

Osservatorio Permanente
sui Giovani e l'Alcool

QUADERNI DELL'OSSERVATORIO

18

Gli italiani e l'alcool
Consumi, Tendenze e Atteggiamenti

V Indagine Nazionale Doxa

Italians and Alcohol

Consumption, Trends and Attitudes

5th Doxa National Survey

A cura di

OSSERVATORIO PERMANENTE SUI GIOVANI E L'ALCOOL

PRESIDENTE	Umberto Veronesi
VICE PRESIDENTE	Stefano Zurrada
SEGRETARIO GENERALE	Michele Contel
PRESIDENTE LABORATORIO SCIENTIFICO	Enrico Tempesta
LABORATORIO SCIENTIFICO	Pierluigi Ascani – Format Research Roma Andrea Balbi – ASL Roma D Franca Beccaria – Eclectica Torino Lamberto Briziarelli – CSESI Perugia Carlo Caltagirone – Fondazione Santa Lucia Roma Paola Carbone – Università LA Sapienza Roma Maurizio Fea – Federserd Pavia Gilberto Gerra – Narcotics Board Control ONU Vienna Andrea Ghiselli - INRAN Roma Ina Hinnenthal – SERT NOA Imperia Fabio Mariani- CNR Pisa Luca Pagliari – RAI Franco Prina – Università Torino Daniele Rossi – Federalimentare Roma Ennio Salamon – Doxa Milano Natascia Sporn – GPF Milano Franco Taggi – ISS Roma
COORDINAMENTO ATTIVITÀ	Simona Anav
SOCI FONDATORI	Associazione Industriali Birra e Malto Confederazione Italiana Vite e Vino-Unione Italiana Vini Fondazione Cesar Università di Perugia

Copyright © 2007 Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool

E' vietata la riproduzione, anche parziale, ad uso interno o didattico,
con qualsiasi mezzo, se non autorizzata.

Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool
Viale di Val Fiorita, 90 - I - 00144 Roma

Tel. +39.06.60 50 77 41 - 06.54 39 32 15 - Fax +39.06.59 12 910

e-mail: osserva.giovani@alcol.net - web: www.alcol.net

INDICE

INTRODUZIONE

NOTA METODOLOGICA

- A. PREMESSA METODOLOGICA**
- B. OBIETTIVI E CONTENUTI DELL'INDAGINE**
- C. METODO DELL'INDAGINE**

SINTESI DEI RISULTATI

1. IL CONSUMO DI ALCOOL IN ITALIA

- 1.1 Consumatori regolari, consumatori occasionali e non consumatori
- 1.2 Composizione del consumo di alcolici
- 1.3 Quantità consumate
- 1.4 Luoghi e comportamenti di consumo

2. I GIOVANI E L'ALCOOL

- 2.1 Consumatori regolari, occasionali e non consumatori
- 2.2 Frequenze di consumo per bevanda
- 2.3 Quantità consumate (in unità standard)
- 2.4 Luoghi e comportamenti di consumo
- 2.5 L'approccio al consumo
 - 2.5.1 Età di inizio
 - 2.5.2 Il ricordo dell'inizio
 - 2.5.3 Le figure e i contesti dell'inizio
 - 2.5.4 Prime esperienze di stati di ubriachezza
- 2.6. Il consumo di altre sostanze: fumo e droghe
 - 2.6.1 Il fumo
 - 2.6.2 Esperienze di consumi di droghe

3. ECCEDEXZA E ABUSO

- 3.1 L'ecceDEXza
- 3.2 L'ubriachezza
- 3.3 Le bevande dell'eccesso
- 3.4 La guida in stato di ebbrezza
- 3.5 Il *binge drinking*
- 3.6 Il test CAGE

4. OPINIONI ED ATTEGGIAMENTI NEI CONFRONTI DELL'ALCOOL

- 4.1 Gli effetti di un consumo moderato di alcolici
- 4.2 Gli effetti di un consumo eccessivo di alcolici
- 4.3 I fattori che possono influire sulle condizioni di salute
- 4.4 Altre opinioni sui comportamenti di consumo di alcolici
- 4.5. Attività e interessi

IL QUESTIONARIO

INTRODUZIONE

A sei anni di distanza dall'ultima rilevazione (autunno 2000), la comunità scientifica, quella dei decisori istituzionali e quella dei numerosi operatori delle strutture di ricerca, prevenzione e di intervento terapeutico possono disporre dell'atteso aggiornamento demoscopico sui consumi di alcool in Italia.

La V indagine sugli *Italiani e l'alcool, consumi, atteggiamenti tendenze* promossa dall'Osservatorio Permanente Giovani ed Alcool d'intesa con Doxa, propone all'attenzione pubblica un'immagine articolata di un comportamento diffuso quale il consumo di bevande alcoliche, declinato nel presente rapporto da più viste: il monitoraggio dei consumi, il contributo delle diverse bevande al consumo, l'evoluzione della quantità e qualità del consumo nel percorso di vita degli individui, il rapporto tra alcool e stili di vita, le dinamiche dell'abuso in età giovanile e non.

Le bevande alcoliche, da sempre nella cultura occidentale associate alla sfera della celebrazione conviviale e comunitaria, trovano nondimeno echi negativi nella forma dell'abuso, cioè di un cedimento di fronte al potere che la sostanza può avere sull'individuo.

In ogni cultura ove l'alcool sia presente, il processo di civilizzazione ha provato a costruire una o più regole che segnassero i confini invalicabili tra uso ed abuso, tutelando il diritto alla festa e alla sua imprevedibilità e, nel contempo, difendendo le necessarie discipline dell'ordine individuale familiare e sociale. Come in ogni processo culturale, tuttavia, la regola non è per sempre, il confine è mobile: la storia del prodotto alcool, dei modi della distribuzione e del consumo è dunque anche storia dei mutamenti culturali della popolazione che ha bevuto.

Una storia ricca di contrasti e duplicità. Una duplicità che è propria della natura del problema che ha accompagnato la coscienza collettiva di fronte al bere e che tocca anche la riflessione scientifica sul tema. Come sempre, quando ci si trovi di fronte a temi che pongono con forza dilemmi etici che si traducono in rompicapo politici, ogni giudizio deve essere adeguatamente suffragato dalla miglior conoscenza disponibile.

Il primo compito di chi desidera contribuire ad una riflessione competente sui temi ricchi di controversia in un contesto democratico e pluralistico è quello di facilitare in ogni modo la ricognizione scientificamente attendibile del problema, fondando su basi solide la ricerca delle evidenze, reiterando le indagini empiriche, validando i dati che si accumulano nel tempo, interpellando le discipline limitrofe che possono apportare interpretazioni illuminanti al tema, stimolando nuove ricerche sui fenomeni emergenti.

Da 15 anni l'indagine Osservatorio-Doxa persegue con convinzione questi obiettivi. Cinque edizioni del rapporto testimoniano di un interesse crescente intorno a questa ricerca che l'Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool ha posto come studio guida del suo programma scientifico e come prodotto principale nella sua attività di comunicazione pubblica.

Ed è dallo studio dei dati che, come sempre, è necessario ripartire. L'indagine 2006 (condotta da Doxa nell'autunno 2005 su un campione rappresentativo della popolazione italiana di 2067 individui a partire dai 13, anni interpellati a domicilio da rilevatori formati ad hoc), rivela in primo luogo la presenza consistente dell'alcool nelle abitudini degli italiani.

La platea dei consumatori (chi beve almeno una volta in tre mesi) supera di poco l'80% e appare stabilizzata (+1% rispetto a 5 anni fa). I consumatori regolari (almeno una volta nella settimana) sono il 67% (+2%).

Tra le bevande consumate il vino mantiene una assoluta posizione di bevanda di riferimento nazionale, seguito dalla birra, dagli aperitivi e digestivi, e piuttosto indietro nella scala, dai superalcolici e dalle nuove bevande alcoliche. In un contesto in cui il consumo di alcolici non è sostanzialmente dissimile da zona a zona del Paese (con una marcata dominanza del consumo maschile su quello femminile), il consumo di bevande alcoliche è e resta in Italia un fatto socialmente controllato, oltre che socialmente rilevante.

Si inizia ad assaggiare e conoscere le bevande nel contesto familiare, spesso associato ad un evento ritualizzato (intorno ai 14 anni per il vino e la birra, verso i 16 per le bevande a maggior gradazione alcolica), in una situazione di trasmissione dell'atto di bere dalle generazioni più anziane a quelle più giovani in una cornice di naturalità contraddistinta né da un eccesso di significato del rito di passaggio ma nemmeno da un eccesso di permissivismo o di indifferenza.

Nell'adolescenza avanzata il giovane progredisce in una conoscenza del rapporto con la sostanza alcool in cui, alle prime occasioni di consumo autonomamente deliberato (indirizzato di preferenza verso la birra ma non immune dal primo contatto con i superalcolici), corrisponde frequentemente un evento di perdita di controllo (che si esprime vuoi nel primo episodio di ubriachezza, vuoi nel primo episodio di "sballo" alcolico, come nel *binge drinking*).

A questa fase, rapida e scevra di problemi per molti, ma che per alcuni evolve verso un'area grigia di comportamenti incerti e per altri ancora verso varie forme di eccedenza che si sovrappongono ad altre forme di abuso con droghe o altre sostanze illegali, segue di norma un percorso di maturazione fisiologica del consumo. I consumi medi aumentano (e tendono a farlo fino all'età soglia dei 34 anni) per poi stabilizzarsi e diminuire.

Si configura così un percorso del consumo degli italiani che potremmo denominare "carriera del consumo", i cui tratti determinanti sono quelli

sociologicamente ben conosciuti delle culture mediterranee: dominanza del modello sociale e “vinocentrico” del consumo, associazione sistematica del consumo nell’ambito dei pasti comuni, consumi paritari tra maschi e femmine e iniziazione al consumo intra-familiare, esercizio del controllo sull’abuso mediato dalla categoria della moderazione.

Quest’ultimo aspetto spiega bene, in positivo, il valore della tolleranza sociale verso il bevitore problematico tradizionalmente presente nel modello mediterraneo. Non si tratta di indifferenza e sciattezza sociale quanto dell’atteggiamento aperto al recupero dell’individuo in un contesto di non segregazione del portatore del problema e quindi di solidarietà comunitaria verso la persona.

All’interno di questo arco interpretativo, il rapporto dedica doverosamente spazio alle diverse declinazioni del bere problematico, da quelle sostanzialmente benigne della trasgressione adolescenziale a quelle ben più tenaci dell’abuso reiterato e della commistione alcol-droga.

Da un lato l’episodicità dell’ebbrezza e della ubriachezza (rispettivamente 15,8% e 5,2% sull’intera popolazione di oltre 13 anni) tocca una componente della popolazione relativamente minore e tuttavia bisogna registrare nel confronto tra il 2000 ed il 2006 un aumento della percentuale di adulti di 15 anni ed oltre che dichiarano almeno un episodio di ubriachezza importante (dal 4 al 7%). Si tratta di un dato non positivo, moderato però parzialmente dalla diminuzione degli episodi reiterati.

In fascia giovanile esiste un problema emergente, sia pure già conosciuto, che è quello relativo al *binge drinking* (consumo di 5 bevande alcoliche di fila nello spazio di due ore lontano dai pasti). Il 10,2% dei giovani in età compresa tra i 13 ed i 24 anni hanno avuto almeno un’esperienza di *binge*. Si tratta di un comportamento (decisamente maschile ma non del tutto sconosciuto alle ragazze) che segnala l’esistenza di un’area di con-

vergenza degli abusi giovanili verso modelli mutuati dallo stile anglosassone. E' ovviamente un portato delle tendenze globalizzatrici della nostra epoca che non deve però essere assimilato al comportamento *standard* dei giovani italiani. Si tratta però di una tendenza preoccupante cui va data una risposta mirata.

Rispetto al capitolo sempre importante del rapporto tra alcol e guida si registra l' aumento degli episodi dichiarati da parte degli adulti di 15 anni e oltre, in particolare raddoppiano coloro che hanno guidato in stato di ebbrezza più di una volta (da 5,3% a 10,4%). A fronte di una maggiore consapevolezza del rischio della guida in stato di ebbrezza da parte dei più giovani emerge una sottovalutazione della questione da parte degli individui fra 25 e 34 anni.

* * *

L'indagine Osservatorio conferma alcune tendenze di lungo periodo del consumo di alcool in Italia: diminuzione dei consumi pro-capite e stabilizzazione delle modalità di consumo.

Dati consolidati, suffragati anche dall'indagine longitudinale sui consumi di alcool in Italia negli ultimi 30 anni, pubblicata nella collana dei Quaderni dell'Osservatorio nel volume n. 17 "I cambiamenti nei consumi di bevande alcoliche in Italia". E va ricordato che questa tendenza continua alla riduzione è in realtà l'effetto di un'autoriduzione dei consumi. In Italia i consumi diminuiscono in assenza di politiche attive di regolazione della domanda ottenute vuoi per via economica-fiscale, vuoi per imposizione legislativa. Nessun dato più di questo conforta quel principio di autoregolamentazione che è principio di libertà e che al tempo stesso non preclude la responsabilità.

* * *

La conclusione della V Indagine Osservatorio-Doxa coincide con l'accettazione della Presidenza dell'Associazione da parte del Professor Umberto Veronesi. Veronesi raccoglie l'eredità impegnativa di Giuseppe De Rita che per molto tempo ha generosamente messo la sua vivacità intellettuale a servizio degli studi alcologici in Italia, portando un contributo di immaginazione sociologica ad un campo di studio tradizionalmente presidiato dalla cultura scientifica medico-biologica.

A De Rita l'Osservatorio deve molto del suo *imprinting* originario, del gusto per l'esplorazione delle connessioni inedite tra i fenomeni, della difesa di un approccio libero e spregiudicato al tema dei comportamenti sociali legati all'alcool, al dialogo con le istituzioni.

A Veronesi, scienziato e clinico, non difetta certo la visione complessa dei fenomeni, l'interazione tra dimensione biologica, psicologica e sociale dei comportamenti, il rispetto della libertà e dignità della persona, la solida connessione tra la responsabilità scientifica e le scelte di politica della salute.

Nel salutare Giuseppe De Rita e nel dare il benvenuto ad Umberto Veronesi, sentiamo di dover esprimere loro gratitudine e stima. Dal loro monito e consiglio tutti noi dell'Osservatorio abbiamo tratto e trarremo in futuro le ragioni del nostro impegno: nella testimonianza pubblica del nostro lavoro non meno che nella sfida a produrre ricerca di qualità.

Enrico Tempesta
Presidente del Laboratorio Scientifico

Michele Contel
Segretario Generale

NOTA METODOLOGICA

A). Premessa metodologica

Nell'autunno del 2005, l'Istituto DOXA ha condotto, in collaborazione con l'Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool e seguendo le indicazioni del Laboratorio Scientifico dell'Osservatorio, la quinta indagine campionaria sui comportamenti, le opinioni e gli atteggiamenti degli italiani adulti e dei giovani, in merito ai consumi di bevande alcoliche. La nuova indagine è stata realizzata, a distanza di cinque anni dall'indagine precedente, dell'autunno 2000, nel quadro di un programma pluriennale di studi e ricerche sui comportamenti di consumo nazionali ed europei, ed è stata basata su 2.067 interviste fatte a domicilio, ad un campione rappresentativo degli adulti e dei giovani nelle classi di età considerate (quasi 51 milioni di individui, di 13 anni ed oltre).

L'indagine ha consentito di ottenere, per tutti gli aspetti fondamentali dei comportamenti di consumo e delle opinioni, dati comparabili con quelli delle rilevazioni precedenti, perché è stato adottato lo stesso metodo di campionamento, ed anche lo stesso questionario per la maggior parte delle domande.

Rispetto alle rilevazioni precedenti e, in particolare, rispetto a quella dell'autunno 2000, la nuova indagine si differenzia per tre aspetti:

- sono stati considerati per la prima volta, oltre agli adulti di 18 anni ed oltre ed ai giovani di 15-17 anni, anche i ragazzi e ragazze di 13-14 anni. I risultati dell'indagine vengono presentati,

oltre che per gli individui di 15 anni ed oltre, per rendere possibili i confronti con le indagini precedenti, anche per gli individui di 13 anni ed oltre e per alcune sottoclassi di età (giovani di 13-15 anni, di 16-19 anni, di 20-24 anni, adulti di 25-34 anni);

- nel questionario sono state inserite alcune nuove domande, prevalentemente domande sull'informazione e sugli atteggiamenti nei confronti dell'alcool e domande sul consumo di altri tipi di bevande e di altre sostanze (in parte già utilizzate per altre ricerche, condotte anche in altri Paesi). Alcune domande sono state fatte solo ai giovani, di età compresa fra 13 e 24 anni, per rilevare dati più completi e più approfonditi sui comportamenti e gli atteggiamenti dei giovani. Per contenere la lunghezza del questionario, alcune domande dell'edizione 2000 non sono state inserite nel nuovo questionario;
- i rilevatori impegnati nell'indagine hanno utilizzato, per la registrazione delle risposte, PC portatili per CAPI (*Computer Assisted Personal Interviews*), che offrono molti vantaggi per la gestione delle interviste, perché viene indicato agli intervistatori il "percorso" da seguire, cioè le domande da proporre, tenendo conto delle risposte date alle domande precedenti, per la registrazione delle risposte (con la possibilità di individuare subito alcune risposte incoerenti), ed anche nella fase dei controlli logici dei dati, per la preparazione di un supporto per l'elaborazione dei dati.

B. Obiettivi e contenuti dell'indagine

Nell'indagine sono stati analizzati:

- i comportamenti di consumo per cinque tipi di bevande alcoliche (birra e vino; aperitivi, digestivi ed amari; distillati e liquori; altre bevande alcoliche, di cui sono stati forniti alcuni esempi), anche per ciò che riguarda i comportamenti a rischio;
- le opinioni e gli atteggiamenti dei consumatori e dei non consumatori, nei confronti delle bevande alcoliche;
- le attività, i valori e gli interessi dei consumatori, regolari ed occasionali, e dei non consumatori di alcolici (abitudini alimentari, lavoro e scuola, attività ed interessi nel tempo libero, ecc.);
- le caratteristiche socio-demografiche dei consumatori e dei non consumatori, e le caratteristiche psicologiche, che sono state ottenute con un'analisi tipologica, in funzione di alcuni comportamenti, degli interessi, dei valori e delle opinioni degli intervistati.

Nell'edizione 2005 dell'indagine, sono stati ripresi quasi tutti gli argomenti considerati nelle quattro edizioni precedenti (1991, 1994, 1997 e 2000), per poter valutare i cambiamenti avvenuti negli ultimi anni.

Inoltre sono stati considerati alcuni aspetti nuovi, attribuendo una maggiore importanza alle opinioni e agli atteggiamenti nei confronti dei consumatori di alcolici e ai comportamenti a rischio, soprattutto legati alle prime esperienze di consumo e dedicando una intera sezione all'analisi di tutti gli aspetti del consumo giovanile.

C. Metodo dell'indagine

I dati sono stati rilevati per mezzo di interviste dirette, fatte a domicilio, da 169 intervistatori, ad un campione di 2.067 adulti e giovani, di 13 anni ed oltre.

I nomi e gli indirizzi degli adulti di 18 anni ed oltre, sono stati estratti dalle liste elettorali di 164 comuni di tutte le regioni. Le liste elettorali sono state utilizzate anche per selezionare casualmente i "punti di partenza" per la ricerca di famiglie con uno o più giovani di età compresa fra 13 e 17 anni, che non sono iscritti nelle liste elettorali.

Per disporre di una base di analisi più ampia, ed al fine di operare anche confronti temporali fra le indagini periodiche dell'Osservatorio, è stato adottato un tasso di campionamento più elevato per le classi di età di particolare interesse.

Dopo la rilevazione, i dati sono stati "ponderati", attribuendo a ciascuna classe di età un peso corrispondente al peso effettivo della popolazione italiana adulta.

Nella tavola allegata vengono indicate, in valori percentuali: la distribuzione effettiva delle interviste secondo classi di età (campione non ponderato) e la distribuzione degli italiani adulti adottata per la ponderazione del campione.

Il questionario utilizzato per le interviste (in allegato) conteneva 58 domande e test di atteggiamento, inclusi i dati sulle caratteristiche degli individui intervistati (sesso, età, livello di istruzione, condizione professionale, ecc.) e delle famiglie visitate (condizione sociale, professione del capofamiglia, ecc.).

Le interviste sono state fatte fra il 30 novembre ed il 21 dicembre 2005 (cioè nello stesso periodo delle indagini precedenti), ed hanno avuto una durata media di 30 minuti.

BREVE GUIDA ALLA LETTURA DELL'INDAGINE

1. Il Campione

Campione totale 2005 2067 individui oltre 13 anni		Campione totale 2000 2028 individui oltre 15 anni	
Giovani 13-24 anni	Adulti 25-34 anni 35-44 anni 45-54 anni Oltre 54 anni	Giovani 15-24 anni	Adulti 25-34 anni 35-44 anni 45-54 anni Oltre 54 anni
→ 13-15 anni → 16-19 anni → 20-24 anni			

2. I principali contenuti

1. Consumatori e consumi – Consumatori regolari, occasionali, non consumatori; composizione del consumo, frequenze, luoghi e occasioni di consumo (pag. 10).

2. I giovani 13-24 anni – Consumatori regolari, occasionali e non consumatori nelle fasce 13-15, 16-19 e 20-24 anni, frequenze, luoghi e occasioni del consumo, carriera di consumo (l'inizio, le figure, i contesti, le bevande), fumo e droghe (pag. 21).

3. L'eccedenza e l'abuso – Eccedenza, ubriachezza, guida in stato di ebbrezza, *binge drinking*, abuso, interazione con farmaci (pag. 32).

4. Le opinioni e gli atteggiamenti – Giudizi sul consumo moderato ed eccessivo, atteggiamenti ed opinioni nei confronti del consumo, i consumatori e le loro principali attività ed interessi (pag. 43).

IL CONSUMO DI ALCOOL IN ITALIA

- *Aumentano i consumatori regolari maschi; diminuiscono le consumatrici, gli occasionali ed i non consumatori.*
- *Il vino si conferma la bevanda più consumata con trend in crescita, dovuto ai consumatori più adulti; la birra resta la bevanda regina fra i più giovani.*
- *Oltre metà dei consumatori a rischio eccede col vino, l'altra metà si divide equamente fra birra e bevande a media e alta gradazione alcolica.*
- *Il vino si consuma principalmente in famiglia, le altre bevande sia in famiglia che con gli amici. Molto basso il consumo solitario.*

1.1. Consumatori regolari, consumatori occasionali e non consumatori di alcolici

Il consumo di alcolici L'80,4% degli Italiani che hanno più di 12 anni (quasi 41 milioni, su un totale di 50,8 milioni di adulti e giovani di 13 anni ed oltre) beve alcolici almeno una volta in tre mesi.

La percentuale di consumatori di bevande alcoliche è aumentata negli ultimi anni, dal 74% nel 1993, al 77% nel 1997, all'80% nel 2000 ed all'81% nel 2005 (nei confronti vengono considerati gli individui di 15 anni ed oltre, come nelle ricerche precedenti).

67% degli adulti (34 milioni di adulti e giovani, di 13 anni ed oltre) sono consumatori regolari di alcolici, cioè consumano uno o più tipi di bevande alcoliche almeno una volta la settimana. 13%, (6,7 milioni) sono consumatori occasionali, perché bevono alcolici

meno di una volta la settimana e 20% (quasi 10 milioni) non bevono mai alcolici (in 3 mesi).

Rispetto alle indagini precedenti (Tab. 1.1.) è leggermente aumentata la percentuale di consumatori regolari di almeno un tipo di bevande alcoliche, dal 59% nel 1994, al 62% nel 1997, al 65% nel 2000 ed al 68% nel 2005. E' un po' diminuita la quota dei consumatori occasionali (dal 15% nelle precedenti indagini al 13%) ed è calata la quota dei non consumatori, dal 26% nel 1994, al 23% nel 1997, al 20% nel 2000 ed al 19% nel 2005 (considerando sempre, nei confronti, gli individui di 15 anni ed oltre).

Tab. 1.1. Consumatori negli ultimi 3 mesi - Confronti con le indagini precedenti (%)

	1997	2000	2005
Negli ultimi 3 mesi:			
- NON HANNO BEVUTO	22,7	19,5	18,6
- HANNO BEVUTO:	77,3	80,4	81,4
birra	51,7	53,6	56,0
vino o spumanti	67,2	67,7	69,2
aperitivi, digestivi, alcolici	31,6	31,5	33,7
superalcolici, liquori	24,9	25,2	25,8

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Differenze per sesso Sono consumatori di alcolici (almeno un'occasione di consumo, per almeno un tipo di bevande, negli ultimi 3 mesi) 92% degli uomini (88% nel 2000) e 70% delle donne (73% nel 2000).

Se considerano solo i consumatori regolari, le differenze fra i due sessi si accentuano: avevano bevuto regolarmente alcolici

(almeno un tipo di alcolici almeno una volta la settimana) 83% dei maschi intervistati e 53% delle femmine di 15 anni ed oltre. Ciò conferma che fra le donne hanno un forte peso i consumi occasionali.

Differenze per età

Le percentuali di consumatori, regolari ed occasionali, sono molto simili in tutte le classi di età, con un livello massimo fra i 25 ed i 34 anni ed una forte caduta dopo i 54 anni. La percentuale dei consumatori, almeno occasionali, passa da 72% fra 13 e 24 anni a 88% fra 25 e 45 anni ed anche fra 45 e 54 anni, per poi scendere a 75% dopo i 54 anni.

Rispetto al 2000, si osserva una quota più alta di consumatori (almeno occasionali) fra i giovani di 15-24 anni (76-77% dei giovani, sia nel 1997 che nel 2000, e 81% nel 2005), un aumento più accentuato dei consumatori fra gli adulti di 25-34 anni (da 80% a 88%) ed aumenti più contenuti (o stabilità) nelle altre classi di età: da 80% a 87% fra 35 e 54 anni e da 73% a 75% dopo i 54 anni.

Differenze per area geografica

Come nel 2000, la diffusione dei consumi di alcolici risulta molto simile in tutte le zone geografiche con valori un po' minori nell'Italia Meridionale, se si considerano insieme i consumatori di tutti i tipi di bevande (birra e vino; aperitivi; amari e digestivi; distillati e liquori).

Infatti, avevano bevuto alcolici negli ultimi 3 mesi 82% degli intervistati nell'Italia Nord-Occidentale, 81% nell'Italia Nord-Orientale e nell'Italia Centrale e 78% nell'Italia Meridionale ed Insulare (erano consumatori regolari 69% degli intervistati nell'Italia Nord-Occidentale, 72% nell'Italia Nord-Orientale e 64% nell'Italia Centrale e nell'Italia Meridionale).

Differenze per classe socio-economica

L'edizione 2005 dell'indagine su *Gli Italiani e l'alcool* ha confermato che è anche molto simile la diffusione dei consumi di alcolici, considerati nel complesso, in tutte le classi sociali, con valori leggermente più alti nelle classi superiore e medio-superiore ed anche nella classe media, rispetto alle categorie con redditi bassi e medio-bassi (si ricorda che nelle categorie a basso reddito gli anziani hanno un forte peso).

Frequenze di consumo

Se si analizzano i dati relativi alla **frequenza di consumo** di alcolici secondo sesso ed età, si osserva che i maschi rappresentano il 48% di tutti gli adulti, il 77% dei consumatori a rischio, cioè degli adulti e dei giovani che dichiarano di avere "bevuto troppo" o di essersi anche ubriacati negli ultimi 3 mesi, il 59% dei consumatori regolari, il 32% dei consumatori occasionali ed il 20% dei non consumatori di alcolici.

I giovani fra 13 e 24 anni rappresentano il 14% degli italiani da 13 anni in su, il 14% dei consumatori eccedentari, il 4% dei consumatori con episodi reiterati di ubriachezza, il 10% dei consumatori regolari di alcolici, il 27% dei consumatori occasionali ed il 20% dei non consumatori.

Dunque fra i giovani hanno un peso più che proporzionale i consumatori occasionali di alcolici, ma anche i consumatori con esperienze ripetute di comportamenti a rischio.

Le persone mature, cioè gli adulti di oltre 54 anni, rappresentano il 36% di tutti gli individui (di 13 anni ed oltre), il 46% dei non consumatori, il 23% dei consumatori occasionali ed il 35% dei consumatori regolari, ma solo il 2% di coloro che si ubriacano ripetutamente e il 5% degli eccedentari.

Dunque, sia fra gli adulti nel complesso, che fra i consumatori

regolari di alcolici (prevalentemente consumatori di vino ai pasti), un terzo (35%) è costituito dagli adulti di oltre 54 anni, che pesano per quasi metà dei consumatori regolari di alcolici, ma per una quota molto ridotta dei consumatori a rischio.

1.2 Composizione del consumo di alcolici

Negli ultimi 3 mesi 68% degli intervistati avevano bevuto vino, 55% birra, 33% aperitivi, digestivi ed altre bevande a media gradazione alcolica, 25% superalcolici (distillati e liquori) e 17% altre bevande alcoliche. Queste percentuali, se vengono proiettate all'universo di 49,6 milioni di adulti (uomini e donne, di 15 anni ed oltre), corrispondono a 33,7 milioni di consumatori almeno occasionali per il vino, 27,3 milioni per la birra, 15,4 milioni per le bevande a media gradazione alcolica e 12,4 milioni per i superalcolici. Inoltre, 10% avevano bevuto integratori e 4% *energy drinks*.

Frequenze di consumo per bevanda La percentuale di consumatori, almeno occasionali, è rimasta quasi stabile per tutti i tipi di bevande alcoliche negli ultimi 5 anni, con differenze statisticamente poco significative, per i lievi incrementi osservati (per il vino da 67,2% nel 1997 a 67,7% nel 2000 e 69,2% nel 2005, per la birra da 51,7% nel 1997 a 53,6% nel 2000 ed a 56,0% nel 2005, per gli aperitivi, digestivi e amari rispettivamente da 31,6%, a 31,5% ed a 33,7%, per i distillati e liquori da 24,9%, a 25,2% ed a 25,3%).

Nei confronti con le indagini precedenti vengono considerati sempre gli individui di 15 anni ed oltre.

L'analisi dei dati rilevati secondo caratteristiche socio-demografiche e comportamenti di consumo, mostra che l'incremento delle

percentuali di consumatori può essere attribuito soprattutto a più frequenti occasioni di consumo fuori di casa (in pizzeria, al pub, in discoteca, ecc.), fra i giovani e fra le donne.

Se si considerano i consumi dell'ultimo mese, le percentuali di bevitori scendono al 75% degli adulti, per tutti i tipi di bevande considerate, nel complesso, al 64% per il vino, al 48% per la birra, al 26% per gli aperitivi, gli amari ed i digestivi, ed al 21% per i superalcolici.

Se si considerano solo i consumatori regolari, cioè gli adulti ed i giovani che bevono i tipi di alcolici considerati (uno o più tipi) almeno una volta la settimana in autunno, queste percentuali scendono a 56% per il vino (28.5 milioni di consumatori regolari), a 33% per la birra (16.8 milioni), a 18% per aperitivi, amari e digestivi (9.1 milioni) ed a 13% per distillati e liquori (6.6 milioni).

Rispetto alle indagini precedenti (Tab. 1.2.), la quota dei consumatori regolari (adulti che consumano i tipi di bevande considerati almeno una volta la settimana), cresce in modo più accentuato per la birra (dal 24% nel 1994, al 26% nel 1997, al 32% nel 2000 ed al 33% nel 2005), ed in misura più contenuta per gli altri tipi di alcolici: dal 54% al 57% per il vino nelle quattro ultime rilevazioni; dal 10% nel 1994, al 13% nel 1997, al 14% nel 2000 ed al 18% nel 2005 per gli aperitivi, i digestivi e gli amari.

Tab. 1.2. Frequenza di consumo di alcolici - Confronti con le indagini precedenti (%)

	BIRRA		VINO (e vini spumanti)		APERITIVI, AMARIE DIGESTIVI		SUPERALCOLICI (distillati e liquori)					
	1997	2000	1997	2000	1997	2000	1997	2000				
<i>Negli ultimi 3 mesi:</i>												
NON HANNO BEVUTO	48,4	46,4	44,0	32,8	32,3	30,8	68,4	68,5	66,3	75,1	74,8	74,2
HANNO BEVUTO:	51,7	53,6	56,0	67,2	67,7	69,2	31,6	31,5	33,7	24,9	25,2	25,8
- tutti i giorni o quasi	3,6	3,8	1,9	35,0	33,8	31,4	1,4	0,8	0,6	1,4	1,3	1,0
- 4-5 giorni la settimana	2,2	2,9	2,1	2,7	4,4	5,2	0,5	1,4	1,1	0,1	0,9	0,5
- 2-3 giorni la settimana	7,3	11,5	15,1	7,7	8,4	12,0	4,1	4,4	6,5	2,6	3,7	3,8
- 1 giorno la settimana	12,9	13,4	14,2	8,9	7,2	8,4	7,2	7,1	9,9	5,9	3,7	7,5
- 2-3 volte al mese	9,9	10,1	11,9	4,7	5,7	5,5	5,7	7,3	6,7	4,1	5,0	5,6
- 1 volta al mese	8,2	6,6	6,1	4,0	4,1	3,0	7,0	5,2	4,0	5,0	4,6	4,5
- più raramente	7,7	5,2	4,9	4,4	3,9	3,6	5,8	5,3	4,8	6,1	6,0	3,0
MEDIA VOLTE (giorni alla settimana)	0,7	0,7	1,5	2,7	2,5	3,9	0,4	0,3	1,2	0,3	0,3	1,2

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Negli ultimi cinque anni dunque sono leggermente aumentate le percentuali di consumatori (almeno una volta in 3 mesi) per tutti i tipi di alcolici e, in misura molto contenuta, anche le percentuali di consumatori regolari (almeno una volta la settimana).

Alli consumatori per età Sono rimaste invece costanti, con lievi oscillazioni, statisticamente poco significative, le percentuali di consumatori ad alta frequenza, che bevono i tipi considerati più di 3 volte la settimana.

Frequenze di consumo per sesso Le frequenze più elevate di consumo sono state rilevate per la birra fra i giovani di 25-34 anni (5% più di 3 volte la settimana in questa classe di età) e fra gli adulti di 35-54 anni (7% più di 3 volte la settimana); per il vino fra le persone mature (la percentuale di consumatori abituali di vino, con almeno 3 occasioni di consumo settimanali, sale dall'8% verso i 20 anni al 38% verso i 40 anni ed al 50% dopo i 54 anni); per gli aperitivi, gli amari ed i digestivi fra 35 e 44 anni e per i superalcolici nelle classi di età intermedie (con valori molto bassi di consumatori abituali di superalcolici, con almeno 3 occasioni di consumo settimanali in tutte le rilevazioni).

Le frequenze di consumo di tutti i tipi di bevande alcoliche sono molto maggiori fra gli uomini, rispetto alle donne.

