



# Uso e abuso di alcol tra i giovani

Responsabilità individuali e sociali

*Filippo Terzaghi*

24 Marzo 2014

# **Uso e abuso di bevande alcoliche: il caso italiano nel confronto europeo**

# L'alcol in Italia: una base documentaria ricca

Nel 1991 esisteva solo la rilevazione **Osservatorio Giovani e Alcool-Doxa**. Oggi:

- Eurobarometro EU
- ISTAT Multiscopo** (annuale intera popolazione)
- Osservatorio-Doxa (bi-triennale intera popolazione e giovani 13-24 anni)
- ESPAD** (biennale 15-19enni)
- IPSAD (15-64 anni)
- HBSC (11-13-15 anni)
- SIMA –Osservatorio** (biennale (13-4enni)
- Osservatori Regionali

*...eppure...*

# L'alcol in Italia: un allarme giustificato?

Nonostante la grande ricchezza informativa e statistica il tema rimane **controverso** e provoca grande risonanza nell'opinione pubblica.

Per quanto riguarda i **giovani** si è diffusa l'opinione che l'Italia sia un Paese ad **alto rischio**:

- **Suscettibilità** crescente dell'opinione pubblica
- Effetto di **sensazionalismo** veicolato dai media
- **Allarme** da parte delle famiglie
- Invocazione di politiche di **contrasto severo e restrittive**

# Consumi di bevande alcoliche negli ultimi 30 giorni: 15-16 anni - confronti europei

CONSUMI DEGLI ULTIMI 30 GIORNI	
<b>MEDIA</b>	57%
<b>FASCIA SUPERIORE:</b>	
<b>GERMANIA</b>	
<b>REPUBBLICA CECA</b>	70%
<b>DANIMARCA</b>	
<b>CIPRO</b>	
<b>FASCIA INFERIORE:</b>	
<b>PAESI SCANDINAVI*</b>	40%
<b>ITALIA</b>	63%

\*: FINLANDIA, SVEZIA, NORVEGIA

L'indagine ESPD ( ) mostra che gli adolescenti italiani sono leggermente sopra media EU ma ben al di sotto dei coetanei dell'Europa centro settentrionale.

Fonte: Elaborazione Osservatorio Giovani e Alcool su dati ESPAD (2003-2012)

# L'ubriachezza: nella vita, ultimi 30 giorni:15-16 anni - confronti europei

UBRIACHEZZA			
NELLA VITA		ULTIMI 30 GIORNI	
<b>MEDIA</b>	47%	<b>MEDIA</b>	17%
<b>FASCIA SUPERIORE:</b>		<b>FASCIA SUPERIORE:</b>	
<b>DANIMARCA</b>	70%	<b>DANIMARCA</b>	37%
<b>REPUBBLICA CECIA</b>			
<b>UNGHERIA</b>			
<b>LETTONIA</b>	60-66%		
<b>LITUANIA</b>			
<b>SLOVACCHIA</b>			
<b>FASCIA INFERIORE:</b>		<b>FASCIA INFERIORE:</b>	
<b>ALBANIA</b>		<b>ALBANIA</b>	<10%
<b>ISLANDA</b>	22%		
<b>MONTENEGRO</b>			
<b>ITALIA</b>	36%	<b>ITALIA</b>	13%
<b>MALE</b>	49%	<b>MALE</b>	18%
<b>FEMALE</b>	44%	<b>FEMALE</b>	15%

