



## **Il rischio alcol in Italia.**

### **Analisi delle criticità, delle cause, degli effetti, delle differenze generazionali e di genere attraverso l'indagine "Il Pilota" dell'Osservatorio Nazionale Alcol CNESPS e l'elaborazione dei dati Multiscopo Istat**

**E. Scafato, S.Ghirini, C. Gandin, S. Martire, R. Scipione, E. Chessa, G. Farchi, N. Parisi e L. Galluzzo.** Osservatorio Nazionale Alcol CNESPS, WHO CC for Research and Health Promotion on Alcohol and Alcohol-Related Problems<sup>1</sup>.

Il consumo dannoso e rischioso di alcol è un fenomeno in costante evoluzione in Italia nel corso degli ultimi dieci anni. Molti fattori ne hanno condizionato e supportato l'adozione da parte di giovani e meno giovani sulla base di motivazioni variegata e di sollecitazioni e pressioni al bere che nel corso degli anni hanno raggiunto livelli significativi in tutta Europa.

Se sino a qualche anno fa l'ubriacatura poteva essere considerata come un fenomeno episodico riferibile ad un numero ristretto di individui più frequentemente adulti, oggi rappresenta un evento frequentissimo che esplose nel fine settimana in particolare tra i minorenni ed i giovanissimi.

Ubriacarsi oggi in Italia non è più un caso, una occasionale imprudenza causata dall'inesperienza ma la risultante di un comportamento volontario, spesso ripetuto nel tempo che trova le sue radici nella voglia di sperimentazione e nella curiosità ma che nel tempo e negli anni ha trovato ispirazione come modello sociale e di comportamento negli pseudovalori trasmessi dalla pubblicità che esaltano il valore positivo dell'alcol e dall'assenza di una doverosa vigilanza da parte della famiglia sui figli.

Ovviamente non si può generalizzare ma è esperienza corrente, confermata oggi dal monitoraggio dei media ad opera di osservatori come quello della Regione Lazio, che si è in presenza di una elevata pressione al bere esercitata sui giovani dalla pubblicità che difficilmente riescono a sottrarsi nel fine settimana alla seduzione dell'alcol; l'86% dei ragazzi e delle ragazze che frequentano i luoghi di aggregazione giovanile come discoteche e pub consuma bevande alcoliche in maniera pressoché esclusiva il sabato sera alla ricerca di uno senso di ebbrezza, di ubriachezza.

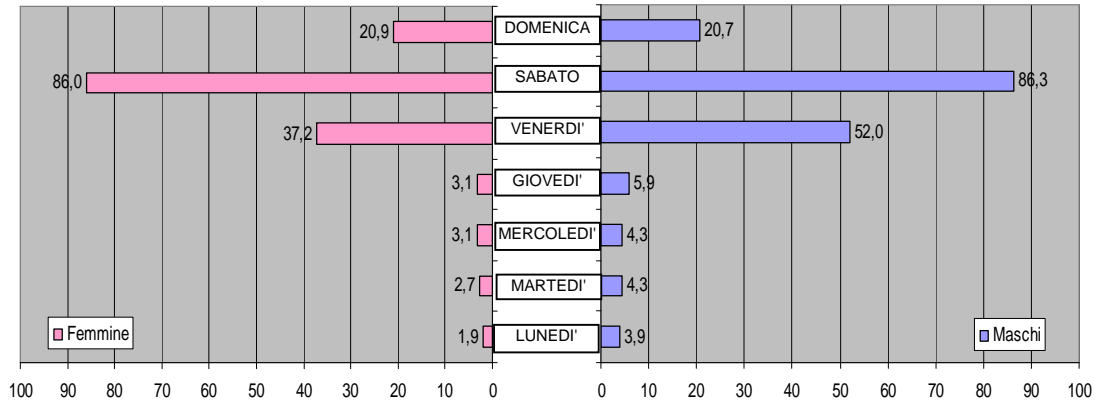
---

<sup>1</sup> Si ringrazia Rosaria Russo per la collaborazione alla redazione e revisione del contributo e all'elaborazione dei dati.

