

L'IMPATTO DELLA PANDEMIA SUL CONSUMO DI ALCOL IN EUROPA

NATA DALLA COLLABORAZIONE TRA PIÙ DI 20 ISTITUTI DI RICERCA EUROPEI, LA SURVEY HA COINVOLTO OLTRE 40.000 PARTECIPANTI

La survey pan-europea dello *European Statistical Advisory Committee* (ESAC) nasce con l'intento di analizzare la relazione tra consumi di alcol ed altre sostanze e l'esperienza della pandemia da COVID-19 ancora in corso: una situazione senza precedenti che ha prodotto drastici cambiamenti e che quindi è stata investigata tramite un'indagine rapida globale...

CONTINUA A PAG. 2



ALCOHOL PREVENTION DAY 2021

ASPETTANDO I DATI 2020

LEGGI L'ARTICOLO A PAG. 7

RIVISTE & RICERCHE

RASSEGNA DALLA LETTERATURA SCIENTIFICA

LEGGI L'ARTICOLO A PAG. 10

SALUTE PUBBLICA E INDUSTRIA:

COME DAVIDE E GOLIA?

LEGGI L'ARTICOLO A PAG. 17



IN QUESTO NUMERO:

L'IMPATTO DELLA PANDEMIA SUL CONSUMO DI ALCOL IN EUROPA

Nata dalla collaborazione tra più di 20 istituti di ricerca europei, la survey ha coinvolto oltre 40.000 partecipanti

PAG. 2

ALCOHOL PREVENTION DAY 2021

Aspettando i dati 2020

PAG. 7

RIVISTE & RICERCHE

Rassegna dalla letteratura scientifica

PAG. 10

SALUTE PUBBLICA E INDUSTRIA:

Come Davide e Golia?

PAG. 17

UN ALTRO GIRO?

L'alcoemia poetica di T. Vinterberg

PAG. 20

CALENDARIO EVENTI

PAG. 22

L'IMPATTO DELLA PANDEMIA SUL CONSUMO DI ALCOL IN EUROPA

NATA DALLA COLLABORAZIONE TRA PIÙ DI 20 ISTITUTI DI RICERCA EUROPEI, LA SURVEY HA COINVOLTO OLTRE 40.000 PARTECIPANTI

Promossa dallo *European Statistical Advisory Committee (ESAC)*, l'organo tecnico di Eurostat che svolge compiti di assistenza alla EU sulla produzione e l'utilizzo di dati statistici, la *survey* nasce con l'intento di analizzare la relazione tra consumi di alcol ed altre sostanze e l'esperienza della pandemia da COVID-19 ancora in corso: una situazione senza precedenti che ha prodotto drastici cambiamenti e che quindi è stata investigata tramite un'indagine rapida globale per capire quanto pesino sui comportamenti legati all'alcol lo stress e la paura causati dall'emergenza, alla luce delle restrizioni messe in atto.

La *survey*, coordinata dalla Technische Universität di Dresda e dall'Hospital Clinic di Barcellona, è frutto di

Lo studio, coordinato dall'Università Tecnica di Dresda e dall'Hospital Clinic di Barcellona, è stato il frutto di una collaborazione tra molti ricercatori provenienti da più di 20 istituti di tutta Europa (l'Italia con l'Istituto Superiore di Sanità)

una collaborazione tra ricercatori provenienti da più di 20 istituti di tutta Europa (l'Italia con l'Istituto Superiore di Sanità) e ha già prodotto diverse pubblicazioni (<https://www.covid19-and-alcohol.eu/>).

L'articolo "**Use of alcohol, tobacco, cannabis, and**



other substances during the first wave of the SARS-COV-2 pandemic in Europe: a survey on 36.000 European substance users", pubblicato sulla rivista *Substance Abuse Treatment, Prevention and Policy* (2021, 16:36) presenta dati che sono stati raccolti tra il 24 aprile e il 22 luglio 2020, per un totale di 36.538 rispondenti dai 18 anni in su di 21 paesi¹. I consumi di alcol e altre sostanze sono stati investigati tramite test appropriati, focalizzandosi sui cambiamenti nella frequenza, nella quantità e nella frequenza dello *Heavy Episodic Drinking (HED)*.

La risposta prevalente per tutti e tre gli indicatori è stata "nessun cambiamento": pari al 42% dei partecipanti per la frequenza di consumo, al 53% per la quantità e al 57% per gli episodi eccedentari. I rispondenti che hanno diminuito l'uso di alcolici sono nettamente maggiori di quelli che invece l'hanno aumentato: rispettivamente 26% contro 20% per la quantità e 26% contro 16% per l'*Heavy Hepisodic*

Drinking. Per quanto riguarda la frequenza, il 30% l'ha aumentata contro il 27% che l'ha diminuita: una differenza molto lieve per l'alcol che diventa molto più pronunciata per tabacco (39% contro 18%) e cannabis (30% contro 19%).

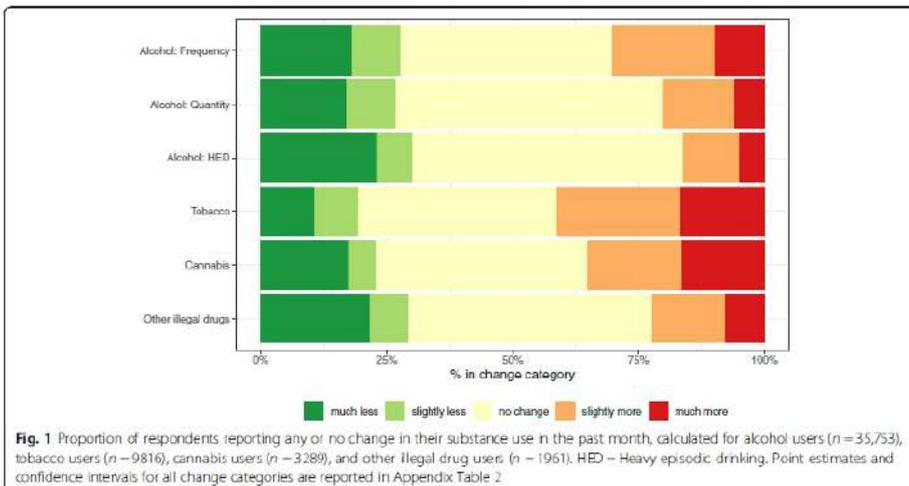
Solo una piccola percentuale, tra il 5% e il 10%, riporta un aumento elevato nei tre indicatori riguardanti l'alcol, mentre una grossa diminuzione è indicata da una percentuale di partecipanti tra il 17% e il 23% (lo schema risulta invece invertito per il tabacco). In media, la quantità di alcol consumato in un tipico giorno in cui si beve, diminuisce del 6,6% e la

di *coping* adottate per far fronte ad un evento così straordinario come la pandemia. Per quanto riguarda

La risposta più comune per tutti e tre gli indicatori è stata "nessun cambiamento": ha risposto in questo modo il 42% dei partecipanti per la frequenza di consumo, il 53% per la quantità e il 57% per gli episodi eccedentari

l'alcol, i dati mostrano che la drastica limitazione delle occasioni di interazione sociale e la chiusura dei

luoghi di ritrovo ha pesato molto di più sui comportamenti rispetto allo stress e al maggior tempo libero a disposizione. L'evidente differenza tra gli alcolici e le altre sostanze potrebbe dipendere dal contesto di utilizzo: le bevande alcoliche restano qualcosa il cui consumo è largamente influenzato dalla socialità, mentre tabacco, cannabis, etc. vengono consumati prevalentemente in solitudine.



Fonte: Mantney et al. "Use of alcohol, tobacco, cannabis, and other substances during the first wave of the SARS-CoV-2 pandemic in Europe: a survey on 36,000 European substance users"

frequenza di episodi eccedentari del 14%. La frequenza del bere, invece, non varia in modo significativo. Lo stesso non si può dire per tabacco e cannabis, il cui utilizzo risulta in aumento. Anche i dati dei singoli paesi confermano il trend europeo generale. L'Italia, in particolare, sull'alcol mostra una diminuzione per tutti e tre gli indicatori, sul tabacco un aumento e scarsa variazione per cannabis e altre sostanze.