Finlandia, Svezia, Norvegia

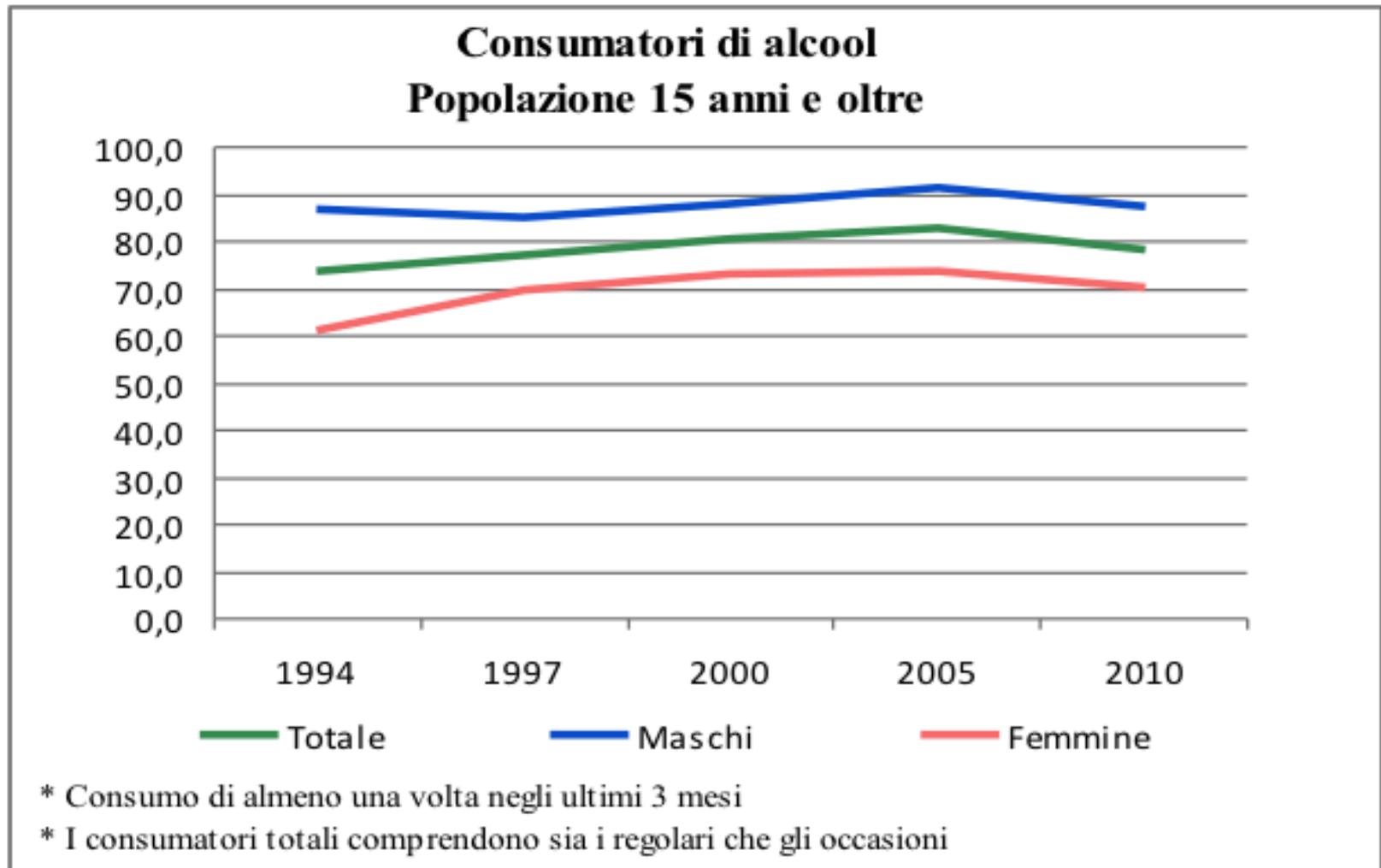
Fonte: Elaborazione Osservatorio Giovani e Alcool su dati ESPAD (2003-2012)