# Le abitudini di consumo dei giovani

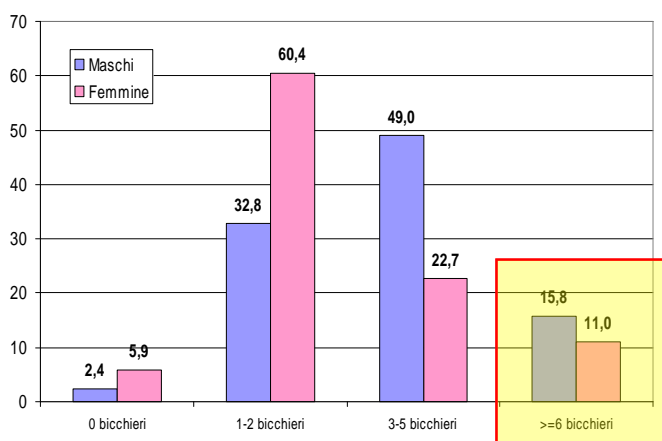


Percentuale di giovani che dichiarano di aver bevuto bevande alcoliche nell'ultima settimana

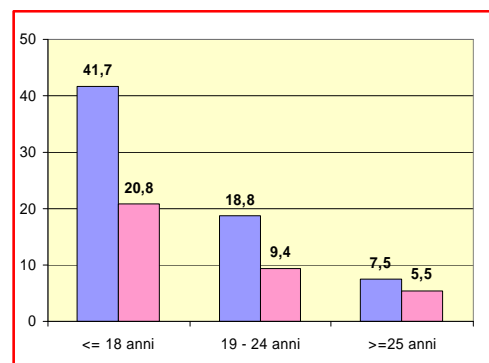


Uno sbalzo ricercato e sperimentato dal 64,8% dei ragazzi e il 33,7% delle ragazze con un allarmante picco per i minorenni. Tra i giovani che si ubriacano nel week-end è rilevante un trend emblematico di una generazione drammaticamente minata dall'alcol che vede in pole position i giovanissimi: il 41,7% dei ragazzi ed il 20,8% delle ragazze al di sotto dei 18 anni beve sino ad ubriacarsi, seguiti dai 19-24enni (18,8% dei maschi e 9,4% delle femmine) e dai giovani oltre i 25 anni (7,5% dei maschi e 5,5% delle femmine) tra cui si registra la più elevata percentuale di sobri, quasi a dimostrare che con l'età si mette giudizio.