Nonostante il campione in esame non sia del tutto rappresentativo della popolazione europea e una potenziale tendenza a sotto-stimare l'uso di sostanze illegali, lo studio fornisce un contributo sulla comprensione dei meccanismi in atto e delle strategie

Il secondo studio, "Alcohol consumption during the COVID-19 pandemic in Europe: a large-scale

Sia per la quantità che per l'Heavy Episodic Drinking, il numero di rispondenti che hanno diminuito l'uso di alcolici è nettamente maggiore di quelli che invece l'hanno aumentato: rispettivamente 26% contro 20% e 26% contro 16%

cross-sectional study in 21 countries", è stato pubblicato su *Addiction* (giugno 2021) e si concentra in modo esclusivo sui consumi di alcolici, in relazione anche allo stress affrontato a causa di instabilità

finanziaria o di cambiamenti drastici nella propria vita. Il sondaggio online è stato somministrato a 31.964

In media, 1 partecipante su 5 (21,1%) dichiara di essere stato sottoposto a stress moderato o elevato per motivi economici dovuti alla pandemia e più della metà (53,8%)

cittadini di 21 paesi tra il 24 aprile e il 22 luglio 2020, sebbene il campione risulti fortemente sbilanciato con i

norvegesi, che costituiscono quasi la metà dei rispondenti, che ha quindi condotto ad una riponderazione del campione.

In media, 1 partecipante su 5 (21,1%) dichiara di essere stato sottoposto a stress moderato o elevato per motivi economici dovuti alla pandemia e più della metà (53,8%) a causa degli stravolgimenti della quotidianità. Anche l'Italia – per la quale hanno partecipato 841 persone – mostra percentuali in linea con quelle generali: il 21,7% riporta stress in ambito economico e il 57,5% per i cambiamenti forzati.

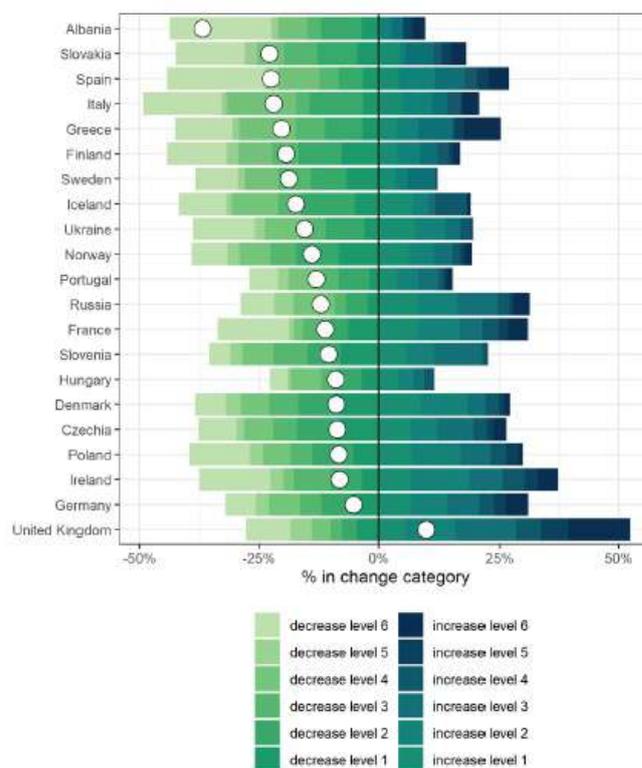
Il punteggio assegnato ai cambiamenti legati al bere (diminuito molto: -2; diminuito leggermente: -1; rimasto uguale: 0; aumentato leggermente: +1; aumentato molto: +2), indica in media un calo di 0,14. Tutti i paesi risultano in linea con questo trend, tranne l'Irlanda – il cui punteggio mostra situazione stazionaria – e soprattutto la Gran Bretagna, che è invece in controtendenza con un significativo aumento dei

Il punteggio assegnato ai cambiamenti legati al bere indica in media un calo di 0,14. Tutti i paesi risultano in linea con questo trend, tranne l'Irlanda – stazionaria – e la Gran Bretagna, che è invece in controtendenza con un significativo aumento dei consumi

consumi. Inoltre, quasi la metà dei rispondenti che affermano di aver diminuito l'uso di alcool riportano un calo sostanziale, mentre solo il 22% di chi aumenta lo

fa in modo significativo. Anche la frequenza degli episodi di abuso (HED) risulta in diminuzione in tutti i paesi tranne la Gran Bretagna, che è stabile. Livelli elevati di stress, in particolare dovuti a perdite economiche, sono associati a diminuzione nel bere meno marcata (principalmente tra i rispondenti con alto reddito).

Il campione non è rappresentativo, vista la presenza in eccesso di giovani, donne e individui con reddito e livello di educazione elevati (sono invece



Fonte: Kilian et al. "Alcohol consumption during the COVID-19 pandemic in Europe: a large-scale cross-sectional study in 21 countries"

sufficientemente rappresentati i bevitori eccedentari), ma i dati sono confermativi di quelli appena esaminati nella ricerca precedente e di altri studi. È interessante anche l'emergere dell'anomalia di UK e Irlanda, che gli autori provano a spiegare: i consumi più elevati potrebbero essere dovuti a livelli di stress particolarmente allarmanti, o ad un maggior ricorso all'alcool come strategia di coping, o anche ad una sovra-rappresentazione per questi paesi degli *heavy drinker*. Un altro fattore che potrebbe aver influito è il

fatto che la Gran Bretagna sia l'unico paese in cui i negozi di liquori sono rimasti aperti anche nelle prime fasi del lockdown, poiché considerati "essenziali".

Un terzo studio riguarda la Germania ("Alkoholkonsum in Deutschland und Europa Während der Sars-CoV2 Pandemie", pubblicato su *Sucht* 2020, 66(5), 247-258) e investiga la dinamica della variazione di consumo in quel paese in comparazione con altri paesi europei.

Gli investigatori tedeschi hanno ripreso i dati della sezione tedesca dell'indagine (1.659 rispondenti) analizzando i consumi di bevande alcoliche nell'ultimo anno e le variazioni di consumo a partire dall'inizio della pandemia. I consumi di bevande alcoliche sono stati ricavati tramite un costrutto ridotto del questionario AUDIT-C. A partire da questo sono stati analizzati: (i) la frequenza di consumo, (ii) la quantità media bevuta in una singola occasione, (iii) il *Binge Drinking*. Le covariate facevano riferimento alla condizione culturale, reddituale, a disagi individuali e alla condizione professionale e finanziaria degli intervistati.

In Germania si ha una riduzione della frequenza di consumo del 12,5% comparato con una riduzione del 19,1% nel resto d'Europa. La quantità consumata per occasione rimane stabile mentre negli altri paesi scende leggermente. Il Binge Drinking è poco più alto (16,5%) rispetto al resto del campione europeo (16%)

L'analisi su tre indicatori di variazione mostra che in Germania si ha una riduzione della frequenza di consumo del 12,5% comparata con una riduzione del 19,1% nel resto d'Europa. La quantità consumata per occasione in Germania rimane stabile mentre negli altri paesi considerati scende leggermente. Il *Binge Drinking* si dimostra leggermente più alto in Germania (16,5%) rispetto al resto del campione europeo (16%).

Nel confronto europeo la Germania mostra una minore tendenza alla riduzione del consumo di alcol. In generale, i consumi ridotti riguardano i più giovani, le persone con minore afflizione da stress percepito e con consumi medi più bassi. In Germania le donne

Le donne tedesche mostrano una minore propensione alla riduzione, spiegabile con il maggior carico di cura familiare e conciliazione professionale associato alle circostanze del lockdown

hanno mostrato una propensione minore alla riduzione del consumo mentre le classi di età più avanzate hanno ridotto di più. Il fattore che contribuisce di più a spiegare le variazioni del consumo è la quantità media consumata per occasione: ciò si vede bene nei rispondenti con un punteggio AUDIT >8 che sia in Germania sia nel resto d'Europa mostrano tendenze all'aumento.