# Binge drinking: ultimi 30 giorni: 15-16 anni - confronti europei

BINGE DRINKING ULTIMI 30 GIORNI	
<b>MEDIA</b>	39%
<b>ALMENO 3 VOLTE</b>	14%
<b>FASCIA SUPERIORE:</b>	
<i>DANIMARCA</i>	
<i>MALTA</i>	50-56%
<i>ESTONIA</i>	
<i>SLOVENIA</i>	
<b>LOWEST RANGE:</b>	
<i>ISLANDA</i>	13%
<i>ITALY</i>	35%
<b>MASCHI</b>	43%
<b>FEMMINE</b>	38%

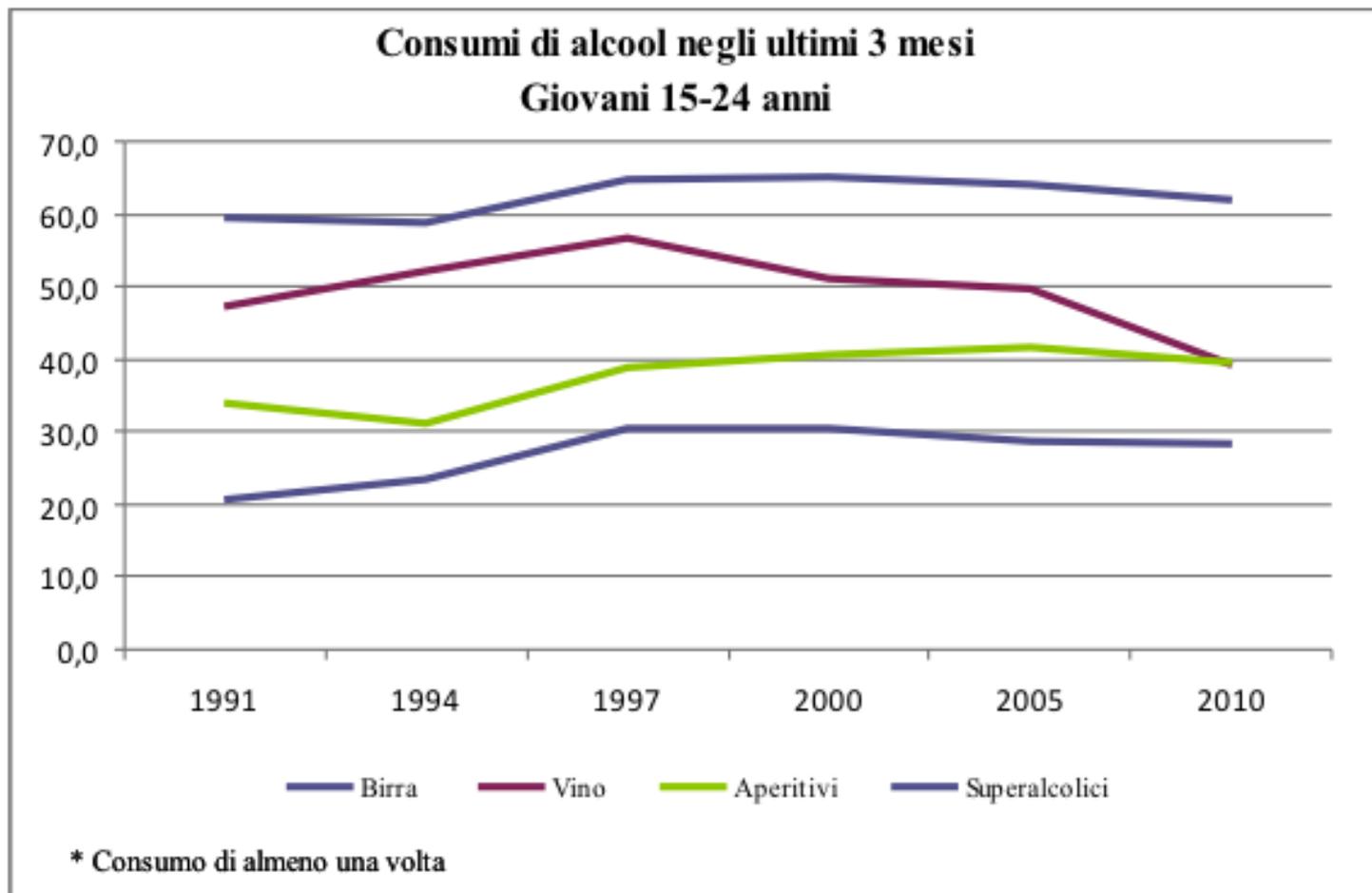
Fonte: Elaborazione Osservatorio Giovani e Alcool su dati ESPAD (2003-2012)

