodico)**
- **ridurre l'accesso e la disponibilità delle bevande alcoliche ai giovani**
- **ridurre l'esposizione dei giovani alla pubblicità e al marketing delle bevande alcoliche**
- **ridurre il danno da alcol in gravidanza**
- **assicurare un ambiente sicuro e salutare ai giovani**
- **supportare il monitoraggio e incrementare la ricerca.**

Il [Piano d'azione sul bere dei giovani e sul binge drinking](#) non lascia spazi a interpretazioni e identifica chi ha il dovere di agire, come farlo e attraverso quali azioni basate sull'evidenza che sottolinea, precisa, ribadisce e rimarca che l'alcol è nocivo per lo sviluppo cerebrale sino ai 20 anni (aggiornate le evidenze che ponevano questa "soglia" ai 21-24 anni) e questo è il motivo per cui il Piano d'azione si focalizza sui diversi target dei giovani a partire dai bambini, passando attraverso gli adolescenti, i maggiorenni (secondo le differenti età legali correnti nelle diverse Nazioni della Unione europea) e, non ultimi, i giovani adulti.

POLICY GOALS

Sotto l'età minima legale:

- **RITARDARE** l'avvio al bere
- **RIDURRE e MINIMIZZARE** le quantità di alcol consumate dagli adolescenti
- **RIDURRE** il danno nei bambini che vivono in famiglie con problemi legati all'alcol



Policy goals for children and adolescents below the legal age limit for purchase of alcohol include:

- Delaying the age of first use of alcohol
- Reducing and minimising amounts of alcohol consumed among adolescents who may drink
- Reducing harm suffered by children in families with alcohol problems

RUOLO DELL'INDUSTRIA :

i messaggi e le azioni devono essere indipendenti e definiti dalle autorità competenti

The role of the alcohol beverage industry, including the hospitality sector and advertising industry, can be helpful in prevention activities in particular through initiatives that reduce the negative consequences of drinking and intoxication, such as management policies relating to responsible serving, training of hospitality sector staff, to preventing and managing intoxicated drinkers, and to ensuring that alcohol is not available to those under the legal age of purchase.²³

Consistent with the evidence on where the alcohol industry, including the hospitality sector and the advertising industry, can play a helpful role in prevention activities, as already described. CNAPA would wish to see industry (in particular from the European Alcohol and Health Forum) contributing to this Action Plan at EU level in areas including:

- the reduction of alcohol content (in accordance with specific EU or national legislation)
- supporting independent monitoring to strengthen the protection of young people from exposure to alcohol advertising, including from new media,
- providing consumer information, including voluntary labelling, and at national and local level
- through initiatives on staff training to prevent serving to intoxicated drinkers and to people below the legal age of purchase
- through consumer information where information messages and campaigns are defined and supported by public authorities or independent bodies
- through supporting multi-stakeholders programmes to ensure better enforcement of age limits.

REGOLAMENTARE E LIMITARE VENDITA e MARKETING AI MINORI (25 anni) COREGOLAMENTAZIONE al posto dell'AUTOREGOLAMENTAZIONE

AREA FOR ACTION 2: REDUCE ACCESSIBILITY AND AVAILABILITY OF ALCOHOLIC BEVERAGES FOR YOUTH				
Main priority: to prevent consumption among under age and harmful and hazardous use among young people				
Operational objective	Options for Action	Responsible parties	Indicator(s)	Data collection and assessment mechanisms
Promote, ensure and enforce adequate level of controls in on- and off-premises particularly for legal age check	Use effective enforcement measures to reduce availability of alcoholic beverages to underage people	MS	No. of (legal and other administrative) interventions adopted or	CNAPA members' reports to EC ESPAD
Limit the exposure of youth to alcohol marketing through the internet and new media, including sponsoring	Discussion on and exchange of best practices in CNAPA on addressing alcoholic product placement and sponsorship on various media (TV, cinema internet) taking account of young people's exposure	MS, EC		
	Discussion on and exchange of views in CNAPA on alcohol marketing via new media and its impact on young people	MS, EC		
	Use existing legislation and co-regulation to reduce the exposure to advertising to which young people are exposed to through media	EC, MS		
	Introduce on voluntary basis 25 years' or higher reference age for age controls	MS	No. of MSs with 25 or higher age as reference age for age controls	CNAPA members' reports to EC

Garantire il CONTROLLO di TUTTI I MEDIA

Internet - nuovi media (smartphones) –sponsorizzazioni

RAFFORZARE le misure LEGISLATIVE SPECIFICHE e la COREGOLAMENTAZIONE

AREA FOR ACTION 3: REDUCE EXPOSURE OF YOUTH TO ALCOHOL MARKETING AND ADVERTISING				
Main priority: to protect the most vulnerable age groups from exposure of alcohol marketing and advertising				
Operational objective	Options for Actions	Responsible parties	Indicator(s)	Data collection and assessment mechanisms
Ensure that all marketing and advertising is in compliance with the Audio-visual Media	Study on exposure of minors to alcohol advertising on linear and non-linear audio-visual media services and other online services based on the Audio-visual Media	EC	EC report	not applicable
Services Directive and with national regulations and voluntary codes	Services Directive's restrictions (2010/13/EU)			
Limit the exposure of youth to alcohol marketing through the internet and new media, including sponsoring	Discussion on and exchange of best practices in CNAPA on addressing alcoholic product placement and sponsorship on various media (TV, cinema internet) taking account of young people's exposure	MS, EC	Quantity and quality of relevant topics discussed	CNAPA meeting reports
	Discussion on and exchange of views in CNAPA on alcohol marketing via new media and its impact on young people	MS,EC	Quantity and quality of relevant topics discussed	CNAPA meeting reports
	Use existing legislation and co-regulation to reduce the exposure to advertising to which young people are exposed to through media	EC, MS	The number of countries that has strengthened their existing legislation or co-regulation to reduce exposure of young people to alcohol	CNAPA members' reports to EC

LA “PREVENZIONE” DEL TERZO MILLENNIO

BEVI

RESPONSABILMENTE

BEVI

CONSAPEVOLMENTE

“BEVI RESPONSABILMENTE” ???