Fra gli uomini 70% bevono almeno una volta la settimana vino, 47% birra, 18% aperitivi, amari o digestivi e 12% superalcolici (con un calo significativo dei consumatori ad alta frequenza per gli aperitivi e gli amari e per i distillati e liquori).

Fra le donne tutti i valori relativi ai consumi regolari sono molto più bassi: 43% bevono almeno una volta la settimana vino, 19% birra, 9% bevande a media gradazione alcolica e 5% superalcolici

(con valori molto simili rispetto all'indagine precedente).

Fra gli uomini le percentuali di consumatori regolari sono aumentate negli ultimi anni, con alcune oscillazioni, per la birra, da 37% nel 1997, a 47% nel 2000 ed a 43% nell'indagine attuale, e sono rimaste invece quasi costanti o sono leggermente diminuite (con differenze poco significative) per gli altri tipi di alcolici: dal 64% al 70% per il vino, dal 20% al 18% per gli aperitivi, amari e digestivi e dal 15% al 12% per i superalcolici.

Crescono per le donne le percentuali di consumatrici ed anche le frequenze di consumo. Le percentuali di consumatrici regolari, che bevono i tipi di bevande considerati almeno una volta la settimana, sono passate in 12 anni per il vino dal 37% nel 1993, al 43% nel 1997, al 45% nel 2000 ed al 43% nel 2005; per la birra dal 12% al 19% in 12 anni; per gli aperitivi, gli amari ed i digestivi dal 5% all'9% e per i superalcolici dal 2% al 5% (considerando sempre i consumi regolari con almeno un'occasione di consumo in 7 giorni).

Frequenze di consumo per età

Per il vino, le percentuali più alte di consumatori regolari, che bevono vino almeno una volta la settimana, sono state rilevate fra gli adulti di 35-54 anni e di oltre 54 anni.

La percentuale di consumatori regolari di vino aumenta fortemente passando dai giovani (23% consumatori regolari, cioè almeno una volta la settimana fra 13 e 24 anni) alle persone mature (64% consumatori regolari dopo i 54 anni).

Bevono vino tutti i giorni o quasi, di regola solo ai pasti, quasi un terzo (31%) degli adulti di 13 anni ed oltre, due quinti (42%) degli uomini e solo un quinto (20%) delle donne, ed inoltre da un minimo di 4% fra i giovani di 13-24 anni ad un massimo di 40% fra gli adulti di 45 e 54 anni e 46% dopo i 54 anni.

Fra i giovani di 15-24 anni, la quota dei consumatori in 3 mesi è scesa per il vino dal 57% nel 1997 a 51% nel 2000, ed a 46% nel 2005, per la birra è rimasta allo stesso livello dell'indagine precedente (64%) e quasi allo stesso livello anche per gli aperitivi, gli amari ed i digestivi (39% nel 1997, 40% nel 2000 e 42% nel 2005) e per i superalcolici (30% nelle due indagini precedenti e 27% nel 2005).

Integratori di energy drinks

Nell'edizione 2005 sono state introdotte alcune domande sull'uso di integratori ed *energy drinks*, non presenti nelle indagini precedenti. Ciò è stato suggerito dall'osservazione di un fenomeno di diffusione di queste bevande fra i giovani che, negli anni passati, sembrava aver assunto proporzioni significative. In realtà si è trattato di una moda piuttosto effimera, che ha già avuto il suo culmine, per cui attualmente tali bevande non incidono in maniera rilevante sul panorama dei consumi, compresi quelli giovanili.

10% degli intervistati avevano consumato integratori negli ultimi 3 mesi (7% anche negli ultimi 30 giorni). La percentuale di consumatori, regolari ed occasionali, di integratori scende da un massimo di 25% fra i giovani di 13 e 24 anni, a 16% fra i giovani adulti, di 25-34 anni, ed a 4% dopo i 54 anni (per i consumi nell'ultimo mese da 19% fra i giovani di 13-24 anni a 3% dopo i 54 anni).

Per gli energy drinks le percentuali di consumatori sono molto più basse: 4,4% almeno una volta negli ultimi 3 mesi e 2,4% nell'ultimo mese (con valori compresi per tutti i consumatori (anche occasionali) degli ultimi 3 mesi, fra l'11% dei giovani sotto i 25 anni, l'8% fra 25 e 34 anni e l'1% dopo i 54 anni).

Gli integratori sono relativamente più diffusi fra i consumatori occasionali di alcolici. Avevano infatti bevuto integratori, negli ulti-

mi 3 mesi, 9% dei consumatori regolari, 15% dei consumatori occasionali e 9% dei non consumatori di alcolici, Negli ultimi 30 giorni rispettivamente 6% dei consumatori regolari, 11% dei consumatori occasionali e 7% dei non consumatori di alcolici.

Per gli *energy drinks* le percentuali di consumatori negli ultimi 30 giorni sono un po' più alte fra i bevitori regolari (3%), rispetto ai bevitori occasionali (2%) ed ai non bevitori (1%).

1.3 I consumi di alcolici in un giorno medio: quantità consumate e momenti di consumo

Nel giorno precedente l'intervista 62% dei consumatori di alcolici (corrispondente al 50% di tutti gli adulti di 13 anni ed oltre) avevano consumato bevande alcoliche.

Consumi in un giorno medio per sesso

Nel corso degli ultimi 12 anni è rimasta quasi costante (con alcune oscillazioni) la percentuale degli uomini, di 15 anni ed oltre, che bevono alcolici in un giorno medio, con un incremento di 4% in 12 anni tra il 1994 ed il 2005 (62% nel 1994, 61% nel 1997, 63% nel 2000 e 66% nel 2005), e con alcune oscillazioni anche la percentuale delle donne consumatrici in un giorno medio, dal 35% nel 1994, al 38% nel 1997, al 42% nel 2000 e 36% nel 2005 (Tab. 1.3.).

Tab. 1.3. Consumi di alcuni tipi di alcolici in un giorno medio (solo consumatori) Confronti con le indagini precedenti (%)

<i>Nella giornata di ieri:</i>	1997	2000	2005
NON HANNO BEVUTO	36,4	34,5	37,8
HANNO BEVUTO:	63,6	65,5	62,2
- birra	12,4	18,0	12,8
- vino	54,5	54,6	52,8
- aperitivi, digestivi	4,7	7,4	7,7
- superalcolici (liquori, distillati)	5,4	6,3	7,1

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Nel giorno precedente l'intervista 10% degli adulti di 13 anni ed oltre avevano bevuto birra, 42% vino, 6% aperitivi, amari o digestivi e 5% superalcolici. Nel complesso, quasi 50% avevano bevuto almeno un tipo di alcolici nel giorno considerato.

Consumi in un giorno medio per età

Sempre fra gli individui di 13 anni ed oltre, avevano bevuto alcolici anche nel giorno precedente 22% dei giovani di 13-24 anni, 46% fra 25 e 34 anni, 53% fra 35 e 44 anni, 60% fra 45 e 54 anni e 56% dopo i 54 anni.

La frequenza di consumo di vino, è dunque molto più bassa fra i giovani, ed è invece più alta fra le persone mature, per il peso del vino consumato quotidianamente ai pasti.

Consumo ai pasti e fuori

Fra i consumatori di birra (10% degli intervistati, nel giorno considerato), 31% avevano bevuto birra a mezzogiorno, quasi sempre durante il pasto, 61% a cena e 26%

dopo cena. Pochi hanno segnalato anche consumi del mattino (10%) o del pomeriggio (18%).

In media, i bevitori di vino nel giorno precedente hanno indicato 1,8 occasioni di consumo, quasi tutte nei due pasti principali. I consumi di vino, che vengono segnalati per il giorno precedente dal 42% degli intervistati, sono risultati infatti concentrati nel pasto di mezzogiorno (84% dei consumatori) ed a cena (79%). Pochissimi hanno indicato consumi di vino fuori dai pasti, al mattino (7%), nel pomeriggio (5%) o dopo cena (7%).

Sia per gli aperitivi, gli amari ed i digestivi, che per i superalcolici, i consumi risultano distribuiti in modo uniforme nel corso della giornata, con un peso maggiore dei consumi serali. In particolare, 30% dei bevitori di aperitivi, amari e digestivi avevano consumato bevande a media gradazione alcolica nel pasto di mezzogiorno, 41% a cena (o vicino alla cena), 15% la sera lontano dal pasto, 33% al mattino, prima del pasto, spesso come aperitivo, e 10% nel pomeriggio. I pochi casi osservati per alcune categorie di bevande alcoliche non consentono di fare molti confronti con le indagini precedenti.

Fra i consumatori in un giorno medio, quasi tre quarti (73%), avevano bevuto un solo tipo di alcolici (più spesso vino), 22% due tipi e pochissimi (5%) più di due tipi nel giorno considerato. In media, i consumatori avevano bevuto 1.3 tipi diversi. Avevano bevuto due o più tipi di alcolici 30% dei maschi (consumatori in un giorno medio) e solo 11% delle femmine.

*Composizione del consumo medio
in unità alcoliche*

In media, i consumatori di alcolici nel giorno precedente, avevano consumato tre unità alcoliche, cioè 3,0 bicchieri standard, di vino (da 12, 5 cl., corrispondenti ad un ottavo di litro),

oppure di birra (da 25 cl., corrispondenti ad un quarto di litro) e/o di altri tipi di bevande, corrispondenti ad altrettante unità alcoliche (Tab. 1.4.). Nel complesso, le 3,0 unità alcoliche stimate per i consumatori in un giorno medio, provengono per 2,1 unità dal vino, per 0,4 unità dalla birra, per 0,2 unità da aperitivi, digestivi ed amari e per altrettante unità (0,2) da distillati o liquori (per meno di 0,1 unità da altri tipi di bevande alcoliche).

Il numero medio di unità alcoliche consumate in un giorno è molto simile (per i consumatori) in tutte le classi di età (perché è sempre compreso tra 2,9 e 3,1 unità nei giorni di consumo), ma è molto più alto fra i maschi (3,4 unità in 24 ore per gli uomini che hanno consumato alcolici), rispetto alle donne (2,2 unità in 24 ore).

*Composizione del consumo medio
per età*

Passando dai giovani di 13-24 anni alle persone mature, di oltre 54 anni cambia, tuttavia, la composizione dei consumi di alcolici.

Aumenta infatti il peso del vino sulle 3,0 unità alcoliche calcolate per i consumatori in un giorno medio (da 1,1 unità per i giovani a 2,5 unità per le persone mature) e diminuisce il peso della birra (da 1,1 unità per i giovani a 0,2 unità per le persone mature) e delle altre bevande, a media ed alta gradazione alcolica (da 0,6 unità per i giovani di 13-24 anni e di 0,7 unità per gli adulti, di 25-34 anni, a sole 0,3 unità dopo i 54 anni, cioè nella classe di età in cui prevalgono nettamente, come si è già osservato, i consumi di vino.

Tab. 1.4. Composizione dei consumi in un giorno medio per sesso ed età – Solo consumatori (%)

<i>Su 100 u.a. quante erano di .</i>	Totale adulti	Ma-schi	Fem-mine	13-24 anni	25-34 anni	35-44 anni	45-54 anni	+ di 54 anni
• Birra	14,3	14,2	14,5	<u>34,5</u>	23,6	19,0	12,1	6,3
• Vino	<u>73,8</u>	<u>71,4</u>	<u>77,7</u>	<u>39,3</u>	<u>57,2</u>	<u>68,2</u>	<u>77,1</u>	<u>86,8</u>
• Aperitivi, digestivi	6,6	7,7	4,8	12,2	10,6	8,5	6,2	3,4
• Super alcolici	4,7	6,1	2,3	10,9	6,2	4,1	4,6	3,4
• Altre bevande	0,6	0,6	0,6	3,1	2,4	0,2	-	-
N. medio u.a.	3,0	3,4	2,2	2,9	3,0	2,9	2,9	3,0

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Composizione del consumo a rischio

Fra gli intervistati con esperienze ripetute di consumi a rischio (cioè di stati di ubriachezza e di guida in stato di ebbrezza), i consumi in un giorno medio aumentano fortemente, cioè salgono a 6 unità alcoliche (numero di bicchieri standard di vino, birra ed altri tipi di alcolici bevuti in un giorno medio dagli intervistati con comportamenti a rischio ripetuti).

Le 6 unità alcoliche consumate in un giorno medio dagli intervistati con esperienze ripetute di consumi a rischio, provengono per

oltre metà dal vino, per quasi un quarto dalla birra e per un altro quarto dalle bevande a media ed alta gradazione alcolica.

1.4 Luoghi e comportamenti di consumo

Composizione di consumo per bevanda

Prevalgono i consumi ai pasti con i familiari per il vino (74% con famigliari e parenti, 29% solo con il coniuge o con il fidanzato e 44% con amici e amiche), ed i consumi con gli amici o in famiglia per la birra (64% con amici e amiche, 52% con familiari e parenti, 24% solo con il coniuge o il fidanzato/a) (Tab. 1.5.). Risposte simili sono state date per gli aperitivi, gli amari ed i digestivi (84% più spesso con amici, 29% con familiari e parenti, 26% con il coniuge o con il fidanzato/a) e per i superalcolici (77% con amici e amiche, 29% con familiari o parenti e 24% con il coniuge o con il fidanzato/a).

Tab. 1.5. Comportamenti di consumo - Ultimi 3 mesi (%)

<i>Negli ultimi 3 mesi, con chi Le è capitato di bere</i>	Birra	Vino	Aperitivi Digestivi	Superalc.	Altre bev.alc.
- Da solo	15,0	15,8	7,3	13,8	10,7
- Con familiari o parenti	<u>51,8</u>	<u>74,1</u>	29,3	28,8	20,8
- Con amici, colleghi	<u>64,4</u>	44,4	<u>83,8</u>	<u>77,0</u>	<u>82,7</u>
- Con il/la partner	24,0	29,3	25,7	23,6	15,4
- Con altre persone	3,4	3,2	4,5	5,5	8,3

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Le percentuali di intervistati che dicono di bere alcolici più spesso da soli sono piuttosto basse: 15% per il vino e per la birra, 14% per i distillati ed i liquori e 7% per gli aperitivi, gli amari ed i digestivi.

Questi valori sono molto vicini (un po' più alti) a quelli ottenuti nelle indagini precedenti, con differenze poco significative. Nell'indagine 2000 avevano infatti dato questa risposta 12% per la birra, 9% per il vino, 10% per i superalcolici e 5% per le bevande a media gradazione alcolica.

Cionondimeno, il costume italiano mantiene un profilo di "bere sociale" diffuso, che associa la bevanda alcolica ad occasioni di convivialità e amicale o familiare.

Bevande ai pasti

Nelle indagini periodiche dell'Osservatorio vengono rilevati anche dati sulle bevande consumate nei due pasti principali (Tab. 1.6.).

Nel pasto di mezzogiorno quasi tutti bevono acqua (48% acqua minerale non gassata, 32% acqua minerale gassata e 29% acqua di rubinetto), 47% consumano anche bevande alcoliche (39% vino e 8% birra) e 35% bevande non alcoliche, cioè più spesso bevande gassate (16%), spremute o succhi di frutta (11% complessivamente) o altri tipi di bevande (latte, ecc.).

La distribuzione delle risposte è quasi identica per la cena, con un peso un po' ridotto delle bevande non alcoliche (13% invece di 20%, considerando insieme le bevande gassate, i succhi di frutta e le spremute) e dell'acqua minerale gassata (30%, invece del 32% rilevato per il pasto di mezzogiorno). Come a mezzogiorno, anche a cena 77% bevono acqua minerale, 40% vino e 8% birra.

Rispetto al 1997, sono aumentate le percentuali di adulti che bevono ai pasti acqua di rubinetto (dal 24% al 30% per il pranzo e

dal 23% al 27% per la cena), è un po' aumentato il consumo di acqua minerale gassata, sia per il pranzo che per la cena (32%), ed è aumentato, nel corso degli ultimi 8 anni, anche il consumo di acqua minerale naturale, dal 42% al 47% degli adulti, sia a pranzo che a cena. E' leggermente aumentato anche il consumo di birra ai pasti, dal 4% all'8%. In ascesa i consumi di alcuni tipi di bevande non alcoliche.

Bevono caffè durante il pasto o, subito dopo il pasto, 36% degli adulti a pranzo e 13% a cena.

Probabilmente il consumo di caffè era stato sottovalutato nelle indagini precedenti, perché nelle risposte alla domanda sulle bevande consumate abitualmente durante i pasti qualcuno non ha pensato al caffè, che viene bevuto dopo il pasto e che non viene considerato, in Italia, una possibile alternativa ad altre bevande.

Il consumo di acqua minerale, gassata e naturale, ha una diffusione molto simile nei due sessi, in tutte le classi di età, e fra i consumatori ed i non consumatori di bevande alcoliche.

Tab. 1.6. Bevande consumate nei giorni feriali al pasto di mezzogiorno e a cena - Confronti con le indagini precedenti (%)

	1997		2000		2005	
	mezzo-giorno	cena	mezzo-giorno	cena	mezzo-giorno	Cena
- acqua normale	23,8	23,1	20,6	20,0	28,9	27,3
- acqua minerale gassata	25,7	25,9	27,6	25,2	31,8	29,8
- acqua minerale non gassata	42,2	41,8	49,4	49,0	47,6	46,8
- vino	36,1	34,9	39,2	38,9	38,7	40,2
- birra	4,0	4,9	6,5	9,4	8,2	8,4
- bevande gassate (aranciata, Coca Cola, ecc.)	10,1	8,5	12,7	10,0	15,7	12,6
- spremute di frutta	2,0	0,9	3,0	0,9	4,3	1,2
- succhi di frutta (confezionati)	2,6	1,1	4,2	2,0	6,3	2,0
- caffè (*)	-	-	34,2	13,2	36,1	13,5
- altre bevande (tè, latte, ecc.)	14,3	6,7	6,0	3,0	8,1	3,5
- altre bevande alcoliche/energy drinks	-	-	-	-	0,4	0,3
- non ho bevuto nulla	0,9	1,3	0,7	0,7	0,4	0,4

(*) Considerato separatamente per la prima volta nell'indagine 2000

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Considerando al distribuzione del consumo di alcolici nell'arco di una giornata (Tab. 1.6.), la percentuale di consumatori di vino al pasto di mezzogiorno sale da un minimo di 12% verso i 20 anni e di 28% verso i 30 anni, ad un massimo di 45% verso i 50 anni e di 53% dopo i 54 anni.

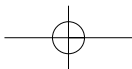
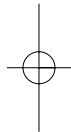
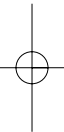
Per la birra, invece, la percentuale di consumatori al pasto di mezzogiorno sale dal 10% sotto i 35 anni, al 13% fra 35 e 44 anni, per poi scendere all'11% fra i 45 e 54 anni ed al 4% dopo i 54 anni (Tab. 1.7.). Nel consumo complessivo degli italiani il vino si conferma, per eccellenza, la bevanda associata al pasto. Questo dato, come noto, ha un suo picco nelle abitudini alimentari delle persone mature all'inizio della terza età.

Bevono vino a tavola 48% degli uomini e 31% delle donne (bevono birra rispettivamente l'8% ed il 5%).

Tab. 1.7. Distribuzione del consumo delle singole bevande alcoliche nella giornata (%)

<i>Su 100 consumatori di ogni bevanda, nel giorno precedente Quanti hanno l'hanno bevuta:</i>	Birra	Vino	Aperitivi, digestivi	Super alcolici
Al mattino	9,8	7,5	33,3	8,8
Al pasto di mezzogiorno	31,3	<u>83,9</u>	29,7	18,6
Nel pomeriggio	18,9	4,9	10,2	16,6
Al pasto della sera	<u>60,6</u>	<u>79,4</u>	<u>40,7</u>	33,7
La sera, dopo cena	25,8	7,1	15,4	<u>59,7</u>

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006



2. I GIOVANI E L'ALCOOL (13-24 anni)

- *Il 47% dei giovani fra 13 e 24 anni sono consumatori regolari. Tra questi i maschi rappresentano circa 2/3.*
- *La birra è la bevanda preferita dai giovani, mentre oltre la metà non consuma vino*
- *Il numero dei consumatori aumenta dopo i 15 anni e si mantiene stabile fino ai 24 anni, mentre le quantità consumate aumentano all'aumentare dell'età, in particolare il sabato.*
- *I ragazzi cominciano a consumare birra e vino intorno ai 14 anni prevalentemente in casa con i familiari, mentre le altre bevande si assaggiano attorno ai 16 anni, in genere fuori casa con gli amici.*
- *Le prime esperienze di ubriachezza si collocano prevalentemente fra 16 e 18 anni in occasione di feste, anche familiari, e si devono per lo più a distillati o liquori.*
- *Quasi 2/3 dei giovani fuma sigarette; circa il 14% ha sperimentato, anche sporadicamente, droghe leggere. L'utilizzo di altri tipi di droghe, seppur in basse percentuali, comincia fra 16 e 19 anni e aumenta fra 20 e 24 anni*

2.1 Consumatori regolari, occasionali e non consumatori

J giovani consumatori Bevono alcolici almeno una volta in tre mesi, come si è già visto, 80% di tutti gli italiani che hanno più di 12 anni e 72% dei giovani di 13-24 anni; in particolare 46% fra 13 e 15 anni, 74% fra 16 e 19 anni e 84% fra 20 e 24 anni (80% dei maschi e 64% delle femmine).

Se si considerano solo i consumatori regolari, cioè gli individui che bevono uno o più tipi di alcolici almeno una volta la settimana,

le percentuali di consumatori scendono al 67,2% per tutti gli individui di 13 anni ed oltre, e al 47,5% per i giovani di 13-24 anni (58,6% dei maschi e 35,8% delle femmine in questa classe di età). Possono essere considerati consumatori regolari (di almeno un tipo di bevanda alcolica) 17,8% dei ragazzi e ragazze fra 13 e 15 anni, 46,4% fra 16 e 19 anni e 63,7% fra 20 e 24 anni (vedi grafico seguente).

Fra i giovani consumatori occasionali, 21,3% sono consumatori di birra (adulti 22,7%), 19,4% di vino (adulti 12,2%), 17,8% di aperitivi e digestivi (adulti 15,4%), 12,8% di superalcolici, stessa percentuale del campione intero, mentre per le altre bevande i giovani occasionali si attestano a 11,5% a fronte del 5,7% del campione adulto.

Per quanto riguarda i non consumatori delle varie bevande, le differenze più eclatanti fra i giovani e l'intero campione si registrano nel vino: **57,5% dei giovani non ne fa uso, a fronte del 31,9% del campione complessivo.**

2.2 Frequenze di consumo

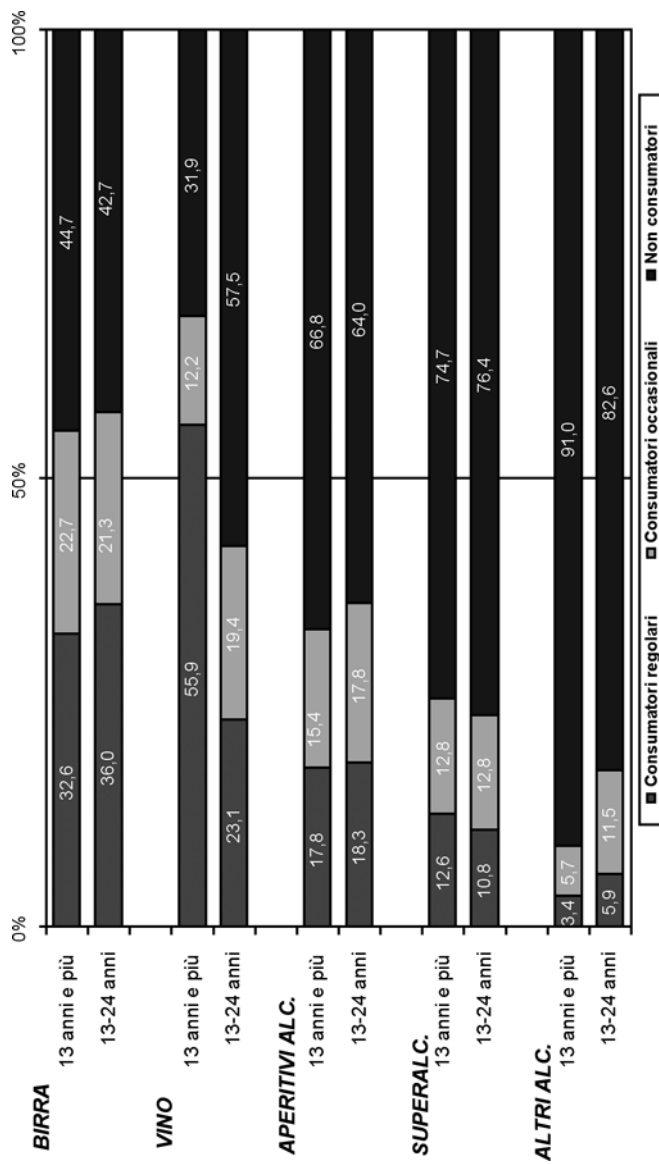
Negli ultimi 3 mesi 42,6% dei giovani intervistati fra 13 e 24 anni avevano bevuto vino, 57,3% birra, 36,0% aperitivi, digestivi ed altre bevande a media gradazione alcolica e 23,7% distillati o liquori.

Le frequenze di consumo per età La percentuale di consumatori, almeno occasionalmente, sale da 23,2% per i ragazzi di 13-15 anni a 56,0% fra i giovani di 20-24 anni per il vino, da 31,4% fra 13 e 15 anni a 69,8% fra 20 e 24 anni per la birra, da 11,7% a 16,8% per gli aperitivi, i digestivi e gli amari, e da 5,0% a 34,0% per i distillati e liquori.

Per tutti i tipi di bevande alcoliche la quota di consumatori (e di consumatori regolari) sale dopo i 15 anni, ed è invece molto simile fra 16 e 19 anni e fra 20 e 24 anni.

Nel grafico seguente (Graf. 2.1.) vengono presentate le frequenze di consumo rilevate per quattro categorie di bevande alcoliche per i giovani di 13-24 anni, confrontate con il campione generale (13 anni e oltre).

**Graf. 2.1. Frequenza di consumo di alcuni tipi di alcolici – Confronto campione totale-
Giovani 13-24 anni (%)**



(*) *consumatori regolari: almeno un tipo di bevanda alcolica almeno una volta la settimana; consumatori occasionali: almeno un tipo di bevanda alcolica almeno una volta in 3 mesi*

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Le quantità consumate dai giovani

Consumatori in un giorno medio

Nel giorno precedente l'intervista avevano bevuto alcolici, come si è già osservato, quasi metà (49,6%) di tutti gli intervistati e meno di un quarto (22,5%) dei giovani di 13-24 anni, con forti differenze, anche per i giovani, fra i due sessi (29,9% dei ragazzi e 14,4% delle ragazze).

La percentuale dei consumatori in un giorno medio sale dal 3% fra 13 e 15 anni, al 20% fra 16 e 19 anni ed al 35% fra 20-24 anni. In questo ultimo sottogruppo, di giovani fra 20 e 24 anni, 17% avevano bevuto il giorno prima vino e quasi altrettanti (16%) birra, 7% aperitivi e, digestivi o amari e 6% superalcolici.

Le quantità consumate in un giorno

Per i consumatori in un giorno medio, sono state rilevate in **media 3,0 unità** alcoliche per tutti gli intervistati e **quasi altrettante per i giovani di 13-24 anni**, ma con forti differenze nei tre sottogruppi (da un minimo di 0,1 unità alcoliche in un giorno medio per i consumatori di 13-15 anni a 2,3 unità alcoliche fra 16 e 19 anni ed a 3,2 unità alcoliche fra 20 e 24 anni).

Nelle **2,9 unità alcoliche medie dei giovani** hanno un peso prevalente il vino (1,1 unità) e la birra (1,1 unità), ed un peso molto ridotto le altre bevande alcoliche (0,3 u.a., per gli aperitivi ed i digestivi, 0,3 u.a. per i distillati ed i liquori).

Questi dati confermano che i consumi medi dei giovani, cioè le unità alcoliche bevute in un giorno medio, sono piuttosto contenute, anche per il peso ridotto delle bevande alcoliche nei due pasti principali dei giovani (nei giorni feriali), ma i consumi aumentano, come risulta dalle risposte date ad altre domande, nel fine settimana (soprattutto il sabato). Oltre ai dati sulle quantità consumate in un giorno medio, è stato rilevato, con una domanda specifica, anche il

numero di bicchieri bevuti “abitualmente”, nelle occasioni di consumo, dagli attuali consumatori, per i diversi tipi di bevande.

Nella Tab. 2.1. si evidenziano le differenze nelle quantità consumate dai giovani fra 13 e 24 anni rispetto al campione totale.

I dati relativi agli aperitivi e digestivi vengono presentati in numero di bicchieri della misura più piccola (bicchierini). Per questo motivo prevalgono, per gli aperitivi ed i digestivi, i consumi di due bicchieri di misura ridotta, che corrispondono ad un solo bicchiere di misura media, indicato da molti intervistati.

Tab. 2.1. Quantità consumate (in unità alcoliche)* – Confronto giovani-campione generale (%)

<i>Nei giorni in cui beve (birra, vino, ecc). quanto ne beve in media/di solito?</i>	Tutti gli intervistati				Giovani di 13-24 anni			
	Birra	Vino	Aper. digest.	Super alcolici	Birra	Vino	Aper. Digest.	Super alcolici
<i>1 bicchiere</i>	<u>60</u>	<u>56</u>	23	<u>78</u>	<u>59</u>	<u>65</u>	19	<u>75</u>
<i>2 bicchieri</i>	31	27	<u>69</u>	16	26	18	<u>71</u>	17
<i>3 o più bicchieri</i>	8	13	7	5	8	10	10	8
<i>Altre risposte (°)</i>	1	4	1	1	7	7	-	-
TOTALE	100	100	100	100	100	100	100	100

(°)Non so dipende dai casi, ecc

** Tutti i valori presentati sono espressi in numero di bicchieri standard per i tipi di bevande considerate, cioè in bicchieri da 12,5 cl per il vino, in bicchieri da 25 cl per la birra, ecc*

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

2.4 Luoghi e comportamenti di consumo

Fra i giovani di 13-24 anni, come fra gli adulti nel complesso, prevalgono i consumi ai pasti, con i familiari, per il vino. I consumi con gli amici ed amiche hanno un forte peso soprattutto per la birra ed anche per gli altri tipi di bevande alcoliche.

Le bevande ai pasti

Nel pasto di mezzogiorno dei giorni feriali quasi tutti i giovani di 13-24 anni bevono acqua (30,2% acqua minerale gassata, 47,8% acqua minerale non gassata e 28,7% acqua normale), 20% consumano bevande alcoliche (12,8% vino e 8,1% birra) e 50% bevono anche (o solo) bevande non alcoliche, cioè prevalentemente bevande gassate (30%) e spremute o succhi di frutta (8%) (Tab. 2.2.).

Il consumo abituale di bevande alcoliche (vino o birra) nel pasto di mezzogiorno dei giorni feriali sale dal 6% per i ragazzi e ragazze di 13-15 anni, al 19% per i giovani di 16-19 anni ed al 30% per quelli di 20-24 anni. Rispetto agli adulti, è molto minore fra i giovani (soprattutto fra 13 e i 15 anni) il consumo di vino ai pasti, ed è invece molto più diffuso il consumo di bevande non alcoliche.

Anche fra i giovani, come fra gli adulti, i comportamenti di consumo di bevande alcoliche e non alcoliche, ed anche il peso del vino e della birra, sono molto simili nei giorni feriali, per il pasto del mezzogiorno e per la cena.

Il consumo di bevande alcoliche, ai pasti e fuori dai pasti,

aumenta invece fortemente nel fine settimana e, in generale, nei pasti consumati nei locali pubblici con gli amici.

Tab. 2.2. Bevande consumate al pasto di mezzogiorno – Giovani 13-24 anni (%)

Bevande	13-24 anni
• Acqua normale	30
• Acqua minerale	<u>81</u>
• Vino	12
• Altre bevande alcoliche	7
• Caffé	22
• Altre bevande analcoliche	<u>72</u>

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

J giorni del consumo Quasi sei giovani su dieci (58%) hanno indicato giorni della settimana in cui si concentrano i consumi di alcolici (Tab. 2.3.). Nella grande maggioranza dei casi (46% di tutti i giovani e quasi 80% dei giovani che hanno dato una risposta) è stato indicato il sabato. Pochissimi hanno ricordato altri giorni: prevalentemente il venerdì (6%) e la domenica (4%) o, solo in alcuni casi, altri giorni della settimana. Hanno indicato giorni di maggiore consumo 26% dei ragazzi e ragazze di 13-15 anni (19% il sabato), 62% dei giovani di 16-19 anni (54% il sabato) e 71% dei giovani fra 20 e 24 anni (54% il sabato).

Tab. 2.3. Il consumo nella settimana – Giovani 13-24 anni (%)

Giorno della settimana	Totale	Maschi	Femmine	13-15 anni	16-19 anni	20-24 anni
Lunedì	0,8	0,9	0,8	-	0,6	1,4
Martedì	0,7	0,9	0,5	-	1,3	0,6
Mercoledì	0,2	-	0,4	-	-	0,4
Giovedì	0,3	0,4	0,3	-	0,4	0,4
Venerdì	6,2	7,6	4,7	2,7	3,0	10,3
Sabato	45,9	50,0	41,5	18,7	54,2	54,1
Domenica	3,6	3,8	3,5	4,4	3,0	3,7
Nessuno in particolare	25,0	25,3	24,7	36,4	21,8	21,3
Non ho mai bevuto	17,3	11,2	23,8	37,8	15,7	7,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Tra Lunedì e Giovedì</i>	2,0	2,2	2,0	-	2,3	2,8
<i>Tra Venerdì e Domenica</i>	55,7	61,4	49,7	25,8	60,2	68,1

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

2.5 L'iniziazione al consumo e le prime esperienze di eccedenza

2.5.1. L'età di inizio

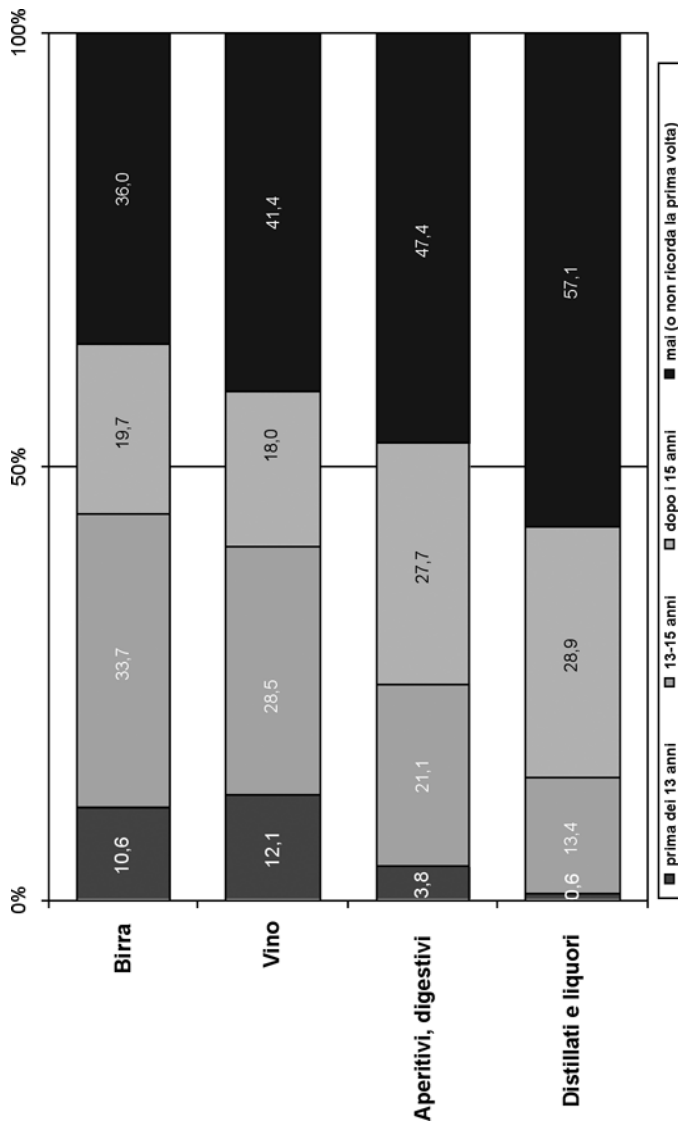
Tre quarti (76%) dei giovani intervistati (296 giovani fra 13 e 24 anni) ricordavano la prima esperienza di consumo di birra, 71% il primo consumo di vino, 65% il primo consumo di aperitivi, amari

o digestivi e 52% il primo consumo di distillati o liquori. Molti giovani, pur ricordando le prime esperienze di consumo, non hanno saputo indicare, neppure in modo approssimativo, l'età della prima esperienza di consumo per i tipi di alcolici considerati.