# L'alcol in Italia: popolazione generale tendenza ultimi 20 anni



Fonte: elaborazione Censis su dati Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool, 2012

# I giovani e l'alcol; consumi per bevanda: ultimi tre mesi



Fonte: elaborazione Censis su dati Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool, 2012

# I giovani e l'alcol: in conclusione

- sono aumentati i consumatori **regolari** (fino al 2005), poi si stabilizzano
- l'**età di inizio** del consumo in **Italia resta bassa**, ma si tratta per lo più di **primi assaggi** (29,5% prima dei dieci anni) mediati dal **contesto familiare**
- i comportamenti di eccedenza (**binge drinking**) sono diffusi (intorno al 35%) e derivano dallo **sperimentalismo dell'età** ma le analisi qualitative rivelano la **forte reversibilità** del fenomeno al crescere dell'età
- il consumo di bevande alcoliche si accompagna **sempre meno ai pasti**
- si accentua la **dimensione ludica** del consumo e dell'abuso
- è spesso presente l'uso di bevande alcoliche nei consumatori regolari di **altre droghe**

**AssoBirra e l'impegno del settore birrario per  
il consumo responsabile delle bevande alcoliche**

# L'approccio del settore birrario nella CSR

- **L'industria della birra è impegnata da molto tempo** a svolgere un ruolo attivo nella promozione del consumo responsabile delle bevande alcoliche.
- Consapevole che **le bevande alcoliche**, se consumate in modo sbagliato o in eccesso, **possono rappresentare un pericolo** per sé e per gli altri.
- Per questo è molto ferma nel dire **“no”** al consumo di alcol, in particolare **in 3 casi**: prima di mettersi alla **guida**, in stato di **gravidanza**, se **non** si è **adulti**.
- I produttori di birra sono anche convinti che il **bere di qualità, moderatamente e a pasto**, rappresenti un piacere compatibile con lo stile di vita sano di una persona adulta.

# L'impegno concreto per il consumo responsabile

Per dare più forza a questo impegno, nel 2007 AssoBirra ha avviato il **Programma “Guida tu la vita. Bevi responsabile”**, mirato a informare la popolazione sui rischi legati all'uso scorretto/abuso dell'alcol.

Il focus del Programma è sui **tre temi emergenti**: gravidanza, giovani, guida e si rivolge ad alcune **fasce di popolazione più esposte** (donne in età fertile, ragazzi 18-25 anni, neopatentati), coinvolgendo come **partner** le associazioni più rappresentative nei vari settori di riferimento.

Al centro del Programma c'è il sito **www.beviresponsabile.it** che informa sull'alcol e sui suoi effetti sull'organismo e compare sulle etichette e nelle principali comunicazioni delle aziende associate. È il **contenitore** di tutte le iniziative **del Programma**.



GUIDA TU LA VITA BEVI RESPONSABILE





GUIDA TU LA VITA BEVI RESPONSABILE

Le campagne realizzate nel quinquennio 2007 – 2012

# Alcol e gravidanza

Se aspetti un bambino l'alcol può attendere (2007 / 2012)

Una campagna, rivolta ai medici e alle donne in età fertile, **con la** Società Italiana di Ginecologia e Ostetricia (**SIGO**), per sensibilizzare ginecologi e pazienti sui rischi per il nascituro connessi al consumo di alcol in gravidanza. **2 edizioni:**

•**2007:** 6 mesi di campagna in cui lo studio medico di **5.000 ginecologi** diventa il luogo in cui si parla e si fa informazione su alcol e gravidanza per tutte **le pazienti**.