Consumo totale di bevande alcoliche in una serata tipo



**Media:**  
M=3,9 F=3,3  
**Moda:**  
M=3 F=2

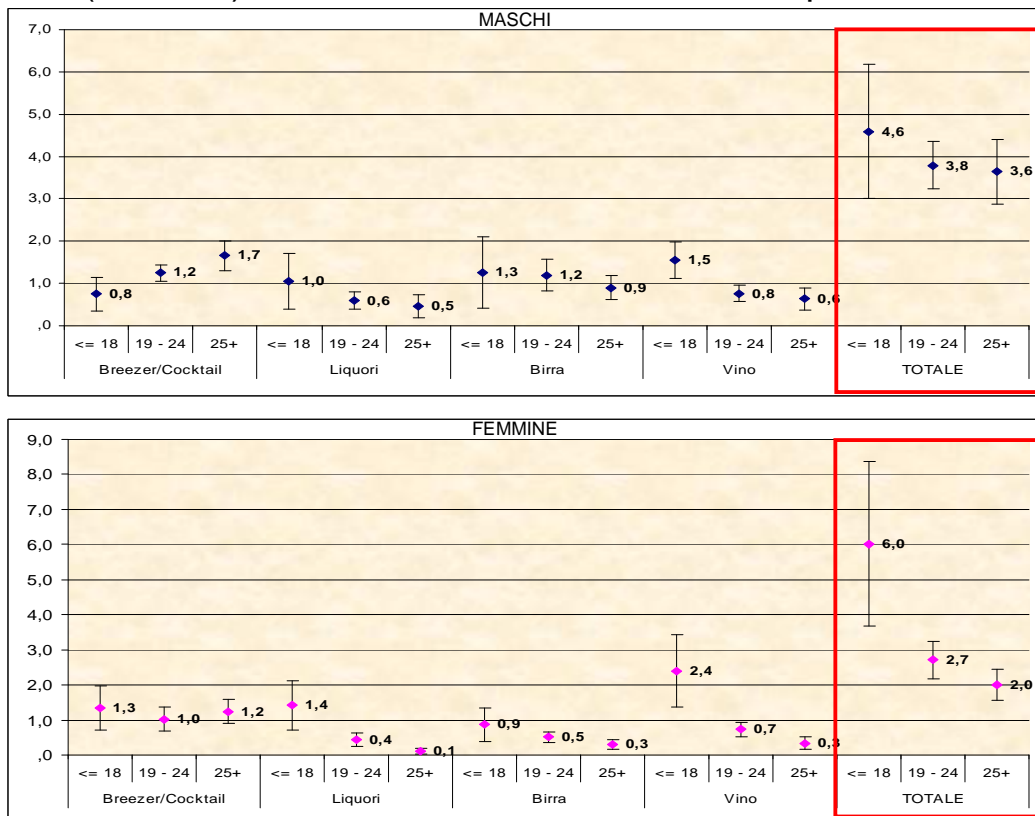


Molti, troppi sono i giovani candidati all'alcolismo e al danno alcol correlato che esploderà inevitabilmente nei prossimi anni in tutta la sua evidenza, come già preannunciato dai tanti giovanissimi alcolodipendenti oggi in cura presso i servizi di alcologia ed i SERT del Servizio Sanitario Nazionale. L'Osservatorio Nazionale Alcol CNESPS dell'Istituto Superiore di Sanità, nel decennale della sua istituzione, rilancia con preoccupazione l'allarme sociale e sanitario nel corso dell'Alcohol Prevention Day 2009 sulla base delle rilevazioni effettuate nel corso dell'annuale tour-ricerca nelle discoteche del Progetto di prevenzione "Il Pilota" (<http://www.ilpilota.it/>) realizzata su finanziamento del Ministero del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali nel corso del 2008, che ha visto la collaborazione della Società Italiana di Alcologia; una delle poche ricerche valutate in Italia, gradite dai giovani per la sua formulazione affine ai reality show, ma che non potrà essere purtroppo riproposta per mancanza di finanziamenti pubblici destinati alla ricerca sull'alcol.

Al contrario di quanto osservato nel corso delle esperienze degli anni 2006 e 2007 anche il vino è entrato nella ritualità dello sbalzo del finesettimana rappresentando la bevanda prescelta e a volte dominante in particolare dalle giovanissime, le ragazze al di sotto dei 18 anni, prima, durante o dopo la serata del sabato tra wine bar, pub e discoteche in costante abbinamento a tutte le altre bevande alcoliche.

Una tendenza che si è fatta strada a partire da mode più tipicamente consolidate in Paesi come la Spagna dove il rito del "butellon", la damigiana costituita dal vino e dalle bevande alcoliche e superalcoliche di più basso costo, rese tali anche dalle promozioni, impera da almeno cinque anni. Non è infrequente, secondo le evidenze registrabili soprattutto nelle Regioni italiane del nord-est e del nord-ovest verificare oggi gruppi di giovani che in piazza o comunque nei luoghi pubblici consumano collettivamente il *butellon* secondo una ritualità che ha molte analogie con quelle più tipiche dell'uso in condivisione di sostanze illegali.

### Valori medi (bicchieri) di bevande alcoliche consumate, per classi di età



La scelta delle bevande a minor costo è anche un riflesso della crisi economica che l'Italia attraversa; secondo l'analisi congiunta dell'Osservatorio Nazionale Alcol CNESPS, del Centro Oms per la Ricerca sull'Alcol e della Società Italiana di Alcologia è determinante per la creazione di nuove culture e modelli del bere giovanile, l'impatto simultaneo di più fattori tra cui la pubblicità, le strategie di marketing e il mercato della vendita al pubblico contribuiscono a creare un bisogno, a trasformarlo in un valore e a rendere più accessibile e conveniente ai giovanissimi acquistare prodotti meno cari e più accattivanti, seducenti, indispensabili; beni che non dovrebbero comunque essere considerati beni di consumo ordinari (si veda "Alcohol, no ordinary commodity. T. Babor, Addiction).

A fronte di una disponibilità a pagare sostanzialmente diminuita per tutti, le scelte dei consumatori più giovani sono meno gravate dai costi più tipici degli adulti (rate per il mutuo o spese sanitarie ecc.): il budget per le spese personali, prevalentemente voluttuarie, resta sostanzialmente invariato e agevolmente intercettato dai meccanismi che promuovono le bevande alcoliche, abbattendone il prezzo come avviene nelle *happy hours*, fattore di rischio misconosciuto dalle regolamentazioni vigenti, alla pari dell'inesistenza del divieto di vendita ai minori.

E' elevata anche la media dei bicchieri consumati in un'unica serata tipo; nella notte del sabato un ragazzo consuma in media 4 bicchieri e una ragazza poco più di 3 ma con profonde e sorprendenti differenze per età, con un massimo registrato per i giovanissimi, quelli al di sotto dei 18 anni: quasi 5 bicchieri per i ragazzi e 6 per le coetanee in una serata. Valori che diminuiscono significativamente con l'avanzare dell'età per le femmine (2,7 bicchieri per le 19-24enni e 2 bicchieri per le ultra 25enni), mentre rimangono pressoché invariati per i maschi (rispettivamente 3,8 e 3,6 per i 19-24enni e gli ultra 25enni).