L'inizio del consumo

I ragazzi e le ragazze che hanno saputo fornire dati più completi sulle esperienze fatte, hanno indicato un'età media di 14 anni per i primi consumi di birra e vino e di 16 anni per le bevande a media ed alta gradazione alcolica (Graf. 2.2.). Nei due sessi è stata indicata un'età media molto simile per la prime esperienze, leggermente più alta, ma solo di qualche mese, per le ragazze.

Graf. 2.2. Et  di inizio del consumo di alcolici - Giovani 13-24 anni(%)



Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

L'età media indicata per le prime esperienze di consumo risulta un po' più bassa per i ragazzi di 13-15 anni (12 anni, in media, per il vino), rispetto ai giovani di 16-19 anni (in media 14 anni) ed ai giovani di 20-24 anni (in media 15 anni).

Differenze analoghe, nel complesso piuttosto contenute, sono state rilevate per tutti i tipi di alcolici.

Il confronto fra le risposte fornite dalle diverse fasce di età, indica un abbassamento progressivo dell'età di inizio del consumo di bevande alcoliche che, pur non rappresentando di per sé un fattore di rischio, date le quantità contenute, richiede comunque un monitoraggio continuo ed un'attenzione alle modalità e ai contesti in cui avviene il consumo.

2.5.2 *Il ricordo dell'inizio*

Le sensazioni del primo consumo Molti giovani (33% dei ragazzi e 25% delle ragazze) non hanno saputo descrivere, perché non ricordavano, sensazioni particolari, collegate alle prime esperienze di consumo di alcolici; gli altri (22% dei maschi e 17% delle femmine) hanno descritto sia reazioni positive (*ho pensato che lo avrei rifatto, mi piaceva, mi sono sentito più adulto, ecc.*) che, in un numero di casi molto simile, reazioni negative: *è stato sgradevole, mi sono sentito male, ho pensato di fare una cosa proibita, che i miei genitori non avrebbero approvato* (19% dei maschi e 23% delle femmine).

Il rapporto fra impressioni positive ed impressioni negative, sulle prime esperienze di consumo di alcolici, è molto simile nei due sessi ed in tutte le classi di età, perché l'esperienza fatta (prevalentemente fra 14 e 16 anni) può essere stata condizionata, più

che dal sesso e dall'età dei giovani, dalle situazioni in cui l'esperienza è stata fatta, dai tipi di alcolici provati e dalle quantità consumate.

2.5.3 *Le figure e i contesti dell'inizio*

Le figure dell'inizio I giovani ricordavano di avere fatto le prime esperienze di consumo:

- per il vino prevalentemente con i genitori (54%), con altri familiari e parenti (20%) e con amici coetanei (18%)
- per la birra con i genitori (35%) e con altri familiari e parenti (12%), ma più spesso anche con amici coetanei (41%) o, in pochi casi, con amici più grandi (6%)
- per gli altri tipi di alcolici più spesso con amici coetanei o con amici più grandi, e molto meno con i genitori e con famigliari o parenti

Le risposte sulle prime esperienze dei giovani sono molto simili nei due sessi.

I luoghi dell'inizio Le risposte sui **luoghi** delle prime esperienze di consumo, che sono state date per i diversi tipi di bevande alcoliche, confermano le indicazioni relative alle situazioni di consumo. Infatti prevalgono:

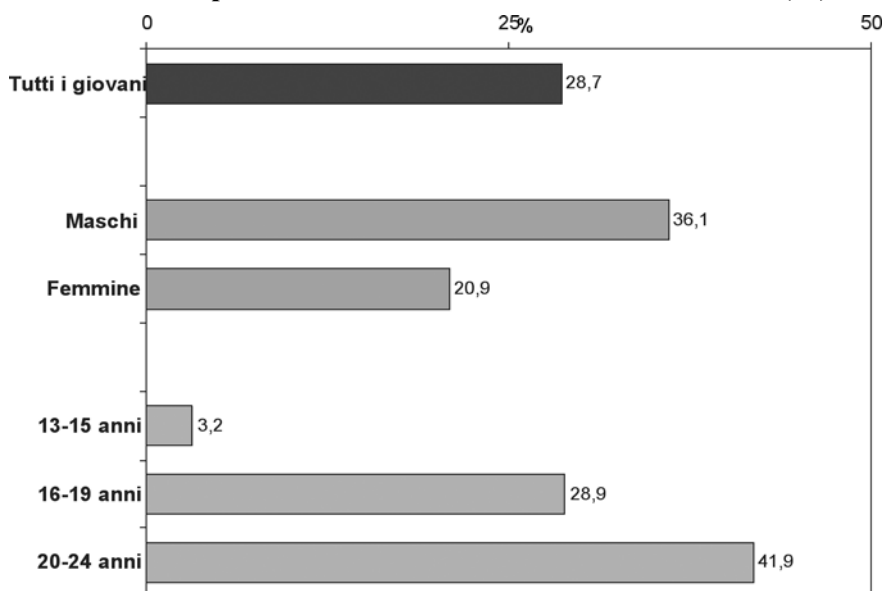
- per il **vino** i consumi in casa ai pasti (61%), ma anche in trattoria ed in pizzeria (7%), in casa di amici (5%), alle feste (5%) ed in occasioni speciali (7%)

- per la **birra** i consumi in casa (32%), ma anche i consumi al bar (22%), in una trattoria o pizzeria (21%), ed in casa di amici (8%)
- per gli **aperitivi, i digestivi e gli amari** i consumi al bar (39%), in casa di amici (10%) e nelle feste (13%).
- per i **distillati e liquori** in un ristorante o una pizzeria (28%), in una discoteca (17%), nelle feste (14%) ed in casa di amici (19%)

2.5.4 *Prime esperienze di stati di ubriachezza*

La prima ubriacatura Tre giovani su dieci (29% nel complesso, 36% dei ragazzi e 21% delle ragazze) ricordavano di essersi ubriacati almeno una volta nella vita (Graf. 2.3.). Avevano fatto questa esperienza almeno una volta solo 3% dei giovani di 13-15 anni, 29% fra 16 e 19 anni e 42% fra 20 e 24 anni.

Gli intervistati con esperienze personali di stati di ubriachezza ricordavano di essersi ubriacati per la prima volta prevalentemente fra 16 ed 18 anni (ma molti anche prima dei 16 anni).

Graf. 2.3. Esperienze di ubriachezza - Giovani 13-24 anni (%)

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

I giovani che hanno descritto una prima esperienza di comportamenti a rischio si erano ubriacati più spesso con distillati o liquori (43%), oppure bevendo birra (21%) o vino (19%). Pochissimi hanno indicato, per le prime esperienze, bevande a media gradazione alcolica (aperitivi, amari o digestivi) o altri tipi di alcolici.

I contesti della prima ubriacatura

Le situazioni ed i luoghi in cui erano state fatte, dai giovani intervistati, le prime esperienze di stati di ubriachezza sono molto diversi (Tab. 2.4.): in occasione di una festa, anche con familiari e parenti (27%), a pranzo o a cena, con familiari, parenti o amici (15%), al bar o in un pub (16%), in

una discoteca (16%) o al ristorante (4%), con amici in casa, lontano dai pasti (18%). La graduatoria dei luoghi e delle occasioni prevalenti è molto simile nei due sessi.

**Tab. 2.4. Occasioni della prima esperienza di ubriachezza –
Giovani 13-24 anni (%)**

	Totale giovani	Maschi	Femmine
Con familiari a pranzo/cena	14,9	16,6	11,9
Al ristorante	4,3	3,2	6,2
In discoteca	15,6	16,4	14,2
Al bar/pub	16,1	15,0	18,0
Da solo a casa a pranzo/cena	-	-	-
Da solo a casa fuori pasto	0,5	0,8	-
Con amici a casa fuori pasto	17,6	18,6	15,9
Con familiari a casa fuori pasto	0,4	-	1,0
A feste/cerimonie	26,6	26,1	27,5
Ad un concerto	1,2	1,8	-
All'aperto con amici	5,4	5,4	5,5

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Quasi un terzo (32%) dei giovani intervistati (40% dei ragazzi e 25% delle ragazze) hanno descritto, scegliendo fra le possibili risposte di un elenco, le reazioni prevalenti nelle occasioni in cui pensavano di avere bevuto troppo. Hanno descritto esperienze e sensazioni nelle situazioni di forti consumi 12% dei giovani fra 13 e 15 anni, 36% fra 16 e 19 anni e 41% fra 20 e 24 anni.

Nel complesso, prevalgono le risposte rassicuranti: “*non ho problemi, basta che non guido, se ho bevuto troppo*” (16,5%); “*è una cosa normale, che fanno tutti*” (8,5%), “*posso farlo, perché reggo bene l’alcool*” (3,7%), “*so che è un rischio, ma mi piace farlo*” (2,2%)”.

I giudizi critici si riferiscono più spesso ai possibili rimproveri dei genitori (5,7%), alla disapprovazione del proprio ragazzo o ragazza (2,2%) ed alle critiche degli amici, in generale (1,2%).

Il consumo di altre sostanze: fumo e droghe

2.6.1. Il fumo

Per la prima volta dall’inizio delle indagini Osservatorio-Doxa, è stata inserita una batteria di domande sul consumo di tabacco. Ciò perché spesso è proprio questa sostanza che, per la sua disponibilità, fa da “apripista” al consumo eccessivo di altre sostanze, fra cui l’alcool, ma anche le droghe. Il tabacco, come le altre sostanze psicotrope, instaura infatti un processo di “*rewarding*”, cioè di auto-gratificazione che rende necessario il ricorso continuo a ciò che può perpetuarne e accrescerne gli effetti.

Nei casi di consumi eccedentari o di dipendenza è stata rilevata una forte diffusione della poliassunzione, cioè del consumo di diversi tipi di sostanze psicotrope, dove all’alto consumo di alcool è molto spesso associato un alto consumo di tabacco.

Fumatori per sesso ed età

Quasi un quarto (24%) degli intervistati (25% dei ragazzi e 20% delle ragazze) fumano (Tab. 2.5.): 4% dei giovani fra 13 e 15 anni, 28% fra 16 e 19 anni e 33% fra 20 e 24 anni.

Sono stati rilevati comportamenti molto simili nei due sessi: pochissimi fumano (o ammettono di fumare) fra 13 e 15 anni, ma le percentuali di consumatori salgono, sia fra i ragazzi che fra le ragazze, al 25-30% fra 16 e 19 anni ed al 32-34% fra 20 e 24 anni.

Gli intervistati avevano incominciato a fumare prevalentemente fra i 15 ed i 17 anni, ma molti anche prima dei 15 anni.

Tab. 2.5. Consumo di tabacco per sesso e fasce di età – Giovani 13-24 anni (%)

	Totale giovani	Maschi			Femmine		
		13-15 anni	16-19 anni	20-24 anni	13-15 anni	16-19 anni	20-24 anni
Fumatore	24,4	5,5	29,8	31,6	1,8	25,2	34,3
Non fumatore	75,6	94,5	70,2	68,4	98,2	74,8	65,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Questi dati sono confermati dai risultati di ricerche specifiche sul fumo, che la Doxa effettua periodicamente, a livello nazionale, per incarico dell'Istituto Superiore di Sanità, in collaborazione con l'Istituto di Ricerche Farmacologiche Mario Negri. Fumano in Italia 29% dei giovani di 15-24 anni (31% dei maschi e 26% delle femmine) e 30% fra 25 e 34 anni.

2.6.2 Esperienze di consumi di droghe

11% dei 296 giovani intervistati hanno dichiarato di avere usato almeno una volta nella vita droghe leggere ("spinelli", secondo la

definizione adottata nell'intervista), 1% prodotti in compresse o pasticche ed altrettanti (quasi 1%) prodotti da inalare (colle, ecc) (Tab. 2.6.).

Per le droghe leggere, 86% hanno escluso di avere avuto esperienze dirette, mentre 3% hanno rifiutato di rispondere alla domanda sulle esperienze di consumo di droghe leggere. Si può ritenere che, in questo ultimo gruppo, una quota consistente abbia avuto, in realtà, esperienze di consumo, ma non abbia voluto ammetterlo. Se si tiene conto, almeno in parte, anche di questo gruppo di giovani, che non hanno voluto rispondere alla domanda sui consumi, la percentuale di giovani con esperienze di consumo di droghe leggere sale dall'11%, dichiarato, al 13-14%.

La stessa ipotesi può essere fatta per gli altri tipi di droghe (in compresse o da inalare): l'1% di consumatori dichiarati sale ad almeno il 2%, sia per le droghe in compresse che per le colle, se si tiene conto anche dei rifiuti a rispondere da parte di probabili consumatori.

Droghe leggere

Per le droghe leggere, le percentuali di giovani con esperienze dirette (dichiarate dagli intervistati) passano dall'1% sotto i 16 anni (2%, includendo anche i rifiuti a rispondere) a 9% (12% con i rifiuti a rispondere) fra 16 e 19 anni, ed a 17% fra 20 e 24 anni (21% con i rifiuti).

Fra i giovani (11%) che avevano usato almeno una volta droghe leggere, metà (5.6%) hanno indicato esperienze isolate (solo 1 o 2 volte nella vita) e quasi altrettanti (5.0%) esperienze ripetute (4% di tutti i giovani hanno ammesso almeno 10 esperienze di consumo).

Le risposte date per gli altri tipi di droghe devono essere accolte con molte riserve, perché il numero di osservazioni è assai ridotto e perché è probabile che alcuni intervistati abbiano dato risposte

reticenti. Si osserva, comunque, che i consumi incominciano prevalentemente fra i 16 e i 19 anni, con un incremento significativo della diffusione fra 20 e 24 anni.

I livelli di diffusione rilevati per le ragazze sono più bassi, ma con differenze piuttosto contenute rispetto ai ragazzi, soprattutto per le droghe leggere.

Se si tiene conto dei consumi dichiarati di sostanze stupefacenti ed anche dei rifiuti a rispondere, che spesso corrispondono, come si è già osservato, ad un'ammissione di consumo, si ottengono i valori seguenti:

**Tab. 2.6. Frequenza di consumo di droghe
Giovani 13-24 anni (%)**

<i>Quante volte, <u>nella tua vita</u>, hai preso ...</i>	Spinelli	Pasticche	Inalanti
- Mai	86,2	97,5	97,9
- 1-2 volte	5,6	0,7	0,6
- 3-5 volte	1,0	0,1	0,1
- 6-9 volte	0,3	0,1	0,1
- 10 volte o più	4,0	0,2	0,2
- Non vuole rispondere (°)	2,9	1,4	1,1
TOTALE	100,0	100,0	100,0

(°) *Intervistati che probabilmente hanno fatto esperienze dirette*

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Consumi di droghe ultimo anno

Dopo avere considerato tutte le esperienze di consumo di droghe (almeno una volta nella vita, per i tre tipi di prodotti), la domanda è stata ripetuta per l'ultimo anno:

7% dei giovani intervistati (9% dei maschi e 5% delle femmine) hanno dichiarato di avere consumato droghe leggere anche nell'ultimo anno (quasi 1% sotto i 16 anni, 7% fra 16 e 19 anni e 10% fra 20 e 24 anni). Questi valori salgono di 2-4 punti percentuali, se si includono fra i probabili consumatori anche i giovani che non hanno voluto rispondere alla domanda introduttiva, sulle prime esperienze di consumo.

Per gli altri prodotti, le percentuali di consumatori dichiarati sono inferiori all'1%, ma superano l'1% dopo i 15 anni e salgono al 2-3% fra i 20 e 24 anni.

3. ECCEDEZZA E ABUSO

- *I consumi eccessivi sono molto più diffusi fra gli uomini (23%) che fra le donne (3%) e nella fascia fra 25 e 34 anni (31%).*
- *Aumentano negli ultimi 5 anni i consumatori con esperienze di eccedenza ripetuta*
- *Gli episodi di ubriachezza ripetuta, in aumento rispetto alle indagini precedenti, sono molto più frequenti negli uomini che nelle donne, che hanno in genere esperienze isolate.*
- *Il maggior numero di consumatori con 3 o più episodi di ubriachezza in 3 mesi si trova fra i 25 e i 34 anni.*
- *Il maggior numero di episodi reiterati di consumo eccedentario sono legati al vino e ai superalcolici*
- *Aumentano notevolmente gli episodi di guida in stato di ebbrezza, in particolare fra i 25-34enni*
- *Il binge drinking, pur essendo ancora un fenomeno minoritario in Italia, è però diffuso in particolare fra i maschi della fascia 16-19 anni.*
- *Aumentato in 5 anni il numero dei consumatori a rischio (1,9%) che raggiungono le 800.000 persone, con una prevalenza dei maschi e della fascia 45-54 anni.*

3.1. L'eccedenza

Il 15,8% degli intervistati ricordavano di avere “bevuto un po’ troppo” almeno una volta negli ultimi 3 mesi (Tab. 3.1.): 6,4% una sola volta, 5,1% due volte e 4,3% più di due volte o con frequenza non indicata; 84,2% hanno escluso (o non ricordavano) di “avere bevuto troppo” in una o più occasioni.

L'eccedenza per sesso ed età

Ricordavano esperienze di consumi eccessivi 23,3% dei maschi e 3,2% delle femmine, ed inoltre 21,4% dei giovani di 13-24 anni, 30,6% fra i 25 e 34 anni, 15,9% fra 35 e 44 anni, quasi altrettanti (15,2%) fra 45 e 54 anni e 8,0% dopo i 54 anni.

Tab. 3.1. Episodi di eccedenza per sesso ed età - Ultimi 3 mesi (%)

<i>Negli ultimi 3 mesi le è capitato di bere un po' troppo senza ubriacarsi?</i>	Totale	Maschi	Femmine	13-24	25-34	35-44	45-54	+54
No	84,2	74,9	90,9	78,7	69,3	84,1	84,8	90,0
Si	15,8	25,1	7,1	21,3	30,7	15,9	15,2	7,0
<i>1 volta</i>	6,4	10,1	3,0	7,0	10,4	8,1	7,5	3,0
<i>2 volte</i>	5,1	8,0	2,4	7,8	11,2	4,2	4,2	2,0
<i>3 volte</i>	1,7	3,1	0,4	2,7	3,2	1,6	1,1	1,0
<i>più di 3 volte</i>	1,9	2,8	1,0	2,3	4,7	1,4	2,0	0,6
<i>Non ricordo quante volte</i>	0,7	1,1	0,3	1,5	1,2	0,6	0,4	0,4
<i>Non ricordo se è capitato</i>	1,7	2,5	1,0	0,3	3,7	1,1	2,1	1,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

I confronti con l'indagine precedente, condotta nell'autunno 2000, vengono fatti per i consumatori di alcolici, di 15 anni ed oltre (Tab. 3.2.).

La dinamica dell'eccedenza

Nel 2000 il 15,8% dei consumatori di alcolici avevano dichiarato di avere bevuto "un po' trop-

po", ma senza ubriacarsi, almeno una volta negli ultimi tre mesi: al 7,2% di consumatori era successo più di una volta, mentre 2,8% avevano avuto almeno 3 esperienze di consumi considerati eccessivi dagli stessi intervistati.

Fra i consumatori intervistati alla fine del 2005, 19% hanno dichiarato di avere bevuto troppo almeno una volta negli ultimi 3 mesi, 11% di avere bevuto troppo più di una volta e 5% più di due volte (o con una frequenza non indicata).

La percentuale di consumatori che ricordavano consumi eccessivi è aumentata nel corso degli ultimi 5 anni (mentre negli anni precedenti era stata osservata una leggera tendenza alla flessione dei casi di consumi eccessivi).

Tab. 3.2. Episodi di eccedenza negli ultimi 3 mesi – Confronto con le indagini precedenti (%)

<i>Negli ultimi 3 mesi le è capitato di bere un po' troppo senza ubriacarsi?</i>	1993	1997	2000	2005
- no, non mi è mai capitato	82,0	82,6	84,2	80,6
- sì, mi è capitato:	18,0	17,4	15,8	19,4
- 1 volta	8,5	8,5	8,6	7,9
- 2 volte	4,2	3,9	3,8	6,3
- 3 volte	2,0	1,6	1,3	2,0
- più di 3 volte	1,7	1,9	1,5	2,2
- non so, non ricordo quante	1,5	1,5	0,6	0,9
MEDIA	1,8	1,8	1,7	2,0

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

3.2 L'ubriachezza

5,2% degli intervistati (9,0% dei maschi e 2,6% delle femmine) hanno dichiarato di essersi ubriacati almeno una volta negli ultimi 3 mesi (Tab. 3.3.): 2,9% si erano ubriacati una sola volta, 1,2% due volte e 1,6% più di due volte o con frequenza non indicata.

Episodi di ubriachezza per sesso ed età Se si considerano solo i casi di esperienze ripetute, le percentuali di intervistati con almeno due esperienze di ubriachezza negli ultimi 3 mesi, scendono al 2,8% per gli adulti nel complesso, al 5,2% per i maschi ed allo 0,5% per le femmine (che avevano avuto, nella grande maggioranza dei casi, solo esperienze isolate).

Ricordavano di essersi ubriacati almeno una volta negli ultimi 3 mesi, 9% dei giovani di 13-24 anni, 11,9% fra 25-34 anni, 6,8% fra 35-44 anni, 2,7% fra 45-54 anni e 2,4% dopo i 54 anni.

Tab. 3.3. Episodi di ubriachezza per sesso e per età – Ultimi 3 mesi (%)

<i>Negli ultimi 3 mesi le è capitato di ubriacarsi?</i>	Maschi								Femmine									
	Totale		13-24		25-34		35-44		45-54		13-24		25-34		35-44		45-54	
No	94,3	87,2	83,8	88,2	95,5	95,5	95,5	94,1	93,2	96,5	99,2	100,0						
Si	5,7	11,8	17,0	11,8	4,5	4,5	4,5	5,9	6,8	3,5	0,8	-						
<i>1 volta</i>	2,9	5,5	6,4	7,1	1,1	1,1	1,4	3,8	5,8	2,9	0,8	-						
<i>2 volte</i>	1,2	2,7	7,0	2,5	0,3	0,3	0,3	1,9	-	-	-	-						
<i>3 volte</i>	0,6	1,9	1,3	1,4	1,1	1,1	0,5	0,3	-	-	-	-						
<i>più di 3 volte</i>	0,5	1,1	1,7	-	1,6	1,6	0,6	-	1,0	-	-	-						
<i>Non ricordo quante volte</i>	0,5	0,6	0,7	0,8	0,4	0,4	1,7	-	-	0,5	-	-						
<i>Non ricordo se è capitato</i>	0,9	0,5	2,2	1,2	0,8	0,8	1,1	0,6	1,8	-	0,7	0,3						
MEDIA	1,9	2,0	2,0	1,5	3,2	3,2	2,3	1,4	1,6	1,0	1,0	-						

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Nel 2000 il 4% dei consumatori di 15 anni ed oltre (5% di uomini e 3% delle donne) si erano ubriacati almeno una volta, mentre l'1,5% avevano avuto esperienze ripetute.

Alla fine del 2005 la percentuale dei consumatori di alcolici di entrambi i sessi (che vengono considerati a partire dai 15 anni per rendere possibili i confronti con il 2000), che dichiarano di essersi ubriacati, sale al 7%.

Tutti questi valori, pur fornendo interessanti spunti di riflessione ed un buon punto di partenza per l'analisi delle tendenze, devono essere accolti con cautela, perché sono basati su dichiarazioni spontanee e sull'autopercezione di coloro che hanno dichiarato di avere "bevuto un po' troppo" o di essersi anche ubriacati negli ultimi 3 mesi. E' possibile quindi che alcuni intervistati siano stati reticenti (soprattutto gli intervistati che hanno dichiarato di non ricordare, ma non hanno escluso casi recenti di consumi eccessivi ed anche stati di ubriachezza) o che la loro valutazione del proprio stato psico-fisico non sia particolarmente oggettiva.

La dinamica dell'ubriachezza

Si deve osservare, tuttavia, che nelle indagini condotte dalla Doxa per l'Osservatorio negli anni '90, le percentuali di consumatori di alcolici che ricordavano esperienze recenti di stati di ubriachezza erano risultate quasi costanti (4,1% almeno una volta in tre mesi nel 1993, 4,7% nel 1997 ed ancora 4,1% nel 2000), con una tendenza alla flessione delle esperienze ripetute. Nelle ultime indagini, le percentuali di consumatori a rischio, (cioè di consumatori che ammettono di avere sperimentato stati di ubriachezza e di consumi eccessivi), che sono state rilevate con lo stesso metodo delle indagini precedenti, sono aumentate, in misura contenuta, ma statisticamente significativa.

Ci si può chiedere se stiano aumentando le percentuali dei con-

sumatori adulti e giovani con consumi eccessivi o se stiano anche diminuendo le resistenze, sia fra i giovani che fra gli adulti, ad ammettere consumi eccessivi, in generale, e stati di ubriachezza, in particolare.

In sintesi quasi un quinto (19,4%) degli adulti e dei giovani intervistati, hanno ammesso di avere “bevuto troppo”, anche senza ubriacarsi, almeno una volta negli ultimi 3 mesi e 11,5% più di una volta nel periodo considerato, con in media 2.0 esperienze in 3 mesi (6,9% di essersi ubriacati almeno una volta e 3,4% più di una volta (con, in media, 1,9 esperienze in 3 mesi).

Nelle tre indagini precedenti le percentuali di adulti, di 15 anni ed oltre, con esperienze di consumi eccedentari erano diminuite, da 18,% nel 1993, a 17,4% nel 1997 ed a 15,8% nel 2000 (rispettivamente da 9,5% a 8,9% ed a 7,2% per le esperienze ripetute), ma questi valori sono risaliti in modo significativo nell'ultima indagine (19,4% degli intervistati con almeno un'esperienza e 11,5% con esperienze ripetute) (Tab. 3.4.).

La percentuale di intervistati con almeno un'esperienza (dichiarata) di stati di ubriachezza, che era rimasta quasi costante, con alcune oscillazioni, nelle tre edizioni precedenti dell'indagine (4,1% nel 1993, 4,7% nel 1997 e 4,1% nel 2000), è salita al 6,9% nel 2005, con un leggero incremento anche per gli stati di ubriachezza ripetuti: 2,4% nel 1993; 2,7% nel 1997; 1,5% nel 2000 e 3,4% nell'ultima indagine).

Tab. 3.4. Episodi di ubriachezza negli ultimi 3 mesi - Confronti con le indagini precedenti(%)

<i>Negli ultimi 3 mesi le è capitato di ubriacarsi?</i>	1993	1997	2000	2005
- no, non mi è mai capitato	95,9	95,3	95,9	93,1
- sì, mi è capitato:	4,1	4,7	4,1	6,9
- 1 volta	1,7	2,0	2,6	3,5
- 2 volte	0,4	0,6	0,6	1,5
- 3 volte	0,2	0,3	0,2	0,7
- più di 3 volte	0,3	0,3	0,6	0,7
- non so, non ricordo quante	1,4	1,6	0,1	0,6
MEDIA	1,6	1,7	1,7	1,9

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

3.3 Le bevande dell'eccesso

Gli adulti ed i giovani che avevano avuto esperienze, anche occasionali, di consumi eccedentari (che si erano ubriacati o avevano “bevuto troppo” almeno una volta negli ultimi tre mesi), hanno associato le esperienze di consumi eccessivi, più spesso al vino (58%), i superalcolici (37%), la birra (20%) e gli aperitivi, amari o digestivi (14%), o altre bevande alcoliche (5%) (Tab. 3.5.).

Con quali bevande si eccede In media, sono stati indicati per l'ultima esperienza, di consumi eccedentari 1,3 tipi di alcolici.

Se si considerano solo gli intervistati con esperienze ripetute, diminuisce leggermente il peso del vino (da 58% a 55%), aumenta

il peso dei distillati e liquori (da 37% a 44%) e, in misura più contenuta, anche quello della birra (da 20% a 22%), mentre rimane quasi costante, negli ultimi posti della graduatoria, il peso degli aperitivi, digestivi ed amari e quello delle altre bevande alcoliche.

Tab. 3.5. Le bevande legate agli episodi di eccedenza o ubriachezza – Ultimi 3 mesi (%)

<i>Quando ha bevuto troppo o si è ubriacato, cosa aveva bevuto?</i>	Totale	<i>Frequenza di consumo</i>			<i>Eccedenza/ Ubriachezza</i>	
		Cons. reg.	Cons. occas.	Non cons.	Più volte	Almeno 1 volta
Birra	21,0	21,5	16,3	-	21,9	20,1
Vino	57,5	59,8	24,9	28,8	55,1	58,5
Aperitivi/ digestivi	13,4	12,3	15,9	71,2	13,5	13,7
Superalcolici	37,3	37,3	47,8	-	43,9	36,9
Altri alcolici	4,9	4,9	1,7	15,8	6,3	5,1

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Le bevande a media e alta gradazione alcolica sono state associate alle situazioni a rischio molto più spesso dagli adulti e dai giovani con redditi alti e medi, mentre il vino e la birra sono maggiormente presenti fra le categorie a basso reddito.

Interazione tra alcool e altre sostanze 10% di tutti i **giovani** hanno ammesso di avere consumato, insieme alle bevande alcoliche (o subito prima o subito dopo), anche cose “*per tirarsi su*” o perché si sentivano “*depressi*” o “*molto nervosi*” (Tab. 3.6.). 3,8% hanno

indicato spontaneamente le droghe leggere ed altre droghe, 3,9% antidolorifici e 0,5% altri prodotti (psicofarmaci, stimolanti, ecc.).

Avevano consumato anche altri prodotti con gli alcolici 11% dei maschi e 6% delle femmine, ed inoltre 4% dei giovani di condizione superiore 8% nella classe media e 10% nelle categorie e basso reddito. Le percentuali di consumatori di alcolici con altri prodotti sono relativamente più alte per i consumatori occasionali.

Tab. 3.6. Associazione fra bevande alcoliche e altre sostanze per sesso, frequenza di consumo e frequenza di episodi di eccedenza/ubriachezza - Ultimi 3 mesi (%)

	Totale	Sesso		Frequenza di consumo		Eccedenza o Ubriachezza	
		Maschi	Femmine	Cons. reg.	Cons. occ.	Più volte	Almeno 1 volta
Stimolanti (Anfetamine)	0,1	0,2	-	0,2	-	-	0,2
Antidolorifici/analgesici	3,9	4,9	0,8	4,0	4,1	4,4	3,8
Psicofarmaci	0,4	0,5	-	0,4	-	0,3	0,4
Droghe leggere, spinelli	3,8	3,2	5,6	3,7	7,1	5,3	3,7
Nulla	91,9	91,3	93,6	91,9	88,8	90,3	92,2

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Rispetto alle indagini precedenti (Tab. 3.7.) è aumentato il consumo di farmaci contro la depressione, mentre è diminuito il ricorso ai calmanti.

Tab. 3.7. Consumo di antidepressivi e calmanti negli ultimi 3 mesi - Confronto con le indagini precedenti (%)

	1997	2000	2005
farmaci/medicine contro la depressione per tirarsi un po' su	2,5	4,6	5,3
farmaci perché si sentiva molto nervoso	3,8	4,4	3,3

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Il consumo di antidepressivi e calmanti

Le donne fanno ricorso ad antidepressivi e calmanti in misura 3 volte maggiore rispetto agli uomini.

Per quanto riguarda il rapporto con i consumi eccedentari (Tab. 3.8.), coloro che dichiarano episodi reiterati di eccedenza (aver bevuto un po' troppo) utilizzano i due tipi di farmaci molto più di coloro che riportano episodi di ubriachezza ripetuta. Ciò è particolarmente evidente nell'uso degli antidepressivi, come mostra la tabella seguente.

Tab. 3.8. Consumo di antidepressivi e calmanti per sesso ed episodi di eccedenza e ubriachezza ripetuti - Ultimi 3 mesi (%)

2005					
	Totale	Maschi	Femmine	Eccedenza ripetuta	Ubriach. ripetuta
Farmaci contro la depressione	5,2	2,3	7,9	6,0	1,8
Farmaci perché si sentiva nervoso	3,2	1,8	4,5	3,5	1,8

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

3.4 La guida in stato di ebbrezza

Il 17,6% di tutti gli adulti e dei giovani, di 13 anni ed oltre, hanno ammesso di avere guidato autoveicoli e motoveicoli in situazioni a rischio, cioè pensando di avere bevuto “un po’ troppo” (Tab. 3.9.). Gli altri intervistati hanno escluso di avere fatto questa esperienza, nel 79% dei casi, o non hanno risposto alla domanda (4% degli intervistati che sono stati forse reticenti, quando hanno dichiarano di non ricordare, ma di non poter neppure escludere, di avere guidato in uno stato di ebbrezza).

Alcool e guida: tendenze per sesso ed età

Hanno detto di avere guidato “*pensando di avere bevuto troppo*” 30% degli uomini (18% più di una volta) e 6% delle donne (quasi 3% più di una volta).