Se provate a chiedere a dei ragazzi ma anche ad adulti di analizzare la frase e spiegare cosa ne pensano vi risponderanno:

- **BEVI** è un imperativo... che scelta si ha?
- **RESPONSABILMENTE** che dimensione è ?

E' una modalità di comunicazione ambigua (tipica degli adulti, aggiungono i giovani...)

BERE E' UNA RESPONSABILITA'

è un messaggio più educativo

SE si sceglie di bere, si beve SEMPRE in LIMITI BEN PREFISSATI e quando non si espone

sè stessi o altri ad un pericolo

senza MAI farsi ingannare dai messaggi mediatici, dalle mode, dal marketing

Nessun messaggio FORNISCE INFORMAZIONI su cosa SIGNIFICHI. TUTTI INEFFICACI in termini di SALUTE PUBBLICA e da sostituire con WARNINGS



Drug and Alcohol Dependence
Volume 142, 1 September 2014, Pages 168–173



Full length article

Defining strategies for promoting product through 'drink responsibly' messages in magazine ads for beer, spirits and alcopops

Katherine Clegg Smith  , Samantha Cukier, David H. Jernigan

September 3, 2014

'Drink Responsibly' Messages in Alcohol Ads Promote Products, Not Public Health

NINE OUT OF 10 ENCOURAGE RESPONSIBILITY; NONE PROVIDE REAL INFORMATION ABOUT WHAT THAT MEANS

Alcohol industry magazine ads reminding consumers to "drink responsibly" or "enjoy in moderation" fail to convey basic public health information, according to a new study from the Johns Hopkins Bloomberg School of Public Health.

A report on the research, published in the September issue of *Drug and Alcohol Dependence*, analyzed all alcohol ads that appeared in U.S. magazines from 2008 to 2010 to determine whether messages about responsibility define responsible drinking or provide clear warnings about the risks associated with alcohol consumption.

Abstract

Background

Neither federal regulations nor industry voluntary codes require 'responsibility' statements in alcohol advertising. Stand alone 'public service' responsibility campaigns have been found to convey pro-drinking themes. We analyzed responsibility statements placed in conventional alcohol advertising to consider how responsible drinking is presented, and potential communicative goals for responsibility messages.

Methods

We conducted a descriptive textual analysis of 'drink responsibly' messages appearing in all advertisements pertaining to beer, spirits and alcopop products placed in U.S. national, newsstand magazines from 2008 to 2010 ($N = 1795$). We coded advertisements for presence, prominence and content of responsibility messages. Using a qualitative approach, we created a taxonomy of product promotional elements within the responsibility messages.

Results

Analysis revealed that 87% of the advertisements included a responsibility message ($N = 1555$); responsibility messages were less prominent than any included tagline (product slogan). Messages never defined responsible drinking or promoted abstinence. No link was made between warnings and activities conveyed in the advertisements. There were 197 unique responsibility messages, 88% of which ($N = 174$) were promotional of the advertised product. Responsibility promotional content was categorized into 5 strategies: Product name, Consumption information, Product qualities, Product promise, Qualities of the drinker.

Conclusions

Responsibility messages were overwhelmingly used to promote product rather than convey relevant public health information. Based on this analysis, existing responsibility messages are largely ineffective at conveying relevant public health information, and should be supplemented by or replaced with prominently placed, externally developed, cognitively tested warnings that do not reinforce marketing messages.

RESPONSABILMENTE PRESIDENT OBAMA...

guardian.co.uk

Doctors tell Barack Obama to quit smoking

The American president has been trying to kick the habit for sometime, apart from the smoking he is in excellent health

Eveta MacAskill, Washington
guardian.co.uk, Monday 1 March 2010 01:50 GMT



Barack Obama has had his first medical examination since becoming president. Photograph: Charles Dharapak/AP

Barack Obama is still struggling to kick smoking, according to his first medical examination since becoming president.

Obama is sensitive about his cigarette habit and tetchy with reporters who raise it. But after his 90-minute medical at the Navy hospital outside Washington yesterday morning, his doctors confirmed he had not yet managed to conquer the habit and suggested he "continue smoking cessation efforts".



The doctors also recommended "moderation of alcohol intake".

MEMORANDUM FOR

ROBERT GIBBS
ASSISTANT TO THE PRESIDENT AND
WHITE HOUSE PRESS SECRETARY

FROM:

CAPT JEFFREY KUHLMAN, MC, FS, USN
PHYSICIAN TO THE PRESIDENT,
CHIEF WHITE HOUSE PHYSICIAN AND
DIRECTOR, WHITE HOUSE MEDICAL UNIT

SUBJECT:

The President's First Periodic Physical Exam as President

President Barack Obama completed his first routine periodic physical examination as President of the United States today, at the National Naval Medical Center in Bethesda, Maryland. I performed and supervised the examination with appropriate specialty consultations and diagnostic testing. The purposes of this year's exam were:

- to provide the President every opportunity to enjoy the benefits of good health, now and for years to come, and
- to provide the public with a candid medical assessment of the President's ability to carry out the duties of his office, now and for the duration of his tenure.