In un contesto europeo e tedesco in cui nell'ultimo anno i consumi si sono ridotti (sia pure non crollati), la causa primaria va ascritta ad una riduzione delle occasioni di consumo chiaramente correlata alle circostanze pandemiche. La minore propensione alla riduzione delle donne tedesche è un fattore che gli autori dello studio spiegano con il maggior carico di cura familiare e conciliazione professionale associato alle circostanze del lockdown. Tra coloro che, soprattutto a dosi più alte, hanno incrementato il consumo, il peso del fattore stress finanziario e professionale è chiaramente riconoscibile.

Il senso di queste indagini si comprende bene alla luce delle considerazioni presentate nell'articolo di Rehm et al. di marzo 2020 ("Alcohol use in times of the COVID 19: Implications for monitoring and policy", su *Drug and Alcohol Review*, marzo 2020). Gli autori ipotizzavano che la pandemia poteva condurre a due scenari alcol-correlati, che non si escludono a vicenda:

nel primo una parte di popolazione reagiva allo stress da angoscia e isolamento aumentando i consumi, mentre nel secondo si assisteva ad una contrazione degli stessi associata alla minore mobilità e alla ridotta disponibilità finanziaria di alcune fasce della popolazione.

I contributi basati sull'indagine ESAC permettono di iniziare a delineare il quadro della situazione, mostrando una prevalenza dello scenario di secondo tipo, per lo meno per un'ampia parte di popolazione.

Gli studi confermano una buona risposta collettiva e una sostanziale resilienza della maggioranza delle persone di fronte alla sfida posta dalla pandemia. Il tema dei consumi eccedentari di bevande alcoliche va quindi contestualizzato all'interno di questo quadro di riferimento

Gli studi confermano una buona risposta collettiva e una sostanziale resilienza della maggioranza delle persone di fronte alla sfida posta dalla pandemia. Il tema dei consumi eccedentari di bevande alcoliche va quindi contestualizzato all'interno di questo quadro di riferimento: dove erano già in atto fattori preesistenti e situazioni di vulnerabilità, è più facile che si siano instaurati comportamenti a rischio. Dove invece

l'emergenza COVID-19 è stata recepita come occasione di riorganizzazione della propria vita e dei propri spazi, il tema del consumo è rimasto sullo sfondo, condizionato ovviamente anche dalle minori occasioni di uscita e dalla riorganizzazione del tempo libero in casa.

La comunicazione allarmistica e a volte contraddittoria che ha caratterizzato spesso il tema alcol e COVID in questi mesi, trova un primo punto fermo nei lavori dell'indagine Europea, che bene evidenzia la pluralità del movimento dei consumi e dei fattori che li condizionano, in attesa di esplorare le tendenze che emergeranno nel quadro della riapertura e della post-pandemia.

MICHELE CONTEL
BENEDETTA BIANCO

Note:

1 - Albania, Danimarca, Finlandia, Francia, Germania, Grecia, Irlanda, Islanda, Italia, Norvegia, Polonia, Portogallo, Regno Unito, Repubblica Ceca, Russia, Slovacchia, Slovenia, Spagna, Svizzera, Ucraina, Ungheria

ALCOHOL PREVENTION DAY 2021

ASPETTANDO I DATI 2020



L'Alcohol Prevention Day 2021 si è svolto il 14 maggio in modalità a distanza. Si tratta di un'edizione condizionata dalle restrizioni operative e relazionali imposte dalla pandemia. L'ultima edizione in presenza risale a maggio 2019. L'APD 2020 si colloca come edizione di transizione, poiché il quadro macroepidemiologico è tutto affidato ai dati dell'Indagine Multiscopo ISTAT relativi all'anno 2019, l'ultimo prima della pandemia. Si tratta di dati già disponibili nei repertori ISTAT dallo scorso anno e ripresi con commento nell'edizione 2020 della Relazione al Parlamento rilasciata contestualmente.

Tuttavia l'ISS, attraverso l'Osservatorio Nazionale Alcol (ONA), ha arricchito il quadro internazionale e nazionale di riferimento dei trend e delle politiche alcoliche con elementi di contesto e qualche elaborazione dati originale che già evidenziano tendenze relative al 2020, l'anno della pandemia. Anche in questo caso non si tratta di novità assolute, in quanto alcune valutazioni e dati erano già presenti nel rapporto ISTISAN 2020 "Epidemiologia e monitoraggio alcol correlato in Italia e nelle Regioni"

del luglio 2020.

Nella presente nota si darà priorità ai dati di sintesi della sorveglianza ISTAT 2020 per l'anno 2019. Le tabelle riprendono i risultati dell'indagine ISTAT "Aspetti della vita quotidiana" (Indagine Multiscopo). I dati si riferiscono all'anno 2019 ed i confronti sono con gli anni 2018 e 2017.

A) La prevalenza di popolazione

Nella popolazione italiana di età superiore agli 11 anni la platea dei consumatori di bevande alcoliche rimane stazionaria: 66,8%. Il consumo maschile si conferma stabilmente maggiore di più di dieci punti

	PREVALENZA	%			
		M	F	2018	2017
> 11 anni	66,8	77,8	56,5	66,8	65,4

percentuali rispetto a quello femminile. Il consumo in litri di alcol puro pro capite si attesta stabilmente intorno a 7,7 L.

B) La ripartizione per bevande

	SPLIT X BEVANDE	%	
		2018	2017
Vino	54,2	54,1	52,6
Birra	50,5	50,4	48,0
Spiriti	46,0	45,9	43,8

Del tutto stabili i consumi per tutte e tre le tipologie di bevande alcoliche nell'anno: 54,2% i consumi di vino e 50,5% quelli di birra. Gli spiriti si attestano al 46,0%. Confermata la discesa nell'ultimo decennio della

proporzione dei consumatori mono-bevanda (soprattutto per vino e birra), e sale quello rivolto a tutte le tipologie.

C) La frequenza delle occasioni di consumo

	X frequenza		%		
	2019	M	F	2018	2017
Tutti i giorni	20,2	30,1	10,9	20,6	21,4
Occasionalmente	46,6	47,7	45,5	46,2	44,0
Fuori pasto	30,6	40,8	21,0	30,2	29,2

Rispetto al 2018, diminuisce il consumo quotidiano (-0,4%), mentre cresce appena il consumo occasionale (+0,4%), molto simile per gli uomini e per le donne, e quello fuori pasto (+0,4%), quest'ultimo soprattutto dalla popolazione maschile. Si consolida l'abitudine all'alcolico lontano dai pasti e fuori casa, sintomo di una tendenza crescente all'emancipazione del bere dal rito del pasto in casa e di una maggiore propensione alla convivialità extra-familiare. Il fuori pasto è pari al 21% dei consumi femminili (concentrato nelle donne giovani e giovanissime fino a 24 anni e nelle anziane tra i 65 ed i 75 anni), mentre è del 40,8% per i maschi (soprattutto nella fascia 18-44 anni dove oltre la metà consuma fuori dai pasti). Complessivamente si tratta di consumi in aumento, anche se non molto marcato.

D) La prevalenza tra i giovani

PREVALENZA	GIOVANI		%		
	2019	M	F	2018	2017
11-17	17,9	18,9	16,9	19,5	25,0
18-24	71,7	77,4	65,5	72,2	69,6
11-24	44,8	48,2	41,2	45,8	47,3

La proporzione dei consumatori giovani di almeno un alcolico nell'ultimo anno è in discesa sia pure blanda: -1% sul 2018. Dati diversi per le due sottoclassi dei giovani: la fascia 11-17 anni vede i consumi in diminuzione: dal 19,5% del 2018 al 17,9% del 2019. A conferma di un trend discendente già constatato nelle ultime rilevazioni annuali. Stabile (con lievissimo calo) la fascia 18-24 anni: 71,7% nel 2019 rispetto ai 72,2%

dell'anno precedente. Confermato dunque il ridimensionamento del bere *underage*. Da notare nei giovanissimi (11-17) la forte vicinanza dei consumi tra maschi e femmine.