Avevano guidato autoveicoli o motoveicoli, pensando di avere bevuto troppo, 13% dei giovani di 13-24 anni, 25% fra 25 e 34 anni, 24% fra 35 e 44 anni, 21% fra 45 e i 54 anni e 11% dopo i 54 anni. In media, gli adulti e giovani avevano fatto due esperienze di guida in stato di ebbrezza .

Nel 2000 avevano dichiarato di avere guidato dopo aver bevuto troppo una o più volte, il 13% degli intervistati che avevano guidato autoveicoli o motoveicoli negli ultimi 3 mesi e l’8% di tutti gli intervistati (Tab. 3.10).

Rispetto al 2000, le percentuali di intervistati che dicono di avere guidato in stato di ebbrezza sono sensibilmente più alte. Si deve osservare, tuttavia, che i risultati delle ultime due indagini, non sono, per questo aspetto, perfettamente comparabili.

Infatti, nell’indagine precedente, erano state fatte due domande introduttive, sulla frequenza di guida degli ultimi 3 mesi, separatamente per gli autoveicoli e per i motoveicoli (che non sono state

ripetute nell'ultima indagine per dare maggiore spazio ad altri argomenti). Pertanto è possibile che, poiché era stato fissato un limite temporale per le esperienze di guida, gli intervistati abbiano pensato, anche per le situazioni a rischio, solo agli ultimi mesi. Nell'ultima indagine non sono stati fissati limiti di tempo nella domanda sulla guida a rischio, e perciò gli intervistati possono essere stati portati a ricordare anche esperienze più lontane, con un incremento solo apparente della guida in situazioni a rischio.

Tab. 3.9. Esperienze di guida in stato di ebbrezza per fasce di età – Ultimi 3 mesi (%)

<i>Esperienze di guida dopo avere "bevuto troppo"</i>	Almeno 1 volta	Almeno 2 volte	Almeno 4 volte
Totale	17,6	10,1	4,7
16-19 anni	8,0	1,7	0,2
20-24 anni	21,5	11,8	<u>6,4</u>
25-34 anni	<u>25,2</u>	<u>16,1</u>	<u>8,5</u>
35-44 anni	<u>24,0</u>	<u>13,1</u>	<u>5,7</u>
45-54 anni	20,8	<u>13,4</u>	4,3
più di 54 anni	11,7	6,1	3,3

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Tab. 3.10 Esperienze di guida in stato di ebbrezza – Confronti con le indagini precedenti (%)

	1997	2000	2005
MAI	84,7	87,1	78,2
- 1 volta	8,9	7,7	7,7
- 2 volte	3,7	2,3	3,9
- 3 volte	0,9	1,0	1,6
- molte volte	1,9	2,0	4,8
UNA O PIÙ VOLTE	15,3	12,9	18,1
PIÙ DI 1 VOLTA	6,5	5,3	10,4

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Il *binge drinking*

Le domande sul *binge drinking* (letteralmente “abbuffata”) sono state inserite per la prima volta nel 2005, nella sezione del questionario dedicata all’approfondimento di alcuni aspetti dei comportamenti dei giovani di 13-24 anni.

Un nuovo modello di consumo giovanile Questa scelta è stata dettata dall’osservazione di alcuni cambiamenti in atto negli stili di consumo dei giovani italiani che si vanno allontanando dalle modalità tradizionali di un consumo legato ai pasti e distribuito sull’intera settimana, per assumere atteggiamenti finora più propri delle culture anglo-sassoni e nord europee, in cui il consumo si concentra nei fine settimana, in particolare il sabato, con l’assunzione di forti quantità di alcolici fuori dai pasti.

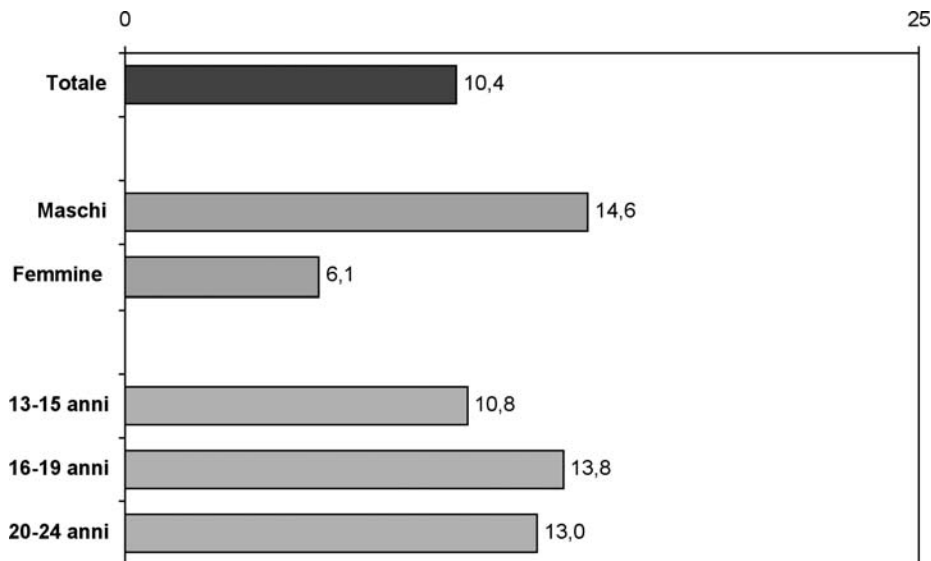
Il consumo perde così la sua caratteristica socializzante per assumere quella di evasione, trasgressione, fuga.

10% dei giovani di 13-24 anni avevano avuto, negli ultimi tre mesi, esperienze di *binge drinking*, cioè esperienze di **forti consumi di alcolici concentrati in tempi brevi, fuori dai pasti** (almeno 5 bicchieri in meno di due ore) (Graf. 3.1.).

Il binge drinking secondo sesso ed età

Avevano fatto questa esperienza negli ultimi tre mesi, quasi il 15% dei maschi e 6% delle femmine: 11% fra 13 e 15 anni, 14% fra 16 e 19 anni e 13% fra 20 e 24 anni, con una **punta di consumo** nella classe di età intermedia, **fra 16 e 19 anni**. Quasi l'8% di tutti i giovani intervistati (10% dei maschi e 5% delle femmine) avevano avuto esperienze isolate (solo una o due volte in tre mesi), ma per il 5% dei giovani (maschi) di 13-24 anni e per meno dell'1% delle giovani, l'esperienza si era ripetuta almeno 3 volte in tre mesi.

Graf. 3.1. Esperienze di binge drinking (almeno 5 bicchieri in 2 ore), secondo sesso ed età – Giovani 13-24 anni - Ultimi 3 mesi (%)



Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Il *binge drinking*, pur essendo un fenomeno ancora ridotto in Italia rispetto ad altri paesi europei, come rileva anche la ricerca ESPAD in cui i giovani italiani risultano agli ultimi posti, presenta però aspetti su cui è necessario tenere alta l'attenzione, specie per quanto riguarda i maschi poiché sono quelli che maggiormente fanno ricorso a questa modalità di consumo particolarmente a rischio.

3.6 Il test CAGE (Cut, Annoyed, Guilty, Eye-opener)

Anche nel 2005, come nelle tre indagini precedenti, è stato proposto agli intervistati che bevevano alcolici il test CAGE, basato sulle risposte a quattro domande:

- *Ha mai pensato di smettere di bere alcolici?*
- *E' stato mai criticato per il Suo bere?*
- *Si è mai sentito in colpa per il Suo bere?*
- *Ha mai bevuto alcolici al mattino, per calmare i nervi?*

Il numero di risposte affermative dato alle quattro domande e, in particolare, il fatto di avere dato almeno due risposte affermative o almeno tre risposte affermative su quattro, viene considerato un indicatore molto attendibile di possibile dipendenza dall'alcool e ciò è confermato dalla coerenza con le risposte date ad altre domande sui comportamenti di consumo.

L'andamento del consumo a rischio

L'1,9% dei consumatori di alcolici intervistati nell'edizione 2005 dell'indagine possono essere considerati a rischio (secondo i criteri di valutazione adottati per il Test CAGE), perché hanno dato almeno tre risposte affermative su 4, mentre 5,1% hanno dato almeno due risposte affermative e possono essere considerati vicini all'area a rischio.

Rispetto alle due indagini precedenti (Tabs. 3.11 e 3.12.), sono aumentati i casi di intervistati che hanno dato una o più risposte affermative alle quattro domande del test; da 11,6% nel 1997 a 7,9% nel 2000 ed a 12,3% nel 2005 con almeno una risposta affermativa; da 3,3% a 2,3% ed a 5,1% con almeno 2 risposte, e da 1,3% a 0,8% ed a 1,9% con almeno 3 risposte. 1,9% dei consumatori a rischio corrispondono a quasi 800 mila individui di 13 anni ed oltre e 5,1% dei consumatori vicini all'area del rischio corrispondono a

circa 2.100.000 individui. Dopo una flessione degli indicatori di rischio nel 2000, il numero medio di intervistati con risposte affermative (cioè con almeno due o almeno tre risposte) è ritornato, nel 2005, ai livelli del 1997 o anche un po' più alti. Ci si può chiedere se sta aumentando il numero di adulti e giovani con consumi eccedentari o stanno diminuendo le reticenze a parlare delle proprie esperienze (mi sono sentito in colpa, sono stato criticato per il mio bere, ho pensato di smettere di bere alcolici, ecc.). Si può inoltre osservare che, come si rileva dalle risposte date ad altre domande, forse stanno aumentando le preoccupazioni in merito ad alcuni effetti dell'alcool sulla salute.

Tab. 3.11. Sintesi delle risposte date alle quattro domande del test CAGE – Confronto con le indagini precedenti (%)

	1997			2000			2005		
	Si	No	Totale	Si	No	Totale	Si	No	Totale
<i>Ha mai pensato di smettere di bere alcolici?</i>	6,3	93,7	100,0	3,7	96,3	100,0	4,8	95,2	100,0
<i>E' stato mai criticato per il Suo bere?</i>	5,8	94,2	100,0	4,6	95,4	100,0	5,7	94,3	100,0
<i>Si è mai sentito in colpa per il Suo bere?</i>	3,6	96,4	100,0	2,3	97,7	100,0	4,7	95,5	100,0
<i>Ha mai bevuto alcolici al mattino per calmare i nervi?</i>	0,8	99,3	100,0	0,6	99,4	100,0	1,4	98,6	100,0

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Tab. 3.12. Sintesi delle risposte date al Test CAGE (1, 2, 3 o più risposte positive) - Confronto con le indagini precedenti (%)

	1997	2000	2005
- 3 o più risposte	1,3	0,8	1,9
- 2 risposte positive	2,0	1,5	3,2
- 1 risposta positiva	8,3	5,6	7,2
- nessuna risposta positiva	88,4	92,1	87,6
- almeno 2 risposte positive	3,3	2,3	<u>5,1</u>
- almeno 1 risposta positiva	11,6	7,9	<u>12,3</u>

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

La fascia di età in cui sono presenti il maggior numero di coloro che hanno dato almeno 3 risposte positive è quella fra 45 e 54 anni (3,6%), mentre fra 25 e 34 anni si riscontra il numero minore (0,3%). Preoccupa l'1,8% di giovani fra 13 e 24 anni che hanno dato 3 o 4 risposte positive (Tab. 3.13).

L'area a rischio di abuso comprende un numero di maschi 3 volte e mezzo superiore a quello delle donne ed è maggiormente rappresentata fra le classi socio economiche inferiori (4,6%) rispetto a quelle medie (1,6) e a quelle superiori (0,2% 3 risposte positive e assenza di 4 risposte positive).

Tab. 3.13. Risposte positive al Test CAGE per sesso ed età (%)

	Totale	Ma- schi	Fem- mine	13-24	25- 34	35- 44	45- 54	+ 54
4 risposte positive	0,6	1,1	0,1	0,3	-	0,8	1,0	0,8
3 risposte positive	1,3	2,0	0,5	1,5	0,3	1,2	2,6	1,3
2 risposte positive	3,2	4,1	2,3	3,8	5,5	3,0	3,9	1,6
1 risposta positiva	7,2	9,8	4,2	10,9	6,7	4,5	8,9	6,8
Nessuna risposta positiva	87,6	83,1	92,9	83,6	87,4	90,6	83,6	89,5
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

4. OPINIONI ED ATTEGGIAMENTI NEI CONFRONTI DELL'ALCOOL

- *Prevalgono i giudizi negativi e l'attribuzione ai consumi di alcolici di effetti dannosi per la salute*
- *Gli effetti positivi del consumo moderato vengono associati essenzialmente alla circolazione e al cuore, mentre i forti consumatori gli attribuiscono effetti positivi legati al benessere psichico e al carattere*
- *Il consumo eccessivo viene valutato come negativo su quasi tutti gli aspetti, in particolare sulla salute in generale, ma anche sulle relazioni interpersonali.*
- *Lo stile di vita è il fattore che influenza maggiormente le condizioni di salute*
- *Rispetto a 5 anni fa le opinioni sui consumi di alcolici non variano sostanzialmente, fatta eccezione per quelle riguardanti l'influenza del gruppo, il gusto e la sensazione di relax e per le aumentate preoccupazioni rispetto alle possibili conseguenze negative.*
- *Le attività di tipo socializzante e culturale sono più diffuse fra i consumatori, anche con episodi di eccedenza, piuttosto che nei non consumatori. Il trend si capovolge riguardo alle attività di tipo aggregativo*

4.1 I possibili effetti di un consumo moderato di alcolici

Sugli effetti del consumo, anche moderato, di alcolici su alcuni aspetti della salute e del benessere, le opinioni degli intervistati

sono divise, ma prevalgono i giudizi negativi, di intervistati che attribuiscono effetti dannosi anche a consumi ridotti di alcolici.

Effetti positivi e negativi del consumo moderato

Infatti, per tutti gli aspetti considerati (cuore e circolazione; carattere e benessere psichico; possibilità di insorgenza di alcune malattie ed invecchiamento, ecc.) 39%, in media, attribuiscono prevalentemente effetti negativi anche a consumi molto ridotti e 16% effetti prevalentemente positivi (con un rapporto di 1 a 2,5 fra effetti positivi ed effetti negativi); 35% associano invece sia effetti positivi che effetti negativi ad un consumo moderato di alcolici, mentre 10%, in media, non sanno esprimere giudizi.

Effetti dannosi sono stati attribuiti al consumo di alcolici più spesso per l'invecchiamento (da quasi 47% degli intervistati), per la possibile insorgenza di alcune malattie (44%), per il benessere psichico (41%), per il carattere (40%), per la vita sessuale (37%) e per il cuore e la circolazione (33%).

Le associazioni con gli effetti positivi sono relativamente frequenti solo per la circolazione (33% negativi e 31% positivi) e per il cuore (33% positivi e 28% negativi). Questi sono i due soli aspetti per cui vengono attribuiti ad un consumo moderato di alcolici effetti positivi ed effetti negativi da un numero molto simile di intervistati.

Per tutti gli aspetti considerati dal 40% al 50% degli intervistati hanno attribuito ad un consumo di alcolici, sia aspetti positivi che aspetti negativi, oppure non hanno espresso giudizi, perché si consideravano poco informati.

Per rendere più agevoli i confronti fra le risposte date sui diversi aspetti (il cuore e la circolazione, il benessere psichico, ecc.), ed anche i confronti fra le risposte date in alcuni sottogruppi (consu-

matori regolari e non consumatori, consumatori a rischio, ecc.), è stato calcolato un indice del livello di associazioni positive attribuendo il valore convenzionale 100 alle risposte “il consumo di alcolici può dare un ’effetto positivo”, il valore 50 alle risposte “né effetti positivi, né effetti negativi” ed il valore 0 alle risposte “effetti prevalentemente negativi”. Quanto è più alto, cioè più vicino a 100, l’indice calcolato, tanto più favorevole è l’effetto attribuito ad un consumo moderato di alcolici.

L’indice è molto vicino a 50 (“effetto né positivo, né negativo”), solo per il cuore e la circolazione, mentre prevalgono i valori molto inferiori a 50 cioè gli effetti negativi per tutti gli altri aspetti (sia per gli effetti sul carattere e la vita sessuale, che per la possibile insorgenza di alcuni disturbi e malattie e per l’invecchiamento).

*Effetti del consumo moderato
per frequenza di consumo*

Se si analizzano le opinioni espresse dagli intervistati, in merito agli effetti di un consumo moderato di alcolici su alcuni aspetti della salute e del benessere fisico e psichico, si ha la conferma che i consumatori regolari e, in particolare, i consumatori a rischio, attribuiscono ad un consumo moderato di alcolici anche effetti positivi, molto di più di quanto non avvenga per i consumatori occasionali e per i non consumatori.

Le differenze fra consumatori a rischio, consumatori regolari ed adulti nel complesso sono molto più evidenti per gli effetti associati (in senso positivo) al benessere psichico, al carattere ed alla vita sessuale, con un indice medio di 46 (per i tre aspetti) per i consumatori a rischio, di 40 per i consumatori regolari e di 35 per gli adulti nel complesso.

Per tutti gli altri aspetti, i giudizi dei consumatori a rischio ed i

giudizi dei consumatori regolari sono relativamente più favorevoli ad un consumo moderato di alcolici ma con differenze molto contenute, rispetto agli altri intervistati.

4.2 Gli effetti di un consumo eccessivo di alcolici

Un consumo eccessivo di alcolici può influire, secondo gli intervistati, soprattutto sullo stato di salute in generale (38%), ma anche sul carattere (15%) e le relazioni personali (15%), sulla qualità (13%) e la durata della vita (10%), e sull'aspetto fisico (6%).

Effetti del consumo eccessivo per frequenza di consumo

I consumatori a rischio, con esperienze ripetute di consumi eccedentari, si differenziano dagli altri adulti per segnalazioni più frequenti di possibili influenze negative di un consumo eccessivo di alcolici sulle relazioni personali (19%, invece di 15%), sulla qualità della vita (15% invece di 13%) e sull'aspetto fisico (9%, invece di 6%). Questi sono probabilmente i problemi che più spesso i consumatori a rischio intervistati avevano vissuto personalmente, nella famiglia ed altrove.

Dall'analisi delle risposte secondo frequenza di consumo non emergono differenze significative per ciò che riguarda i possibili effetti negativi sulla qualità della vita. Solo dai non consumatori (più spesso anziani), sono stati indicati un po' più spesso i rischi per la durata della vita (11% invece di 9%), e meno di frequentemente possibili effetti negativi per la qualità della vita (10% rispetto al 14% dei consumatori regolari ed al 15% dei consumatori occasionali).

4.3 I fattori che possono influire sulle condizioni di salute

Le condizioni di salute di una persona possono dipendere, secondo gli intervistati, soprattutto dallo stile di vita (dalle abitudini e da come si vive), aspetto che viene messo al primo o al secondo posto da oltre tre quarti (77%) degli intervistati, dalla capacità di evitare i rischi e dalla prevenzione in generale (52%), dall'ambiente in cui si vive (47%) e da fattori ereditari (36%).

Meno di un quarto hanno incluso fra i fattori considerati più importanti, anche il destino o il caso (24%) ed i progressi scientifici nell'area della salute (18%).

Fattori che influenzano la salute

Se si analizzano i giudizi dati sui fattori da cui può dipendere la buona salute di una persona, secondo frequenza di consumo di alcolici, cioè separatamente per i consumatori regolari ed occasionali, per i non consumatori di alcolici e per i consumatori a rischio con esperienze ripetute di consumi eccedentari negli ultimi 3 mesi, non emergono differenze significative per la maggior parte degli aspetti considerati.

I consumatori a rischio includono un po' più spesso fra i fattori fondamentali per la salute, l'ambiente in cui si vive (51%) ed il destino o il caso (28%). Il destino viene chiamato in causa di più anche dai non consumatori, fra cui prevalgono gli anziani (generalmente meno istruiti).

Rispetto all'indagine precedente (dell'autunno 2000), sono aumentate le percentuali di adulti che includono fra i fattori più importanti per la salute di una persona lo stile di vita e le abitudini (dal 64% al 77%, con un incremento di 13 punti), l'ambiente in cui si vive (dal 49% al 52%) e la prevenzione (dal 37% al 47%). Sono invece diminuiti gli intervistati che fanno dipendere le condizioni di

salute dal destino o dal caso (dal 31% al 24%), mentre sono rimasti quasi costanti tutti gli altri aspetti (progressi scientifici e fattori ereditari).

4.4 Altre opinioni nei confronti del consumo di alcolici

Come nell'indagine precedente sono stati proposti agli intervistati 19 giudizi sui consumi di alcolici con l'invito ad indicare, per tutti i giudizi proposti il proprio accordo o disaccordo.

Giudizi ed opinioni sul consumo Rispetto alle due indagini precedenti, i livelli di accordo con molti giudizi sui consumi di alcolici sono molto simili, perché gli atteggiamenti sono piuttosto stabili (Tab. 4.1.). Ad esempio, il giudizio "le bevande alcoliche in piccole quantità non danneggiano la salute" è stato condiviso nell'ultima indagine dal 70% degli intervistati, con valori molto vicini a quelli rilevati nel 1997 (76%) e nel 2000 (70%). L'affermazione "bere uno o due bicchieri di vino al pasto è una cosa normale" è stata condivisa dall'85%, sia nel 1997 che nel 2000, e dall'83% nell'indagine attuale, con differenze statisticamente poco significative.

Per alcuni aspetti emergono, tuttavia, livelli di adesione maggiori (o resistenze minori) nei confronti del consumo di bevande alcoliche.

Infatti, l'accordo con la frase "è difficile non bere bevande alcoliche, quando tutti ne bevono" passa dal 16% nel 2000, al 27% nel 2005; per la frase "mi piace il sapore dell'alcool" dal 39% nel 1997, al 42% nel 2000 ed al 51% nel 2005, per la frase "bere un po' per rilassarsi dalla tensione fa bene" dal 30% nel 1997, al 32% nel 2000, ed al 42% nel 2005. Tutti questi spostamenti possono essere

attribuiti anche a minori resistenze nei confronti dell'alcool, soprattutto fra le donne più giovani.

Si può osservare, tuttavia, che sono anche aumentate le preoccupazioni per alcune possibili conseguenze negative del consumo di alcolici ad esempio per ciò che riguarda i comportamenti di guida. Infatti il giudizio “è pericoloso guidare dopo avere bevuto anche un solo bicchiere di birra” è stato condiviso dal 37% degli intervistati sia nel 1997 che nel 2000 e dal 49% nel 2005.

L'affermazione “quando si consumano bevande alcoliche si è più indifesi” ha avuto l'approvazione del 69% degli intervistati nel 2000 e dell'80% nel 2005.

Tab. 4.1. Opinioni sull'alcool – Confronti con le indagini precedenti (%)

<i>Quanti sono d'accordo con i concetti seguenti:</i>	1997	2000	2005
1. è difficile non bere bevande alcoliche quando tutti ne bevono	18,8	15,8	27,2
2. per la salute è più dannoso fumare che bere vino o birra	54,4	47,0	- (°)
3. se una persona sopporta bene l'alcol, significa che l'alcool non gli fa male	11,2	13,3	14,1
4. bere molto è come drogarsi	85,2	81,8	83,9
5. bere uno o due bicchieri di vino o birra al pasto è una cosa normale	85,1	85,9	82,8
6. una donna ubriaca dà più fastidio di un uomo ubriaco	66,6	58,9	61,9
7. le bevande alcoliche allungate fanno meno male	29,1	26,4	25,6
8. è più facile diventare schiavi della droga che dell'alcool	31,3	31,9	28,5
9. quando si bevono bevande alcoliche si è più indifesi	72,3	68,6	80,4
10. i maschi e le femmine sopportano l'alcool in modo uguale	22,8	24,6	- (°)
11. ubriacarsi una volta non è grave, purché non diventi un'abitudine	75,6	71,7	71,2
12. le bevande alcoliche in piccole quantità non danneggiano la salute	75,7	70,1	70,5
13. mi piace il sapore delle bevande alcoliche	39,0	42,1	51,0
14. è pericoloso guidare dopo avere bevuto anche un solo bicchiere di birra	36,6	36,8	49,3
15. è più facile fare conquiste quando si beve un po'	18,2	20,0	22,0
16. bere un po' per rilassarsi dalle tensioni fa bene	30,0	32,1	41,9
17. l'alcool rende violenti	79,4	68,2	73,8
18. comperare bevande alcoliche è uno spreco di denaro	50,8	42,5	- (°)

(°) aspetti non considerati nell'indagine 2005 in cui sono state inserite altre 4 frasi

Fonte: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

4.5. Attività ed interessi

L'analisi delle attività e degli interessi degli italiani per tipologia di consumatore, offre differenze interessanti (Tab. 4.2.).

Le diverse attività possono essere ricondotte a tre tipologie principali - **socializzanti, culturali e aggregative** – la cui assiduità differisce, a volte anche in maniera molto eclatante, a seconda delle frequenze di consumo.

Le attività socializzanti per tipologia di consumatore

I consumatori che hanno dichiarato di eccedere in maniera ripetuta, mostrano una maggiore propensione per attività di tipo socializzante quali l'andare al cinema (7,4% contro 3% totale), in casa di amici (33,8% contro 27% totale), praticare sport (24,5% contro 16,3% totale), con una differenza ancora più marcata nell'abitudine a mangiare fuori casa in ristoranti o pizzerie (30,2% su 14,4 totale), praticare sport (24,5% su 16,3 totale) e frequentare locali da ballo (11% su 3,2 totale).

Questo ambito di attività sembra essere direttamente proporzionale alla frequenza di consumo, per cui i valori medi sono presenti fra i consumatori regolari e i valori più bassi fra i consumatori occasionali e i non consumatori, fatta eccezione per la pratica sportiva, dove i consumatori occasionali (20,8%) superano i regolari (16,4%).

Le attività culturali per tipologia di consumatore

Per quanto riguarda le attività culturali, i consumatori eccedentari presentano percentuali più alte della media solo sulla visione di video o DVD (25,1%), sull'uso delle tecnologie informatiche (38,9%), spesso legate anche alla possibilità di scaricare musica o masterizzare CD (12,7%).

Al contrario i consumatori eccedentari non sembrano prediligere la lettura, cui sono più interessati i consumatori regolari o occasionali, sia essa di libri (regolari e occasionali 23,2%), quotidiani (regolari 60%) o periodici (occasionalmente 41,6%).

Le attività aggregative per tipologia di consumatore

Le occupazioni aggregative attraggono maggiormente coloro che presentano i minori livelli di consumo. Se ciò è vero per le attività di volontariato e per l'adesione a gruppi religiosi, per le quali i consumatori occasionali presentano valori superiori alla media (rispettivamente 6,6% e 8,9%), la differenza diventa macroscopica per quanto riguarda la frequentazione della Messa: qui, su un totale di 25,5% che ha dichiarato di aver assistito alla Messa almeno una volta la settimana, i non consumatori sono 38,1%. Le percentuali scendono a 23,4% fra i consumatori occasionali, a 22,3% fra i regolari e crollano a 7,5% fra i consumatori con episodi di eccedenza ripetuta.

Dall'analisi di questi dati emerge quindi una relazione fra consumo e attività socializzanti e culturali, confermando il dato emerso nella precedente rilevazione (2000) che ridimensionava l'identificazione fra consumo di alcolici ed emarginazione sociale.

Ovviamente il discorso cambia quando si considerano situazioni di abuso o, addirittura, di dipendenza, per le quali entrano in gioco fattori tali che rendono impossibile una normale vita relazionale.

Tab. 4.2. Attività ed interessi almeno 1 volta la settimana secondo frequenza di consumo (%)

	Totale	<i>Frequenza di consumo</i>			
		Cons. Reg.	Cons. Occ.	Non cons.	Eccedentari oltre 1 volta
Andare al cinema	3,0	3,2	2,0	3,1	7,4
Assistere a una manifestazione sportiva	3,5	3,9	2,8	2,5	5,7
In casa di amici	27,0	28,4	28,4	21,3	33,8
Mangiare fuori casa	14,4	16,7	12,8	7,5	30,2
Guardare una videocassetta/ DVD	18,9	18,9	22,1	16,9	25,1
Praticare sport	16,3	16,4	20,8	12,9	24,5
Lettura di libri	23,2	23,2	23,2	23,1	16,2
Andare a ballare in locali	3,2	3,8	2,7	1,2	11,0
Volontariato	5,2	5,2	6,6	4,1	3,4
Scaricare musica o masterizzare CD	5,9	6,3	8,9	2,5	12,7
Assistere alla messa	25,5	22,3	23,4	38,1	7,5
Usare PC, internet, email	30,8	32,5	37,3	20,4	38,9
Suonare uno strumento	2,3	2,1	3,5	2,3	2,5
Andare a concerti	0,8	0,5	1,0	1,4	0,8
Leggere quotidiani	55,1	60,0	52,4	40,0	49,5
Leggere periodici	37,8	38,3	41,6	33,4	27,1
Partecipazione associaz. ambientaliste	0,5	0,5	0,1	0,7	0,3
Gruppi politici/ culturali	1,8	2,4	0,7	0,5	1,2
Gruppi religiosi	5,4	4,2	8,9	7,3	1,7

Strettamente confidenziale	 ISTITUTO PER LE RICERCHE STATISTICHE E L'ANALISI DELL'OPINIONE PUBBLICA MILANO - Via B. Panizza, 7 - Tel. (02) 48.19.32.76 - Telegr. METRODOX - Milano	Int.re: _____
		Intervista N°: _____
		Data: _____
		Comune: _____
S.05152/D – Gli Italiani e l'alcool		

L'Istituto DOXA sta facendo un'indagine statistica sulle abitudini di consumo di alcuni prodotti alimentari e di alcune bevande. Posso farLe alcune domande che La impegnano per 20-25 minuti?

(Vengono ricordati i diritti degli intervistati alla privacy).

SEZIONE 1 – ATTIVITA' ED INTERESSI

A. Giorno della settimana in cui viene fatta l'intervista:

	SK1
- lunedì	14/ 1
- martedì	2
- mercoledì	3
- giovedì	4
- venerdì	5
- sabato	6
- domenica	7

1.1 Sesso dell'intervistato/a

- maschio	15/ 1
- femmina	2

1.2 Età (anni compiuti):

- 13 anni	16/17	01	- 25-29 anni	13
- 14 anni		02	- 30-34 anni	14
- 15 anni		03	- 35-39 anni	15
- 16 anni		04	- 40-44 anni	16
- 17 anni		05	- 45-49 anni	17
- 18 anni		06	- 50-54 anni	18
- 19 anni		07	- 55-59 anni	19
- 20 anni		08	- 60-64 anni	20
- 21 anni		09	- 65-74 anni	21
- 22 anni		10	- 75 anni ed oltre	22
- 23 anni		11		
- 24 anni		12		

1.3 Negli ultimi 3 mesi Le è capitato di fare qualcuna delle attività indicate in questo cartellino? Una o più volte la settimana, una o più volte al mese (ma meno di 1 volta la settimana), 1-2 volte in 3 mesi, oppure mai negli ultimi 3 mesi? (Leggere e mostrare il CART.1.3)

(Ruotare le frasi)	1 o più v. sett.	1 o più v. mese	1 o 2 v. in 3 m.	Mai in 3 mesi	
1. è andato al <u>cinema</u>	18/	1	2	3	4
2. è andato a vedere una <u>manifestazione sportiva</u>	1	2	3	4	
3. è stato a <u>casa di amici</u> (non per una festa)	1	2	3	4	
4. ha mangiato fuori casa, in <u>trattoria, pizzeria</u> (non considerando i pasti fatti per lavoro)	1	2	3	4	
5. ha guardato una <u>videocassetta/DVD</u>	1	2	3	4	
6. ha praticato <u>attivamente uno sport</u>	1	2	3	4	
7. ha passato del tempo a <u>leggere un libro</u> (non per la scuola o per il lavoro)	1	2	3	4	
8. è andato a <u>ballare</u> in un locale (discoteca, ecc.)	1	2	3	4	
9. ha partecipato ad attività di <u>volontariato</u>	1	2	3	4	
10. ha <u>scaricato un file musicale</u> / ha masterizzato un disco	1	2	3	4	
11. ha assistito alla <u>Messa</u>	1	2	3	4	
12. ha usato un <u>PC /Internet/posta elettronica</u>	1	2	3	4	
13. ha suonato, anche saltuariamente, uno <u>strumento musicale</u>	1	2	3	4	
14. è andato a <u>concerti o altre manifestazioni musicali</u>	1	2	3	4	
15. ha letto <u>quotidiani</u>	1	2	3	4	
16. ha letto <u>settimanali o mensili</u>	1	2	3	4	
17. ha partecipato a riunioni o ad altre attività organizzate per la <u>difesa dell'ambiente</u>	1	2	3	4	
18. ha partecipato a riunioni o ad altre attività di una <u>associazione politica o culturale</u>	1	2	3	4	
19. ha partecipato a riunioni o ad altre attività di un <u>associazione o gruppo religioso</u>	36/	1	2	3	4
(SOLO AI GIOVANI DI 13-24 ANNI):					
20. è andato in <u>gita/vacanza</u> dormendo fuori casa <u>senza genitori o parenti adulti</u>	1	2	3	4	
21. ha <u>dormito fuori di casa</u> (da amici)	1	2	3	4	
22. è stato ad una <u>festa</u> in casa Sua o di amici	39/	1	2	3	4
23. ha partecipato ad una <u>festa di tipo rave</u> (pron. reiv)	1	2	3	4	

A TUTTI

1.4 Le chiederò quanto è attualmente soddisfatto di alcuni aspetti o situazioni della Sua vita. Per ciascuna frase che Le leggerò, mi dica quanto è soddisfatto: molto, abbastanza, così così, poco o per niente? (Leggere e mostrare il CART. 1.4)

(Ruotare le frasi)	mol- to	abba- stanza	così così	po- co	per niente
1. la Sua <u>salute</u> in questo periodo....	40/1	2	3	4	5
2. il Suo <u>tenore di vita</u>	1	2	3	4	5
3. il <u>luogo</u> (città, zona) in cui vive..	1	2	3	4	5
4. la <u>natura e l'ambiente</u> nella <u>zona in cui vive</u> ...	1	2	3	4	5
5. la <u>casa</u> in cui vive	1	2	3	4	5
6. le <u>amicizie</u> che ha	1	2	3	4	5
7. il Suo <u>aspetto fisico</u>	1	2	3	4	5
8. come si vive oggi in Italia.....	1	2	3	4	5
9. il Suo <u>modo di passare il tempo libero</u>	1	2	3	4	5
10. la quantità di <u>tempo libero</u> che ha...	1	2	3	4	5
11. l' <u>istruzione</u> che ha ricevuto o riceve .	1	2	3	4	5
12. la Sua <u>vita sentimentale</u> , l'amore.....	1	2	3	4	5
13. i <u>rapporti in famiglia</u>	1	2	3	4	5
14. il <u>lavoro</u> che fa (se lavora)	1	2	3	4	5
15. i rapporti nel <u>luogo di lavoro</u> (se lavora).....	1	2	3	4	5
16. i <u>vestiti</u> che ha.....	1	2	3	4	5
17. il <u>denaro</u> di cui può disporre personalmente....	1	2	3	4	5
18. il Suo <u>peso</u> , la Sua linea.....	57/1	2	3	4	5
(SOLO AI GIOVANI DI 13-24 ANNI):					
19. i rapporti con gli <u>altri giovani</u>	1	2	3	4	5
20. l' <u>istruzione</u> che pensa di poter completare o ha già completato .	1	2	3	4	5
21. i rapporti con gli <u>insegnanti</u> (ora o in passato).....	1	2	3	4	5
22. i rapporti con i <u>compagni di scuola</u> (ora o in passato).....	60/1	2	3	4	5

SEZIONE 2 – COMPORTAMENTI DI CONSUMO

A TUTTI

2.1a Negli ultimi 3 mesi, Lei ha bevuto almeno una volta qualcuna di queste bevande alcoliche? (Se "sì") Quali? (Leggere e mostrare il CART. 2.1a/b)

(Solo per le bevande bevute negli ultimi 3 mesi)

2.1b Quali ha bevuto anche negli ultimi 30 giorni?

