



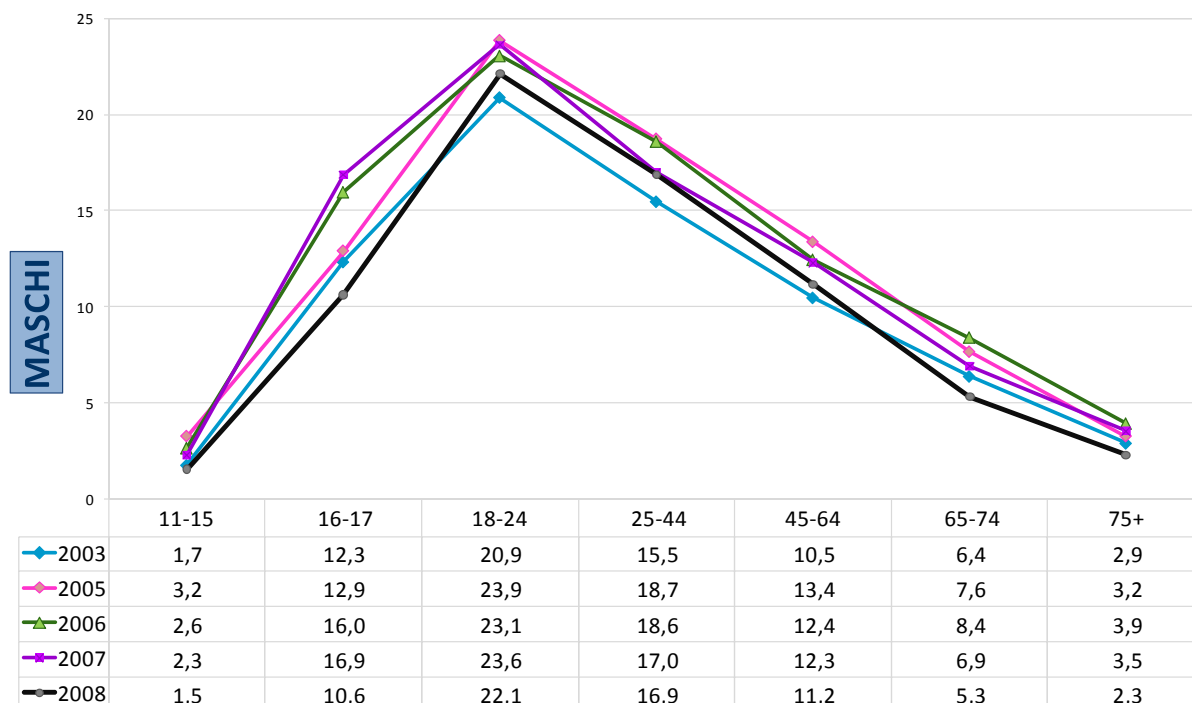
BINGE DRINKING: un'abitudine consolidata nel tempo tra i giovani

Roma 29 Aprile 2009



Con l'espressione *binge drinking* si fa riferimento all'abitudine di consumare quantità eccessive (convenzionalmente 6 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.

- la quota di *binge drinkers* e' rimasta sostanzialmente stabile tra il 2003 ed il 2009 attestandosi intorno al 7% della popolazione (maschi=12% ; femmine=3%).
- La percentuale dei *binge drinkers* è più elevata tra gli uomini che tra le donne per ogni fascia di età ad eccezione di quella al di sotto dell'età legale (16 anni) in cui non si registrano differenze sostanziali delle percentuali
- La percentuale dei *binge drinkers* aumenta all'aumentare dell'età e raggiunge i valori più elevati per entrambe i sessi a 18-24 anni, successivamente la percentuale, inizia nuovamente a diminuire
- Si stima che circa 600.000 ragazzi di 18-24 anni abbia praticato il *binge drinking*



Fonte: Elaborazioni Osservatorio Nazionale Alcol CNESPS e WHO CC Research on Alcohol su dati Istat Indagine "Multiscopo sulle Famiglie-Aspetti della vita Quotidiana". Anno 2009





Fonte: Elaborazioni Osservatorio Nazionale Alcol CNESPS e WHO CC Research on Alcohol su dati Istat Indagine "Multiscopo sulle Famiglie-Aspetti della vita Quotidiana". Anno 2009

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. Per le ragazze la questione è differente e per certi versi anche più preoccupante in funzione del picco di teen-agers che si ubriacano registrato precocemente intorno ai 16-17 anni sino al 2006 e solo di recente spostatosi intorno ai 18-24 anni quasi a suggerire che le binge drinkers delle generazioni precedenti abbiano mantenuto tali abitudini facendo "traslare" la curva nel tempo. Qualunque sia la motivazione del fenomeno, ciò indica anche che almeno sino all'uscita dal periodo di formazione universitaria e all'ingresso nel contesto lavorativo dovrebbero essere garantite iniziative concrete di prevenzione di entrambi i sessi in particolare nei luoghi di aggregazione giovanile e nelle serate in cui è evidente che tali episodi risultano più frequenti. E' inoltre da tener in debito conto che, comunque si osservino le tendenze, anche gli altri indicatori di rischio (consumatori a rischio in modalità quotidiana) tutto sembra convergere verso il consolidamento di uno "zoccolo duro" al di sotto del quale sarà estremamente difficile andare se non attraverso seri e costanti investimenti in prevenzione e ricerca alcol correlata per costituire e valorizzare good practice di riferimento che possano agire per le generazioni future auspicabilmente sottratte allo stesso livello di pressioni al bere come la Legge 125/2001 richiama in termini di diritto all'art.2.

Ovviamente non è da trascurare l'approccio di popolazione che deve rivolgere a tutti i consumatori l'invito alla moderazione e a svaloriare i modelli di promozione delle bevande alcoliche che mettono agevolmente nelle disponibilità di tutti i consumatori quantità di alcol fisiologicamente non sopportabili dall'organismo in funzione della concentrazione nel tempo di consumazione e che favorisce, senza alcun limite o regolamentazione, l'acquisto di quantità doppie o triple di alcol allo stesso prezzo unitario previsto dalla vendita. *Happy hours, pubs crawl, drink as much as you can, il butellon* sono i fenomeni che si sono imposti nel consumo, non solo giovanile, per strategie di marketing che hanno richiesto in diverse realtà comunali l'adozione di ordinanze che tuttavia non scoraggiano il nomadismo giovanile creando ulteriori problemi in termini di sicurezza individuale e collettiva (alcol e guida, alcol e violenza, bullismo, criminalità ecc.).

Nota a cura di Silvia Ghirini, Emanuele Scafato, Claudia Gandin, Lucia Galluzzo, Sonia Martire, Rosaria Russo, Nicola Parisi, Alessandra Rossi e Lucilla Di Pasquale per il Centro Servizi di Documentazione Alcol dell'Osservatorio nazionale Alcol-CNESPS