E) Il consumo abituale eccedentario

Abituale Ecced.	POPOLAZIONE		%		
	2019	M	F	2018	2017
> 11	9,7	13,4	6,2	10,0	10,2

Il consumo abituale eccedentario¹ rappresenta secondo l'ISS l'espressione dei comportamenti di consumo che eccedono nell'anno le linee guida per i consumi a basso rischio raccomandati dalle autorità sanitarie. Il dato 2019 è stabile (il ribasso rispetto al 2017 è però dello 0,5%) con forte divaricazione tra maschi e femmine.

F) Il consumo abituale eccedentario nei giovani

Ab. Ecced.	GIOVANI		%		
	2019	M	F	2018	2017
18-24	1,7	2,3	1,0	2,1	1,9

Il consumo abituale eccedentario evidenzia, in rapporto all'età e alle condizioni di salute, i consumi oltre soglia rispetto alle linee guida nazionali. Per quanto riguarda i giovani (18-24 anni) il dato è in diminuzione rispetto sia al 2018 che al 2017.

G) Il binge drinking

BINGE DRINK	POPOLAZIONE		%		
	2019	M	F	2018	2017
> 11	7,0	10,8	3,5	7,5	7,4

Il "binge drinking", cioè il consumo di oltre 6 UA in un'unica occasione, è diminuito di 0,5% sul 2018. Tra maschi e femmine questo comportamento è nettamente distinto a favore dei maschi.

H) Il binge drinking nei giovani

BINGE DRINK	GIOVANI	%			
		M	F	2018	2017
11-17	2,7	3,2	2,3	3,0	2,6
18-24	16,0	20,6	11,0	17,2	17,0
11-24	9,4	11,9	6,6	10,1	9,8

Nella fascia d'età 11-24 il binge drinking è in leggera diminuzione. Più marcato nella classe 18-24. In prospettiva storica il BD diminuisce di più nei maschi ed è sostanzialmente stabile nelle femmine.

I) Criterio ISS per i consumi a rischio

ISS	%		
	2019	2018	2017
>11 anni	15,0	15,9	16,2
11-17	17,9	19,5	24,8
18-24	16,7	18,2	17,8

Nella popolazione in generale i maschi sono implicati per il 21,5% e le femmine per l'8,9%. In prospettiva temporale, il consumo eccedentario è in diminuzione nell'ultimo anno soprattutto per i maschi e per le classi d'età più giovani (11-17). L'area complessiva del rischio² è calcolata in 8.200.000 individui. Con una significativa diminuzione di 400.000 unità rispetto all'anno precedente. Di questi i maschi sono 5.700.000 e le femmine 2.500.000. Come negli anni precedenti, le fasce più esposte sono quelli dei giovani fino a 24 anni (con una quota di minorenni pari a 750.000 unità) e gli anziani over 65 (circa 2.700.000 individui).

Ulteriori elaborazioni ONA

Elaborazioni aggiuntive dell'ONA (riportate solo nelle slides presentate) mostrerebbero per l'anno 2020 un aumento dei consumatori a rischio. È l'unico dato ufficiale preliminare sul consumo problematico nel periodo Covid (2020) rilasciato nell'APD, che evidenzia nella linea della media nazionale un'impennata tra il 2019 e il 2020 non suffragata da numeri e senza ulteriori commenti.

Consumo dannoso

Il consumo dannoso di alcol, definito dall'ISS come il consumo di oltre 40g/die per le donne e oltre 60g/die per i maschi, va considerato come portatore di danno diretto sulla salute. Le stime ISS calcolano che circa 670.000 individui sono coinvolti in questo tipo di danno, con aumenti nel 2019 rispetto al 2018 soprattutto nella popolazione over 65 anni, sia maschile sia femminile (complessivamente +22,7%).

MICHELE CONTEL

Note:

1 - Consumi giornalieri, così definiti: 2 unità alcoliche per l'uomo, 1 unità alcolica per la donna, 1 unità alcolica per gli anziani ambo sessi al di sopra dei 65 anni, anche solo 1 consumo di qualsiasi bevanda alcolica nell'anno per i giovani al di sotto dei 18 anni.

2 - Si ricorda che il criterio ISS dei consumatori a rischio prevede che il consumo abituale eccedentario è quello che eccede le due unità alcoliche (UA) quotidiane per i maschi adulti, 1 UA per le femmine adulte, 1 UA per gli anziani over 65 e qualsiasi consumo per i giovani fino a 18 anni. Il *Binge Drinking* è identificato dal consumo di 6 UA in un'unica occasione. La definizione di "almeno un comportamento a rischio" si riferisce al consumo abituale eccedentario e/o al *binge drinking*.



RIVISTE & RICERCHE

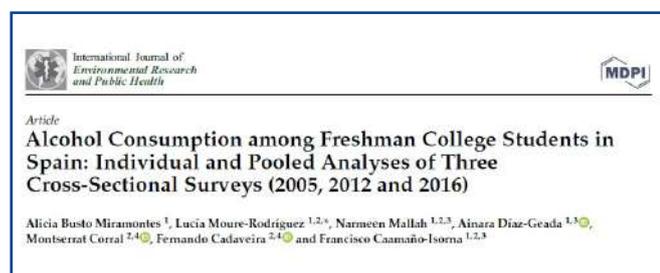
RASSEGNA DALLA LETTERATURA SCIENTIFICA

L'impatto del COVID-19 sui comportamenti di consumo, i cantieri più recenti sul tema alcol e salute, le dinamiche legate ai giovani: questi i fuochi di attenzione della nostra selezione di articoli dalle pubblicazioni scientifiche internazionali. Un modo rapido di tenere aperta una finestra sulla ricerca di qualità. Appunti ragionati per memorizzare i punti di interesse ed eventualmente approfondire dopo.

In questa sezione: trend nei consumi degli universitari (Spagna), alcol e social media nei giovani (UK), drinking pattern e lockdown tra gli studenti di college (USA). In più, 2 box di approfondimento su: Covid e consumi (Norvegia), bevande alcoliche e salute cerebrale (UK). La bibliografia è a pag. 13.

GIOVANI & ALCOL

1. Consumi tra universitari in Spagna dal 2005 al 2016



Lo studio “Alcohol consumption among freshman college students in Spain: individual and pooled analyses of three cross-sectional surveys (2005, 2012, 2016)”¹, **analizza i consumi di alcol a rischio tra gli studenti universitari in Spagna con tre studi di coorte rispettivamente nel 2005, 2012 e 2016.** I partecipanti – più di 5.000 – appartengono all’Università di Santiago de Compostela. Il consumo di bevande alcoliche è stato misurato tramite il test AUDIT, in aggiunta completato da informazioni su fattori associati.

I ragazzi, in prevalenza femmine (67%) e che non vivono più in casa con i propri genitori (76%), sono stati divisi in quattro categorie sulla base dell’età di iniziazione all’alcol: prima dei 15 anni, a 15 anni, a 16 o dopo i 16. In media, il 14% circa ha iniziato a bere

prima dei 15 anni – con un trend in calo dal momento che nel 2016 la percentuale scende a circa 5,5% – il 32% circa ha iniziato a 15 anni (nel 2016 è solo il 18%), il 38% si è avvicinato all’alcol a 16 anni – in questo caso il trend è in salita, erano 62% nel 2016 – e il 16% circa ha iniziato dopo i 16 anni (percentuale più o meno stabile).