	Birra	Vino	Aper., digest., alcolici	Super alcol./ liquori	Altre bevande alcol.
	(*)	(**)	(**)	(***)	(****)
- ultimi 3 mesi ..	61/1	64/1	67/1	70/1	73/1
- ultimi 30 giorni	62/1	65/1	68/1	71/1	74/1
- mai, negli ultimi tre mesi	63/1	66/1	69/1	72/1	76/1

(*) compreso lo spumante
 (**) come amari, vermouth e cocktail a bassa gradazione alcolica
 (***) come whisky, grappa, vodka, brandy, gin, cognac, rhum, ecc. lisci o allungati e cocktail a media o alta gradazione alcolica
 (****) altre bevande a base di alcool , come Bacardi Breezer, Vodka Lemon, Lemon Head, Campari Mixx, ecc.

A TUTTI

2.1c Negli ultimi 3 mesi ha forse bevuto, almeno una volta, i tipi di bevande indicati in questo elenco e cioè ... ? (Leggere e mostrare il CART. 2.1c/d)

(Solo per i tipi di bevande bevute negli ultimi 3 mesi)

2.1d Ha bevuto ... (tipi considerati) anche negli ultimi 30 giorni?

	(D. 2.1c) ultimi 3 mesi	(D. 2.1d) ultimi 30 giorni
- <u>integratori</u> , come per es. Gatorade, Isostad, Fitgar, Enervit.....	73/1	74/1
- <u>energy drinks</u> , come per es. Red Bull, Darkdog, Guarana, ecc.	75/1	76/1
- nessuna di queste	77/1	78/1
blank col.	79-80	

(Domande 2.2, 2.3 e 2.4 per ciascuna bevanda del CART. 2.1a/b consumata negli ultimi tre mesi):

2.2 Con quale frequenza ha bevuto ... (bevanda considerata) negli ultimi 3 mesi? Forse ... ?
(Mostrare nuovamente e leggere il CART. 2.1a/b)

SK 2	Birra (14)	Vino (15)	Aper., digest., alcolici (16)	Super alcol./ liquori (17)	Altre bev. alcol. (18)
- tutti i giorni o quasi	1	1	1	1	1
- 4-5 giorni alla sett.	2	2	2	2	2
- 2-3 giorni alla sett.	3	3	3	3	3
- 1 giorno alla sett.	4	4	4	4	4
- 2-3 volte al mese	5	5	5	5	5
- 1 volta al mese	6	6	6	6	6
- più raramente	7	7	7	7	7

2.3 Negli ultimi 3 mesi, con chi Le è capitato di bere ... (bevanda considerata) ? (Leggere e mostrare il CART. 2.3 ed il CART. 2.1a/b)

	Birra	Vino	Aper., digest., alcolici	Super alcol./ liquori	Altre bev. alcol.
- da solo	18/1	23/1	28/1	33/1	1
- con familiari o parenti	1	1	1	1	1
- con amici, amiche/ colleghi.....	1	1	1	1	1
- con il/la coniuge, il fidanzato/a, il compagno/a.....	1	1	1	1	1
- con altre persone	22/1	27/1	32/1	37/1	1
	blank col. 38-80				

2.4 Dove, in quali di questi luoghi o in altri luoghi, Le è capitato di bere ... (bevanda considerata) negli ultimi 3 mesi? Forse ... ? (Leggere e mostrare il CART. 2.4/4.3 ed il CART. 2.1a/b)

SK 3	Birra	Vino	Aper., digest., alcolici	Super alcol./ liquori	Altre bevande alcol.
1. a casa, ai pasti	14/1	29/1	44/1	59/1	1
2. a casa, fuori pasto.....	1	1	1	1	1
3. in mensa/pasti di lavoro	1	1	1	1	1
4. al bar/pub	1	1	1	1	1
5. al ristorante, pizzeria	1	1	1	1	1
6. a casa di amici	1	1	1	1	1
7. alle feste.....	1	1	1	1	1
8. in discoteca, night	1	1	1	1	1
9. all'aperto, per strada ..	1	1	1	1	1
10. in gita, in vacanza	1	1	1	1	1
11. in occasioni speciali (compleanno, matrimonio, battesimo, ecc.).....	1	1	1	1	1
12. sul luogo di lavoro	1	1	1	1	1
13. a scuola.....	1	1	1	1	1
14. ad una fiera, convegno, inaugurazione, ecc.....	1	1	1	1	1
15. ad un concerto	1	1	1	1	1
16. altrove (specificare)....	1	1	1	1	1
17. non ricordo	28/1	43/1	58/1	73/1	1
	blank col. 74-80				

A

TUTTI

Guardi questo cartellino (CART. 2.5/2.6 - A/B). Vedrà le sagome/disegni dei bicchieri che si usano di solito per bere ... (bevanda considerata) .

2.5 Ieri, Lei ha bevuto birra? Vino (compreso lo spumante)? Aperitivi, digestivi, alcolici, come amari, vermouth e cocktail a bassa gradazione alcolica (inferiore a 25 gradi)? Superalcolici o liquori (come whisky, grappa, vodka, brandy, gin, cognac, rhum, ecc.) liscio o allungati e cocktail a media o alta gradazione alcolica (dai 30 gradi in su)? Altre bevande a base di alcool come Bacardi Breezer, Vodka Lemon, Lemon Head, Campari Mixx, ecc.?

(Per ciascuna bevanda bevuta "ieri")

2.6 Ieri, Lei ha bevuto... (bevanda considerata) ... (leggere la prima risposta) ? (Se "sì") : Quanti bicchieri di questa grandezza di ... (bevanda considerata) ha bevuto, in ciascun periodo della giornata (anche in più riprese)?

SK 4	Birra (Dom. 2.5) Ha bevuto <u>ieri</u> :	Vino (*)	Aper., digest., alcolici (**)	Superalcolici, liquori (***)	Altre bevande alcoliche (****)
- no ...	14 / 0	25 / 0	36 / 0	47 / 0	47 / 0
- sì ...	1	1	1	1	1

(Dom. 2.6)

Per ciascuna bevanda consumata ieri, quanti bicchieri di ... (birra, ecc.) ha bevuto ... ?

- la <u>mattina</u> , prima del pasto di mezzogiorno	15	16	26	27	37	38	48	49	48	49
- al <u>pasto di mezzogiorno</u> (subito prima del pasto, durante il pasto o subito dopo)	17	18	28	29	39	40	50	51	50	51
- nel <u>pomeriggio</u> , lontano dal pasto	19	20	30	31	41	42	52	53	52	53
- al <u>pasto di sera</u> (subito prima del pasto, durante il pasto o subito dopo il pasto)	21	22	32	33	43	44	54	55	54	55
- la <u>sera</u> , lontano dal pasto	23	24	34	35	45	46	56	57	56	57
	blank									

(*) compreso lo spumante.
58-80

(**) come amari, vermouth e cocktail a bassa gradazione alcolica

(***) come whisky, grappa, vodka, brandy, gin, cognac, rhum, liscio o allungati e cocktail a media o alta gradazione alcolica

(****) altre bevande a base di alcool, come Bacardi Breezer, Vodka Lemon, Lemon Head, Campari Mixx, ecc.

(Se l'int. ha bevuto birra - Dom. 2.1a)

2.7a In sintesi, nei giorni in cui beve birra, quanta ne beve in media/di solito?

- Specificare il numero di bicchieri/lattine/bottiglie piccole (da 0,2 a 0,33 l.) /_/_/
- Specificare il numero di bicchieri/lattine/bottiglie medie e grandi (da 0,4 a 0,66 l.) /_/_/

- Altra risposta: _____

(Se l'int. ha bevuto vino (compreso lo spumante) – Dom. 2.1a)

2.7b Nei giorni in cui beve vino (compreso lo spumante) , quanto ne beve in media/di solito? Specificare il numero di bicchieri (da 0,12 a 0,25 l.).

- N° bicchieri /_/_/

- Altra risposta: _____

(Se l'int. ha bevuto aperitivi, digestivi, alcolici – Dom. 2.1a)

2.7c Nei giorni in cui beve aperitivi, digestivi, alcolici (come amari, vermouth e cocktail a bassa gradazione alcolica) in che quantità ne beve in media/di solito? Specificare il numero di bicchieri (da 0,12 l.) o bicchierini (da 0,06 l.).

- N° bicchieri /_/_/

- N° bicchierini /_/_/

- Altra risposta: _____

(Se l'int. ha bevuto superalcolici o liquori – Dom. 2.1a)

2.7d Nei giorni in cui beve superalcolici o liquori (come whisky, grappa, vodka, brandy, gin, cognac, rum, ecc.) a media o alta gradazione alcolica , in che quantità ne beve in media/di solito? Specificare il numero di bicchierini (da 0,02 l.) oppure il numero di bicchieri "doppi" (da 0,04 l.).

- N° bicchierini /_/_/

- N° bicchieri "doppi" /_/_/

- Altra risposta: _____

(Se l'int. ha bevuto altre bevande a base di alcool – Dom. 2.1a)

2.7e Nei giorni in cui beve altre bevande a base di alcool (c ome Bacardi Breezer, Vodka Lemon, Lemon Head, Campari Mixx, ecc.) in che quantità ne beve in media/di solito? Specificare il numero di bottigliette (da 0,2 a 0,33 l.).

- N° bottigliette /_/_/

- Altra risposta: _____

A TUTTI

2.8 Negli ultimi 3 mesi Le è mai capitato di bere un po' troppo, senza però ubriacarsi? (Se "si"):

Quante volte Le sarà capitato, negli ultimi 3 mesi?

2.9 A molti capita di bere troppo fino a ubriacarsi. A Lei è capitato negli ultimi tre mesi? (Se "si"):

Quante volte negli ultimi tre mesi?

SK 5	(D. 2.8) bere un po' troppo	(D. 2.9) ubria- carsi
- No, non mi è mai capitato.....	14/0	15/0
- Sì, mi è capitato:		
- 1 volta	1	1
- 2 volte	2	2
- 3 volte	3	3
- più di 3 volte.....	4	4
- (non so, non ricordo quante volte)	5	5
- Non ricordo se mi è capitato	6	6
- Altra risposta: _____		

(Solo agli intervistati che negli ultimi 3 mesi avevano bevuto "un po' troppo" o si erano anche ubriacati, fare le domande 2.10a e 2.10b)

2.10a. Pensi adesso solo alla volta che, negli ultimi 3 mesi, ha avuto più l'impressione di avere bevuto un po' troppo o di essersi anche ubriacato. Che cosa aveva bevuto? Forse ... ? Può indicare anche più tipi di bevande.

(Mostrare nuovamente e leggere il CART. 2.1a/b)

- Birra	16/ 1
- Vino (compreso lo spumante)	1
- Aperitivi, digestivi, alcolici	1
- Superalcolici/liquori.....	1
- Altre bevande alcoliche.....	1

- Altri tipi di bevande e cioè: _____ 1

24/ 1

2.10b. Insieme agli alcolici (o subito prima o dopo), negli ultimi 3 mesi, le è mai capitato di prendere qualche altra cosa, per tirarsi su o perché si sentiva depresso o molto nervoso? (Se "si"): Che cosa? Forse ... ? (Leggere e mostrare il CART. 2.10b)

- Sì, e cioè ho preso:	
- Stimolanti (es.: Anfetamine).....	01
- Antidolorifici (es.: Aulin)	02
- Psicofarmaci	03
- Droghe leggere, spinelli	04
- Altro (specificare) _____	05
- No, nulla.....	00
- Altra risposta: _____	

99

(25/26) (33/34)

SEZIONE 3 – LE ABITUDINI ALIMENTARI

A TUTTI

3.1 Che cosa ha bevuto di solito, nelle ultime settimane, nei giorni feriali a mezzogiorno?
E a cena? Forse ... (Leggere e mostrare il CART. 3.1) ?

	mezzo- giorno	cena
- acqua normale (del rubinetto).....	47/1	60/1
- acqua minerale gassata	1	1
- acqua minerale non gassata	1	1
- vino.....	1	1
- birra	1	1
- bevande gassate (aranciata,cola,ecc.)	1	1
- spremute di frutta	1	1
- succhi di frutta (confezionati).....	1	1
- caffè	1	1
- tè	1	1
- latte	1	1
- altre bevande alcoliche/energy drinks	1	1
- non ho bevuto nulla	59/1	72/1

Blank col. 73-80

3.2 Altre persone, intervistate prima di Lei, hanno indicato alcune esperienze (o sensazioni) che si possono avere se si bevono alcolici.

Che cosa può capitare o potrebbe capitare a Lei, se beve o bevessi alcolici?

Per ciascuna di queste esperienze o sensazioni, che ora Le leggo, mi dica se la ritiene probabile o improbabile.
(Leggere e mostrare il CART. 3.2)

SK 6	molto prob.	proba- bile	incer- to	im- prob.	molto impr.
- mi sento rilassato/a	14/1	2	3	4	5
- sono irritabile, litigo	1	2	3	4	5
- mi sto facendo del male...	1	2	3	4	5
- mi sento felice	1	2	3	4	5
- dimentico i miei problemi.....	1	2	3	4	5
- penso di non riuscire a smettere di bere	1	2	3	4	5
- mi sento stordito/a	1	2	3	4	5
- mi sento più amiche- vole e alla mano	1	2	3	4	5
- faccio qualcosa di cui mi pento dopo.....	1	2	3	4	5
- mi diverto molto	1	2	3	4	5
- mi sento male	1	2	3	4	5
- sento aumentare la stima che ho di me ...	1	2	3	4	5
- sento meno i miei dolori	1	2	3	4	5
- aumenta la mia capacità di godere del sesso ..	1	2	3	4	5

SEZIONE 4 – I GIOVANI E L'ALCOOL

(Solo ai giovani di 13-24 ANNI)

4.1 A che età hai assaggiato/bevuto per la prima volta queste bevande alcoliche (non soltanto una goccia) e cioè ... (vino, birra, ecc.)? (Leggere) (Presentare nuovamente il CART. 2.1a/b con i tipi di bevande)

	Età	Non ho mai bevuto
- Birra.....		0
- Vino (compreso lo spumante).....		0
- Aperitivi/digestivi/alcolici		0
- Superalcolici/liquori		0
- Altre bevande alcoliche.....		0

4.2. Con chi hai assaggiato/bevuto per la prima volta bevande alcoliche? Forse ... ? (Mostrare il CART. 4.2 e presentare nuovamente il CART. 2.1a/b con i tipi di bevande)

	Birra	Vino	Aperitivi/ digestivi/ alcolici	Superalcolici/ liquori	Altre bevande alcoliche
- Da solo	1	1	1	1	1
- Con i genitori	2	2	2	2	2
- Con altri familiari (cugini, zii, fratelli, nonni).....	3	3	3	3	3
- Con amici coetanei.....	4	4	4	4	4
- Con amici più grandi	5	5	5	5	5
- Altro (specificare) _____					
	6	6	6	6	6
- Non ricorda.....	7	7	7	7	7
- Non ho mai bevuto.....	0	0	0	0	0

4.3. Dove hai assaggiato/bevuto per la prima volta queste bevande alcoliche e cioè (vino, birra, ecc.)? (Mostrare CART. 2.4/4.3 e CART. 2.1a/b con i tipi di bevande)

	Birra	Vino	Aperitivi/ digestivi/ alcolici	Superalcolici/ liquori	Altre bevande alcoliche
1. A casa, ai pasti	1	1	1	1	1
2. A casa, fuori pasto.....	1	1	1	1	1
3. In mensa/pasti di lavoro	1	1	1	1	1
4. Al bar/pub	1	1	1	1	1
5. Al ristorante, pizzeria.....	1	1	1	1	1
6. A casa di amici	1	1	1	1	1
7. Alle feste	1	1	1	1	1
8. In discoteca, night.....	1	1	1	1	1
9. All'aperto, per strada	1	1	1	1	1
10. In gita, in vacanza.....	1	1	1	1	1
11. In occasioni speciali (compleanno, matrimonio, battesimo, ecc.)	1	1	1	1	1
12. Sul luogo di lavoro	1	1	1	1	1
13. A scuola.....	1	1	1	1	1
14. Ad una fiera, convegno, inaugurazione, ecc.	1	1	1	1	1
15. Ad un concerto	1	1	1	1	1
16. Altrove (specificare).....	1	1	1	1	1
17. Non ricordo	1	1	1	1	1
18. Non ho mai bevuto	1	1	1	1	1

4.4. Ricordi che cosa hai provato la prima volta che hai assaggiato/bevuto una bevanda alcolica?

- Niente di particolare 1
- Un senso di piacere (per il sapore) 1
- Una sensazione sgradevole 1
- Mi piaceva, ho pensato che l'avrei rifatto 1
- Mi sono sentito più adulto..... 1
- Ho avuto la sensazione di fare una cosa proibita 1
- Mi sono sentito male 1
- Altro (specificare) 1
- Non ho mai bevuto 0

4.5 Quante volte, negli ultimi 3 mesi, ti è capitato di bere almeno 5 bicchieri di alcolici, in un tempo breve, cioè in circa due ore, lontano dai pasti? (Leggere e mostrare il CART. 4.5)

- Mai 1
- 1-2 volte 2
- 3-5 volte 3
- 6-9 volte 4
- 10-20 volte 5
- Più di 20 volte 6
- Non ho mai bevuto 0

4.6 Quando pensi di aver bevuto troppo, cioè di avere esagerato con le bevande alcoliche, che cosa pensi e come ti senti? Quali risposte di questo elenco descrivono meglio le tue sensazioni? Puoi dare una o più risposte.

- Mi sento in colpa, vorrei non averlo fatto 1
- E' una cosa normale che fanno tutti 2
- Temo i rimproveri (le reazioni) dei miei genitori 3
- Temo il giudizio dei miei amici 4
- Temo il giudizio del mio/a ragazzo/a 5
- Posso farlo perché reggo bene l'alcool 6
- So che è un rischio, ma mi piace troppo farlo ... 7
- Basta che non guido, non c'è problema 8
- Non ho mai bevuto troppo 9
- Non ho mai bevuto 0

4.7 In generale, in quale giorno della settimana ti capita più spesso di bere?

- Lunedì 1
- Martedì 2
- Mercoledì 3
- Giovedì 4
- Venerdì 5
- Sabato 6
- Domenica 7
- Nessuno in particolare 8
- Non ho mai bevuto 9

4.8 Omissis

4.9a. Ti sei mai ubriacato/a almeno una volta nella tua vita?

- Sì 1
- No 2 (Passare a dom. 4.9e)

4.9b Quanti anni avevi?

/__/_/ anni

Ricodificare l'età nelle seguenti classi:

- Meno di 10 anni 1
- 10-12 anni 2
- 13-15 anni 3
- 16-19 anni 4
- 20-24 anni 5
- Non ricordo 0

4.9c Ti ricordi con quale bevanda alcolica ti sei ubriacato/a, in quella occasione?
(Mostrare nuovamente e leggere il CART. 2.1a/b)

- Birra 1
- Vino (compreso lo spumante) 2
- Aperitivi/digestivi/alcolici 3
- Superalcolici/liquori 4
- Altre bevande alcoliche 5
- Altra risposta: _____

4.9d Ti ricordi dove e con chi ti sei ubriacato/a quella volta? (Più risposte possibili)
(Leggere e mostrare il CART. 4.9d)

- Con parenti o amici, durante un pranzo/una cena ... 1
- Al ristorante 2
- In discoteca 3
- Al bar/pub 4
- Da solo a casa, durante un pranzo/una cena 5
- Da solo a casa, lontano dai pasti 6
- Con amici a casa, lontano dai pasti 7
- Con parenti a casa, lontano dai pasti 8
- Nel corso di una festa/cerimonia 9
- Ad un concerto 0
- Altro (specificare) _____ 1

A TUTTI

4.9e Parliamo ora di sigarette. Tu fumi sigarette?

- Sì 1
- No 2 (Passare a dom. 4.10)

4.9f A che età hai cominciato a fumare sigarette?

/__/_/ anni

Ricodificare l'età nelle seguenti classi:

- Meno di 10 anni 1
- 10-12 anni 2
- 13-15 anni 3
- 16-19 anni 4
- 20-24 anni 5
- Non ricordo 0

A TUTTI

4.10. Quante volte, nella tua vita, hai preso ... (Leggere) ? (Leggere e mostrare il CART. 4.10/4.11)

	Droghe leggere, spinelli	Droghe in compresse, pasticche	Sostanze che si sniffano (colle, mastice, ecc.)
- Mai.....	1	1	1
- 1-2 volte.....	2	2	2
- 3-5 volte.....	3	3	3
- 6-9 volte.....	4	4	4
- 10 volte o più.....	5	5	5
- Non vuole rispondere.....	6	6	6

(Se risposte da 2 a 5 alla dom. 4.10)

4.11 Quante volte, nell'ultimo anno, hai preso ... (Leggere) ? (Leggere e mostrare il CART. 4.10/4.11)

	Droghe leggere, spinelli	Droghe in compresse, pasticche	Sostanze che si sniffano (colle, mastice, ecc.)
- Mai.....	1	1	1
- 1-2 volte.....	2	2	2
- 3-5 volte.....	3	3	3
- 6-9 volte.....	4	4	4
- 10 volte o più.....	5	5	5
- Non vuole rispondere.....	6	6	6

SEZIONE 5 - ATTEGGIAMENTO VERSO L'ALCOOL

A TUTTI

5.1 Parliamo adesso delle bevande alcoliche in generale, cioè vino, birra, liquori, ecc. Ecco una lista di frasi sulle bevande alcoliche. Vorremmo chiederLe se è d'accordo o no. (Leggere e mostrare il CART. 5.1)

(Ruotare le frasi)	d'ac- cordo	non d'acc. so	non so
1. è difficile non bere bevande alcoliche quando tutti ne bevono.....	25/ 1	2	3
2. bere qualche bicchiere nel week-end non è pericoloso per la salute	1	2	3
3. se una persona sopporta bene l'alcool, significa che l'alcool non gli/le fa male	1	2	3
4. bere molto è come drogarsi	1	2	3
5. bere uno o due bicchieri di vino o birra al pasto è una cosa normale	1	2	3
6. una donna ubriaca dà più fastidio di un uomo ubriaco	1	2	3
7. le bevande alcoliche allungate fanno meno male	1	2	3
8. è più facile diventare schiavi della droga che dell'alcool	1	2	3
9. quando si bevono bevande alcoliche si è più indifesi, si valutano meno i rischi	1	2	3
10. la birra è meno dannosa degli altri alcolici	1	2	3
11. ubriacarsi una volta non è grave, purché non diventi un'abitudine	1	2	3
12. le bevande alcoliche in piccole quantità non danneggiano la salute	1	2	3
13. mi piace il sapore delle bevande alcoliche.....	1	2	3
14. è pericoloso guidare dopo avere bevuto anche un solo bicchiere di birra o vino.....	1	2	3
15. è più facile fare conquiste quando si beve un po'	1	2	3
16. bere un po', per rilassarsi dalle tensioni, fa bene	1	2	3
17. l'alcool rende violenti	1	2	3
18. ubriacarsi una volta alla settimana, nei weekend, non significa essere un alcolizzato	42/ 1	2	3
19. se uno/a regge bene l'alcool, vuol dire che per lui/lei bere alcolici non è un rischio.....	1	2	3

(Solo ai consumatori di alcolici – Dom. 2.1a):

5.2 Le è capitato di guidare pensando di avere bevuto troppo? (Se "sì") Quante volte?

- mai	49/ 1
- 1 volta	2
- 2 volte	3
- 3 volte	4
- più di 3 volte.....	5
- non so, non ricordo	6

A TUTTI

5.3 Negli ultimi 3 mesi, Lei ha preso:

- a) farmaci/medicine contro la depressione, per tirarsi un po' su? Con quale frequenza negli ultimi 3 mesi?
- b) farmaci perchè si sentiva molto nervoso? Con quale frequenza, negli ultimi 3 mesi?

A = tutti i giorni o quasi
B = almeno 1-2 volte la settimana
C = occasionalmente

	Ultimi 3 mesi			Frequenza		
	No	Si	Tutti i g.	A 1-2 v. la sett.	B Occasione	C
a) farmaci contro la <u>depressione</u> per tirarsi un po' su.....	0	Z	1	2	3	54/ 4
b) farmaci perchè si sentiva <u>molto nervoso</u>	0	Z	1	2	3	55/ 5

SEZIONE 6 – OPINIONI ED ESPERIENZE

(Solo ai consumatori di alcolici – Dom. 2.1a)

Ancora un'ultima domanda sui Suoi consumi di bevande alcoliche.

	SI	NO
6.1 Ha mai <u>pensato di smettere</u> di bere alcolici?	56/ 1	0
6.2 E' stato mai <u>criticato</u> per il Suo bere?.....	1	0
6.3 Si è mai <u>sentito in colpa</u> per il Suo bere?	1	0
6.4 Lei ha mai bevuto <u>alcolici al mattino</u> , per calmare i nervi?	59/ 1	0

A TUTTI

6.5 Lei pensa che un consumo moderato di alcolici può avere un effetto positivo o un effetto negativo sulla salute o, in fondo, nessun effetto (né positivo, né negativo), per ciò che riguarda (Il cuore, ecc.) ?

	Posi- tivo	Né pos. Né neg.	Nega- tivo	Non so
- Il cuore	1	2	3	4
- La circolazione.....	1	2	3	4
- L'invecchiamento	1	2	3	4
- Il carattere.....	1	2	3	4
- Il benessere psicologico	1	2	3	4
- La vita sessuale.....	1	2	3	4
- L'insorgenza di alcune malattie				

(fisiche e psichiche).. 1 2 3 4
 6.6. Su che cosa pensa che un consumo eccessivo di
 alcoolici può influire maggiormente?

- sul carattere..... 1
- sulle relazioni personali (familiari/sociali)..... 2
- sull'aspetto fisico 3
- sulla durata della vita..... 4
- sulla qualità della vita..... 5
- sullo stato di salute in generale 6
- altra risposta: 7
- non so..... 9

6.7 Secondo Lei, da che cosa può dipendere la buona salute di una persona (e cioè che cosa può favorire maggiormente la buona salute)? Può indicare una o più risposte di questo elenco (Mostrare e leggere il CART. 6.7)

- | | 1°
risp. | 2°
risp. |
|--|-------------|-------------|
| - le <u>abitudini</u> , come si vive (36/37) | 01 38/ 1 | |
| - l' <u>ambiente</u> , il luogo in cui si vive.... | 02 1 | |
| - il <u>destino</u> , la fortuna, il caso | 03 1 | |
| - i <u>fattori ereditari</u> (se i genitori erano sani o malati) | 04 1 | |
| - i <u>progressi scientifici</u> , la medicina . | 05 1 | |
| - la <u>prevenzione</u> (evitare i rischi di malattie)..... | 06 1 | |
| - altra risposta e cioè: | 07 1 | |
| - non so, dipende | 09 46/ 1 | |

Blank col. 47-49

6.8 Omissis

SEZIONE 7 – LA FAMIGLIA ED IL LAVORO

7.1 Qual è il Suo titolo di studio (il titolo più alto che ha ottenuto)?

- licenza elementare 54/1
- diploma media inferiore 2
- diploma media superiore (3 anni) 3
- diploma media superiore (5 anni) 4
- laurea 5
- nessuno..... 6
- non risponde..... 7

7.2 Qual è il Suo stato civile?

- celibe/nubile..... 55/1
- coniugato/a 2
- separato/a 3
- divorziato/a 4
- vedovo/a 5
- non risponde..... 6

7.3 Attualmente con chi vive?

- con il/la coniuge, fidanzato/a, compagno/a. 56/ 1
- con entrambi i genitori 1
- con uno dei genitori (la madre o il padre) ... 1
- con amici/amiche 1
- in collegio, caserma, pensionato 1
- da solo 1
- altra risposta: 63/ 1
- non risponde..... 1

7.4 Chi è il capofamiglia nella Sua famiglia? L'intervistato/a o un'altra persona?

- il capofamiglia è l'intervistato/a 72/ 1
- il capofamiglia è il/la coniuge dell'int. 2
- il capofamiglia è un'altra persona..... 3

7.5a Parliamo ora del lavoro. Lei attualmente lavora? E' forse ... ?

(Se l'int. non è il capofamiglia):

7.5b Qual è la professione del capofamiglia?

- | | intervi
stato | capo
fam. |
|---|------------------|--------------|
| - lavoratore dipendente e cioè : | 73/74 | 75/76 |
| - dirigente | 01 01 | |
| - quadro | 02 02 | |
| - insegnante..... | 03 03 | |
| - impiegato..... | 04 04 | |
| - operaio (o equivalente)..... | 05 05 | |
| - lavoratore in proprio e cioè: | | |
| - imprenditore (con 15 o più dipendenti) 06 | 06 | |
| - imprenditore (con meno di 15 dipendenti) 07 | 07 | |
| - libero professionista | 08 08 | |
| - artigiano/lavoratore indipendente | 09 09 | |
| - esercente/commerciante | 10 10 | |
| - proprietario agricolo | 11 11 | |
| - coadiuvante familiare | 12 12 | |
| - condizione non professionale e cioè: | | |
| - studente | 13 13 | |
| - casalinga | 14 14 | |
| - disoccupato o in attesa di 1° occ. | 15 15 | |
| - pensionato | 16 16 | |
| - altra condizione e cioè: | 17 17 | |
| - non risponde | 18 18 | |

(Se lavoratore dipendente o in proprio):

7.6a A quale settore economico appartiene la Sua azienda? In quale settore lavora? Forse ... ?

(Se l'int. non è il capofamiglia):

(Se il capofamiglia è lavoratore dipendente):

7.6b A quale settore economico appartiene l'azienda in cui lavora il capofamiglia?

(Se il capofamiglia è lavoratore in proprio):

7.6b In quale settore lavora il capofamiglia?

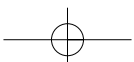
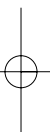
- | | intervi
stato | capo
fam. |
|--|------------------|--------------|
| - agricoltura | 77/ 1 | 78/ 1 |
| - industria..... | 2 2 | |
| - commercio e servizi (privati)..... | 3 3 | |
| - credito e assicurazioni..... | 4 4 | |
| - pubblica amministrazione, enti pubblici,
servizi pubblici | 5 5 | |
| - altra risposta: | 6 6 | |
| - non risponde | 7 7 | |

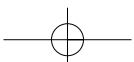
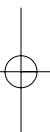
A TUTTI

7.7 Classe sociale (stimata dall'intervistatore):

- superiore.....79/ 1
- medio-superiore..... 2
- media 3
- medio-inferiore..... 4
- inferiore..... 5

7.8 Durata dell'intervista: |___|___| minuti

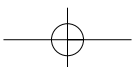




Italians and Alcohol

Consumption, Trends and Attitudes

5th Doxa National Survey



INDEX

INTRODUCTION

METHODOLOGICAL NOTES

METHODOLOGICAL PREAMBLE

RESEARCH OBJECTIVES AND CONTENTS

RESEARCH METHODS

SYNTHESIS OF RESULTS

ALCOHOL CONSUMPTION IN ITALY

- 1.1 Habitual consumers, occasional consumers and non-consumers
- 1.2 Alcohol consumption composition
- 1.3 Quantities consumed
- 1.4 Places and behaviours of consumption

YOUNG PEOPLE AND ALCOHOL

- 2.1 Habitual consumers, occasional consumers and non-consumers
- 2.2 Consumption frequency per drink
- 2.3 Quantities consumed (in standard units)
- 2.4 Places and behaviour of consumption
- 2.5 The approach to consumption
 - 2.5.1 Beginning age
 - 2.5.2 Memory of the first time
 - 2.5.3 Figures and context of the beginning
 - 2.5.4 First experiences of being in drunken state
- 2.6. Consumption of other substances: smoking and drugs
 - 2.6.1 Smoking
 - 2.6.2 Experiences of drug consumption

Excess and abuse

- 3.1 Excess
- 3.2 Drunkenness
- 3.3 Excess drinking
- 3.4 Drunk-driving
- 3.5 Binge drinking
- 3.6 CAGE test

Opinions and attitudes towards alcohol

- 4.1 Effects of moderate alcohol consumption
- 4.2 Effects of excessive alcohol consumption
- 4.3 Factors influencing one's state of health
- 4.4 Other opinions regarding alcohol consumption behaviour
- 4.5. Activities and interests

Questionnaire

INTRODUCTION

Six years after the last revelation (Autumn 2000), the scientific community, that of institutional decision-makers and numerous research, prevention, and therapeutic intervention operators, is finally able to provide a much awaited updated public opinion poll on alcohol consumption in Italy.

The 5th poll on *Italians and Alcohol, Consumption, Attitude Tendencies*, promoted by the Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool in collaboration with Doxa, proposes an image to the public articulated by widespread alcohol consumption. Various viewpoints of this image are presented: consumption monitoring, the contribution of different drinks consumed, evolution of the quantity and quality of alcohol consumed during an individual's lifetime, the relationship between alcohol and lifestyle, as well as the dynamics of abuse during one's young age and non.

Drinking alcohol, always associated in Western culture with the sphere of convivial and community celebration, has, nevertheless, found a negative echo in the form of abuse. That is, alcohol can be part of a collapse in front of the power that the substance can have on an individual.

In every culture where alcohol is present, the process of civilization has tried to build one rule or more that marks the impassable boundaries between use and abuse. The right to celebrate with all its unpredictability, is protected. And at the same time, necessary disciplines of the individual, family and social order must be defended. All the same, as in every cultural process, the rule is not forever, and the boundary is mobile: the history of alcohol as a product, its distribution and consumption is therefore also the history of cultural changes of the population that has drunk it.

Such a history is rich in contrast and duplicity. Such duplicity is exactly the very nature of the problem that has accompanied the collective conscience in the face of drinking, and touches upon the theme's scientific reflection. As always, when up against themes that strongly pose ethical dilemmas that translate as political headaches, each judgement must be sufficiently supported by the best knowledge available.