Tra i giovani la frequenza più elevata si riscontra tra i consumatori di aperitivi alcolici e breezer, il 67,0% degli intervistati, con una media di bicchieri più elevata per gli ultra 25enni (quasi 2 bicchieri) e le ragazze minorenni (1 e mezzo circa).

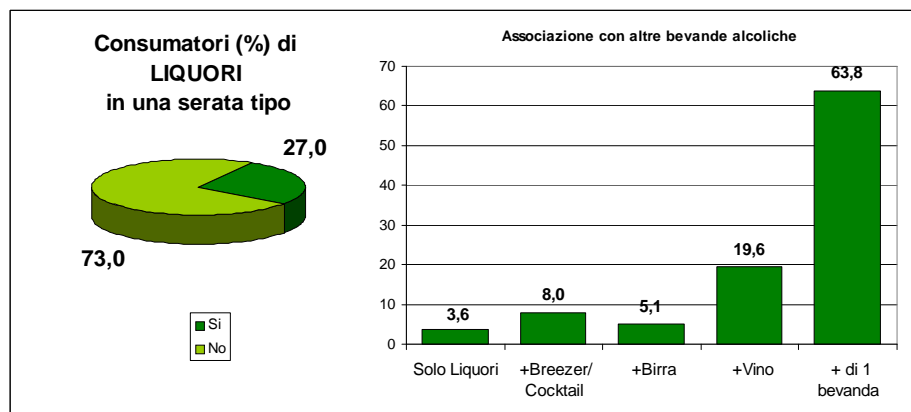
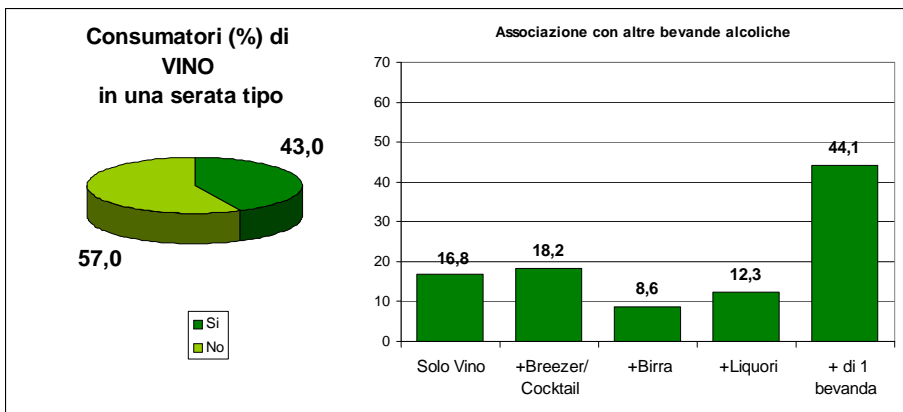
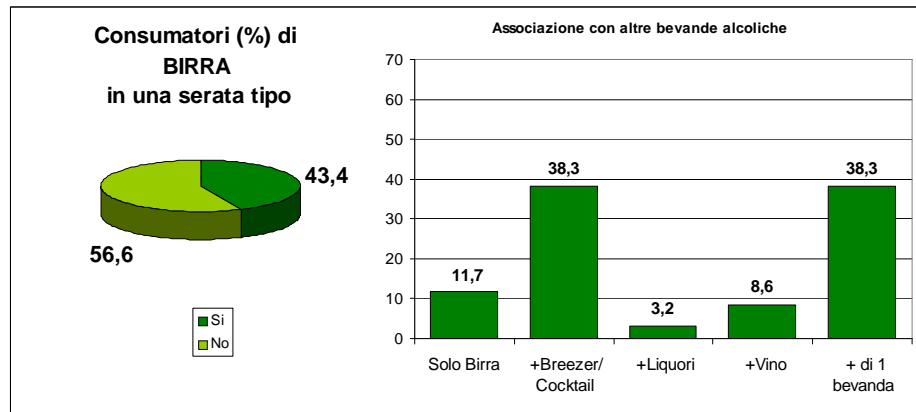
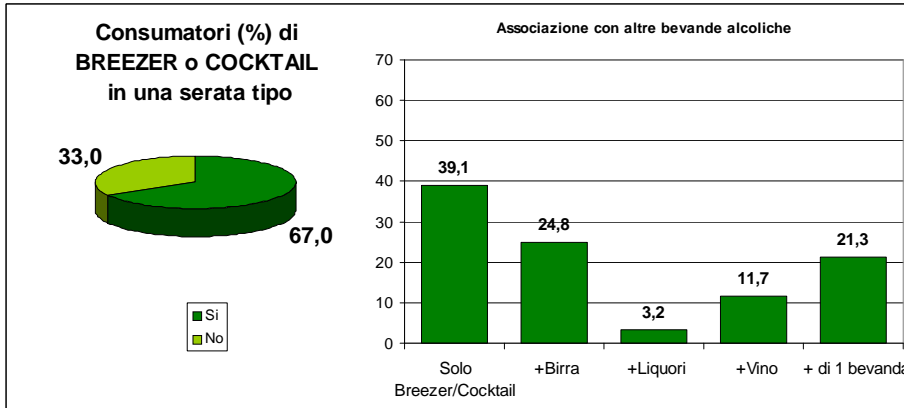
I consumatori di birra, pari al 43,4% degli intervistati, dichiarano consumi medi di circa 1 bicchiere sia per i maschi che per le femmine minorenni.