Risulta che il 54% dei rispondenti (con percentuali simili per femmine e maschi) rientra nella classe dei consumatori a rischio (definiti sulla base di un punteggio ≥ 5 per le donne e ≥ 6 per gli uomini nel test AUDIT) e il 29% circa - 20% femmine, 37% maschi - ha un consumo occasionale eccedentario frequente. Per l’*Heavy Episodic Drinking* (HED - 6 o più bicchieri in una singola occasione) la categoria “frequente”

L’articolo mette in luce un importante trend di innalzamento dell’età alla quale si consuma alcol per la prima volta, con un netto spostamento dai 15 ai 16 anni, ed un calo per i comportamenti eccedentari più frequenti (almeno una volta a settimana) soprattutto nella componente maschile

raggruppa le risposte “almeno una volta al mese”, “almeno una volta a settimana” e “ogni giorno o quasi”:

1. Quasi la metà, il 48%, non presenta mai il consumo occasionale eccedentario (57% femmine, 38% maschi);

2. Il 23% beve in modo eccedentario meno di una volta al mese (con poche differenze tra i generi);

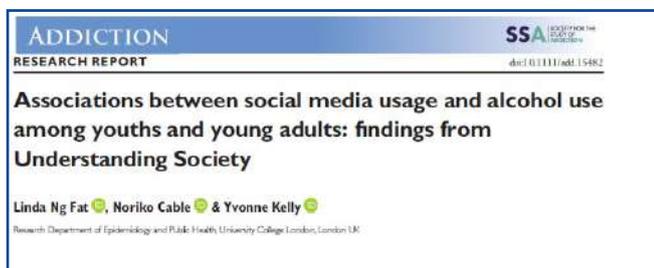
3. Il 15% presenta HED almeno una volta al mese, con trend in aumento rispetto al 2005;

4. Il 14% risponde con "almeno una volta a settimana" (HED), con i dati che mostrano invece una tendenza in calo rispetto al 2005 per i maschi;

5. Quasi nessuno (lo 0,1%) dichiara di consumare in modo eccedentario tutti i giorni o quasi.

I due fattori associati a valori più elevati sia per il consumo a rischio sia per quello eccedentario risultano (i) l'aver iniziato a bere prima dei 15 anni e (ii) l'aver aspettative positive sul consumo di alcolici, mentre esclusivamente al *Risky Drinking* risultano associati anche il fatto di non vivere più con i genitori ed avere una madre con un livello di educazione di tipo universitario. L'articolo mette in luce un importante trend di innalzamento dell'età alla quale si consuma alcol per la prima volta, con un netto spostamento dai 15 ai 16 anni, ed un calo per i comportamenti eccedentari più frequenti (almeno una volta a settimana) soprattutto nella componente maschile.

2. Social media e consumo di alcol nei giovani



La relazione tra utilizzo dei social media e drinking pattern tra i ragazzi del Regno Unito, viene esaminata nell'articolo "Associations between social media usage and alcohol use among youths and young adults: findings from Understanding Society"²: si basa sui dati di *Understanding Society* (UKHLS), lo studio longitudinale attivo dal 1991. Il campione prende in esame 6.782 partecipanti nelle fasce d'età

10-15 anni e 16-19 anni in relazione ai periodi 2011-13 e 2014-16. Il questionario comprendeva domande riguardanti l'utilizzo dei social e il consumo di alcol.

Nei ragazzi 10-15 anni, all'inizio dell'arco temporale

Nella fascia d'età 10-15 anni, quelli che utilizzano i social media per più di 4 ore al giorno hanno maggiori probabilità di essere femmine (64% contro 36% di quelli che li usano per meno di 1 ora) e di bere almeno una volta al mese (42% contro

considerato, il 18% beve almeno una volta al mese; di questi:

1. Il 14% usa i social media per più di 4 ore al giorno (contro il 5% di coloro che non bevono);
2. Il 43% da 1 a 3 ore al giorno (contro il 23%);
3. Il 33% meno di 1 ora al giorno (contro il 34% di quelli che non bevono);
4. Il 6% non li utilizza tutti i giorni (contro il 20%);
5. Il 4% non ha un profilo sui social (contro il 18%).

In questa classe d'età, quelli che utilizzano i social media per più di 4 ore al giorno hanno maggiori probabilità di essere femmine (64% contro 36% di quelli che li usano per meno di 1 ora) e di bere almeno una volta al mese (42% contro 19%).

La seconda fascia dei 16-19 anni vede il 38% bere 1-3 volte al mese e il 31% almeno 1 volta a settimana:

1. Il 17% - per entrambe le categorie - utilizza i social più di 4 ore al giorno (contro il 16% di quelli che non consumano alcolici);
2. Il 40% e il 39%, rispettivamente, li utilizza 1-3 ore al giorno (contro il 34%);
3. Il 35% e 36% meno di 1 ora al giorno (32%);
4. Rispettivamente il 9% e l'8% (contro il 17%) non usa i social tutti i giorni.

Tra i più grandi quelli che si trovano sui social media per più di 4 ore al giorno hanno maggiori probabilità di

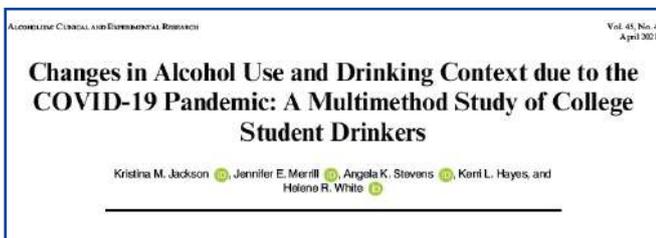
essere binge drinker 3 o più volte al mese rispetto a chi li usa per meno di 1 ora. Confrontando i dati 2011-13 con quelli 2014-16, si vede che il 43% dei ragazzi di 10-15 anni (in particolare coloro che nella fase iniziale bevevano 1-3 volte al mese) e il 44% di quelli 16-19

Nella fascia 16-19 anni, quelli che si trovano sui social media per più di 4 ore al giorno hanno maggiori probabilità di essere binge drinker 3 o più volte al mese rispetto a chi li usa per meno di 1 ora

anni, hanno aumentato la frequenza del consumo di alcool. Per quanto riguarda l'uso dei social, la metà dei partecipanti tra i 10 e i 15 anni e il 32% degli appartenenti alla fascia d'età successiva lo hanno aumentato (per i più giovani l'aumento è dovuto soprattutto a coloro che inizialmente non li utilizzavano), mentre il 4% e il 27%, rispettivamente, lo hanno diminuito. I ragazzi che nella fase iniziale presentavano un elevato uso dei social media hanno poi più probabilità di veder crescere nel tempo la frequenza di *binge drinking*.

GIOVANI, ALCOL & COVID

1. Due studi sui comportamenti legati all'alcool degli studenti di college americani in pandemia



La ricerca "Changes in alcohol use and drinking context due to the COVID-19 pandemic: a multimethod study of college student drinkers"³ **cerca di fare una sintesi tra due studi esistenti – uno qualitativo e l'altro quantitativo – condotti negli USA tra gli studenti di college sui comportamenti legati al bere a causa della pandemia di COVID-19.**

Il primo studio (marzo e aprile 2020) ha coinvolto 18 partecipanti tra i 18 e i 25 anni che avevano bevuto in modo eccedentario almeno una volta a settimana nel mese precedente. Mentre non c'è significativa diminuzione nel numero di drink consumati in una settimana tipo (15,4) e nel numero di giorni di consumo eccedentario negli ultimi 30 giorni (6,6), scende invece il numero medio di drink consumati in un tipico giorno in cui si beve, dopo la chiusura dei campus: da 5,1 a 2,3.

Il secondo studio (maggio e giugno 2020) ha visto partecipare 312 studenti tra i 18 e i 24 anni consumatori di alcool e cannabis nell'ultimo anno. In seguito alla chiusura dei campus, il numero medio di drink in un tipico giorno in cui si beve scende da 3,8 a 2,8, cala anche il numero massimo di bicchieri di un

Il numero medio di drink in un tipico giorno in cui si beve scende da 3,8 a 2,8, cala il numero massimo di bicchieri di un giorno tipo (da 4,5 a 3,1) e quello dei bicchieri in una settimana tipo (da 11 a 9,4), mentre aumentano leggermente i giorni in cui si beve durante la settimana, che passano da 2,8 a 3,1

giorno tipo (da 4,5 a 3,1) e quello dei bicchieri in una settimana tipo (da 11 a 9,4), mentre aumentano leggermente i giorni in cui si beve durante la settimana, che passano da 2,8 a 3,1.