The first job in an effort to contribute to a competent reflection on very controversial themes in a democratic and pluralistic context, is that of facilitating reliable scientific recognition of the problem. This includes establishing solid research bases of evidence, reiterating empirical investigations, validating data that is accumulated over time, questioning neighbouring disciplines that can bring illuminated interpretations to the theme, and stimulating new research into emerging phenomena.

For the past 15 years, research conducted by Osservatorio-Doxa has pursued with conviction these objectives. Five editions of investigations testify a growing interest around this research that the Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool has set forth as a study guide for its scientific program, and as a principal output in its activity of public communication.

And further research can begin, as always, only from the study of data. Research conducted in 2006 (by Doxa in the autumn of 2005 on a sample representative of the Italian population of 2067 individuals starting at 13 years old, years questioned at the homes of surveyors formed ad hoc,) reveals in the first place a constant presence of alcohol in the habits of Italians.

Consumers who drink at least once in three months just barely surpass 80% and appears to be stable (+1% with respect to 5 years ago.) Regular consumers (who drink at least once a week) represent 67% (+2%) of the sample.

Among the drinks consumed, in terms of national reference, wine maintains the absolute position, followed by beer, aperitifs and digestives, and rather behind on the scale, of spirits and new alcoholic beverages. In a context in which the consumption of alcohol isn't substantially different among regions of Italy (with a marked dominance of consumption by males over females,) the consumption of alcoholic beverages is and remains in Italy a socially controlled fact, besides being socially relevant.

One begins tasting and knowing about drinks in a family context, often associated with a ritual event (around 14 years for wine and beer, and about 16 years for drinks with a higher alcoholic content.) The transmission of the act of drinking from older generations to younger ones in a frame of naturalness stands out neither by an excessive meaning of the rite of passage, nor by an excessive permissiveness or indifference of it.

In advanced adolescence, the youth progresses with a knowledge of the relationship with an alcoholic substance which, on the first occasions to consume it in deliberate autonomy (directed by a preference towards beer, but not free from a first contact with spirits,) corresponds frequently to an event of a loss of control (expressed either as a first episode of drunkenness, or a first one of an alcoholic "high," as in binge drinking.)

Usually a course of physiological maturation of consumption follows this phase, which differs among people. For some, it is rapid and problem-free. For others, it evolves towards a grey area of uncertain behaviour. And for still others, it develops into various forms of excess that overlap with other forms of abuse with drugs or other illegal substances. On the average, consumption increases (and tends to do so until the threshold of 34 years) only to then stabilize and diminish.

It is in this way that the Italian "consumption career," as we've called this course of consumption, has taken shape. As such, determining characteristics have been those sociologically well-known of the Mediterranean

culture: dominance of the social and “wine-centred” model of consumption, systematic association with alcohol consumption in the sphere of common meals, consumption on equal terms between males and females and its initiation within the family, exercise of control on its abuse mediated by the category of moderation.

This last aspect favourably explains the value of social tolerance towards the problem drinker traditionally present in the Mediterranean model. It’s not a question of indifference and social slovenliness as much as an open attitude to the recuperation of the problem drinker as an individual in a context of non-segregation, and therefore of community solidarity towards such a person.

Within this range of interpretations, the report justly dedicates adequate space to the different declinations of problem drinking. These include those which are substantially mild towards adolescent transgression, and those much more tenacious regarding the reiterated abuse and mixing of alcohol with drugs.

On the one hand, frequent episodes of intoxication and drunkenness (respectively 15,8% and 5,2% of an entire population older than 13 years) touches a component of the relatively younger population. Nevertheless, an increase between 2000 and 2006 in the percentage of adults 15 years and older who declared at least one episode of important drunkenness (from 4 to 7%.) was registered. It is a question of data which is not positive, partially moderated however, by the drop in reiterated episodes.

Among the young population exists an emerging problem, even if already known, related to *binge drinking* (the consumption of 5 alcoholic beverages one after another during a period of two hours from eating.) 10.2% of young people between the ages of 13 and 24 years have had at least one experience of *binge drinking*. It’s a question of behaviour (decisively with males but not totally unknown to females) that marks the existence of an area of convergence of abuse in youth borrowed by Anglo-

Saxon styles. It is obviously an inclination of the global tendencies of our time that doesn't necessarily have to be assimilated to *standard* behaviour of young Italians. It is a question, however, of a worrisome tendency in which a specific answer is required.

With respect to the ever important issue of the relationship between alcohol and driving, an increase is reported of declared episodes by adults 15 years and older, in particular a doubling of those who have driven in a drunken state more than once (from 5,3% to 10,4%.) Against a greater knowledge of the risk involved in drunk driving on the part of more young people emerges an underestimation of the question on the part of individuals between 25 and 34 years.

* * *

The Osservatorio survey confirms some tendencies of long periods of alcohol consumption in Italy: the reduction of consumption per capita and the stabilization of the consumption patterns.

Consolidated data, also supported by the longitudinal investigation about alcohol consumption in Italy during the last 30 years, has been published in the series of *Quaderni dell'Osservatorio* in volume n. 17 "Changes in the Consumption of Alcoholic Beverages in Italy." And it should be remembered that this tendency continues to diminish and, in reality, is the effect of an autonomous reduction of consumption. In Italy, consumption is reduced in the absence of active regulatory policies requested whether for fiscal-economic purposes, or legislative impositions. No given more than this comforts that principle of autonomous regulation that is the principle of freedom and at the same time doesn't preclude responsibility.

The conclusion of the V° Osservatorio-Doxa General Survey coincides with the acceptance of the Presidency of the Association by Professor Umberto Veronesi. Prof. Veronesi inherited the commitment of Giuseppe De Rita, who for a long time generously put his intellectual vivacity to the service of alcohol-related studies in Italy, contributing to a sociological imagination and a field of study traditionally presided over by a scientific medical-biological culture.

The Osservatorio owes much to Mr. De Rita for his original imprinting, pleasure of exploring the inedited connections between phenomena, defence of a liberal and unprejudiced approach to the theme of social behaviour linked to alcohol, and dialogue with the institutions.

For certain, Prof. Veronesi, scientist and clinician, doesn't lack the complex vision of phenomena, interaction between the biological, psychological and social dimensions of behaviour, respect for the freedom and dignity of the individual, and solid connection between scientific responsibility and political choice regarding one's health.

In saying farewell to Mr. De Rita and welcoming Prof. Umberto Veronesi, we feel it our duty to express our gratitude and respect to them. From their monitoring and advice, all of us here at the Osservatorio have dealt with and will continue to draw in the future the results of our commitment: the public testimony of our work as well as the challenge to conduct quality research.

Enrico Tempesta
President Scientific Laboratory

Michele Contel
Secretary General

METHODOLOGICAL NOTE

A). Methodological premise

In autumn 2005, the DOXA Institute conducted, in collaboration with the Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool, and following the indications of the Scientific Laboratory of the Osservatorio, the fifth sample investigation on behaviour, opinions and attitudes of Italian adults and young people, in merit of alcoholic beverage consumption. The new investigation was realised, at a distance of five years from the preceding one conducted in autumn 2000, in a framework of a multi – year program of studies and research of behaviour on a national and European level, based on 2,067 home interviews of a representative sampling of adults and young people in the age group under consideration (almost 51 million individuals, aged 13 and older.)

The survey obtained, for all of the fundamental aspects of alcoholic consumption and opinions, data comparable with that of preceding revelations. This was because the same method of sampling as well as the same questionnaire for the most part of the questions had been adopted.

With respect to the preceding revelations, and, in particular, with that of autumn 2000, the new investigation has three different aspects:

- In addition to adults of 18 years and older, and young people of 15-17 years, for the first time, boys and girls of 13-14 years were also taken under consideration. The results of the investigation are presented in order to make possible comparisons with previous investigations, by interviewing individuals of 15 years and older, those of 13 years and older, as well as for some age subclasses (13-15 years, 16-19 years, 20-24 years, and 25-34 years;)

- In the questionnaire, some new questions were included, prevalently regarding information and attitudes about alcohol and questions regarding the consumption of other types of beverages and other substances (in part already utilised for other research conducted, even in other countries.) Some questions were posed only to young people between the ages of 13 and 24 years, so as to reveal more complete and in depth data about their relative behaviour and attitudes. In order to contain the length of the questionnaire, some questions from the 2000 edition were left out of the new questionnaire;
- The researchers working on the investigation utilised portable PCs for CAPI (*Computer Assisted Personal Interviews*) to register the answers. In such a way, there were many advantages in managing the interviews. Interviewers were guided as to which “course” to follow, such as suggesting questions to propose, all the while keeping in mind the answers given to previous ones, or the registering of answers (with the possibility of immediately individualising some incoherent answers,) and in the phase of logical data checks, in preparing a support for data elaboration.

B. Survey Objectives and Contents

In the survey the following were analysed:

- Consumption behaviours regarding five kinds of alcoholic beverages (beer and wine; aperitifs, digestives and bitters; distilled beverages and liquors; alcoholic beverages, of which some samples were supplied,) as well as that which is regarded as behaviour at risk;

- Opinions and attitudes of consumers and non-consumers, with regards to alcoholic beverages;
- Activities, values and interested of consumers, both regular and occasional, and of non-consumers of alcohol (alimentary habits, work and school, activities and interests during free time, etc.);
- Social - demographic characteristics of consumers and non-consumers, and psychological characteristics obtained with a typological analysis, in function of certain behaviours, interests, values and opinions of those interviewed.

In the 2005 edition of the survey, almost all of the topics which had been under consideration in the four previous editions (1991, 1994, 1997 and 2000,) were resumed, in order to evaluate changes which occurred over the last years.

Moreover, some new aspects were taken into consideration. Greater importance was attributed to opinions and attitudes towards alcohol consumers and behaviours at risk, above all those bound to the first experiences of consumption. An entire section was dedicated to the analysis of all the aspects of alcohol consumption in young people.

C. Investigation Method

The data pointed out was carried out through direct interviews, conducted by 169 interviewers at the homes of a sampling group of 2,067 adults and young people, all aged 13 years and older.

Names and addresses of the adults 18 years and older, were extracted by an electoral list of 164 municipalities of all regions in Italy. The electoral lists were also utilised in order to casually select "points of depar-

ture” for the research of families with one or more young people aged 13 to 17 years, who aren’t registered members on electoral lists.

In order to prepare a wider analysis base, and also as an end in operating temporal comparisons between the periodic investigations of the Osservatorio, a higher sampling rate by age classes of particular interest was adopted.

After the survey, the data had been “weighed” attributing to each age group a weight corresponding to the effective one of the Italian adult population.

In the attached table are indicated, in percentage values: the effective distribution of the interviews according to age groups (sampling not weighted) and the distribution of adult Italian adopted for the weighting of the sampling.

The questionnaire utilised for the (attached) interviews contained 58 questions and tests regarding attitudes, including data on the characteristics of the individuals interviewed (sex, age, education level, professional state, etc.) and of the families visited (social conditions, profession of head of the family, etc..)

Interviews were conducted between November 30th and December 21st 2005 (during the same period of the previous investigations,) and lasted an average of 30 minutes.

BRIEF GUIDE TO THE SURVEY READING

Total Sampling in 2005 2,067 Individuals 13 years and older		Total Sampling 2000 2,028 Individuals 15 years and older	
YOUNG PEOPLE 13-24 years	ADULTS 25-34 years 35-44 years 45-54 years Older than 54 years	YOUNG PEOPLE 15-24 years	ADULTS 25-34 years 35-44 years 45-54 years Older than 54 years
→ 13-15 years → 16-19 years → 20-24 years			

2. Main contents

1. Consumers and consumption– Regular consumers, occasional consumers, and non-consumers; composition of consumption, frequency, places of and occasions for consumption (page 10.)

2. Young people 13-24 years– Regular consumers, occasional consumers, and non-consumers in the age groups of 13-14 years, 16-19 years, and 20-24 years; frequency, places of and occasions for consumption, consumption career (beginning, figures, contexts, beverages,) smoke and drug use (page 21.)

3. Excess and abuse– Excess, drunkenness, drunk driving, binge drinking, abuse, interaction with drugs (page 32.)

4. Opinions and attitudes– Judgement on moderate and excessive consumption, attitudes and opinions towards consumption, consumers and their principal activities and interests (page 43.)

1. ALCOHOL CONSUMPTION IN ITALY

- *Regular male consumers are increasing; female consumers, occasional consumers and non-consumers are decreasing.*
- *Wine is confirmed as being the most consumed drink and is on the uptrend, due to more adult consumers; beer remains the main beverage among young people.*
- *More than half of consumers at risk drink too much wine; the other half is divided equally between drinking too much beer and beverages with average to high alcoholic content.*
- *Wine is consumed primarily in the family; the other beverages both in the family and with friends. Very low solitary consumption.*

1.1. Regular consumers, occasional consumers and non-consumers of alcohol

Italian consumers

Of Italians older than 12 years, 80,4% (almost 41 million, of a total of 50,8 million adults and young people of 13 years and older) drink alcoholic beverages at least once during three month period.

The percentage of alcoholic beverage consumers has increased during the past years, from 74 % in 1993, to 77% in 1997, to 80% in 2000 and to 81% in 2005 (towards considerations for individuals 15 years and older, as in the previous research).

Of adults, (34 million adults and young people, of 13 years and older) 67% are regular alcoholic beverage consumers, that is, they consume one or more kinds of alcoholic beverages at least once a week. 13%, (6,7 million) are occasional consumers, because they drink alcoholic beverages

less than once a week, and 20% (almost 10 million) never drink alcoholic beverages (over a 3 month period).

With respect to the previous investigations (Tab. 1.1), the percentage of regular consumers of at least one kind of alcoholic beverage, from 59% in 1994, to 62% in 1997, to 65% in 2000 and to 68% 2005. The quota of occasional consumers (from 15% in the previous investigations to 13%) has slightly decreased and the quota of non-consumers has dropped, from 26% in 1994, to 23% in 1997, to 20% in 2000 and to 19% in 2005 (always considering comparisons with individuals 15 years and older).

Tab. 1.1. Consumers over the past 3 months – Comparisons with previous surveys

	1997	2000	2005
During the past 3 months			
- HAVEN'T DRUNK:	22,7	19,5	18,6
- HAVE DRUNK:	77,3	80,4	81,4
Beer	51,7	53,6	56,0
Wine or sparkling wine	67,2	67,7	69,2
Aperitifs, digestives, alcoholic beverages	31,6	31,5	33,7
Spirits, liquors	24,9	25,2	25,8

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Differences by gender

Of alcoholic beverage consumers, (at least regarding an occasion for consumption of at least one kind of beverage, during the last 3 months) 92% were men (88% in 2000) and 70% were women (73% in 2000).

Considering only regular consumers, the difference between the two sexes is accentuated: 83% of males interviewed have regularly drunk alcoholic beverages (at least one kind of alcoholic beverage at least once a

week) and 53% of women 15 years and older. This confirms an important occasional consumption of alcoholic beverages among women.

The percentage of regular and occasional consumers are very similar in all of the age groups, with a maximum level between 25 and 34 years and a strong drop after 54 years. The percentage of consumers, at least occasional, passes from 72% between 13 and 24 years to 88% between 25 and 45 years, and also between 45 and 54 years, to then drop to 75% after 54 years.

Differences by Age

With respect to 2000, one can observe a higher quota of consumers (at least occasional) among young people of 15-24 years (76-77% of young people in 1997 as well as in 2000, and 81% in 2005,) a more accentuated increase of consumers among adults of 25-34 years (from 80% to 88%) and more contained increases (or stability) in other age groups: from 80% to 87% between 35 and 54 years, and from 73% to 75% after 54 years.

Differences by geographical areas

As in 2000, the spread of alcoholic beverage consumption results in being very similar in all of the geographic zones, with slightly less values in southern Italy, when considering together consumption of all kinds of beverages (beer and wine; aperitifs; bitters and digestives; distilled beverages and liquors).

In fact, 82% of those interviewed in north-western Italy, 81% in north-eastern and central Italy and 78% in southern Italy and the Italian islands had drunk alcoholic beverages during the past 3 months. (69% of those interviewed in north-western Italy were regular consumers, as were 72% in north-eastern Italy and 64% in central Italy and the Italian islands).

Differences by social-economic classes

The 2005 edition of *Italians and Alcohol* confirmed that even the spread of alcoholic bever-

age consumption is very similar in all social classes, on the whole. Values result slightly higher in the high and middle-high class, as well as the middle class, with respect to the categories with low incomes and the lower-middle class (recall that the elderly make up a large part of the categories of lower incomes.)

Consumption frequency

If one analyses the data relative to the alcoholic beverage **consumption frequency** according to sex and age, it can be observed that males represent 48% of all adults, 77% of consumers at risk. That is to say that of all adults and young people who declared having “drunk too much” or having been drunk during the past 3 months, 59% are regular consumers, 32% are occasional consumers and 20% are non-consumers of alcoholic beverages.

Young people between 13 and 24 years represent 14% of Italians 13 years and older, 14% of those who drink in excess, 4% of consumers with reiterating episodes of drunkenness, 10% of regular alcoholic beverage consumers, 27% of occasional consumers and 20% of non-consumers.

Therefore, among young people, more than a proportional part are occasional consumers of alcoholic beverages, but also of consumers with repeated experiences of behaviours at risk.

Mature people, that is, adults older than 54 years, represent 36% of all individuals (13 years and older,) 46% of non-consumers, 23% of occasional consumers and 35% of regular consumers. Only 2% of them repeatedly get drunk and 5% drink in excess.

Thus, both among adults on the whole, and regular consumers of alcoholic beverages (mainly consumers of wine at meals,) one third (35%) is constituted of adults older than 54 years, who make up almost half of the regular alcoholic beverage consumers, but a much reduced quota of consumers at risk.

1.2 Composition of alcoholic beverage consumption

During the past 3 months, 68% of those interviewed had drunk wine, 55% beer, 33% aperitifs, digestives and other beverages of medium alcoholic content, 25% spirits (distilled beverages and liquors) and 17% other alcoholic beverages. These percentages, if projected in the universe of 49.6 million adults (men and women, 15 years and older.) correspond to 33,7 million occasional consumers of at least wine, 27,3 million of beer, 15,4 million of beverages of medium alcoholic content and 12,4 million of spirits. Moreover, 10% had drunk supplements and 4% *energy drinks*.

Consumption frequency by beverage

The percentage of consumers, at least occasional consumers, has remained almost stable for all kinds of alcoholic beverages during the last 5 years, with hardly any statistically significant differences. Of the slight increases observed (for wine from 67.2% in 1997 to 67.7% in 2000 and 69.2% in 2005; for beer from 51.7% in 1997 to 53.6% in 2000 and to 56% in 2005; for aperitifs, digestives and bitters from 31.6% to 31.5% and to 33.7 % respectively, for spirits and liquors from 24.9% to 25.2% and to 25.3%).

In comparison with the previous investigations, the individuals interviewed were 15 years and older.

The analyses of the data noted, according to socio-demographic characteristics and consumption behaviour, show that the increase in the percentage of consumers can be attributed above all to more frequent occasions of consumption out of the home (in pizza parlours, at pubs, in discotheques, etc..) among young people and among women.

Considering consumption during the last month, the percentage of drinkers went down to 75% of adults, for all kinds of beverages considered, on the whole, to 64% for wine, to 48% for beer, to 26% for aperitifs, bitters and digestives, and to 21% for spirits.

Considering only regular consumers, that is adults and young people who drink those alcoholic beverages under consideration (one or more kinds) at least once a week in autumn, the percentages went down to 56% for wine (28.5million of regular consumers,) to 33% for beer (16.8 million,) to 18% for aperitifs, bitters and digestives (9.1 million) and to 13% for distilled beverages and liquors (6.6 million).

With respect to previous investigations (Tab. 1.2), the quota of regular consumers (adults who consume the kinds of beverages under consideration once a week,) grew more accentually for beer (from 24% in 1994, to 26% in 1997, to 32% in 2000 and to 33% in 2005.) For others types of alcoholic beverages the numbers were more contained: from 54% to 57% for wine in the last four surveys; from 10% in 1994, to 13% in 1997, to 14% in 2000 and to 18% in 2005 for aperitifs, digestives and bitters.

Tab. 1.2. Consumption frequency of alcoholic beverages-Comparisons with previous surveys

	1997		2000		2005		1997		2000		2005	
	BEER		WINE (and sparkling wines)		APERITIFS, DIGESTIVES AND BITTERS		SUPERALCOLICI (distillati e liquori)					
<i>During the last 3 months:</i>												
HAVEN'T DRUNK:	48,4	46,4	44,0	32,8	32,3	30,8	68,4	68,5	66,3	75,1	74,8	74,2
HAVE DRUNK:	51,7	53,6	56,0	67,2	67,7	69,2	31,6	31,5	33,7	24,9	25,2	25,8
- everyday or almost	3,6	3,8	1,9	35,0	33,8	31,4	1,4	0,8	0,6	1,4	1,3	1,0
- 4-5 days per week	2,2	2,9	2,1	2,7	4,4	5,2	0,5	1,4	1,1	0,1	0,9	0,5
- 2-3 days per week	7,3	11,5	15,1	7,7	8,4	12,0	4,1	4,4	6,5	2,6	3,7	3,8
- 1 day per week	12,9	13,4	14,2	8,9	7,2	8,4	7,2	7,1	9,9	5,9	3,7	7,5
- 2-3 times per month	9,9	10,1	11,9	4,7	5,7	5,5	5,7	7,3	6,7	4,1	5,0	5,6
- 1 time per month	8,2	6,6	6,1	4,0	4,1	3,0	7,0	5,2	4,0	5,0	4,6	4,5
- even more rarely than above	7,7	5,2	4,9	4,4	3,9	3,6	5,8	5,3	4,8	6,1	6,0	3,0
AVERAGE TIMES (days per week)	0,7	0,7	1,5	2,7	2,5	3,9	0,4	0,3	1,2	0,3	0,3	1,2

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Therefore, during the last five years the percentages of consumers (at least once in 3 months) slightly increased for all kinds of alcoholic beverages and, in a very contained measure, also those of regular consumers (at least once a week).

Instead, the percentages of very frequent consumers who drink the types of alcoholic beverages under consideration more than 3 times per week, remained constant, with only slight oscillations statistically insignificant.

High frequency consumers by age

The highest frequencies of consumption were noted for beer among young people 25-34 years old (5% more than 3 times per week in this age group) and among adults 35-54 years old (7% more than 3 times per week;) for wine among older people (the percentage of habitual wine consumers, with at least 3 weekly occasions for consumption, rose from 8% towards 20 years to 38% towards 40 years and to 50% after 54 years;) for aperitifs, bitters and digestives among 35 and 44 year olds and for spirits in the intermediate age groups (with very low values of habitual consumers of spirits, with at least 3 weekly occasions for consumption in all the surveys).

Consumption frequency by sex

Consumption frequency of all kinds of alcoholic beverages were much greater among men, with respect to women. Among men, 70% have drunk wine at least once a week, 47% beer, 18% aperitifs, bitters and digestives, and 12% spirits (with a significant consumption drop in aperitifs and bitters, and for distilled beverages and liquors in consumers of high frequency.) Among women, all values relative to regular consumption were much lower: 43% have drunk wine at least once a week, 19% beer, 9% beverages of medium alcohol content and 5% spirits (with similar values with respect to previous investigations.)

Among men, the percentages of regular consumers have increased during the last years, with some oscillations, for beer, from 37% in 1997, to 47% in 2000 and to 43% in the actual investigation. Instead, they've remained almost constant or slightly diminished (with an insignificant difference) for other types of alcoholic beverages: from 64% to 70% for wine, from 20% to 18% for aperitifs, bitters, and digestives and from 15% to 12% for spirits.

Among women, the percentages of consumers as well as the consumption frequencies have grown. The percentages of regular consumers, who have drunk the types of beverages under consideration at least once a week, have passed in 12 years for wine from 37% in 1993, to 43% in 1997, to 45% in 2000 and to 43% in 2005; for beer from 12% to 19% in 12 years; for aperitifs, bitters and digestives from 5% to 9% and for spirits from 2% to 5% (always considering regular consumers with at least one occasion for consumption in 7 days).

Consumption frequency by age

The highest percentage of regular consumers who drink wine at least once a week, has been noted among adults 35-54 years old and those older than 54 years. The percentage of regular wine consumers strongly increased when passing from young people (23% regular consumers, that is, those who drank alcoholic beverages at least once a week, among the 13 - 24 year old age group) to older people (64% regular consumers after 54 years.)

The following were found to drink wine every day, or almost, usually only at meals: almost a third (31%) of adults of 13 years and older, two fifths (42%) of men, and only a fifth (20%) of women, and moreover a minimum of 4% among young people in the 13-24 year age group to a maximum of 40% among adults of the 45 - 54 year age group, and 46% after 54 years.

Among young people in the 15-24 year age group, the quota of wine consumers in 3 months dropped from 57% in 1997 to 51% in 2000, and to 46% in 2005. The quota of beer consumers remained the same as in the previous investigations (64%) and that of aperitifs, bitters and digestives consumers almost at the same level (39% in 1997, 40% in 2000 and 42% in 2005.) The quota of consumers of spirits remained as well at almost the same level (30% in the two previous surveys and 27% in 2005).

Supplement and energy drinks

In the 2005 edition, some questions regarding the use of supplement drinks and energy drinks were introduced, which had not been present in the previous investigations. The phenomenon of the spread of these beverages among young people seemed to have assumed significant proportions. In reality, it dealt with a rather ephemeral fashion, which had already reached its climax. So, actually such drinks don't affect the panorama of consumption in a relevant way, including that of young people.

Of those interviewed, 10% had consumed supplement drinks during the last 3 months (70% also during the last 30 days.) The percentage of consumers of supplements, regular and occasional, dropped from a maximum of 25% among young people between 13 and 24 years of age, to 16% among young adults aged 25-34 years, and to 4% after 54 years. (Consumption during the last month dropped from 19% among young people in the 13-24 age group to 3% after 54 years.)

Regarding energy drinks, the percentages of consumers were much lower: 4,4% at least once during the last 3 months and 2,4% during the last month (with values included for all consumers, even those occasional, during the last 3 months, from 11% among young people younger than 25 years, 8% among 25 and 34 years and 1% after 54 years.)

Supplement drinks are relatively more widespread among occasional consumers of alcoholic beverages. In fact, 9% of regular consumers, 15%

of occasional consumers and 9% of non-consumers of alcoholic beverages had drunk supplement drinks. During the last 30 days, respectively, 6 % of regular consumers, 11% of occasional consumers and 7% of non-consumers of alcoholic beverages had drunk supplement drinks.

Percentages of consumers for energy drinks during the last 30 days were slightly higher than those among regular drinkers (3%), with respect to occasional drinkers (2%) and non-drinkers (1%).

1.3 Consumption of alcoholic beverages during an average day: quantities consumed and moments of consumption

During the day before the interviews, 62% of alcoholic beverage consumers (correspondent to 50% of all adults aged 13 years and older) had consumed alcoholic beverages (Tab. 1.3).

Consumption on an average day by sex

During the last 12 years the percentage of men aged 15 years and older who drink alcoholic beverages on an average day has remained almost constant. There was an increase of 4% in the 12 years between 1994 and 2005 (62% in 1994, 61% in 1997, 63% in 2000 and 66% in 2005.) Among women consumers on an average day, there were some oscillations in percentages, from 35% in 1994, to 38% in 1997, to 42% in 2000 and 36% in 2005.

Tab. 1.3. Consumption of some kinds of alcoholic beverages on an average day (only consumers) Comparisons with previous surveys (%)

<i>During yesterday:</i>	1997	2000	2005
<i>DIDN'T DRINK:</i>	36,4	34,5	37,8
<i>DRANK:</i>	63,6	65,5	62,2
<i>-beer</i>	12,4	18,0	12,8
<i>-wine</i>	54,5	54,6	52,8
<i>- aperitifs, digestives</i>	4,7	7,4	7,7
<i>- spirits (distilled beverages, liquors)</i>	5,4	6,3	7,1

* Adults 15 years and older

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

On the day before the interviews, 10% of adults 13 years and older had drunk beer, 42% wine, 6% aperitifs, bitters or digestives, and 5% spirits. On the whole, almost 50% had drunk at least one kind of alcoholic beverage during the same day of the interview.

Consumption on an average day by age

Always among individuals 13 years and older, 22% of young people of the 13-24 year old age group, 46% among the group of 25-34 years, 53% among the 35-44 year old age group, 60% among the 45-54 year old age group and 56% after 54 years had drunk alcoholic beverages.

The consumption frequency of wine is therefore much lower among young people. It is instead higher among older people, for its daily importance of being consumed at meals.

Occasions of consumption at meals / outside of meals Among beer consumers (10% of those interviewed, the day of the interview,) 31% had drunk beer at midday, almost always during the meal, 61% at dinner and 26% after dinner. Few had indicated consumption even in the morning (10%) or in the afternoon (18%).

On an average, wine drinkers during the day before had indicated 1,8 occasions to consume, almost all during the two main meals. Wine consumption indicated for the day before by 42% of those interviewed, resulted in fact, as being concentrated during the midday meals (84%) and at dinner (79%.) Very few had indicated any wine consumption outside of meals, in the morning (7%) in the afternoon (5%) or after dinner (7%).

Both for the group of aperitifs, bitters and digestives, and spirits, consumption results as being distributed in a uniform way during the course of the day, with a greater consumption in the evenings. In particular, 30% of drinkers of aperitifs, bitters and digestives had consumed beverages with a medium alcoholic content during the midday meal, 41% at dinner (or near dinner time,) 15% in the evening outside of the meal, 33% in the morning, before eating, often as an aperitif, and 10% in the afternoon. The few observed cases for some categories of alcoholic beverages didn't agree to doing many comparisons with the previous investigations.

Among consumers during an average day, almost three fourths (73%,) had drunk only one type of alcoholic beverage (more often wine,) 22% two types and very few (5%) more than two types of alcoholic beverages during the day under consideration. On an average, consumers had drunk 1.3 different kinds of alcoholic beverages. 30% of males and 11% females (consumers during an average day) had drunk two or more kinds of alcoholic beverages.

Composition of average consumption in alcohol unuits On an average, consumers of alcoholic beverages during the preceding day had drunk

3 alcohol units. That is, they had consumed 3 standard glasses of wine (12,5 centilitres corresponding to an eighth of a litre,) or beer (25 centilitres, corresponding to a fourth of a litre) and/or similar units of alcohol of others types of beverages (Tab. 1.4). On the whole, the 3,0 units of alcohol estimated for the consumers on an average day were made up of 2,1 units of wine, 0,4 units of beer, 0,2 units of aperitifs, bitters and digestives, and of similar units (0,2) of spirits or liquors (less than 0,1 units of other types of alcoholic beverages).

The average number of alcohol units consumed in a day was very similar (for the consumers) in all age groups (always between 2,9 and 3,1 units during the days of consumption,) but was much higher among males (3,4 units over 24 hours for men who had consumed alcoholic beverages,) with respect to females (2,2 units over 24 hours).

Composition of average consumption by age

However, the composition changed regarding alcoholic beverage consumption when passing from young people aged 13-24 years to older people of more than 54 years. In fact, the calculated importance of wine increased to 3,0 units of alcohol for consumers on an average day (from 1,1 units for young people to 2,5 units for older people.) The importance of beer diminished (from 1,1 units of alcohol for young people to 0,2 units for older people,) as did other beverages of medium and high alcoholic content (from 0,6 units for young people aged 13-24 years and 0,7 units for adults aged 25-34 years, to only 0,3 units for the age group older than 54 years.) As already observed, wine consumption clearly prevailed in this last age group.

1.4. Composition of consumption on an average day by sex and age - Only consumers (%)

Out of 100 alcohol units, how many were there of:	Total adults	Males	Females	13-24 years	25-34 years	35-44 years	45-54 years	+ than 54 years
• Beer	14,3	14,2	14,5	<u>34,5</u>	23,6	19,0	12,1	6,3
• Wine	<u>73,8</u>	<u>71,4</u>	<u>77,7</u>	<u>39,3</u>	<u>57,2</u>	<u>68,2</u>	<u>77,1</u>	<u>86,8</u>
• Aperitifs, digestives,	6,6	7,7	4,8	12,2	10,6	8,5	6,2	3,4
• Spirits	4,7	6,1	2,3	10,9	6,2	4,1	4,6	3,4
• Other beverages	0,6	0,6	0,6	3,1	2,4	0,2	-	-
Average n. of alcohol units	3,0	3,4	2,2	2,9	3,0	2,9	2,9	3,0

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Composition of consumption at risk

Among those interviewed with repeated experiences of consumption at risk (that is, states of drunkenness and drunk driving,) consumption on an average day strongly increased. They rose to 6 units of alcohol (number of standard glasses of wine, beer and other types of alcoholic beverages drunk on an average day of those interviewed with repeated behaviours at risk.) These 6 units of alcohol consumed on an average day by those interviewed with repeated experiences of consumption at risk, are made up for more than half by wine, for almost a quarter by beer, and for another quarter by beverages with a medium to high alcoholic content.

1.4 Consumption places and behaviour

Consumption behaviour by beverage

Wine consumption prevailed at meal times with the family (74% with family members and relatives, 29% with only one's spouse or one's girlfriend/boyfriend, and 44% with friends.) Beer consumption prevailed with friends or in the family (64% with friends, 52% with family members and relatives, 24% with only one's spouse or girlfriend/boyfriend) (Tab. 1.5). Similar responses were given for aperitifs, bitters and digestives (84% more often with friends, 29% with family members and relatives, 26% with only one's spouse or girlfriend/boyfriend, and for spirits (77% with friends, 29% with family members or relatives and 24% with only one's spouse or girlfriend/boyfriend.)

Tab. 1.5. Consumption behaviours during the last 3 months (%)

<i>During the last 3 months, with whom you drank</i>	Beer	Wine	Aperitifs, digestives	Spirits	Other alcoholic beverages
- Alone	15,0	15,8	7,3	13,8	10,7
- With family members or relatives	<u>51,8</u>	<u>74,1</u>	29,3	28,8	20,8
- With friends, colleagues	<u>64,4</u>	44,4	<u>83,8</u>	<u>77,0</u>	<u>82,7</u>
- With partner	24,0	29,3	25,7	23,6	15,4
- With other people	3,4	3,2	4,5	5,5	8,3

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

The percentages of those interviewed who declared drinking alcoholic beverages often alone were rather low: 15% for wine and beer, 14% for distilled beverages and liquors and 7% for aperitifs, bitters and digestives.

These values were very close (slightly higher) to those obtained in the previous investigations, with hardly significant differences. In fact, in the investigation in 2000, the responses were: 12% for beer, 9% for wine, 10% for spirits and 5% for beverages with a medium alcoholic content.