Il 43,0% dei giovani dichiara di consumare vino e le medie più elevate nel numero di bicchieri consumati si registrano tra i minorenni: 1 bicchiere e mezzo per i maschi e, a sorpresa, quasi il doppio, circa 2 e mezzo, per le femmine.

Tra chi predilige i superalcolici, e si parla del 27,0% dei giovani, la media più elevata di bicchieri si registra tra i minorenni di entrambi i sessi: 1 bicchiere per i maschi, circa 1 e mezzo per le femmine.

Per tutti una spiccata tendenza al policonsumo che attribuisce ai consumatori di superalcolici la quota massima di individui che quando beve il sabato sera cumula tutte le bevande alcoliche: in una serata media, il 63,8% di amanti di whisky, gin, tequila e liquori ad alta gradazione dichiara di consumarli insieme a più di un'altra bevanda, confermando un profilo di *risk taking* individuale che aumenta gradualmente con il crescere del tenore alcolico della bevanda di riferimento e con prevalenze di policonsumatori che sono minime per i consumatori di bevande a bassa gradazione e pari al 21,3%.

# Le abitudini di consumo dei giovani

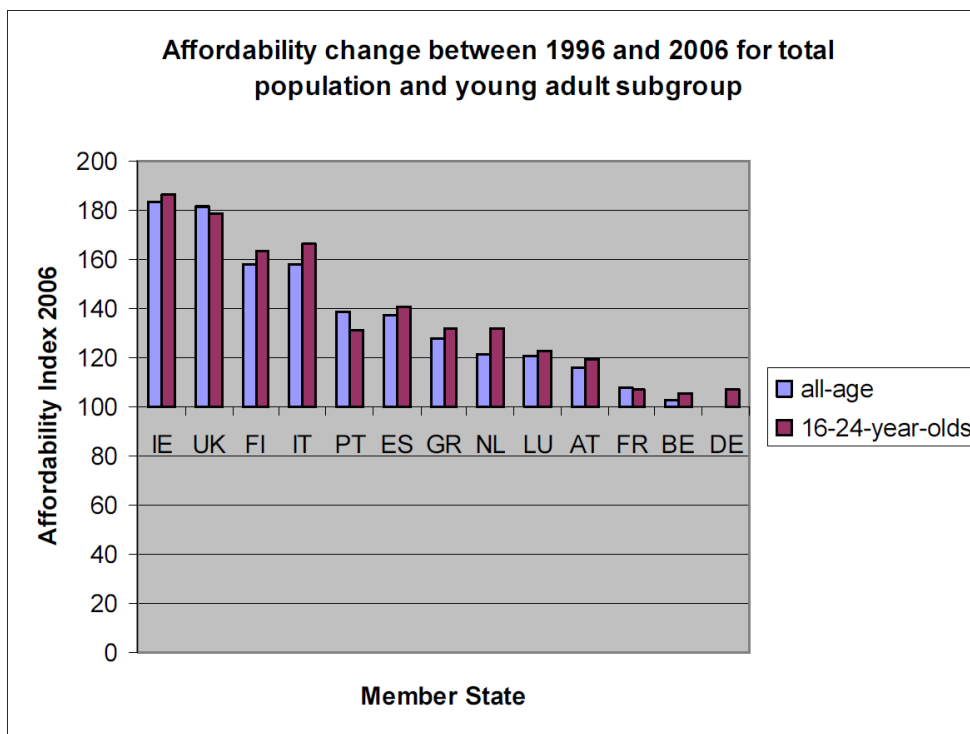


E sul problema della accresciuta disponibilità di bevande alcoliche e della persuasione e seduzione pubblicitaria l'analisi acquisisce e sottolinea le evidenze scientifiche prodotte dal RAND Institute su incarico della Commissione Europea e dallo Science Group dell'European Alcohol and Health Forum istituito a livello europeo per l'implementazione della Community Strategy on Alcohol.