Quest'ultimo articolo fornisce anche dati interessanti sui cambiamenti avvenuti nel *drinking context*, la location e le motivazioni dietro la riduzione o l'aumento dei consumi. In particolare, emerge un notevole calo nei consumi con amici e compagni di stanza e in quelli localizzati in casa altrui, nelle feste e nei locali. Aumenta il bere con genitori, parenti e da soli. La motivazione riscontrata più frequentemente per la riduzione dei consumi – indicata dall'86,3% dei rispondenti – è la drastica diminuzione delle occasioni

di ritrovo e di incontro, seguita dalla voglia di preservare la propria salute (dal 36,1%). Per l'aumento, invece, l'85,8% indica la noia, il 77,5% più tempo libero a disposizione e il 65% dichiara di aver trovato divertente bere in compagnia durante gli incontri virtuali con gli amici.

La motivazione riscontrata più frequentemente per la riduzione dei consumi – indicata dall'86,3% dei rispondenti – è la drastica diminuzione delle occasioni di ritrovo e di incontro, seguita dalla voglia di preservare la propria salute (dal 36,1%)

Da entrambe le ricerche emergono quattro temi principali:

1. Si conferma la tendenza che vede diminuire la quantità di alcol consumato e aumentare la frequenza;
2. Le tipologie di bevande alcoliche più consumate si spostano dai superalcolici a vino e birra;
3. I cambiamenti legati al bere sono causati soprattutto dalla scarsa possibilità di interazioni sociali e da contesti di consumo diversi;
4. È un fattore molto importante anche il rientro nella casa dei genitori dovuto alla chiusura dei campus universitari.

MICHELE CONTEL
BENEDETTA BIANCO

Bibliografia:

- 1 - Busto Miramontes, Moure-Rodriguez, Mallah, Diaz-Geada, Corral, Cadaveira, Caamano-Isorna, "Alcohol Consumption among Freshman College Students in Spain: Individual and Pooled Analyses of Three Cross-Sectional Surveys (2005, 2012 and 2016)", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2021, 18, 2548.
- 2 - Ng Fat, Cable, Kelly, "Associations between social media usage and alcohol use among youths and young adults: findings from Understanding Society", *Addiction*, 2021
- 3 - Jackson, Merrill, Stevens, Hayes, White, "Changes in Alcohol Use and Drinking Context due to the COVID-19 Pandemic: A Multimethod Study of College Student Drinkers", *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 2021, vol.45, n.4

BOX 1 - NORVEGIA: CONSUMI MEDI DI POPOLAZIONE E VARIAZIONI NEL CONSUMO DI BEVANDE ALCOLICHE IN SOTTOGRUPPI

Rossow, Bye, Synnove Moan, Kilian, Bramness, "Changes in Alcohol Consumption during the COVID-19 Pandemic—Small Change in Total Consumption, but Increase in Proportion of Heavy Drinkers", *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 2021, 18, 4231

Rilevante questo articolo norvegese sugli adulti nel riscontro sull'esito alcol-correlato della pandemia Covid. Lo studio analizza il cambiamento nei consumi e nei *drinking patterns* di bevande alcoliche in funzione del livello iniziale dei consumi. Si tratta di un approfondimento sull'ipotesi di Skog della relazione tra variazione del consumo e livello dei consumi iniziali qui applicata alle dinamiche innescate dalla pandemia. In particolare si è cercato di capire: (i) i consumi medi di popolazione; (ii) la distribuzione della dispersione dei consumi; e, (iii) la prevalenza del bere forte.

I ricercatori hanno isolato un campione di adulti norvegesi >18 anni (17.092 individui) dall'indagine ESAC (vedi anche articolo principale a pag.2 di questa newsletter). Un secondo campione di 1.328 rispondenti è stato reclutato nel 2020. I consumi di alcol (ultimo anno) sono stati registrati usando il questionario AUDIT-C. Agli interpellati si è anche chiesto di riportare i livelli di consumo dopo l'insorgere della pandemia in rapporto ai consumi precedenti.

I risultati per la parte del campione ESAC sono:

- nessun cambiamento nel consumo: 48,7%
- minor consumo: 48,7%
- maggior consumo: 22,4%
- nessun cambiamento per occasione: 60,2%
- diminuzione per occasione: 26,8%
- aumento per occasione: 13,8%

Il sondaggio della direzione generale salute (campione secondario) mostra:

- nessun cambiamento 57,4%
- minor consumo: 29,9%
- maggior consumo: 18,8%

Rispetto alla baseline, nei due campioni, la proporzione del consumo aumentato durante la pandemia nelle fasce di consumo basse e medie cambia di poco. Gli alto consumanti variano invece di più. Rispetto allo *heavy drinking*, i dati registrano un aumento del bere a rischio durante la pandemia, che risulta tra l'altro essere statisticamente significativo, soprattutto nelle fasce di maggiore eccesso.

Diverse indagini sia in Europa sia negli Stati Uniti documenterebbero un aumento nella fascia del basso consumo misurato sulla variazione del consumo totale (nell'ordine del + 5/10%). Lo studio di Rossow e altri mostra come chi ha già un alto livello di consumo aumenta in proporzione di più. Quanto all'ipotesi di Skog, i basso consumanti e gli alto consumanti non si muovono nella stessa direzione ma hanno comportamenti che in qualche misura sono polarizzati. L'indagine sembra confermare l'importanza dei sottogruppi e dei *drinking patterns* nell'accertamento delle dinamiche di crescita/riduzione dei consumi.

BOX 2 - CONSUMI DI BEVANDE ALCOLICHE, PREDISPOSIZIONE DI MALATTIA E SALUTE CEREBRALE

Topiwala, Ebmeier, Maullin-Sapey, Nichols, "No safe level of alcohol consumption for brain health: observational cohort study of 25,378 UK Biobank participants", medRxiv preprint, 2021

L'applicazione su vasta scala di tecniche di neuroimmagine, benchè in fase ancora giovane, comincia a generare risultati importanti che hanno anche un potenziale riflesso sul piano epidemiologico. Le tecniche di indagine con immagini (Risonanza Magnetica Funzionale) permettono di ottenere visualizzazioni del tessuto cerebrale e informazioni spesso dettagliate dello stato delle strutture indagate e della loro resa funzionale in dipendenza di vari fattori. In particolare la tecnica di Risonanza Magnetica dà visualizzazioni rivelatrici della salute cerebrale in rapporto all'uso di sostanze, tra cui l'alcol. In particolare non è nota la quantità di alcol che può determinare un danno cerebrale né si conosce in dettaglio l'impatto della sostanza sulla connettività cerebrale.

Lo studio in questione, ancora allo stato di *preprint* e quindi non ancora sottoposto a *peer review*, raccoglie informazioni su 25.378 individui registrati nel dataset UK Biobank, tutti sottoposti a MRI. Sono state vagliate tre ipotesi: (i) se esiste un danno cerebrale alcol-relato iniziale al di sotto del limite di 14 unità settimanali; (ii) se l'abitudine al *Binge Drinking* deve associarsi ad un esito di danno cerebrale maggiore, (iii) se e quanto le diverse bevande alcoliche contribuiscono in modo differenziato al danno sul cervello.

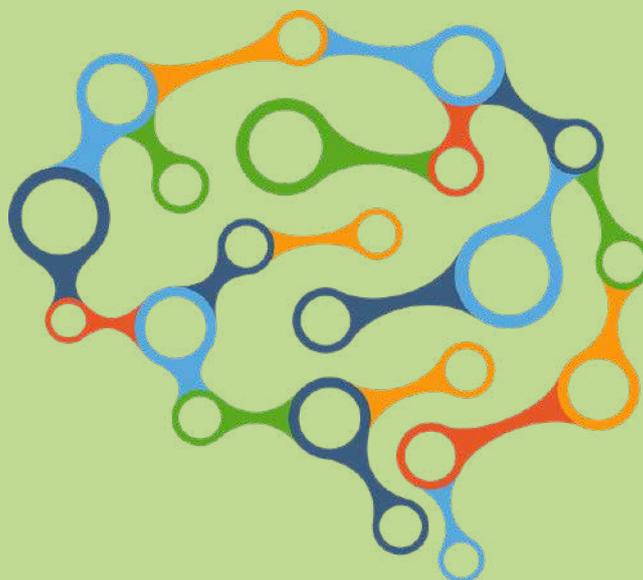
L'indagine approfondisce le ipotesi sottoponendo le persone a MRI con stessa metodica. I consumi di alcolici sono stati registrati tramite il costrutto AUDIT. Come covariate sono stati presi in esame diversi profili di vulnerabilità associati a: 1. ipertensione arteriosa, 2. BMI, 3. presenza del genotipo APOE4 (conosciuto come fattore di rischio per l'Alzheimer), 4. diabete mellito, 5. suscettibilità alla depressione, più vari indicatori di tipo socio-economico.