Beverages at main meals

Data regarding beverages consumed during the two main meals were usually investigated in the Osservatorio's periodical surveys (Tab. 1.6). During the midday meal, almost all drank water (48% non-sparkling mineral water, 32% sparkling mineral water and 29% tap water), 47% also consumed alcoholic beverages (39% wine and 8% beer) and 35% non-alcoholic beverages, better sparkling beverages (16%), freshly squeezed fruit or fruit juice (11% altogether) or other types of beverages (milk, etc.). The distribution of the answers is almost identical for dinner, with a slightly reduced of non-alcoholic beverages (13% instead of 20%, considering together the sparkling beverages, fruit juices and freshly squeezed fruit) and of sparkling mineral water (30% instead of 32% noted at the midday meal). As during the midday meal, even at dinner, 77% drank mineral water, 40% wine and 8% beer.

With respect to 1997, the percentages of adults who drank tap water at meals has increased (from 24% to 30% at lunch and from 23% to 27% at dinner). Consumption of sparkling mineral water, both at lunch and dinner (32%) has also increased, as well as, during the course of the last 8 years, natural mineral water consumption (from 42% to 47% for adults, both at lunch and dinner.) Also beer consumption during meals has slightly increased (from 4% to 8%). In addition, there has been a rise in the consumption of some kinds of non-alcoholic beverages.

36% of adults during or immediately after lunch, and 13% at dinner or immediately declared drinking coffee.

Probably, the consumption of coffee was underestimated in the preceding investigations. This was because in the answers to the questions regarding beverages habitually consumed during meals, coffee, which is usually drunk after meals, wasn't somehow considered in Italy as a possible alternative to other beverages.

The consumption of mineral water, sparkling and natural, was similarly widespread in both sexes, in all age groups, and among consumers and non-consumers of alcoholic beverages.

**1.6. Beverages consumed during weekdays during midday meals and at dinner
Comparisons with previous surveys (%)**

	1997		2000		2005	
	midday	dinner	midday	dinner	midday	dinner
- tap water	23,8	23,1	20,6	20,0	28,9	27,3
- sparkling mineral water	25,7	25,9	27,6	25,2	31,8	29,8
- natural mineral water	42,2	41,8	49,4	49,0	47,6	46,8
- wine	36,1	34,9	39,2	38,9	38,7	40,2
- beer	4,0	4,9	6,5	9,4	8,2	8,4
- sparkling beverage (Fanta, Coca Cola, etc.)	10,1	8,5	12,7	10,0	15,7	12,6
- freshly squeezed fruit juice	2,0	0,9	3,0	0,9	4,3	1,2
- store bought prepared fruit juice	2,6	1,1	4,2	2,0	6,3	2,0
- coffee(*)	-	-	34,2	13,2	36,1	13,5
- other beverages (tea, milk, etc.)	14,3	6,7	6,0	3,0	8,1	3,5
- other alcoholic beverages/energy drinks	-	-	-	-	0,4	0,3
- drank nothing	0,9	1,3	0,7	0,7	0,4	0,4

(*) Considered separately for the first time in investigation conducted in 2000

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

The percentage of wine consumers at midday meals rose from a minimum of 12% around 20 years and of 28% around 30 years, to a maximum of 45% around 50 years and 53% after 54 years.

Instead, the percentage of beer consumers during midday meals rose from 10% under 35 years, to 13% between 35 and 44 years, to then drop to 11% among the age group of 45-54 year olds, and to 4% after 54 years (tab. 1.7).

Wine was drunk at the table by 48% of men and 31% of women at the table. Respectively, beer was drunk by 8% of men and 5% of women.

Tab. 1.7. Distribution of consumption of each alcoholic beverage individually during the day(%)

<i>Out of 100 consumers of every beverage, on the day before, the following had drunk:</i>	Beer	Wine	Aperitifs, digestives	Spirits
In the morning	9,8	7,5	33,3	8,8
At midday meal (lunch)	31,3	<u>83,9</u>	29,7	18,6
In the afternoon	18,9	4,9	10,2	16,6
At evening meal (dinner)	<u>60,6</u>	<u>79,4</u>	<u>40,7</u>	33,7
In the evening, after dinner	25,8	7,1	15,4	<u>59,7</u>

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

2. YOUNG PEOPLE AND ALCOHOL (13-24 years of age)

- *47% of young people between 13 and 24 years were regular consumers. Among these, males represented around two-thirds.*
- *Beer was the preferred beverage of young people, while more than half didn't consume wine.*
- *The number of consumers increased after 15 years of age, and remained stable until 24 years, while the quantity consumed increased as did the age, in particular on Saturdays.*
- *Males began consuming beer and wine at about 14 years of age, prevalently at home with family members, while they tasted other beverages around 16 years of age, generally outside of the home with friends.*
- *The first experiences of drunkenness took place prevalently between 16 and 18 years of age on occasions of parties, also those at home, and mostly with distilled beverages and liquors.*
- *Almost one-fourth of young people smoked cigarettes; around 14% had experimented, even if sporadically, with light drugs. The use of other types of drugs, even if in low percentages, had begun between 16 and 19 years of age and increased between 20 and 25 year of age.*

2.1 Regular consumers, occasional consumers and non-consumers

Young italian consumers At least once in three months, 80% of all Italians older than 12 years and 72% of young people 13-24 years drank alcoholic beverages; in particular, 46% between 13-15 years, 74% between 16-19 years, and 84% between 20-24 years (80% of males and 64% of females.)

If one considered only regular consumers, that is, individuals who drank one or more kinds of alcoholic beverages at least once a week, the percentages of consumers dropped to 67,2% for all individuals 13 years and older, and to 47,5% for young people 13-24 years (58,6% of males

and 35,8% females in this age group.)

Among young occasional consumers, 21,3% were beer consumers (adults 22,7%,) 19,4% wine consumers (adults 12,2%,) 17,8% aperitifs and digestives (adults 15,4%,) 12,8% spirits, the same percentage of the entire sampling. For other beverages, young occasional consumers attested to 11,5% against 5,7% of the adults in the sampling.

Regarding non-consumers of various beverages, the most impressive differences among young people in the entire sampling was reported with wine: 57,5% of young people didn't drink it, against 31,9% of the sampling on the whole.

2.2 Consumption frequency

During the last 3 months, 42,6% of the young people interviewed between 13 and 24 years of age had drunk wine, 57,3% beer, 36,0% aperitifs, digestives and other beverages with a medium alcohol content and 23,7% distilled drinks and liquors.

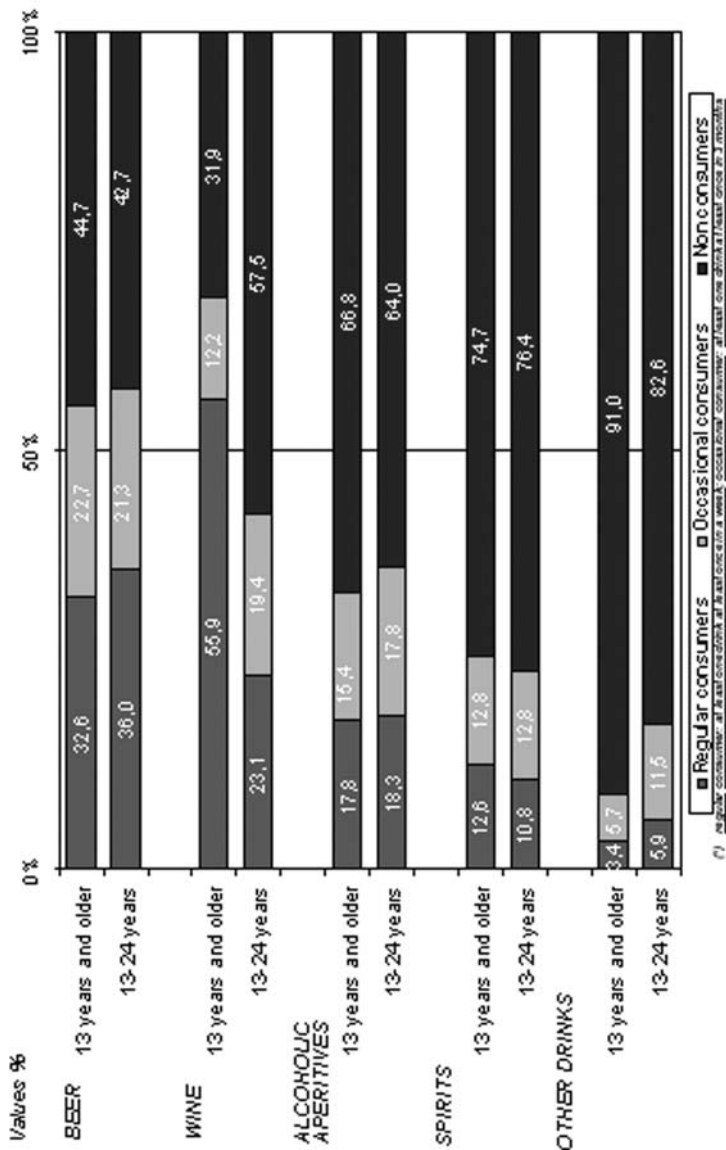
Consumption frequency by age

The percentage of consumers, at least occasional ones, went up from 23,2% for youngsters of 13-15 years of age to 56,0% among young people of 20-24 years of age for wine, from 31,4% among 13 and 15 years olds to 69,8% among those of 20 and 24 years for beer, from 11,7% to 16,8% for aperitifs, digestives and bitters, and from 5,0% to 34,0% for distilled drinks and liquors.

For all types of alcoholic beverages, the quota of consumers (and of regular consumers) went up after 15 years of age, and was, instead, very similar among 16 to 19 and 20 to 24 year olds.

On the following chart (Graph. 2.1.), the frequency of alcoholic beverage consumption can be noted for four categories of young people in the 13-24 age group, compared with the general sampling (13 years and older.)

**Graph. 2.1. Frequency of consumption of some kinds of alcoholic beverages
Total sample 13 years and older and young people 13 to 24 years of age**



Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Quantities consumed by young people

Consumers on an average day

As it can be noted, during the day before the interview, almost half (49,6%) of all those interviewed and less than a fourth (22,5%) of the youngest 13-24 year old age group had drunk alcoholic beverages. There were considerable differences, also among young people, between the two sexes (29,9% males and 14,4% females).

The percentage of consumers on an average day increased from 3% among the 13 and 15 year olds, to 20% among the 16 and 19 year olds and to 35% among the 20-24 year old age group. In this last subgroup, of young people between 20 and 24 years, 17% had drunk wine the day before and almost as many (16%) beer, 7% aperitifs, digestives and bitters, and 6% spirits.

Quantities consumed on an average day

For consumers on an average day, a **medium of 3 alcoholic units** for all those interviewed and **almost as many for the younger 13-24 age group** were noted, but with considerable differences in the three subgroups (from a minimum of 0,1 alcoholic units on an average day for consumers of 13-15 year olds to 2,3 alcoholic units among 16 and 19 year olds and to 3,2 alcoholic units among the 20 and 24 year olds.

Included in the medium of **2,9 alcoholic units** young people consumed, wine and beer were the most prevalent (both 1,1 units.) Much less important were the other alcoholic beverages (0,3 alcoholic units per aperitifs and digestives, 0,3 a.u. for distilled drinks and liquors.)

This data confirms that the average consumption among young people, that is, the alcoholic units drunk on an average day, were rather contained, even for the reduced importance of drinking alcoholic beverages during their two principal meals (during weekdays.) But consumption increased, as resulted from answers given to other questions, during

weekends (above all on Saturdays).

Besides data regarding quantities consumed on an average day, the number of glasses “habitually” drunk by the actual consumers on occasions of consumption could be noted, with a specific question, for the different types of beverages.

Such data is presented in the following prospectus (Tab. 2.1), for those interviewed on the whole, and for the young people of 13-24 years of age. Data relative to aperitifs and digestives are presented in numbers of the smallest measure of glasses (liquor glasses.) For this reason, the consumption of two of these small glasses prevailed for aperitifs and digestives, which corresponded to an only glass of medium size, indicated by many interviewees.

Tab. 2.1. Quantities consumed (in alcoholic units)* - Comparison young people-general sampling (%)

<i>During the days when you drink (beer, wine, etc.) how much do you usually drink on an average?</i>	All of interviewees				Young people 13-24			
	Beer	Wine	Aperitifs, digestives	Spirits	Beer	Wine	Aperitifs, digestives	Spirits
<i>1 glass</i>	<u>60</u>	<u>56</u>	23	<u>78</u>	<u>59</u>	<u>65</u>	19	<u>75</u>
<i>2 glasses</i>	31	27	<u>69</u>	16	26	18	<u>71</u>	17
<i>3 or more glasses</i>	8	13	7	5	8	10	10	8
<i>Other responses (%)</i>	1	4	1	1	7	7	-	-
TOTAL	100	100	100	100	100	100	100	100

(°) *I don't know* It depends on the case, etc.

All values presented here are expressed in numbers of standard glasses for the types of beverages considered, that is, in glasses of 12,5 cl. for wine, 25 cl. for beer, etc.

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

2.4 Places and behaviours of consumption

Among young people of 13-24 years of age, as among adults on the whole, wine consumption prevailed at meals, with family members. Beer and other kinds of beverages were consumed mainly in the company of friends.

During weekday midday meals, almost all of the young people of the 13-24 year old age group drank water (30,2% sparkling mineral water, 47,8% natural mineral water and 28,7% tap water) 20% drank alcoholic beverages (12,8% wine and 8,1% beer) and 50% consumed also (or only) non-alcoholic beverages, rather, prevalently sparkling beverages (30%) and freshly squeezed or store bought pre-packaged fruit juices (8%) (Tab. 2.2).

Beverages at meals

Habitual consumption of alcoholic beverages (wine or beer) during weekday midday meals rose from 6% for males and females of 13-15 years of age, to 19% for young people 16-19 years old and to 30% for those of 20-24 years of age. With respect to adults, habitual consumption of wine at meals was much less among young people (above all among 13 and 15 year olds), while non-alcoholic beverage consumption was much more widespread.

Behaviours of alcoholic and non-alcoholic beverage consumption among young people as well as among adults, and also the importance of

wine and beer, were very similar during weekdays, at the midday meals and at dinner.

Alcoholic beverage consumption at meals and outside of them, increased considerably, instead, at weekends and, in general, during meals consumed in public places with friends.

Tab. 2.2. Beverages consumed at midday meals – Young people aged 13-24 (%)

Beverages	13-24 years
• Tap water	30
• Mineral water	<u>81</u>
• Wine	12
• Other alcoholic beverages	7
• Coffee	22
• Other non-alcoholic beverages	<u>72</u>

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Days of consumption Almost six young out of 10 young people (58%) indicated days of the week in which alcoholic beverage consumption was concentrated. In the majority of cases (46% of all young people and almost 80% of those young people who had given a response) indicated Saturday. Very few remembered other days: prevalently Friday (6%) and Sunday (4%) or, only in some cases, other days of the week. Days of major consumption were indicated by 26% of males and females (19% Saturday) of 13-15 years of age, 62% of young people of 16-19 years of age (54% Saturday) and 71% of young people between 20 and 24 years of age (54% Saturday).

Tab. 2.3. Consumption during the week– Young people aged 13-24 (%)

Day of the week	Total	Males	Females	13-15 years	16-19 years	20-24 years
Monday	0,8	0,9	0,8	-	0,6	1,4
Tuesday	0,7	0,9	0,5	-	1,3	0,6
Wednesday	0,2	-	0,4	-	-	0,4
Thursday	0,3	0,4	0,3	-	0,4	0,4
Friday	6,2	7,6	4,7	2,7	3,0	10,3
Saturday	45,9	50,0	41,5	18,7	54,2	54,1
Sunday	3,6	3,8	3,5	4,4	3,0	3,7
No day in particular	25,0	25,3	24,7	36,4	21,8	21,3
I have never drunk	17,3	11,2	23,8	37,8	15,7	7,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
<i>Monday to Thursday</i>	2,0	2,2	2,0	-	2,3	2,8
<i>Friday to Sunday</i>	55,7	61,4	49,7	25,8	60,2	68,1

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

2.5 Alcohol drinking onset and the first experiences of excess

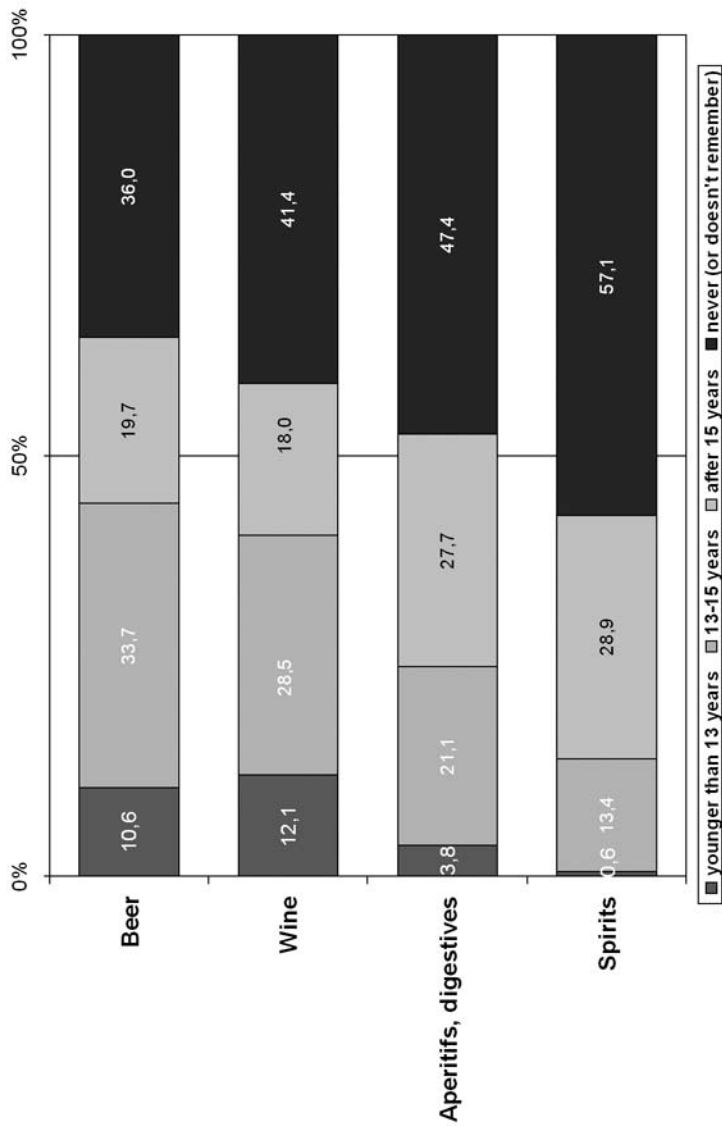
2.5.1. The age of alcohol drinking onset

Age of alcohol drinking onset Three-fourths (76%) of the young people interviewed (296 between the ages of 13 and 24 years) recalled their first experiences of consuming beer, 71% their first experiences

drinking wine, 65% their first experiences of drinking aperitifs, bitters or digestives and 52% their first consumption of distilled drinks or liquors. Many young people, even if able to remember their first consumption experiences, didn't know how to indicate, even in an approximate way, the age of their first experiences for each type of alcoholic beverage under consideration.

The young people were able to supply more complete data regarding their experiences, indicating an average age of 14 years for having initially consumed beer and wine, and of 16 years for having first consumed beverages with a medium and high alcoholic content (Graph. 2.2). In the two sexes, the average age indicated was very similar for their first experiences, even if slightly higher, by just a few months, for the females.

Graph. 2.2. Age of alcohol drinking onset – Young people 13-24 years of age (%)



Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

The average age indicated for having had the first experiences of consumption resulted as being a bit lower for males of 13-15 years of age (12 years, on average) for wine with respect to young people of 16-19 years of age (on average 14 years) and to those of 20-24 years (on average 15 years.) Analogous differences, on the whole rather contained, were noted for all kinds of alcoholic beverages.

In comparing responses supplied by different age groups, a progressive lowering of age for the beginning consumption of alcoholic beverages was indicated which, even if not representing in itself a risk factor, given the quantity contained, needs to be monitored continuously and given attention to the modality and contexts in which such consumption occurred.

2.5.2 *The recollection of drinking onset*

Sensation linked to drinking onset

Many young people (33% of males and 25% of females) didn't know how to describe, because they couldn't remember, any particular sensations, bound to their first experiences of consuming alcoholic beverages. Others (22% of males and 17% of females) described both positive reactions: "*I thought that I would have done it again,*" "*I liked it,*" "*I felt more like an adult,*" etc. as well as, in many similar cases, negative ones: "*It was unpleasant,*" "*I felt sick,*" "*I thought I was doing something forbidden that my parents wouldn't have approved of,*" etc) (19% of males and 23% of females.)

The ratio between positive and negative impressions, with regards to the first experiences of alcoholic beverage consumption, is very similar in the two sexes and in all age groups. This is because the experience made (predominantly among 14 and 16 years of age) could have been conditioned, more than by the young people's sex and age, by the situations in

which the experience had been made, by the type of alcoholic beverage tried and by the quantity consumed.

2.5.3 *The figures and contexts of the first time*

The figures

The young people recalled having had their first experiences of drinking alcoholic beverages:

- of wine prevalently with their parents (54%), with other family members and relatives (20%) and with friends their same age (18%)
- of beer, with their parents (35%) and with other family members and relatives (12%), but more often also with friends their same age (41%), or in few cases, with older friends (6%)
- of all other types of alcoholic beverages, more often with friends their same age or older, and much less with parents and family members or relatives

The responses about young people's first experiences were very similar in both sexes.

The places

The responses regarding the **places** where the young people had their first experiences of drinking were given for the different kinds of alcoholic beverages. These confirmed the indications relative to the various situations of consumption. In fact, the following prevailed:

- **wine** was consumed at home during meals (61%), but also in diners and pizza parlours (7%), at friends' homes (5%), at parties (5%), and on special occasions (7%);

- **beer** was consumed at home (32%.) but also at bars (22%.) in diners or pizza parlours (21%.) and at friends' homes (8%);
- **aperitifs, digestives and bitters** were consumed at bars (39%.) friends' homes (10%) and at parties (13%);
- **distilled drinks and liquors** were consumed at restaurants or pizza parlours (28%.) discotheques (17%) parties (14%) and friends' homes (19%).

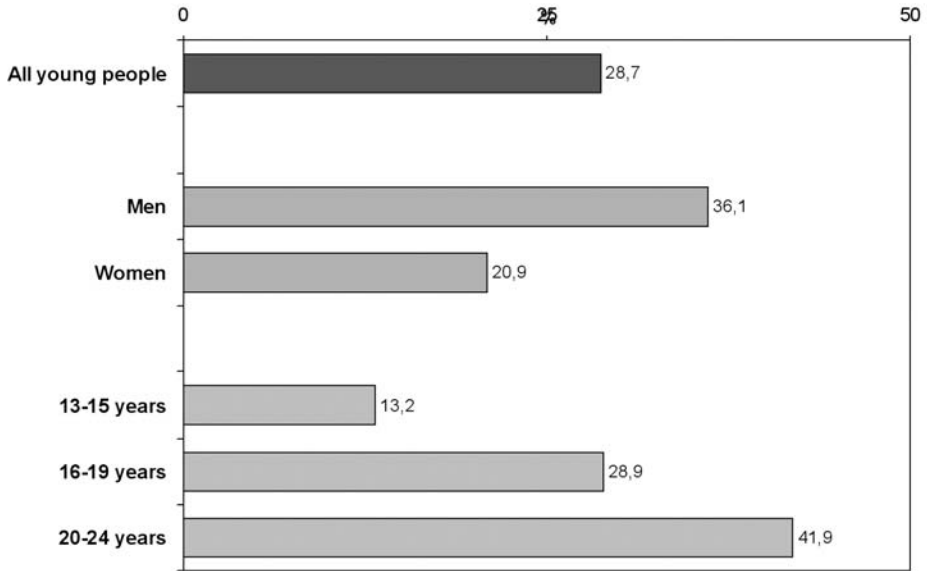
2.5.4 *First experiences of drunkenness*

Three out of ten young people (29% on the whole, 36% of males and 21% of females) recalled having been drunk at least once in their lives (Graph. 2.3.). In fact, only 3% of young people of 13-15 years of age, 29% of those between 16 and 19 years of age and 42% between 20 and 24 years had had this experience only once.

Age of first drunkenness

Those interviewed with personal experiences of drunkenness recalled having been drunk for the first time predominantly between 16 and 18 years (but many even before 16 years of age).

Graph. 2.3. Experiences of drunkenness – Young people 13-24 years of age



Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

The young people who described their first experiences of behaviour at risk had been drunk more often with spirits or liquors (43%), or else with beer (21%) or wine (19%). Very few had indicated having gotten drunk for the first time with beverages of medium alcohol content (aperitifs, bitters or digestives) or other types of alcoholic beverages. Of those interviewed, the situations in which they first got drunk were very different (Tab. 2.4): on occasions of parties, also with family members and relatives (27%), at lunch or dinner, with family members, relatives or friends (15%), at bars or pubs (16%), in discotheques (16%) or at restaurants (4%), with friends at home, outside of meals (18%). The list of places and prevalent occasions is similar for both sexes.

Tab. 2.4. Occasions of the first drunkenness – Young people aged 13-24 (%)

	Total young people	Males	Females
With family members at lunch/dinner	14,9	16,6	11,9
At a restaurant	4,3	3,2	6,2
At a discotheque	15,6	16,4	14,2
At a bar/pub	16,1	15,0	18,0
Alone at home at lunch/dinner	-	-	-
At home alone outside meal times	0,5	0,8	-
With friends alone outside meal times	17,6	18,6	15,9
With family members at home outside meal times	0,4	-	1,0
At a party/ceremony	26,6	26,1	27,5
At a concert	1,2	1,8	-
Outdoors with friends	5,4	5,4	5,5

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Choosing among the possible responses of a list, almost a third (32%) of the young people interviewed (40% males and 25% females) described the prevalent reactions on the occasions during which they thought that they had drunk too much. Experiences and sensations in situations of considerable consumption were described by 12% of the young people between 13 and 15 years, 36% of those between 16 and 19 years and 41% of the interviewees between 20 and 24 years of age.

On the whole, reassuring responses prevailed: "*I don't have problems,*

it's enough that I don't drive if I've had too much to drink"(16,5%); *"it's a normal thing, that everyone does"*(8,5%), *"I can do it, because I can hold my alcohol well"* (3,7%), *"I know that it's risky, but I like doing it"* (2,2%).

The critical judgements refer more often to possible reprimands on the part of parents (5,7%,) disapproval of one's girlfriend or boyfriend (2,2%) and criticisms by friends in general (1,2%).

2.6. Consumption of other substances: smoking and drugs

2.6.1. Smoking

For the first time since the beginning of the Osservatorio-Doxa surveys, a series of questions regarding tobacco consumption was included. This is because often it is precisely this substance of tobacco which, for its availability, acts as a "forerunner" to excessive consumption of other substances, among which is not only alcohol, but also drugs. In fact, tobacco, as other psycho-trope substances, establishes a process of "rewarding," that is, self satisfaction, which renders necessary a continuous recourse to that which can perpetuate it and increase its effects.

In cases of excessive consumption or dependence it was noted a considerable spread of poly-assumption, rather, of consumption of different types of psycho-trop substances, where high alcohol consumption is very often associated with a elevated tobacco consumption.

Almost a fourth (24%) of those interviewed (25% males and 20% females) smoked (Tab. 2.5): 4% of the young people between 13 and 15 years, 28% between 16 and 19 years and 33% between 20 and 24 years.

Behaviours very similar in both sexes were noted: hardly anyone smoked (or admitted to smoking) between 13 and 15 years. But the percentages of tobacco consumers rose, both among males and females, to

25-30% among 16 and 19 year olds and to 32-34% among 20 and 24 year olds.

Those interviewed had started smoking predominantly between 15 and 17 years of age, but many had begun doing so even before 15 years of age.

Tab. 2.5. Tobacco consumption by sex and age group – Young people aged 13-24 (%)

	Total young people	Males			Females		
		13-15 years	16-19 years	20-24 years	13-15 years	16-19 years	20-24 years
Smoker	24,4	5,5	29,8	31,6	1,8	25,2	34,3
Non-smoker	75,6	94,5	70,2	68,4	98,2	74,8	65,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

The above data was confirmed by the results of specific research on smoking that Doxa conducts periodically on a national level, on behalf of the Istituto Superiore di Sanità, in collaboration with the Institute di Ricerche Farmacologiche Mario Negri. In Italy, 29% of young people between the ages of 15-24 (31% of males and 26% of females) and 30% those between 25 and 34 years of age smoke.

2.6.2 Experiences of drug use

Of the 296 young people interviewed, 11% had declared having used at least once in their lives light drugs (“joints,” according to the definition adopted during the interviews,) 1% pills and tablets and as many (almost 1%) inhalants (glue, etc.) (Tab. 2.6).

Regarding light drugs, 86% excluded having had direct experiences, while 3% refused to answer the question about experiences with light drug use. One can consider that, in this last group, a consistent quote had had, in reality, experiences using light drugs, but they didn't want to admit it. If one also considered, at least in part, this group of young people who hadn't wanted to answer the question regarding consumption, the percentage of young people having had experiences of light drug would rise from 11%, declared, to 13-14%.

The same hypothesis could be made for other types of drugs (pills or inhalants:) 1,1% of declared consumers would rise to at least 2%, both for drugs in pill form and for glues, if one considered also the refusals to answer on the part of probable consumers.

Light drug use

For light drug use, the percentage of the young people with direct experiences (declared by the interviewees) passed from 1% under 16 years of age (2%, including even those who refused to answer) to 9% (12% who refused to answer) among 16 and 19 year olds, and to 17% between 20 and 24 years of age (21% who refused to answer).

Among the young people (11%) who had used light drugs at least once, half (5,6%) had indicated isolated experiences (only 1 or 2 times in their lives) and almost as many (5.0%) repeated experiences (4% of all young people had admitted at least 10 experiences of use).

The answers given for other kinds of drugs had to be received with much reserve, because the number of observations was quite reduced and because it was likely that some interviewees had given reticent responses.

It can be observed, however, that use began prevalently between 16 and 19 years of age, with a significant increase in its diffusion between 20 and 24 years of age. The levels of diffusion noted for females were lower with respect to males, but with rather contained differences, above all for light drug use.

If one took into consideration declared consumption of narcotics and also the refusals to answer, which, as already observed, often corresponded to an admission of use, the following values would be obtained (Tab. 2.6):

Tab. 2.6. Frequency of drug use – Young people 13-24 years of age (%)

<i>How many times (<u>in your life</u>) have you taken..</i>	Joints	Pills	Inhalants
- Never	86,2	97,5	97,9
- 1-2 times	5,6	0,7	0,6
- 3-5 times	1,0	0,1	0,1
- 6-9 times	0,3	0,1	0,1
- 10 times or more	4,0	0,2	0,2
- Didn't want to answer (°)	2,9	1,4	1,1
TOTAL	100,0	100,0	100,0

(°) *Interviewees who probably had had direct experiences*

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Drug consumption in the past year

After having considered all of the experiences of drug consumption (at least once during the life, for the three types of products,) the question was repeated for the past year: 7% of the young people interviewed (9% males and 5% females) declared having also consumed light drugs during the past year (almost 1% under 16 years of age, 7% between 16 and 19 years of age and 10% between 20 and 24 years of age.) These values would rise by 2-4 percentage points, if among probable consumers were included young people who hadn't want-

ed to answer to the introductive question, regarding first experiences of drug use.

For other products, the percentages of self-declared consumers were lower than 1%, but exceeded 1,1% after 15 years of age, and rose to 2-3% between 20 and 24 years of age.

3. EXCESSIVE USE AND ABUSE

- *Excessive consumption was much more diffused among men (23%) than women (3%) and in the age group of 25 and 34 year olds (31%).*
- *During the past 5 years, consumers with experiences of excessive drug use have increased.*
- *Episodes of repeated drunkenness, increased with respect to the previous investigations, were more frequent in men than women, who generally have had isolated experiences.*
- *The greatest number of consumers with 3 or more episodes of drunkenness during a 3 month period was found among 25 and 34 year olds.*
- *The greatest number of reiterated episodes of excessive consumption were bound to wine and spirits.*
- *Episodes of drunk driving has notably increased, in particular among 25-34 year olds.*
- *Binge drinking, even if still a minor phenomenon in Italy, is widespread in particular among males in the age group of 16-19 year olds.*
- *During the past 5 years, the number of consumers at risk (1,9%) has reached 800,000 people, with a prevalence of males in the age group of 45-54 year olds.*

3.1. Excessive use

Of those interviewed, 15,8% recalled having “*drunk a bit too much*” at least once during the last 3 months (Tab. 3.1): 6,4% only once, 5,1% twice and 4,3% more than twice and without indicating frequency; 84,2% excluded (or didn’t remember) “having drunk too much” on one occasion or more.

Excessive use by sex and age

Excessive consumption was recalled by 23,3% of males and 3,2% of females, and further, 21,4% of the young

people in the age group of 13-24 year olds, 30,6% of the 25 and 34 year olds, 15,9% of 35 and 44 year olds, almost as many (15,2%) among 45 and 54 year olds and 8% of those older than 54 years of age.

Tab. 3.1. Episodes of excessive use by sex and age – The past 3 months (%)

	Total	Males	Fe- males	13-24	25-34	35-44	45-54	+54
<i>During the past 3 months, have you ever drunk too much, yet without getting drunk?</i>								
No	84,2	74,9	90,9	78,7	69,3	84,1	84,8	90,0
Yes	15,8	25,1	7,1	21,3	30,7	15,9	15,2	7,0
<i>1 time</i>	6,4	10,1	3,0	7,0	10,4	8,1	7,5	3,0
<i>2 times</i>	5,1	8,0	2,4	7,8	11,2	4,2	4,2	2,0
<i>3 times</i>	1,7	3,1	0,4	2,7	3,2	1,6	1,1	1,0
<i>more than 3 times</i>	1,9	2,8	1,0	2,3	4,7	1,4	2,0	0,6
<i>I don't remember how many times</i>	0,7	1,1	0,3	1,5	1,2	0,6	0,4	0,4
<i>I don't recall if ever happened</i>	1,7	2,5	1,0	0,3	3,7	1,1	2,1	1,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

The comparisons made with the previous survey, carried out in autumn 2000, were for alcoholic beverage consumers of 15 years and older (Tab. 3.2).

The dynamics of excessive drinking

In 2000, 15,8% of alcoholic beverage consumers had declared having drunk “*a bit too much*,” but without getting drunk, at least once during the past three months: for 7,2% of consumers, it happened more than once, while 2,8% had had at least 3 experiences of consumption considered excessive by the same interviewees.

Among those consumers interviewed at the end of 2005, 19% had declared having drunk too much at least once during the past 3 months, 11% of having drunk too much once and 5% having done so more than twice (or without indicating frequency).

The percentage of consumers who recalled drinking excessively has increased during the course of the past 5 years. In the preceding years, the tendency of a slight dropping in cases of excessive consumption had been observed.