The President's previous physical examination was completed in July 2008, under the supervision of the Attending Physician to Congress. This year's examination focused on evidence-based screening prevention and primary care, targeted to the President as an individual and his occupation.

With the consent of President Obama, I release the following executive health summary.

Summary

The President is in excellent health and "fit for duty". All clinical data indicate that he will remain so for the duration of his Presidency.

The President completed all age-appropriate screening tests, to include colorectal cancer screening. A CT-colonography was performed with normal results.

Recommendations

Follow-up colorectal cancer screening is recommended in 5 years for routine colon cancer screening.

Continue smoking cessation efforts, a daily exercise program, healthy diet, moderation in alcohol intake, periodic dental care, and remain up-to-date with recommended immunizations.



RELAZIONE ALCOL-PERSONA

Modalita' di interpretazione problematica del bere

NON BERE, NON CONSUMO MA
USO DELL' ALCOL

ALCOL COME SOSTANZA

**Valore d'uso legato a effetti desiderati
di intossicazione**





SPERIMENTAZIONE del limite legato al bisogno di sperimentare il proprio corpo e le sue reazioni ed identificabile dalla presenza di mal di stomaco, mal di testa, vomito, ecc.



PROTAGONISMO (starring) il vero *macho* che sa “reggere” grandi quantità di alcol senza star male per colpire l’attenzione delle ragazze.

STILE TRASGRESSIVO utilizzo di alcol determinata da ritualità superando i limiti e le norme socialmente condivise e trasmesse a scopo dimostrativo o provocatorio



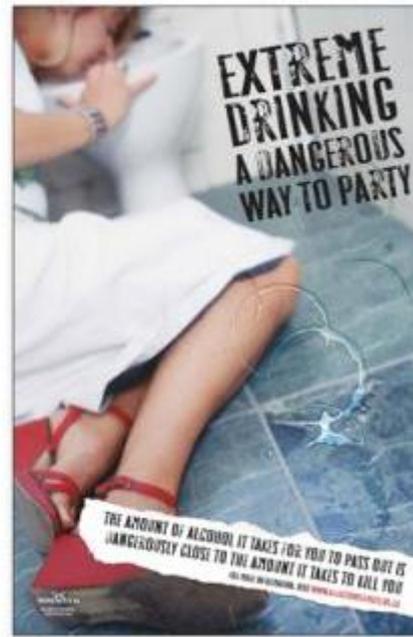
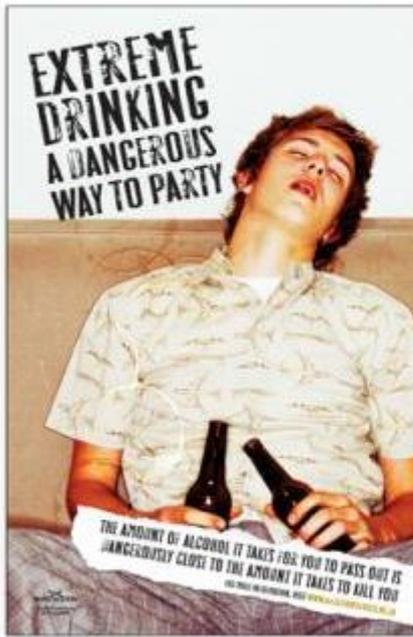


MODALITA' ANESTETIZZANTE bisogno di "automedicazione" anestetizzando il "mal-essere" esistenziale giovanile.