La maggioranza degli indagati consumava bevande alcoliche con una mediana nel campione di 13,5 unità alcoliche settimanali. Il 48,2% degli interpellati consumava oltre i limiti delle linee guida nazionali. Bassa la percentuale degli alto consumatori (>50 unità settimanali).

Si è riscontrata una diminuzione della densità della sostanza grigia all'aumentare dei consumi. L'alcol spiega fino allo 0,8% di riduzione, più di ogni altro fattore di rischio conosciuto. Il dato permane anche se si sottraggono dall'analisi i soggetti con ipertensione e colesterolemia alte. Al crescere dei consumi l'interazione negativa con la densità di materia grigia aumenta a sua volta. Ciò è particolarmente rilevabile nei soggetti propensi al *Binge Drinking*.

Le misure relative alla sostanza bianca evidenziano un ruolo marginale dell'alcol nella sua modifica o alterazione funzionale. Nessuna associazione differenziata è stata riscontrata in rapporto all'uso di diverse bevande alcoliche.

Di rilievo come gli indicatori di connettività funzionale (*Functional connectivity*) risultino positivamente



associati all'alcol. L'ipotesi in questo caso è che l'alcol funzioni da attivatore di regioni cerebrali spazialmente distinte e distanti, indicandone così un ruolo nella resa dei network tra diverse parti dell'encefalo. Lo studio rileva una relazione lineare tra ingestione di alcol e danno cerebrale. Quest'ultimo appare potenziato da fattori di rischio noti come ipertensione e alta colesterolemia, nonché abitudine al *Binge Drinking*. Confermato anche il ruolo della sostanza alcol associata alla connettività funzionale.

Lo studio ambisce a rilevare i potenziali effetti dell'alcol sull'insieme delle strutture e funzionalità cerebrali. Limitazioni possibili dipendono dalla natura del campione UK Biobank non rappresentativo dell'intera popolazione. Inoltre ogni studio osservazionale basato su livelli di consumo auto-dichiarati è esposto a errori di classificazione.

Lo studio sottolinea anche l'assenza di riscontri di benefici CV a basse dosi, soprattutto in relazione ai dati dei consumi di vino. Nega anche indirettamente ogni effetto benefico ad altri composti attribuendo al solo etanolo un'effetto negativo. Il beneficio cardio-vascolare del bere moderato è quindi indirettamente messo in dubbio. Si tratta però di una ipotesi induttiva suggerita *ad hoc* e non motivata dal metodo e dai risultati.

Studio di esame associativo basato su un campione non rappresentativo, l'articolo di Topiwala et al apre una prospettiva utile nell'esame degli effetti delle bevande alcoliche sulla salute cerebrale con tecniche di neuroimmagine. Va notato però come siamo ancora lontani da una rassegna conclusiva del ruolo dell'alcol nella salute del cervello. Tutta da approfondire la valenza causale della relazione.

SALUTE PUBBLICA E INDUSTRIA: COME DAVIDE E GOLIA? SCIENZA, IMPRESA E PRESUNZIONE DI COLPEVOLEZZA IN UN DIBATTITO MAL POSTO



La concomitanza di pandemia, crisi economica, tensioni sociali e familiari stanno contribuendo ad un ripensamento delle nozioni di benessere, salute, preferenze individuali, tutela degli svantaggiati e relative politiche pubbliche. Negli Stati Uniti ed in Europa questi eventi sono accompagnati da una ristrutturazione profonda delle azioni di politica economica. Con buone ragioni, probabilmente: il successo dei vaccini, largamente indotto da intensi finanziamenti pubblici e la riapertura di politiche espansive per la spesa sanitaria sono parte importante di una risposta efficace ad una crisi sistemica.

È interessante riscontrare come pubblicazioni accademiche e non – al solito per il 90% di ambito culturale anglosassone – stiano contribuendo al tema alcol e dipendenze entro questa discussione. Le domande chiave sono: cosa può insegnare la

pandemia al *policy maker* in materia di politiche di controllo sugli alcolici? Come si pone il danno alcol-correlato in contesti di lockdown, isolamento sociale restrizioni comportamentali nell'ambito del più generale danno sanitario? Quale insieme di risposte socio-sanitarie possono garantire obiettivi di salute e scelte responsabili dei cittadini?

Domande che non si limitano a investire la sfera di decisione politica delle autorità sanitarie ma che si estendono al tema della responsabilità delle imprese e del settore privato.

Un recente contributo di M. Madden e J. Mc Cambridge pubblicato su *Globalization and Health*¹ si distingue per la nettezza della presa di posizione e per una certa verve polemica che appare rivendicata se non compiaciuta. Vediamo da vicino.

Competizione epistemica

“Epistemico” è un aggettivo che denota ciò che è scientificamente giustificato. La competizione epistemica sarebbe una lotta per la conquista dello spazio pubblico per conseguire la patente di esperto affidabile. Secondo l'articolo l'azione sistematica della

Secondo l'articolo l'azione sistematica della drinking industry attraverso la rivendicazione della libertà di comunicazione associata a tecniche disinvolve di marketing, soprattutto in ambito digitale, punterebbe appunto alla conquista dello spazio pubblico

drinking industry attraverso la rivendicazione della libertà di comunicazione associata a tecniche disinvolve di marketing, soprattutto in ambito digitale, punterebbe appunto alla conquista dello spazio pubblico. In questo modo, l'industria interferirebbe con

una comunicazione ambigua volta a trasmettere ai consumatori messaggi distorti e rassicuranti sui consumi di alcolici. Inoltre, attraverso una comunicazione apparentemente ispirata ai principi della responsabilità sociale di impresa, le imprese produttrici ambirebbero ad assumere un profilo

Viene anche sollevata senza troppe remore l'analogia con l'antica battaglia del tabacco. L'industria delle bevande alcoliche starebbe perseguendo obiettivi negazionisti del danno alcol-relato come i produttori di sigarette a suo tempo arruolavano scienziati per ridicolizzare i danni del fumo

allineato al compito di difesa della salute spacciandosi per soggetti portatori di interessi collettivi e non solo di interessi economici. Tale compito spetta invece in modo esclusivo alla scienza e alle agenzie di salute pubblica.

Da qui l'analogia del titolo. In un regime asimmetrico in cui la salute pubblica parla per bocca di pochi su canali marginali e l'industria "dilaga" nella comunicazione commerciale social, quest'ultima è il Golia cui Davide può opporre solo una solitaria benché integerrima lista di motivazioni razionali. Viene anche sollevata senza distinguo l'analogia con l'antica battaglia del tabacco. L'industria delle bevande alcoliche starebbe perseguendo obiettivi negazionisti del danno alcol-relato come i produttori di sigarette a

Attribuire alla pubblicità la mancanza di standard scientifici non ha senso perché la pubblicità non ha quel compito

suo tempo arruolavano scienziati per ridicolizzare i danni del fumo. In altre parole si accusa l'impresa di comprare consenso con mezzi apparentemente leciti che, così si denuncia, alterano la capacità del consumatore di scegliere in modo libero ma anche

informato. Così stando le cose, si ragiona, è tempo per un'azione radicale di riconquista dello spazio epistemico richiamando i governi ai doveri di rigore sulla salute che dovrebbe tradursi in politiche restrittive di accesso all'alcol, riduzione, se non abolizione, della comunicazione commerciale sui prodotti alcolici, tassazione inasprita, intense campagne di depistaggio al bere come tale, quest'ultima priorità giustificata sulla base dell'evidenza scientifica acquisita del modello di riduzione del consumo totale.