•**2012:** la campagna **diventa online**, per informare soprattutto le donne giovani (le più numerose in età fertile e le meno informate sul problema) con il sostegno di oltre **40 testimonial al femminile**.

Con il patrocinio del programma interministeriale **“Guadagnare Salute”**.

SE ASPETTI UN BAMBINO, L'ALCOL PUÒ ATTENDERE.



NON BERE ALCOLICI FIN DALLE PRIME SETTIMANE DI GESTAZIONE PROTEGGE IL TUO BAMBINO. QUESTA SEMPLICE PRECAUZIONE PREVIENE IL RISCHIO CHE TUO FIGLIO POSSA NASCERE CON MALFORMAZIONI O DISTURBI CAUSATI DALL'ALCOL.

PER SAPERNE DI PIÙ CHIEDI AL TUO GINECOLOGO DI FIDUCIA O VISITA IL SITO WWW.GUIDATUVITA.IT



GUIDA TU LA VITA BEVI RESPONSABILE



SOCIETÀ ITALIANA DI GINECOLOGIA E OSTETRICIA



guadagnare salute

rendere facili le scelte salutari



Ministero della Salute

# Alcol e guida

Le chiacchiere stanno a zero. O bevi o guidi (2009/2011)

Una campagna rivolta ai futuri guidatori, con l'Unione Nazionale Autoscuole e Studi Consulenza Automobilistica (**UNASCA**), per la prevenzione dei rischi connessi all'uso scorretto e all'abuso di bevande alcoliche in caso di guida. **2 edizioni:**

•**2009**, per 1 anno, in **3 mila autoscuole**, oltre 200 mila patentandi seguono un'ora di lezione su alcol e guida.

•**2011**, in occasione dell'entrata in vigore del nuovo Codice della Strada - che introduce il divieto di bere prima di guidare per i neo-patentati con meno di 3 anni di esperienza - si ripete l'iniziativa del modulo formativo in **3 mila autoscuole** e in più viene distribuito materiale informativo e alcoltest monouso ai giovani nei **10 principali Atenei d'Italia**.

Con il patrocinio del programma interministeriale **"Guadagnare Salute"**.



guadagnare salute

rendere facili le scelte salutari

# Alcol e giovani

Diglielo tu (2008) e Le parole per dirlo (2010)

## Diglielo tu

Iniziativa in collaborazione con Radio 105.

Ha coinvolto i ragazzi a promuovere tra i loro coetanei, attraverso il canale radiofonico, messaggi sul “bere responsabile” e sui comportamenti corretti in materia di alcol. Testimonial DJ Ringo.

## Le parole per dirlo

Una campagna mirata ad aiutare genitori e figli a parlare di alcol nei tempi e nei modi giusti in famiglia, attraverso il supporto di un gruppo di esperti di primo piano, tra cui il prof. Uberto Veronesi.

Con il patrocinio del Ministero della Gioventù, l'endorsement diretto del Ministro Meloni e Amadeus come testimonial.



# Alcol e giovani

Movida Alternativa 2012

Una campagna sul territorio, con il sostegno dei Comuni ospitanti, **per parlare ai giovani di consumo responsabile** delle bevande alcoliche (con un focus tema **drink and drive**), in alcune importanti piazze italiane della movida.

Una postazione di 40 mq., una task force di 7 ragazzi e ragazze per coinvolgere il pubblico a provare **un percorso ludico-esperienziale** che ha mostrato i rischi del mettersi alla guida dopo aver bevuto.