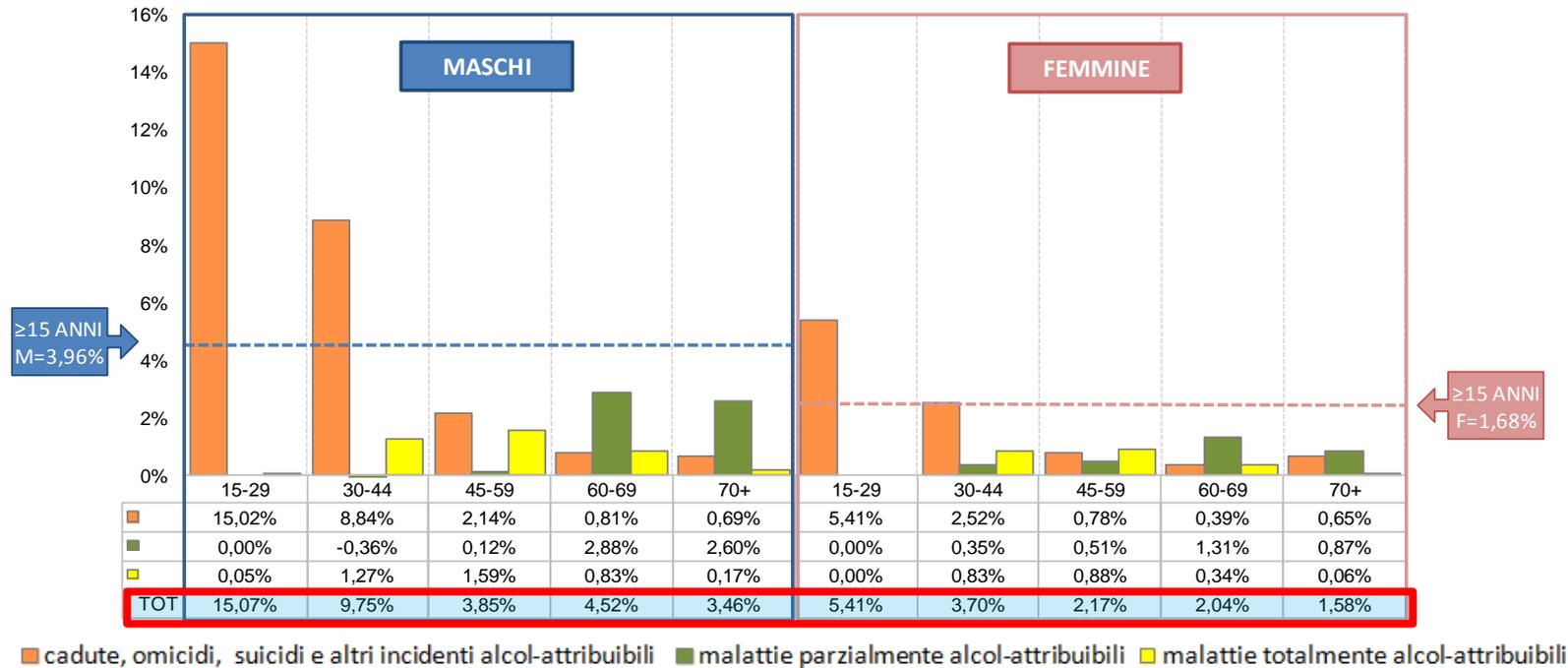


MODALITA' ANTI-VUOTO riempitivo per il tempo vuoto, per combattere la noia da soli o in compagnia





ISS- Caratterizzazione delle componenti della mortalità alcol-attribuibile , per classi di età e sesso. ITALIA (2010)



La percentuale di decessi registrati nella classe di età 15-29 attribuibile al consumo di alcol (M=15,07%; F=5,41%) è molto più alta rispetto a quella registrata nelle altre classi di età

Causa principale: incidenti stradali



Dopo l'età adulta la percentuale dei decessi attribuibile al consumo di alcol aumenta nuovamente ed tra gli anziani per cause di morte parzialmente attribuibili.

Cause principali: Neoplasie maligne Incidenti/ cadute

I giovani, che muoiono a causa di incidenti alcolcorrelati, e gli ANZIANI , con una forte componente di mortalità per CANCRO e INCIDENTI sono TARGET VULNERABILI.

Mortalità CRONICA e ACUTA sono da contrastare attraverso azioni evidentemente differenti non ESCLUSIVAMENTE di COMPETENZA SANITARIA



Ministero della Salute

DIPARTIMENTO DELLA SANITA' PUBBLICA E DELL'INNOVAZIONE
DIREZIONE GENERALE DELLA PREVENZIONE - UFFICIO VII

RELAZIONE DEL MINISTRO DELLA SALUTE AL PARLAMENTO
SUGLI INTERVENTI REALIZZATI AI SENSI DELLA LEGGE 30.3.2001 N. 125
"LEGGE QUADRO IN MATERIA DI ALCOL E PROBLEMI ALCOLCORRELATI"

ANNO 2013

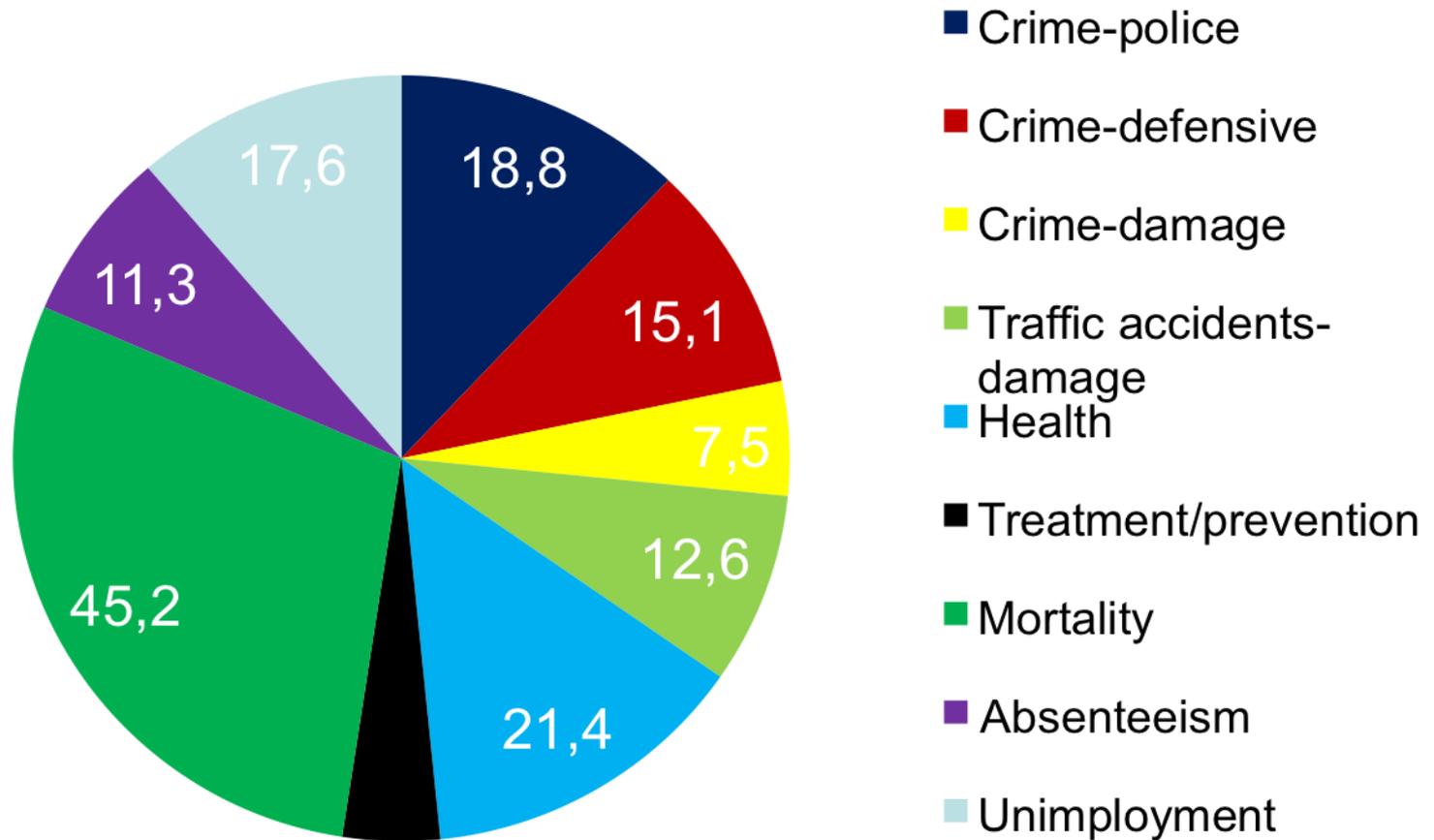
L'1 % dei nuovi alcoldipendenti in carico ai servizi ha meno di 19 anni