Tab. 3.2. Episodes of excessive drinking during the past 3 months – Comparison with previous surveys (%)

<i>During the past 3 months, have you ever drunk too much, but without getting drunk?</i>	1993	1997	2000	2005
- no, it never happened to me	82,0	82,6	84,2	80,6
-yes, it happened:	18,0	17,4	15,8	19,4
- 1 time	8,5	8,5	8,6	7,9
- 2 times	4,2	3,9	3,8	6,3
- 3 times	2,0	1,6	1,3	2,0
- more than 3 times	1,7	1,9	1,5	2,2
- I don't know, I don't remember how many times	1,5	1,5	0,6	0,9
AVERAGE	1,8	1,8	1,7	2,0

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

3.2 Drunkenness

Episodes of drunkenness by sex and age 5,2% of those interviewed (9,0% of males and 2,6% of females) declared getting drunk at least once during the past 3 months (Tab. 3.3): 2,9% were drunk only once, 1,2% twice and 1,6% more than twice or without indicating frequency.

If only cases of repeated experiences were to be considered, the percentages of those interviewed with at least two experiences of drunkenness during the past 3 months would drop to 2,8% for the adults on the whole, to 5,2% for males and to 0,5% for females (who had had, in the large majority of cases, only isolated experiences).

During the past 3 months, 9% of the young people in the age group 13-24 years, 11,9% among that of 25-34 years, 6,8% of those 35-44 years, 2,7% of the 45-54 year olds and 2,4% older than 54 years have recalled being drunk at least once.

Tab. 3.3. Episodes of drunkenness by sex and age – The past 3 months (%)

<i>During the past 3 months, have you happened to get drunk?</i>	Males						Females					
	13-24		25-34		35-44		45-54		54		+	
	13-24	25-34	25-34	35-44	35-44	45-54	45-54	54	+	+	+	+
No	87,2	83,8	88,2	95,5	95,5	95,5	94,1	93,2	96,5	99,2	100,0	
Yes	11,8	17,0	11,8	4,5	4,5	4,5	5,9	6,8	3,5	0,8	-	
<i>1 time</i>	5,5	6,4	7,1	1,1	1,1	1,4	3,8	5,8	2,9	0,8	-	
<i>2 times</i>	2,7	7,0	2,5	0,3	0,3	0,3	1,9	-	-	-	-	
<i>3 times</i>	1,9	1,3	1,4	1,1	1,1	0,5	0,3	-	-	-	-	
<i>More than 3 times</i>	1,1	1,7	-	1,6	0,6	0,6	-	1,0	-	-	-	
<i>I don't recall how many times</i>	0,6	0,7	0,8	0,4	1,7	1,7	-	-	0,5	-	-	
<i>I don't recall if ever happened</i>	0,5	2,2	1,2	0,8	1,1	1,1	0,6	1,8	-	0,7	0,3	
AVERAGE	2,0	2,0	1,5	3,2	2,3	2,3	1,4	1,6	1,0	1,0	-	

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

In 2000, 4% of consumers 15 years and older (5% of men and 3% of women) had gotten drunk at least once, while 1,5% had had repeated experiences.

At the end of 2005, the percentage of alcoholic beverage consumers of both sexes who declared having been drunk, rose to 7% (considering only those who had begun at 15 years of age in order to render comparisons with 2000 possible.)

All of these values, even if supplying interesting cues for reflection and a good point of departure for the analysis of tendencies, must be received with caution. This is because they are based on spontaneous declarations and on the self perception of those who had declared having “drunk a bit too much” or having been drunk during the past 3 months. It’s possible therefore that some of those interviewed had been reticent (above all those who had declared not having remembered, but not having excluded recent cases of excessive uses of alcoholic beverages and also drunkenness) or that their evaluations of their own psycho-physical states were not particularly objective.

The dynamics of drunkenness

Nevertheless, it must be observed that in the surveys carried out by Doxa for the Osservatorio during the 1990s, the percentages of alcoholic beverage consumers who had remembered recent experiences of drunkenness had resulted as being almost constant (4,1% at least once in three months in 1993, 4,7% in 1997 and again 4,1% in 2000). During these years, the tendency of repeated experiences had dropped. In the last investigation, the percentages of consumers at risk (that is, of consumers who had admitted having had experimented with states of drunkenness and excessive consumption,) noted with the same method used in the previous investigations, had increased in contained, yet statistically significant measures.

One can ask if the percentages of adult and young people who con-

sume in an excessive way are increasing, or if their resistance among these people is diminishing in admitting their excessive consumption, in general, and drunkenness, in particular.

In short, almost a fifth (19,4%) of the adults and young people interviewed, admitted to “having drunk a bit too much,” even without getting drunk, at least once during the past 3 months. 11,5% reported having done so more than once during the period under consideration, with an average of 2.0 experiences during the 3 months (6,9%) of having been drunk at least once and 3,4% more than once (with 1,9 experiences on average during 3 months).

In the three previous surveys, the percentages of adults 15 years and older, with experiences of excessive consumption had diminished, from 18% in 1993, to 17,4% in 1997 and to 15,8% in 2000 (respectively from 9,5% to 8,9% and to 7,2% for repeated experiences.) But these values significantly went up again in the last investigation (19,4% of those interviewed with at least one experience and 11,5% with repeated ones) (Tab. 3.4).

The percentage of those interviewed with at least one experience (declared) of drunkenness, which had remained almost constant, with some oscillations, in the three previous editions of the investigation (4,1% in 1993, 4,7% in 1997 and 4,1% in 2000,) went up to 6,9% in 2005, with a slight increase also for repeated drunkenness: 2,4% in 1993; 2,7% in 1997; 1,5% in 2000 and 3,4% in the last investigation).

Tab. 3.4. Episodes of drunkenness during the past 3 months – Comparisons with previous surveys (%)

During the past 3 months, have you ever got drunk?	1993	1997	2000	2005
- no, it never happened	95,9	95,3	95,9	93,1
-yes, I did:	4,1	4,7	4,1	6,9
- 1 time	1,7	2,0	2,6	3,5
- 2 times	0,4	0,6	0,6	1,5
- 3 times	0,2	0,3	0,2	0,7
- more than 3 times	0,3	0,3	0,6	0,7
- I don't know, I don't recall how many times	1,4	1,6	0,1	0,6
AVERAGE	1,6	1,7	1,7	1,9

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

3.3 Beverages linked to excessive consumption

The adults and young people who had had experiences, even occasionally, of excessive consumption (who had been drunk or “had drunk too much” at least once during the past three months,) had associated such experiences, most often with wine (58%,) then spirits (37%,) beer (20%) and aperitifs, bitters or digestives (14%,) or other alcoholic beverages (5%) (Tab. 3.5). On average, 1,3 types of alcoholic beverages had been indicated for the last experience of excessive drinking.

Beverages drunk in excess

If only those interviews with repeated experiences are considered, wine is slightly less important (from 58% to 55%,) distilled drinks and liquors become more dominant (from 37% to

44%) as does beer, in a more contained measure (from 20% to 22%.) Instead, last on the list, remaining almost constant, are aperitifs, digestives and bitters together with other alcoholic beverages.

Tab. 3.5. Beverages bound to episodes of excessive drinking – Past 3 months (%)

<i>When you had drunk too much, or had gotten drunk, what had you been drinking?</i>	Total	<i>Consumption frequency</i>			<i>Excessiveness</i>	
		Regular Consumers	Occasional Consumers	Non consumers	More than once	At least once
Beer	21,0	21,5	16,3	-	21,9	20,1
Wine	57,5	59,8	24,9	28,8	55,1	58,5
Aperitifs/digestives	13,4	12,3	15,9	71,2	13,5	13,7
Spirits	37,3	37,3	47,8	-	43,9	36,9
Other alcoholic beverages	4,9	4,9	1,7	15,8	6,3	5,1

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Beverages of medium and high alcohol content were associated with situations at risk much more often by adults and young people with medium and high incomes. Wine and beer were most often present among those categories of people with low incomes.

Interaction alcohol / other substances 10% of all the **young people** admitted to having used, together with alcoholic beverages (or immediately before or immediately after,) other substances “*to pick me up*” or

because they felt “*depressed*” or “*very nervous*” (Tab. 3.6). 3,8% spontaneously indicated having consumed light drugs or other kinds, 3,9% pain killers and 0,5% other products (psycho-trope drugs, stimulants, etc.).

Of those interviewed, 11% of the males and 6% of the females had also consumed other products together with alcoholic beverages. Moreover, 4% of the young people of the upper classes, 8% of the middle class and 10% in the categories of low incomes had done the same. The percentages of consumers of alcoholic beverages and other products together were relatively higher in the group of occasional consumers.

Tab. 3.6. Association with alcoholic beverages and other substances by sex, consumption frequency and frequency of excessive episodes– The past 3 months (%)

	Total	Sex		Consumption frequency		Excessiveness	
		Males	Fe-males	Regularly	Occasionally	Many times	At least once
Stimulants (Amphetamines)	0,1	0,2	-	0,2	-	-	0,2
Pain killers/analgesics	3,9	4,9	0,8	4,0	4,1	4,4	3,8
Psycho-trope drugs	0,4	0,5	-	0,4	-	0,3	0,4
Light drugs/joints	3,8	3,2	5,6	3,7	7,1	5,3	3,7
Nothing	91,9	91,3	93,6	91,9	88,8	90,3	92,2

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l’Alcool - Doxa, 2006

With respect to the previous surveys (Tab. 3.7), the consumption of anti-depressant drugs has increased, while that of taking sedatives has decreased.

Tab. 3.7. Consumption of anti-depressant drugs and sedatives during the past 3 months- Comparison with the preceding surveys (%)

	1997	2000	2005
Drugs/medicines taken against depression to help pick one up	2,5	4,6	5,3
Drugs taken because one felt very nervous	3,8	4,4	3,3

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Anti-depressant and sedative consumption

Women turn to taking anti-depressants and sedatives 3 times more than men.

As far as the relationship with excessive use is concerned (Tab. 3.8), those who declared having reiterate episodes of excessiveness (having drunk a bit too much) utilised two types of drugs much more than those who reported having episodes of repeated drunkenness. The use of anti-depressant drugs was particularly evident, as shown in the following table:

Tab. 3.8. Consumption of anti-depressant drugs and sedatives by sex, and episodes of excessiveness and repeated drunkenness – The past 3 months (%)

2005					
	Total	Males	Fe- males	Repeated excessiveness	Repeated drunkenness
Anti-depressives	5,2	2,3	7,9	6,0	1,8
Drugs against feeling nervous	3,2	1,8	4,5	3,5	1,8

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

3.4 Drunk driving

17,6% of all adults and young people 13 years and older, admitted to having driven cars and other motor vehicles in situations at risk, that is, thinking that they had drunk “a bit too much”(Tab. 3.9). The other interviewees had excluded having experienced this, in 79% of the cases, and didn't respond to the question (4% of those interviewed had perhaps been reticent, when they had declared not remembering, but not being able to exclude either, having driven in a drunken state).

Drunk driving by: sex and age 30% of the men (18% more than once) and 6% if women (almost 3% more than once) admitted to having driven “*thinking that they had drunk too much*”.

13% of the young people between 13-24 years of age, 25% of those between 35 and 44 years of age, 21% between 45 and 54 years of age and 11% after 54 years of age had driven cars and other motor vehicles thinking that they had drunk too much.

In 2000, 13% of those interviewed who had driven cars and other motor vehicles during that past 3 months and 8% of all of those interviewed, had declared having driven after having drunk too much once or more times (Tab. 3.10).

With respect to 2000, the percentage of those interviewed who said that they had driven in a state of drunkenness, was notably higher. Nevertheless, it must be observed that the results of the last two investigations were not, for this aspect, perfectly comparable.

In fact, in the preceding investigation, two introductory questions had been posed separately for cars and other motor vehicles, regarding the frequency of driving during the past 3 months (which hadn't been repeated in the last investigation in order to give greater space to other topics).

Therefore it is possible that, since a time limit had been fixed for the driving experience, the interviewees had thought, even for the situations at risk, about only the last months. In the last investigation, there hadn't been any time limits fixed in the question regarding driving at risk. Thus the interviewees could have been lead to remember even more distant experiences, with only an apparent increase of driving in situations at risk.

Tab. 3.9. Experiences of drunk driving by age group – The past 3 months (%)

<i>Experiences of driving after having "drunk too much"</i>	At least once	At least twice	At least 4 times
Total	17,6	10,1	4,7
16-19 years of age	8,0	1,7	0,2
20-24 years of age	21,5	11,8	<u>6,4</u>
25-34 years of age	<u>25,2</u>	<u>16,1</u>	<u>8,5</u>
35-44 years of age	<u>24,0</u>	<u>13,1</u>	<u>5,7</u>
45-54 years of age	20,8	<u>13,4</u>	4,3
More than 54 years	11,7	6,1	3,3

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Tab. 3.10. Drunk driving – Comparison with previous surveys

	1997	2000	2005
NEVER	84,7	87,1	78,2
- 1 time	8,9	7,7	7,7
- 2 times	3,7	2,3	3,9
- 3 times	0,9	1,0	1,6
- many times	1,9	2,0	4,8
ONCE OR MORE TIMES	15,3	12,9	18,1
MORE THAN ONCE	6,5	5,3	10,4

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Binge drinking

Questions regarding binge drinking (literally “getting sloshed”) were included for the first time in 2005, in the section of the dictionary dedicated to the in depth study of some aspects of behaviour of young people between the ages of 13-24 years.

A new youth model of consumption

This choice was dictated by observations of some changes occurring in the consumption styles of young Italians who distanced themselves from the traditional modality of a consumption bound to meals and distributed throughout the entire week. Instead, they seemed to be assuming attitudes which until now were more appropriate in the Anglo-Saxon and north European traditions. In these cultures, consumption is concentrated at the week-ends, especially on Saturdays, during which great quantities of alcoholic beverages are drunk

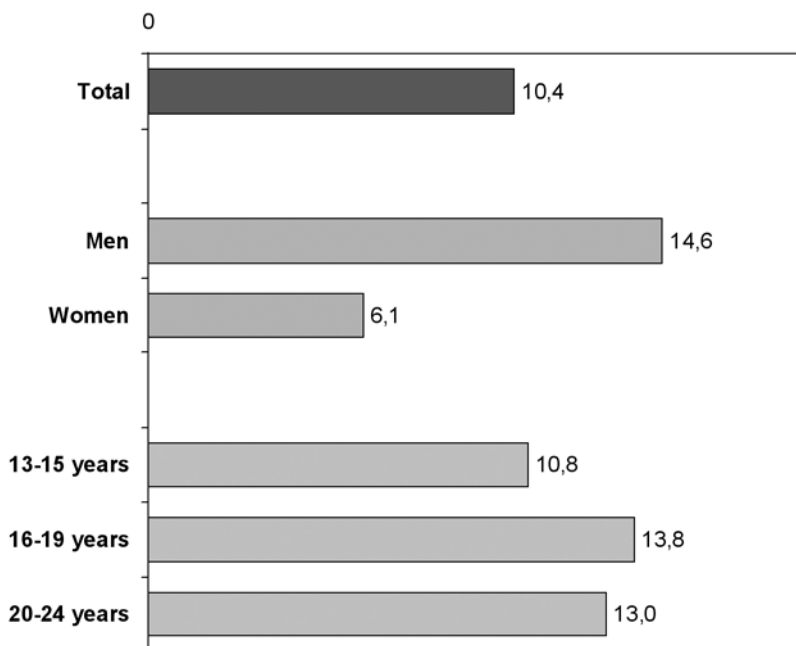
outside of meal times. As such, consumption would seem to be losing its socializing characteristic of evasion, transgression and escape.

10% of the young people between 13-24 years of age had had, during the past three months, experiences of binge drinking, that is experiences of **heavy drinking of alcoholic beverages over a short time**, outside of meals (at least 5 glasses in less than two hours) (Graph. 3.1).

Binge drinking by sex and age

Almost 15% of the males interviewed and 6% of the females had experienced binge drinking during the past three months: 11% between 13 and 15 years of age, 14% between 16 and 19 years and 13% between 20 and 24 years of age, with the **maximum consumption** among the intermediate age group, **between 16 and 19 years** of age. Practically 8% of all young people interviewed (10% of the males and 5% of the females) had had isolated experiences (only once or twice in three months.) But for 5% of the young people (males) between 13-24 years of age, and for less than 1% of the young people, this binge drinking experience had been repeated at least 3 times over a three month period.

Experiences during the past 3 months of binge drinking (at least 5 glasses in a row within 2 hours outside of meals), according to sex and age



Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Binge drinking, is still a phenomenon reduced in Italy with respect to other European countries, as revealed even the ESPAD research in which young Italians resulted as being in last place. However, it presents aspects for which careful attention should be given, especially regarding males, since they are the ones who more considerably turn to this modality of consumption particularly at risk.

3.6 The CAGE test (Cut, Annoyed, Guilty, Eye-opener)

Also in 2005, as in the preceding three investigations, the CAGE test had been proposed to the interviewees who drank alcoholic beverages, based on their responses to four questions:

- *Have you ever thought of giving up drinking alcohol?*
- *Have you ever been criticised for your drinking?*
- *Have you ever felt guilty for your drinking?*
- *Have you ever drunk alcohol in the morning, to calm your nerves?*

The number of affirmative answers given to the four questions and, in particular, the fact of having given at least two affirmative answers or at least three affirmative responses out of four, is considered to be a very reliable indicator of a possible dependence on alcohol. And it is confirmed by the consistency of the responses given to other questions regarding consumption behaviour.

Trend of drinking at risk

In the 2005 survey, 1,9% of the alcoholic beverage consumers interviewed (according to the evaluation criteria adopted for the CAGE test,) can be considered at risk. This is because they gave at least 3 affirmative responses out of 4, while 5,1% gave at least 2 affirmative responses and can thus be considered nearly at risk.

With respect to the two previous investigations (Tabs. 3.11 and 3.12), the cases increased of interviewees who had given 1 or more affirmative responses to the four questions of the test; from 11,6% in 1997 to 7,9% in 2000 and to 12,3% in 2005 with at least 1 affirmative response; from 3,3% to 2,3% and to 5,1% with at least 2 responses, and from 1,3% to 0,8% and to 1,9% with at least 3 responses. Of the consumers at risk, 1,9% corre-

sponded to almost 800,000 individuals 13 years and older, while 5,1% of consumers nearly at risk corresponded to about 2,100,000 individuals.

After a fall in the risk indicators in 2000, the average number of interviewees with affirmative responses (that is, with at least 2 or at least 3 responses) returned, in 2005, to the levels of 1997 or even to levels a bit higher. One can ask whether the number of adults and young people excessively using is increasing, or whether the reticence of speaking about one's own experiences is diminishing (“...*I felt guilty*,” “...*I was criticised for my drinking*...” “...*I've thought of quitting drinking alcoholic beverages*..”, etc.). Moreover, one can observe that, as noted in the responses given to other questions, perhaps the increases in preoccupations have to do with the side effects alcohol can have on one's health.

Tab. 3.11. Synthesis of responses given to the four CAGE test questions – Comparisons with the previous surveys (%)

	1997			2000			2005		
	Yes	No	Total	Yes	No	Total	Yes	No	Total
<i>Have you ever thought of giving up drinking alcohol?</i>	6,3	93,7	100,0	3,7	96,3	100,0	4,8	95,2	100,0
<i>Have you ever been criticised for your drinking?</i>	5,8	94,2	100,0	4,6	95,4	100,0	5,7	94,3	100,0
<i>Have you ever felt guilty for your drinking?</i>	3,6	96,4	100,0	2,3	97,7	100,0	4,7	95,5	100,0
<i>Have you ever drunk alcohol in the morning to calm down?</i>	0,8	99,3	100,0	0,6	99,4	100,0	1,4	98,6	100,0

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Tab. 3.12. Synthesis of responses given in the last three surveys (1997, 2000, 2005) to CAGE test – (% of interviewees with 1, 2, 3 or more affirmative responses)

	1997	2000	2005
- 3 or more affirmative responses	1,3	0,8	1,9
- 2 affirmative responses	2,0	1,5	3,2
- 1 affirmative response	8,3	5,6	7,2
- no affirmative response	88,4	92,1	87,6
- at least 2 affirmative responses	3,3	2,3	<u>5,1</u>
- at least 1 affirmative response	11,6	7,9	<u>12,3</u>

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

Risk consumption by age and sex

The age group between 45 and 54 years (3,6%) had the greatest number of individuals giving at least 3 affirmative responses, while in the group between 25 and 34 years of age the lowest number (0,3%) was found. A worrying 1,8% of young people between 13 and 24 years of age had given 3 or 4 affirmative responses (Tab. 3.13).

The area of abuse risk included a number of males 3,5 times greater than that of women, and was represented more among the social classes economically inferior (4,6%) with respect to the middle classes (1,6%) and higher classes (0,2% offered 3 affirmative responses, with the absence of 4 affirmative responses).

Tab. 3.13. Positive responses to the CAGE test by sex and age (%)

	Total	Ma- les	Fe- males	13-24	25-34	35-44	45-54	+ 54
4 affirmative responses	0,6	1,1	0,1	0,3	-	0,8	1,0	0,8
3 affirmative responses	1,3	2,0	0,5	1,5	0,3	1,2	2,6	1,3
2 affirmative responses	3,2	4,1	2,3	3,8	5,5	3,0	3,9	1,6
1 affirmative response	7,2	9,8	4,2	10,9	6,7	4,5	8,9	6,8
No affirmative response	87,6	83,1	92,9	83,6	87,4	90,6	83,6	89,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

4. OPINIONS AND ATTITUDES TOWARDS ALCOHOL

- *Negative judgments and attitudes that alcoholic beverage consumption is harmful to one's health prevailed.*
- *Positive effects regarding moderate consumption were essentially associated with the heart and blood circulation, while heavy drinkers attributed positive effects of alcoholic beverages as being bound to psychic well-being and character.*
- *Excessive consumption was evaluated as being negative in almost all aspects, in particular regarding one's health in general, but also in interpersonal relationships.*
- *One's lifestyle was the greatest factor influencing conditions of good health.*
- *With respect to 5 years ago, opinions regarding alcoholic beverage consumption haven't substantially varied, except for those regarding its influence on groups, taste and sensations of relaxing, and for the increased worries with respect to its possible negative consequences.*
- *Activities of a socializing and cultural nature were more widespread among consumers, even those who had episodes of excessiveness, rather than in non-consumers. The trend overturned with regards to activities of aggregation.*

4.1 Possible effects of moderate alcoholic beverage consumption

Regarding the effects, even moderate, of alcoholic beverage consumption on some aspects of one's health and well-being, opinions of the interviewees were divided. However, negative judgments prevailed by those who attributed harmful effects even of a reduced alcoholic beverage consumption.

Positive/negative effect of moderate use

In fact, for all the aspects under consideration (the heart and blood circulation; character and psychic well-being; possibility of the onset of some illnesses and aging; etc.) 39% on average, attributed prevalently negative effects even to very reduced consumption and 16% effects predominantly positive (with a relationship of 1 to 2,5 between positive and negative effects.) Instead, 35% associated both positive and negative effects with a moderate consumption of alcoholic beverages, while 10% on average, didn't express any judgements.

Harmful effects were attributed to alcoholic beverages more often for aging (almost 47% of those interviewed,) a possible onset of some illnesses (44%), psychic well-being (41%), character (40%), sexual life (37%) and heart and blood circulation (33%).

Associations with positive effects were relatively frequent only for blood circulation (33% negative and 31% positive) and for the heart (28% negative and 33% positive). Only for these two aspects was a moderate consumption of alcoholic beverages attributed positive and negative effects by a very similar number of interviewees.

Of those interviewed, from 40% to 50% attributed both positive and negative aspects to alcoholic beverage consumption. Otherwise they didn't express judgement, as they considered themselves not very informed.

In order to more easily render comparisons between responses given on diverse aspects (the heart and blood circulation, psychic well-being, etc.) and also those between responses given by some sub-groups (regular consumers and non-consumers, consumers at risk, etc.) an index of the level of positive associations was calculated. This index attributed the conventional value of 100 to the responses "alcoholic beverage consumption can give a positive effect," the value of 50 to the responses "neither positive nor negative effects," and the value 0 to the responses "prevalently negative effects." The higher the value, that is, the closer to the calcu-

lated index of 100, the more favourable was the effect attributed to a moderate consumption of alcoholic beverages.

The index was very close to 50 (“neither positive nor negative effect”), only for the heart and blood circulation. Instead, the values that were much less than 50, rather, the negative effects for all other aspects (effects regarding character and sexual life, as well as the possible onset of some disturbances and illnesses and for aging) prevailed.

Effect of moderate use by consumption frequency If the opinions expressed by those interviewed were analysed in merit of the effects of a moderate consumption of alcoholic beverages regarding some aspects of health and physical and psychic well-being, there would be the confirmation of regular consumers, and, in particular, consumers at risk, attributing even positive effects to such a consumption much more so than that of occasional consumers and non-consumers.

The differences between consumers at risk, regular consumers and adults on the whole were much more evident for the effects associated with (in a positive sense) psychic well-being, character and sexual life, with an average index of 46 (for all three aspects) for consumers at risk, of 40 for regular consumers and of 35 the for adults on the whole.

For all other aspects, the judgements of consumers at risk and judgements of regular consumers were relatively more in favour of a moderate consumption of alcoholic beverages, but with very contained differences, with respect to the other interviewees.

4.2 Effects of excessive alcohol consumption

According to those interviewed, an excessive consumption of alcoholic beverages could be influential, above all on the state of one’s health

in general (38%), as well as on one's character(15%) and personal relations (15%), on the quality (13%) and duration of one's life (10%) and on one's physical aspect (6%).

Consumers at risk, with repeated experiences of excessive consumption, differentiate themselves from other adults for their more frequent signalling of possible negative influences of such alcoholic beverage consumption on personal relationships (19%, instead of 15%), on their quality of life (15% instead of 13%) and on their physical aspect (9% instead of 6%). Probably, these were problems that the consumers at risk interviewed had more often had personally, in their families and elsewhere.

Effect of excessive use by consumption frequency From the analyses of the responses according to consumption frequency there didn't emerge significant differences for that which regarded possible negative effects on the quality of life. Only for non-consumers (most often elderly people) were risks indicated a bit more often for the duration of one's life (11% instead of 9%), and less frequently possible negative effects for the quality of one's life (10% with respect to 14% of regular consumers and to 15% of occasional consumers).

4.3 Factors which could influence conditions of a person's health

According to the interviewees, the conditions of a person's health can depended on, above all, one's lifestyle (from habits and how one lived.) This aspect was considered being the most important or second most important by more than three fourths (77%) of the interviewees, followed by: the capacity to avoid risks and prevention in general (52%), the environment in which one lived (47%) and, finally, hereditary factors (36%). Less than a quarter included among the most important factors also des-

tiny or chance (24%) and scientific progress in the health sector (18%).

Factors influencing health

If judgements given regarding factors on which good health depend were analysed, according to consumption frequency of alcoholic beverages, that is, separately for regular and occasional consumers, for non-consumers of alcohol and for consumers at risk with repeated experiences of excessive consumption during the past 3 months, no significant differences for the most part in the aspects under consideration would emerge.

Consumers at risk included slightly more often the environment in which one lived (51%) and destiny or chance (28%) among those factors considered fundamental for a person's health. The factor of destiny was nominated most by elderly non-consumers (generally with less formal education).

With respect to the preceding survey (in autumn 2000), the percentages increased of adults who included lifestyle and habits (from 64% to 77%, with an increase of 13 points,) the environment in which one lives (from 49% to 52%) and prevention (from 37% to 47%) among the most important factors for one's health. Instead, those interviewed who reported believing that the conditions of a person's health depended on destiny or chance diminished (from 31% to 24%,) while all of the other aspects (scientific progress and hereditary factors) remained almost constant.

4.4 Other opinions towards alcohol consumption .

As in the previous survey, there were 19 opinions proposed to the interviewees regarding alcoholic beverage consumption, with requests to indicate one's personal agreement or disagreement for each one.

Judgements an opinions about consumption

With respect to the other preceding two surveys, the levels of agreement with many opinions regarding alcoholic beverage consumption were very similar, as the attitudes were rather stable (Tab. 4.1). For example, the opinion “...*alcoholic beverages in small quantities aren't harmful to one's health...*” was shared in the last investigation by 70% of those interviewed, with values very near to those revealed in 1997 (76%) and in 2000 (70%). The affirmation “...*drinking one or two glasses of wine at meals is normal...*” was shared by 85%, both in 1997 and in 2000. In the current investigation, 83% shared these opinions, with differences statistically hardly significant.

Nonetheless, for some aspects, levels of greater adhesion (or less resistance) emerged in the current investigation towards alcoholic beverage consumption. In fact, the agreement with the phrase “...*it's difficult not to drink alcoholic beverages when everyone is drinking them...*” passed from 16% in 2000, to 27% in 2005. For the phrase “...*I like the taste of alcohol...*” it passed from 39% in 1997, to 42% in 2000 and to 51% in 2005. All of these shifts could also be attributed to a lower resistance towards alcohol, above all among younger women.

It can also be observed that worries of some possible negative consequences have increased regarding alcoholic beverage consumption, such as those concerning driving behaviours. In fact, the opinion “...*it's dangerous to drive after having drunk even only one glass of beer...*” was shared by 37% of the interviewees both in 1997 and in 2000 and by 49% in 2005. The assertion “...*when drinking alcoholic beverages, a person is more helpless...*” was approved by 68% of those interviewed in 2000 and by 80% in 2005.

Tab. 4.1. Opinions regarding alcohol – Comparisons with the previous surveys (%)

<i>How many agree with the following concepts:</i>	1997	2000	2005
1. it's difficult not to drink alcoholic beverages when everyone is drinking them	18,8	15,8	27,2
2. it's more harmful for one's health to smoke than to drink wine or beer	54,4	47,0	- (°)
3. if a person tolerates alcohol well, then it means that it isn't bad for him/her	11,2	13,3	14,1
4. drinking a lot is like taking drugs	85,2	81,8	83,9
5. drinking one or two glasses of wine or beer at meals is normal	85,1	85,9	82,8
6. a drunk woman is more bothersome than a drunk man	66,6	58,9	61,9
7. diluted alcoholic beverages are less harmful than regular ones	29,1	26,4	25,6
8. it's easier to become a slave to drugs than to alcohol	31,3	31,9	28,5
9. drinking alcoholic beverages makes a person more helpless	72,3	68,6	80,4
10. men and women tolerate alcohol in the same way	22,8	24,6	- (°)
11. getting drunk once isn't serious, as long as it doesn't become a habit	75,6	71,7	71,2
12. alcoholic beverages in small quantities aren't harmful to one's health	75,7	70,1	70,5
13. I like the taste of alcoholic beverages	39,0	42,1	51,0
14. it's dangerous to drive after having drunk even just one glass of beer	36,6	36,8	49,3
15. it's easier to score with the opposite sex when you drink a bit	18,2	20,0	22,0
16. drinking a bit in order to relax from tensions is good for you	30,0	32,1	41,9
17. drinking alcohol makes people violent	79,4	68,2	73,8
18. buying alcoholic beverages is a waste of money	50,8	42,5	- (°)

(°) aspects not considered in the 2005 investigation in which other 4 phrases were included

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

4.5. Activities and interests

Analyses of the activities and interests of Italians by typology of the consumer offers interesting differences (Tab. 4.2).

The diverse activities could be lead back to three principal typologies – **socializing, cultural and aggregative** – whose assiduity differs, at time even in a very impressive way, depending on the consumption frequency.

Cultural activities by consumer typology

The consumers who had declared having exceeded repeatedly showed a greater inclination for activities of the socializing kind such as going to the cinema (7,4% against 3% total,) to friends' homes (33,8% against 27% total) or playing a sport (24,5% against 16,3% total). A still greater difference was noted with the habit of eating outside of the home at restaurants or pizza parlours (30,2% out of 14,4% total,) playing a sport (24,5% out of 16,3% total) and going out dancing (11% out of 3,2% total).

This kind of area of activities seemed to be directly proportional to the consumption frequency, for which the average values were present among regular consumers, and the lower ones among occasional consumers and non-consumers. The exception was with the people interviewed who practiced a sport, in which case the occasional consumers (20,8%) exceeded the regular ones (16,4%).

Aggregative activities by consumer typology

Concerning cultural activities, the excessive consumers presented higher percentages than

average only regarding the watching of videos or DVDs (25,1%,) using information technology (38,9%,) which was often bound also to the possibility of downloading music or masterising CDs (12,7%).

On the contrary, the excessive consumers didn't seem to like reading. This activity was more interesting to regular or occasional consumers, whether books (regular and occasional 23,2%), daily newspapers (regular 60%) or periodicals (occasional consumers 41,6%).

The aggregative occupations attracted mostly those who presented minor levels of consumption. If this is true for volunteer activities and adhesion to religious groups, for which those occasional consumers presented values superior to the average (respectively 6,6% and 8,9%), then the difference becomes macroscopic for the frequentation of Mass: here, out of a total of 25,5% who had declared having assisted at Mass at least once a week, the non-consumers were 38,1%. The percentages dropped to 23,4% among occasional consumers, to 22,3% among regular consumers and crashed to 7,5% among consumers with episodes of repeated excessiveness.

A relationship between the alcoholic beverage consumer and socializing and cultural activities has emerged. This has confirmed the data which emerged from the preceding survey (2000), which reorganized the identification between consumption of alcoholic beverages and social alienation.

Obviously the subject changes when situations of abuse, or even of dependence are considered. In these cases, such factors come into play which render a normal relational life impossible.

Tab. 4.2. Activities and interests at least once a week according to consumption frequency (%)

	Total	<i>Consumption frequency</i>			
		Regular consumer	Occasional consumer	Non-consumer	Excessive use more than once
Going to the cinema	3,0	3,2	2,0	3,1	7,4
Assisting at a sports event	3,5	3,9	2,8	2,5	5,7
Going to friends' homes	27,0	28,4	28,4	21,3	33,8
Eating outside of the home	14,4	16,7	12,8	7,5	30,2
Watching a videocassette/ DVD	18,9	18,9	22,1	16,9	25,1
Playing a sport	16,3	16,4	20,8	12,9	24,5
Reading books	23,2	23,2	23,2	23,1	16,2
Going out to dance	3,2	3,8	2,7	1,2	11,0
Doing volunteer work	5,2	5,2	6,6	4,1	3,4
Downloading music or mastering CDs	5,9	6,3	8,9	2,5	12,7
Assisting at mass	25,5	22,3	23,4	38,1	7,5
Using PC, internet or e-mail	30,8	32,5	37,3	20,4	38,9
Playing an instrument	2,3	2,1	3,5	2,3	2,5
Going to a concert	0,8	0,5	1,0	1,4	0,8
Reading daily newspapers	55,1	60,0	52,4	40,0	49,5
Reading periodicals	37,8	38,3	41,6	33,4	27,1
Participating in environmentalist associations	0,5	0,5	0,1	0,7	0,3
Participating in political/cultural groups	1,8	2,4	0,7	0,5	1,2
Participating in religious groups	5,4	4,2	8,9	7,3	1,7

Source: Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool - Doxa, 2006