L'evidenza scientifica ha dimostrato che i giovani, che rappresentano un'importante quota del mercato delle bevande alcoliche (negli States garantiscono sino al 30% del fatturato totale) sono soggetti a pressioni al bere sollecitate da modalità e contenuti della pubblicità delle bevande alcoliche che da anni la Consulta Nazionale Alcol ha evidenziato essere non adeguatamente regolamentata in Italia come riportato nella Relazione al Parlamento da parte del Ministro del Lavoro, della Salute e delle Politiche Sociali.

E' anche stato dimostrato nel report del Rand Institute che la disponibilità e l'accessibilità delle bevande alcoliche è fortemente aumentata negli ultimi dieci anni specificamente per i giovani in Italia mentre è rimasta pressoché inalterata per gli adulti.

## Affordability (disponibilità, accessibilità)



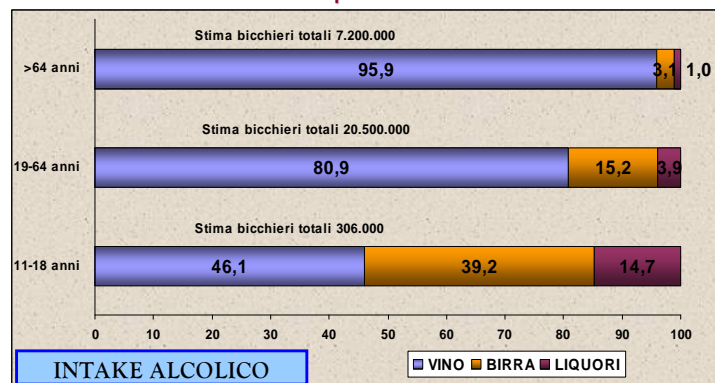
Source: Eurostat, author calculations

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

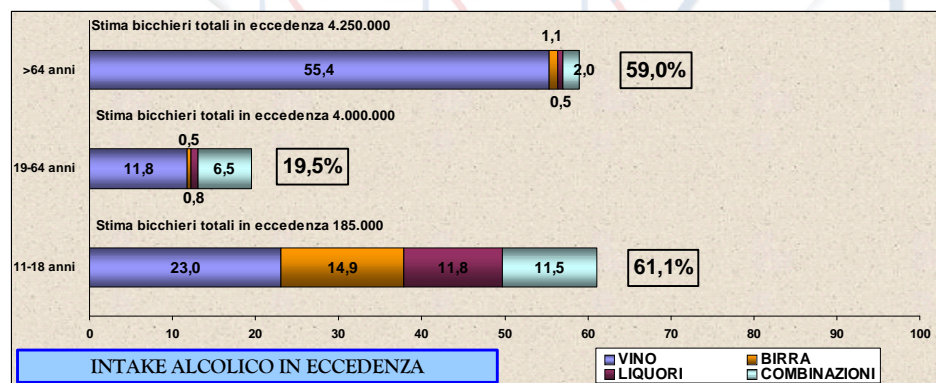
Questo due fenomeni di natura commerciale ed economica contribuiscono a consolidare tutte le bevande alcoliche come principale fattore di rischio, di malattia, di mortalità e di disabilità per i giovani italiani, vittime inesperte di un sistema sociale, familiare e culturale che ha perso i livelli passati di controllo formale ed informale e che non tutela e non protegge adeguatamente le persone dai rischi alcolcorrelati.

Una considerazione a parte va fatta sul concetto di limite e sull'ormai negletta cultura del bere mediterraneo. In Italia il vino è la bevanda alcolica che contribuisce maggiormente a determinare una eccedenza rispetto alle linee guida disponibili e a determinare consumi a rischio, anche se ogni generazione, accanto al suo modello di rischio, ha la o le sue bevande a maggior rischio e in questo il marketing e la pubblicità esercitano il loro ruolo. I giovanissimi, ad esempio, sono quelli che più di tutti hanno la più elevata quota di consumi eccedentari derivanti dal policonsumo, dall'assunzione poco selettiva delle bevande, a testimonianza di un valore d'uso dell'alcol come sostanza, più che del valore "alimentare" o degustativo della bevanda alcolica. Ma il vino ha fatto la sua comparsa prepotentemente a partire dalle ragazzine, come dimostrato nell'esperienza del "Pilota", ma sostanzialmente confermato anche dai dati Multiscopo ISTAT elaborati dall'Osservatorio Nazionale Alcol sui giovani in genere, probabilmente anche favorito o quanto meno abilitato dal consenso intrafamiliare, ma con modelli che nulla hanno a che vedere con il modello mediterraneo visto che poi il consumo del vino è affiancato sia nella modalità quotidiana, sia il sabato sera da un elevato numero di bicchieri di altre bevande alcoliche che si sommano tra di loro.