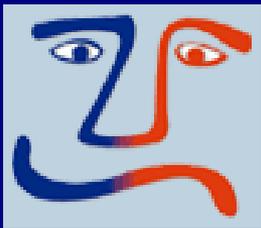
Il 14 % circa ha meno di 30 anni

La spesa farmacologica per l'alcoldipendenza è di 7,8 milioni di euro

Fra gli alcoldipendenti in trattamento nei servizi alcologici territoriali la percentuale degli utenti al di sotto dei 30 anni rappresenta nel 2012 il 9,1 % dell'utenza totale e tra i nuovi utenti tale percentuale sale al 13,7%. Inoltre nei servizi alcologici si conferma una stabile percentuale di giovani utenti di età inferiore ai 20 anni, la cui entità oscilla nel tempo, a partire dal 1996, tra lo 0,5 % e lo 0,7% e che nel 2012 è stata pari allo 0,5%.

Costi dell'ALCOL – 1.3% del OIL (EU) 155.8 miliardi euro nel 2010





facebook Cerca persone, luoghi e oggetti Emanuele Sc

Like

C S F A

COMITATO SINGLE FELICI E ALCOLIZZATI

C S F A : Comitato Single Felici e Alcolizzati

Mi piace Messaggio

101.384 "Mi piace" · 15.487 ne parlano

Comunità

★ Benvenuti su: *C S F A : Comitato Single Felici e Alcolizzati * Buon divertimento!
ADMIN: Tony ★ ForeverAlone

101mil: Ha ufficialmente bisogno di sole mi

facebook Cerca persone, luoghi e oggetti Emanuele Scafato

MOVIMENTO

MOVIMENTO 5 LITRI

Mi piace Messaggio

429 "Mi piace" · 7 ne parlano

Partito politico
Il Movimento 5 Litri è un partito politico italiano, che si autodefinisce "libera associazione di bevitori". È stato fondato il 1 Marzo 2013.

Informazioni - Suggestisci una modifica

MOVIMEN 429

Foto "Mi piace"

INFORMAZIONE



Alcohol
Prevention
Day



ISTITUTO SUPERIORE DI SANITÀ
OSSERVATORIO NAZIONALE
ALCOL - ONESP^{ca}

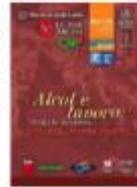


WHO COLLABORATING CENTRE
FOR RESEARCH AND HEALTH PROMOTION ON ALCOHOL
AND ALCOHOL-RELATED HEALTH PROBLEMS

FOUNDED BY WWW.GRIMET.IT

LIBRETTI

ALCOL
E LAVORO
RISTAMPA
2005



ALCOL
LE STRATEGIE
DI PREVENZIONE
DELL'OMS
2006



ALCOL
LE STRATEGIE
DI PREVENZIONE
DELLA COMUNITÀ
EUROPEA
ED 2007



ALCOL
SAI COSA BEVI
PIÙ SAI MENO
RISCHI 2004
RISTAMPA 2006



ALCOL
SAI COSA BEVI
PIÙ SAI MENO
RISCHI DECIDI DI
CAMBIARE 2004
RISTAMPA 2006



DONNA
E ALCOL
PRIMA
ED 2007



IL PILOTA
SE GUIDI, NON
BERE PRIMA
ED 2006



OPUSCOLI

ALCOL
SAI COSA BEVI
PIÙ SAI
MENO RISCHI
GUIDA UTILE
RISTAMPA 2005



LE RAGAZZE
E L'ALCOL
PRIMA ED 2007



UN DECALOGO
PER I GENITORI
2006



WWW.EPICENTRO.ISS.IT/ALCOL

PIEGHEVOLI

ALCOL
QUALCHE
DRITTA
PER I PIÙ
GIOVANI
ED 2007



TELEFONO
VERDE ALCOL



POSTER

CAMPAGNA
SE GUIDI NON
BERE COPPIA
MINISTERO
DELLA SALUTE
E ISS



CAMPAGNA
SE GUIDI NON
BERE RAGAZZA
MINISTERO
DELLA SALUTE
E ISS





DIRE GIOVANI .IT RICERCA AVANZATA SEGUICI ANCHE SU [Facebook] [Twitter] [YouTube] [LinkedIn]

HOME | NEWS | CONCORSI | ESPERTI | SITI AMICI | DALLA SCUOLA | PRIMARIA NEWS | PROGETTO | WEBTV | CONTATTI | SPORTELLI ONLINE

Campagna di prevenzione dell'abuso di alcol

Non perderti in un bicchiere!