**2 città** (Milano e Firenze), 2 week end, oltre **di 3.500 visitatori**.



**Nel 2013 movida alternativa diventa...**

# GUIDA TU LA VITA

---

**0 BEVI 0 GUIDI**  
EXPERIENCE TOUR 2013

[beviresponsabile.it](http://beviresponsabile.it)

# La campagna

- **Un viaggio lungo 1800 km** che ha attraversato la penisola da Nord a Sud toccando 7 piazze di 7 bellissime città italiane
- **Un' iniziativa per sensibilizzare i giovani** sul consumo responsabile delle bevande alcoliche, in un modo ludico e innovativo, senza demonizzazioni



# I partner



guadagnare  
salute

rendere facili le scelte salutari



Per la quarta volta ha concesso il suo **logo** ad un' iniziativa AssoBirra.



Ha coinvolto il **testimonial** della campagna, realizzato lo **spot** e lo ha mandato gratuitamente on air sulle reti Mediaset.



A 70 partecipanti del tour ha offerto in **premio** un corso di guida sicura ACI SARA.

# Il testimonial

**Matteo Viviani** ha prestato il proprio volto alla campagna.

È stato il protagonista dello **spot** realizzato da Media Friends.

Ha sostenuto l'iniziativa con una **dichiarazione** per i media e per il nostro sito

Ha lanciato il nostro messaggio sui suoi **profili social**.

È stato presente alla Tappa di **Genova** per dialogare con i giornalisti e i ragazzi che sono venuti a curiosare al nostro truck e a provare il percorso.



# Il tour



- **Due mesi** dal 22 **giugno** al 27 **settembre** con stop ad agosto
- Con il **patrocinio delle città di** Torino, Verona, Rimini, Roma, Salerno, Lecce
- **Un truck brandizzato** nelle piazze delle 7 città ospitanti
- **Una task force** di 7 ragazzi per coinvolgere e accompagnare i visitatori durante il percorso
- **Un percorso esperienziale**: prove di abilità con occhiali 3D e un simulatore di guida sicura per divertire ed educare sui rischi che si corrono a guidare dopo aver bevuto

## Il truck



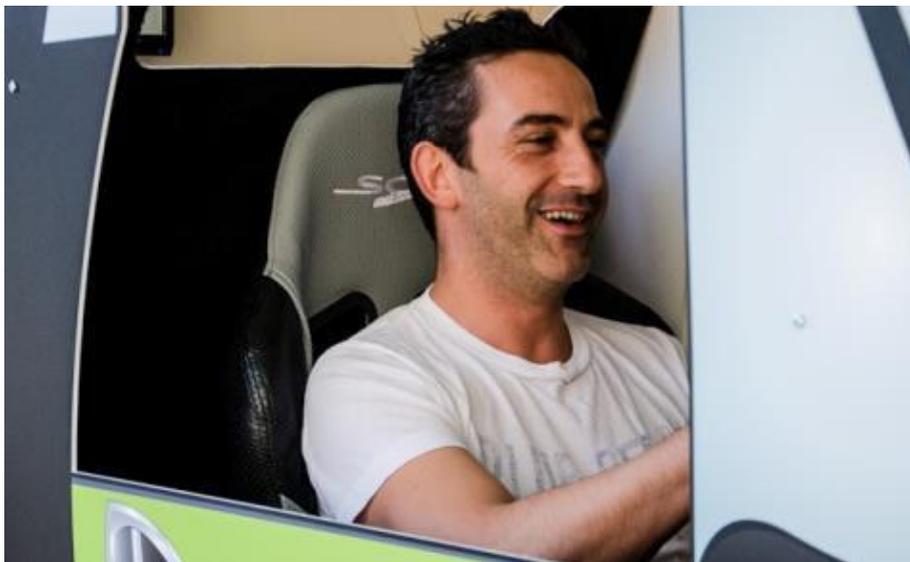


## La task force





## Il percorso esperienziale



# I numeri

**10 mila ragazzi**

raggiunti sul territorio nelle tappe.

**Oltre 80 uscite**  
complessive sui media.





**Grazie**