**Bicchieri di alcol consumati al giorno dai soli consumatori quotidiani di alcolici. Stima del contributo (%) delle differenti bevande sull'intake e sull'eccedenza. Anno 2007. Uomini 11+ per classi di età**

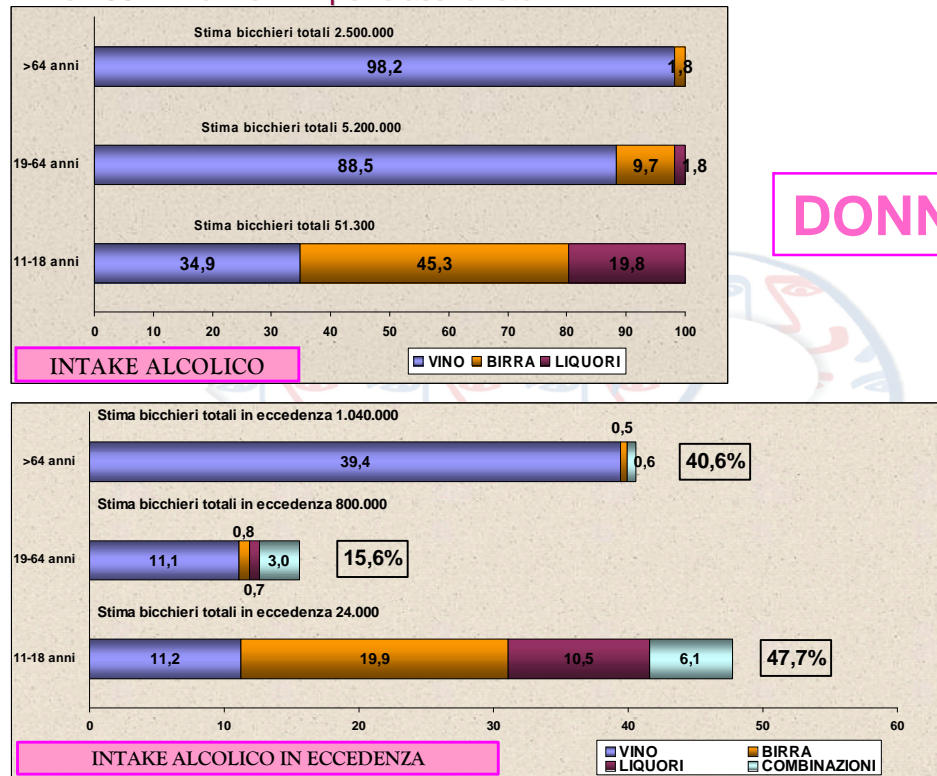


**UOMINI**





Bicchieri di alcol consumati al giorno dai soli consumatori quotidiani di alcolici. Stima del contributo (%) delle differenti bevande sull'intake e sull'eccedenza. Anno 2007. Donne 11+ per classi di età



DONNE

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

Poco o niente si è lavorato in Italia sul valore della moderazione, ai ragazzi nessuno ha mai stato insegnato o spiegato il concetto di limite, il valore o l'opportunità della sobrietà in alcune circostanze; parallelamente e di conseguenza, la negligenza dell'attenzione familiare e sociale, la insufficiente azione istituzionale hanno consentito di far prevalere le sollecitazioni al bere, mediatiche e non, come pungolo al consumo e come parametri di riferimento per la costruzione di sentimenti, emozioni, esperienze, dello stesso divertimento da parte dei giovani. Gestì o comportamenti basati sull'uso predeterminato della sostanza psicotropa e psicoattiva più facilmente disponibile, legale e di immediata disponibilità ma che è anche al quinto posto tra le droghe in termini di danno, rischio e capacità di dare dipendenza come già pubblicato su Lancet.