Video

- Alcol e socialità - 13° PUNTATA**
SALUTE | 13 gennaio 2014
Risponde l'esperto prof. Emanuele Scafato
- Alcol e patologie - 12° PUNTATA**
SALUTE | 07 gennaio 2014
Risponde l'esperto prof. Emanuele Scafato
- Cosa succede quando ci ubriachiamo? - 11° PUNTATA**
SALUTE | 20 dicembre 2013
Risponde l'esperto prof. Emanuele Scafato
- Gli effetti dell'alcol - Alcol e donna: non c'è pari opportunità - 10° PUNTATA**
SALUTE | 10 dicembre 2013
Risponde l'esperto prof. Emanuele Scafato
- Gli effetti dell'alcol in base alle diverse età evolutive - 9° PUNTATA**
SALUTE | 10 dicembre 2013
Risponde l'esperto prof. Emanuele Scafato

- Home
- La campagna
- Cosa dicono gli esperti
- Incontri nelle scuole
- Video
- Dubbi e domande
- Concorso
- Contatti

Le campagne di DIRE GIOVANI

Tutela la tua possibilità di diventare genitore
Campagna di prevenzione del rischio infertilità

DIRE.it
Newsletter SCUOLA

DIRE MINORI
agenzia di stampa quotidiana

DIRE SANITÀ
agenzia di stampa quotidiana

DIRE GIOVANI .IT RICERCA AVANZATA SEGUICI ANCHE SU [Facebook] [Twitter] [YouTube] [LinkedIn]

HOME | NEWS | CONCORSI | ESPERTI | SITI AMICI | DALLA SCUOLA | PRIMARIA NEWS | PROGETTO | WEBTV | CONTATTI | SPORTELLI ONLINE

Campagna di prevenzione dell'abuso di alcol

Non perderti in un bicchiere!

Video

- Alcol e socialità - 13° PUNTATA**
SALUTE | 13 gennaio 2014
Risponde l'esperto prof. Emanuele Scafato
- Alcol e patologie - 12° PUNTATA**
SALUTE | 07 gennaio 2014
Risponde l'esperto prof. Emanuele Scafato
- Cosa succede quando ci ubriachiamo? - 11° PUNTATA**
SALUTE | 20 dicembre 2013
Risponde l'esperto prof. Emanuele Scafato
- Gli effetti dell'alcol - Alcol e donna: non c'è pari opportunità - 10° PUNTATA**
SALUTE | 10 dicembre 2013
Risponde l'esperto prof. Emanuele Scafato
- Gli effetti dell'alcol in base alle diverse età evolutive - 9° PUNTATA**
SALUTE | 10 dicembre 2013
Risponde l'esperto prof. Emanuele Scafato
- Gli effetti dell'alcol - Alcol e donna: non c'è pari opportunità - 10° PUNTATA**
SALUTE | 10 dicembre 2013
Risponde l'esperto prof. Emanuele Scafato
- L'alcol tra corpo e cervello - 7° PUNTATA**
SALUTE | 05 ottobre 2013
Risponde l'esperto, prof. Emanuele Scafato
- Alcol e giovani**
SALUTE | 19 ottobre 2013
Emanuele Scafato, Direttore dell'Osservatorio Nazionale Alcol dell'Istituto Superiore di Sanità, incontra gli studenti del Liceo Democrito di Roma.
- Le conseguenze dell'assunzione di alcol - 6° PUNTATA**
SALUTE | 11 settembre 2013
L'opinione dell'esperto dott. Emanuele Scafato - 6° PUNTATA
- Perché i giovani bevono alcolici? L'esperto risponde 4° puntata.**
SALUTE | 20 settembre 2013
L'opinione dell'esperto dott. Emanuele Scafato, Direttore dell'Osservatorio Nazionale Alcol dell'Istituto Superiore di Sanità

- Home
- La campagna
- Cosa dicono gli esperti
- Incontri nelle scuole
- Video
- Dubbi e domande
- Concorso
- Contatti

Le campagne di DIRE GIOVANI

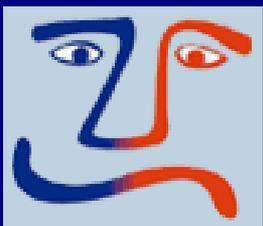
Tutela la tua possibilità di diventare genitore
Campagna di prevenzione del rischio infertilità

DIRE.it
Newsletter SCUOLA

DIRE MINORI
agenzia di stampa quotidiana

DIRE SANITÀ
agenzia di stampa quotidiana

1 | 2 Successive »



DIRE GIOVANI .IT RICERCA AVANZATA SEGUICI ANCHE SU

DIRE GIOVANI *dire FUTURE* **FESTIVAL DELLE GIOVANI IDEE**
IL FESTIVAL HA RICERCO LA MEDAGLIA D'ORO PRESIDENTE DELLA REPUBBLICA

DIRE AMBIENTE. DL EMERGENZE,

HOME | NEWS | CONCORSI | ESPERTI | SITI AMICI | DALLA SCUOLA | PRIMARIA NEWS | PROGETTO | WEBTV | CONTATTI | SPORTELLI ONLINE

Campagna di prevenzione dell'abuso di alcol **DIRE GIOVANI .IT**

Non perderti in un bicchiere!