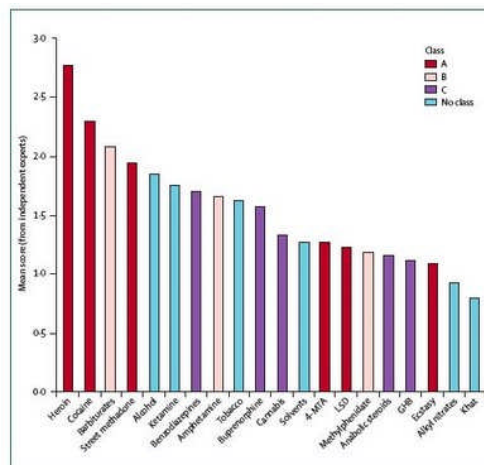


Figure 1: Mean harm scores for 20 substances. Classification under the Misuse of Drugs Act, where appropriate, is shown by the colour of each bar.



I dati prodotti dall'Osservatorio Nazionale Alcol CNESPS dell'Istituto Superiore di Sanità e quelli prodotti dall'ISTAT mostrano da anni un fenomeno, l'uso della sostanza e non il bere come tradizionalmente inteso, che non conosce inversioni di tendenza e che, anzi, per alcune fasce di popolazione, si consolida in comportamenti che tendono a normalizzare oltre l'abuso di alcol anche il contestuale consumo di droghe, come ad esempio la cocaina, incrementando esponenzialmente sia il riscontro di doppia dipendenza che il rischio di gesti abituali come ad esempio il porsi alla guida in condizioni psico-fisiche inadeguate alla sicurezza individuale e collettiva.

Entro i prossimi anni le stime congiunte elaborate per l'Italia da Jurgen Rehm del Centre for Addiction and Mental Health della Toronto University in collaborazione con l'Osservatorio Nazionale Alcol dell'ISS, l'alcol alla guida rappresenterà dopo il cancro la principale causa evitabile di disabilità, morbilità e mortalità prematura in Italia. I dati presentati in occasione dell'Alcohol Prevention Day 2009 dimostrano che l'alcol è risultato causa nel 2004 del 5,3% e del 2,3% della mortalità per maschi e femmine rispettivamente. Parallelamente l'alcol è responsabile di un carico di malattia nella popolazione italiana pari al 7,1% e al 3,2% del totale degli anni di vita persi a causa di disabilità, morte prematura e malattia cronica principalmente sostenuta nell'ordine da cancro, incidenti e solo al terzo posto da cirrosi epatica. Sulla base dei dati e delle tendenze prodotte dall'Osservatorio Nazionale Alcol e dal Centro OMS per la Ricerca sull'Alcol dell'Istituto Superiore di Sanità non si può ignorare una tendenza che è indispensabile contrastare al fine di disinnescare un comportamento che può trovare soluzione solo attraverso una rinnovata cultura basata sul concetto di evitare di bere se ci si deve porre alla guida.

Un approccio ribadito dalla Risoluzione del Parlamento Europeo nel dicembre 2007 e ancor di più dalla Framework on Alcohol Policies del WHO e che non consente compromessi. Una cultura istituzionale e sociale che giunga a limitare realmente le occasioni e le condizioni di maggior rischio per i giovani richiede oggi il convinto sostegno di misure legislative già in discussione e che è opportuno possano ispirarsi all'evidenza scientifica che indica come il rischio di incidente mortale con livelli di alcolemia compresi tra 0,2 e 0,5 sia tre volte superiore rispetto al livello zero o che la pubblicità e le happy hours condizionano rischi e consumi alcolici tra i minori.

La riduzione della disponibilità dell'alcol attraverso la tassazione è uno degli strumenti più efficaci ma politicamente poco gradito; promuovere la salute significa contrapporre risorse, finanziamenti che sono attualmente inconsistenti in Italia rispetto alle dinamiche di investimento che sono invece destinate, anche attraverso finanziamenti pubblici, alla promozione delle bevande alcoliche per le quali le aziende spendono 169 milioni di euro l'anno in pubblicità: la prevenzione alcolcorrelata si avvale di poco più di un milione di euro, la ricerca, grottescamente, di nulla. È importante, comunque, anche in assenza di finanziamenti, agire almeno attraverso la predisposizione di informazioni e di regole e continuare a normare, senza demonizzare, gli adulti al fine di garantire che tali norme possano essere acquisite anche dai giovani, dare un segnale univoco capace di evitare di introdurre ulteriori disuguaglianze in termini di esiti sulla salute degli individui che sono tutti uguali alla luce del diritto-dovere di contribuire alla salute e alla sicurezza della società.

Roma 23/04/2009