Incontri nelle scuole

Il prof. Emanuele Scafato incontra gli studenti del Liceo A. Labriola di Roma
SALUTE | 02 dicembre 2013
Emanuele Scafato, Direttore dell'Osservatorio Nazionale Alcol dell'Istituto Superiore di Sanità, incontra gli studenti del Liceo Labriola di Roma

Il prof. Emanuele Scafato incontra gli studenti del liceo E. Majorana
SALUTE | 27 novembre 2013
Emanuele Scafato, Direttore dell'Osservatorio Nazionale Alcol dell'Istituto Superiore di Sanità, incontra gli studenti del Liceo Majorana di Roma

Il prof. Emanuele Scafato incontra gli studenti dell'I.C. Alessandro Magno
SALUTE | 22 novembre 2013
Emanuele Scafato, Direttore dell'Osservatorio Nazionale Alcol dell'Istituto Superiore di Sanità, incontra gli studenti dell'I.C. Alessandro Magno di Roma

GIOVANI E ALCOL
Alcol e giovani
SALUTE | 18 ottobre 2013
Emanuele Scafato, Direttore dell'Osservatorio Nazionale Alcol dell'Istituto Superiore di Sanità, incontra gli studenti del Liceo Democrito di Roma.

- Home
- La campagna
- Cosa dicono gli esperti
- Incontri nelle scuole
- Video
- Dubbi e domande
- Concorso
- Contatti

Le campagne di DIRE GIOVANI .IT

Tutela la tua possibilità di diventare genitore
Campagna di prevenzione del rischio infertilità

DIRE.it
Agenzia di stampa quotidiana
Newsletter SCUOLA

DIRE MINORI
agenzia di stampa quotidiana
minori@dire.it

DIRE SANITÀ
SALUTE, PROFESSIONI



TUTELA



INTERVENIRE SUL DIRITTO **WHO . CHARTER ON ALCOHOL, Parigi 1995**

***Tutti i bambini e gli adolescenti hanno
il DIRITTO***

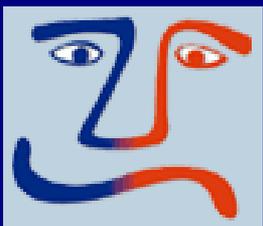
***di crescere in un ambiente protetto dalle
conseguenze negative dell'alcol e, per
quanto possibile, dalla promozione
delle bevande alcoliche***

**In ITALIA è vietata la vendita e
somministrazione delle bevande
alcoliche ai minori di 18 anni.**

TUTTE LE BEVANDE ALCOLICHE



La soluzione del problema ...



facebook Emanuele Scafa

Propongo di bere, prima di uscire per andare a bere.



Gli amici della Sbornia
239.759 "Mi piace" · 57.355 ne parlano

Chiesa/Organizzazione religiosa
I migliori link alcolici di Facebook ★★★★★
gestionepaginefb@gmail.com

UBRIACHI
CHE VOGLIANO
OLTREPASSARE
IL LIMITE
(UBRIACHI SUPER-SAVAN)

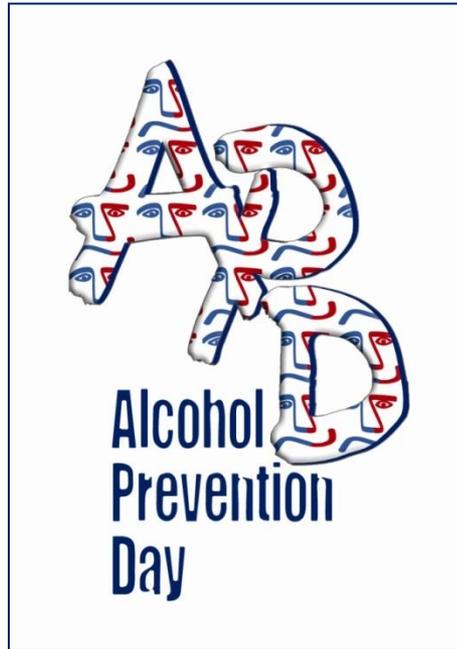
239mila "Mi piace"

"Ehi ragazzi, qui abbiamo bevuto 'Bella fi, anche no"

Oktoberfest 2011

Informazioni - Suggestisci una modifica Foto "Mi piace" Note 363 Eventi

La sensibilizzare e l'informazione sui rischi connessi al consumo di alcol



ALCOHOL PREVENTION DAY
che nel 2015 giunge alla sua 14^a edizione

ALCOHOL PREVENTION RUN
14 dicembre 2014

GIORNATE DI SENSIBILIZZAZIONE NELLE SCUOLE
Campagna ISS-Ministero
"Non perderti in un bicchiere"

CONFERENZE RETI INTERNAZIONALI
Congressi rivolto agli esperti nella prevenzione e nella capacità di intercettazione precoce delle Patologie e Problematiche Alcol-Correlate (PPAC).

SANIT=run
CORRERE CONTRO L'ALCOLISMO GIOVANILE

L'XI edizione del Sanit inaugura la prima edizione del SANIT run.

Studi scientifici hanno dimostrato che l'alcol consumato tra 12 e 25 anni interferisce con lo sviluppo cerebrale e incide negativamente sulle capacità di memoria e depressione, oltre a causare numerose malattie gravi.

L'alcol è inoltre la prima causa di incidenti automobilistici.

L'obiettivo del SANIT run, che si svolgerà domenica 14 dicembre, giorno di apertura del SANIT, è quello di sensibilizzare l'opinione pubblica verso la piaga dell'Alcolismo, soprattutto giovanile, e lanciare un messaggio a tutti i cittadini per vedere lo Sport come un mezzo di medicina preventiva.

SANIT run è aperta a tutti:

- MINI run - corsa di soli 1000 metri, aperta ai ragazzi fino ai 14 anni;
- OPEN run - prova non competitiva di soli 5 km, aperta a tutti, anche anziani, disabili e chiunque presenti una patologia particolare. Si può anche camminare!
- BIG run - corsa competitiva di 10Km.

INEBRIA International Network on Brief Interventions for Alcohol & Other Drugs

10th Annual Conference of INEBRIA
ROME
19th-20th September 2013

"Brief interventions on alcohol and other drugs: improving health and the quality of health services provision"

Pre-conference
XXIII National Scientific Meeting SIA
Società Italiana di Alcolologia

INEBRIA International Network on Brief Interventions for Alcohol & Other Drugs

11th CONGRESS WARSAW
September 18th-19th 2014

"Brief Interventions - recent advances and new applications"

VENUE:
Medical University of Warsaw
Zwoki 1 Wjsary 43, 02-093 Warsaw, Poland

ORGANIZING COMMITTEE:
Krzysztof Brzózka
Marcin Wojnar
Magdalena Borkowska

See you in Warszawa!

Alko Józefowickie 155, 02-326 Warsaw, Poland
www.11thinebria.pl



Alternative ...



Alcohol Prevention Race

Per la prevenzione dei rischi legati al consumo di bevande alcoliche tra i giovani



Alcohol Prevention Race

La prima edizione di **SANIT run Alcohol Prevention Race – Per la prevenzione dei rischi legati al consumo di bevande alcoliche tra i giovani**

si svolgerà domenica 14 dicembre 2014, nella giornata di apertura dell'XI edizione del SANIT 2014, Forum Internazionale della Salute.

L'appuntamento per la **partenza** è alle ore 11.30 in P.le Kennedy, ingresso principale del Palazzo dei Congressi di Roma EUR, il ritiro delle pettorine sarà dalle 08.30 presso l'accoglienza all'interno del palazzo dei congressi di Roma

SANIT 2014 vuole lanciare un messaggio a tutti i cittadini:

Prevenire l'abuso di alcol nei giovani è compito di tutti.

SANIT *run* è per tutti!

- MINI *run*, corsa di 1000 metri aperta ai ragazzi fino ai 14 anni;
- OPEN *run*, prova non competitiva di 5 km aperta a tutti, in cui si può anche camminare.
- BIG *run*, corsa competitiva di 10Km.

La quota di iscrizione alla BIG *run* e alla OPEN *run* è di €10;

la MINI *run* è gratuita.

- OPEN *run* e BIG *run* sono **GRATUITE PER I RAGAZZI FINO A 21 ANNI**

La quota di iscrizione alla OPEN *run* non competitiva, per i membri di Associazioni con finalità di solidarietà sociale, umana e civile è di 5€.

La quota di partecipazione comprende il pacco gara in tela e la maglietta, i prodotti energetici, acqua e vari prodotti alimentari offerti dai nostri Sponsor si potranno ritirare dopo la gara all'interno del palazzo dei congressi.

Conclusione e provocazione

Gli **ADULTI** hanno molto da recuperare in termini di tutela dei **GIOVANI**. Molti comportamenti “irresponsabili” giovanili sono favoriti dalla società e da una dinamica sociale in cui, rispetto al passato, **alcuni ADULTI stentano a RESPONSABILIZZARE** i giovani ostacolando la loro **CRESCITA**, affascinandoli attraverso l’illusione di una adolescenza interminabile e spesso tramite **falsi valori** e ritualità che gli stessi adulti adottano stravolgendo i ruoli e la tradizionale **funzione sociale** di accompagnamento propria di una sana crescita della persona. **L’agire per il bene comune, in quest’ottica, non deve essere una chimera.**





CONCLUSIONI

Non ci sono conclusioni.

Contrastare la cultura del consumo dannoso o rischioso di alcol non è norma ma semplice

BUON SENSO

SE gli elementi che consentano di essere tutelati dalle pressioni al bere non risultano adeguati occorre

FARSI FURBI e NON RISCHIARE

nel rispetto delle norme legali e sociali e soprattutto del RISPETTO per SE STESSI e per gli ALTRI.

UBRIACATEVI

**di musica, di sport, di poesia, di amici, d'amore,
di passioni, di vita, di VOI**

SEMPRE AL CENTRO DELLE VOSTRE SCELTE



Alcohol Prevention Day

Grazie per l'attenzione

16 aprile 2015 Roma Istituto Superiore di Sanità

Alcohol Prevention Day

Ministero della Salute
Istituto Nazionale di Studi e Ricerche sugli Alcolici
Ministero della Sanità
guadagnare salute

Alcol e lavoro
Alcol: nel caso bevi? più sul lavoro rischi!
Domena e alcol
Alcol: nel cinema?
Alcol: nel cinema? la ragazza e l'alcol
Alcol e guida
Alcol: qualche birra per i più giovani
Alcol e genitori
Alcol e gravidanza: sei sicura?
Alcol e guida
Alcol e gravidanza: sei sicura?
Alcol e guida
Alcol e gravidanza: sei sicura?

opuscoli
libretti
pieghevoli
poster