Il rischio epistocratico

Colpisce nell'argomentazione la denuncia data per scontata dell'azione delle imprese, in questo caso dal lato comunicazione, come se si trattasse di uno scandalo da rimuovere. La pubblicità è, entro limiti stabiliti dalla legge, qualcosa di completamente lecito; ma la si rappresenta come una violazione sistematica



della attendibilità scientifica. Ma non si tratta di una violazione: l'esistenza di una possibile tensione tra rappresentazione del prodotto e valutazione di merito è già incorporata nelle regole della comunicazione commerciale. E più in generale nelle pratiche di sicurezza e qualità del prodotto che tutelano i consumatori da frodi e truffe. Attribuire alla pubblicità la mancanza di standard scientifici non ha senso perché la pubblicità non ha quel compito. Denunciare lo slittamento di alcune comunicazioni pubblicitarie in una direzione fuorviante ha invece senso. E il legislatore ha posto in essere norme che assicurino sempre questa possibilità. Ma ci si deve chiedere: che valore ha elevare una sanzione punitiva verso la

comunicazione commerciale in nome della scienza se non quello di creare artificialmente un ente di controllo che riduca le libertà di mercato? Il mercato media informazioni e si basa sulla retroazione degli agenti che vi partecipano. Presuppone agenti responsabili, informazioni corrette e fiducia tra gli attori. Sappiamo bene che spesso questo può non avvenire e che il mercato (di cui la pubblicità è parte) si impoverisce e degrada quando non rispetta queste regole. Ma sarebbe illusorio pensare che vi si possa porre rimedio

La scienza non si traduce immediatamente in legge a meno di ammettere un "regime epistocratico". Che è però contrario all'essenza del metodo e del pensiero scientifico la cui credibilità è basata sulla persuasione razionale

sostituendo al dialogo tra imprese e consumatore le raccomandazioni scientifiche di parte pubblica. L'attendibilità della scienza si misura sul consenso razionale che si diffonde nella società non sulla obbligatorietà garantita da norme positive. La recente pandemia e il caso dei vaccini mostrano chiaramente come l'efficacia della comunicazione scientifica venga dal basso, dalla motivazione e persuasione che le persone acquisiscono con l'esempio.

Ma, si può obiettare, nel caso di prodotti che possono causare dipendenza non debbono valere regole più stringenti? La risposta è: sì, ma solo in parte. Come già previsto dalla legislazione, il carattere vincolante delle norme non è espressione diretta della conoscenza scientifica specifica. Ne è, caso mai, la

risultante mediata dalla composizione di interessi che in una società democratica fa il legislatore. Le asimmetrie, certamente presenti dove vi sono interessi economici, devono essere mediate e attenuate in questa sede. Spetta dunque al dibattito pubblico in senso largo dare il giusto spazio alla conoscenza scientifica. Riservandole la necessaria attenzione particolare che si deve alla competenza. Ma la scienza non si traduce immediatamente in legge a meno di ammettere un "regime epistocratico". Che è però contrario all'essenza del metodo e del pensiero scientifico la cui credibilità è basata sulla persuasione razionale. La scienza ha così due compiti, in positivo: (i) sviluppare conoscenze autorevoli (almeno nel medio periodo: ogni conoscenza scientifica è per definizione rivedibile) e (ii) suggerire azioni e programmi che tengano conto delle migliori evidenze scientifiche disponibili. E un compito, in negativo: evitare di compromettere l'autorevolezza scientifica in dibattiti politico-culturali in cui ha tutto da perdere.

Madden e Mc Cambridge invocano senza mezze misure più interventismo statale e meno spazio al mercato. Più decisione e meno consenso. Più scienza e meno comunicazione orientata. Da un certo punto di vista sarebbe una soluzione. Senz'altro radicale. Ma non sarebbe una soluzione giusta.

MICHELE CONTEL

Bibliografia:

1 - Madden, McCambridge, "Alcohol marketing versus public health: David and Goliath?", *Globalization and Health*, 2021, 17:45

UN ALTRO GIRO? L'ALCOLEMIA POETICA DI T. VINTERBERG

Strano destino di un film già presentato alle selezioni di Cannes e Roma 2020, poi felicemente approdato all'Oscar per il miglior film in lingua non inglese. "Un altro giro", al tempo stesso danneggiato e valorizzato dalla pandemia riesce, complice una buona sceneggiatura, a portare sotto i riflettori dell'interesse generale la questione del giusto limite del bere.

Danimarca ai giorni nostri. Quattro insegnanti di scuola superiore, tutti ugualmente annoiati e infelici, decidono quasi per gioco di dare corso ad un esperimento sociale singolare: provare a tenere costante un tasso di alcolemia nel sangue di 0,05 g per litro seguendo alla lettera l'ipotesi dello psichiatra norvegese Finn Skårderug, apostolo di una teoria che vede nel deficit di alcol genetico della nostra specie un handicap al successo personale e alla qualità delle relazioni sociali. Come tutti i "grandi esperimenti", quello dei quattro evolve per fasi: all'euforia iniziale segue una stabilizzazione, che a dosi maggiori si tramuta in allarme e prime difficoltà, per sfociare in incidenti traumatici che sfideranno le risorse di resilienza dei protagonisti, con esiti non prevedibili e non scontati.

Certo alla base dello sviluppo c'è la convenzionale noia e angoscia dell'età di mezzo con i suoi scomodi interrogativi sul mantenimento delle promesse giovanili, sulla credibilità del proprio status di adulti socialmente inseriti, sulla paura di non saper neanche

Vinterberg non fa sociologia dell'ovvio e si concentra sull'espedito dell'esperimento come lente di ingrandimento dei comportamenti impliciti e delle reazioni temperamentali dei personaggi

fare bene il proprio lavoro. Per non dire delle incipienti crisi coniugali. Ma Vinterberg non fa sociologia



dell'ovvio e si concentra sull'espedito dell'esperimento come lente d'ingrandimento dei comportamenti impliciti e delle reazioni temperamentali dei personaggi. Sul filo del richiamo disciplinare e con qualche sconcerto dei familiari, i quattro professori analizzano le reazioni e i rimbalzi del proprio umore, i riflessi della facilitazione alcolica sui rapporti sociali, sperimentano il vantaggio dovuto alla disinvoltura della rottura delle inibizioni e, a modo loro, avvertono un sentimento di superiorità che, almeno nel breve, riporta colore nelle loro vite. Certo non a lungo. Anzi.

Il film illustra bene il crescendo spasmodico del tasso alcolico: dalla seducente sensazione dell'ebbrezza, alla

domanda imperiosa della dose crescente, dall'esaltazione incontrollata dell'abuso seriale fino... fino al limite personale della propria resistenza ma anche della propria coscienza del problema. In tutto ciò si attinge a piene mani nell'antropologia del bere scandinavo cui la Danimarca appartiene a pieno diritto. E che Vinterberg dosa nella trama con pochi ma scelti riferimenti (come la gara tra studenti che segna l'inizio



e la scena al ristorante in cui l'insegnante di musica propone l'esperimento sullo sfondo dell'inarrivabile modello del vino, bevanda prestigiosa ed esclusiva che guarda dall'alto la birra di tutti i giorni).

Commedia intelligente e originale, "Un altro giro" gioca bene le carte del paradosso del bere la cui ambiguità è benignamente intessuta nella vicenda senza un giudizio morale o sociale e con una strizzatina d'occhio a quell'autoindulgenza senza cui la vita sarebbe

Commedia intelligente e originale, "Un altro giro" gioca bene le carte del paradosso del bere la cui ambiguità è benignamente intessuta nella vicenda senza un giudizio morale o sociale e con una strizzatina d'occhio a quell'autoindulgenza senza cui la vita sarebbe certamente più grigia

certamente più grigia. Ma che guarda anche al valore simbolico degli stili del bere come aspetto piccolo ma non indifferente dell'identità nazionale: nel

guazzabuglio delle identità correnti nel mondo occidentale, la scena dell'insegnante di musica che si prodiga per fare intonare al coro di scuola una struggente canzone tradizional-patriottica che riesce solo dopo adeguata lubrificazione alcolica, dice qualcosa delle incertezze di noi Europei. Non manca un'ironia anche feroce in questo quadro nostalgico (la sbornia riporta tutti alla realtà e alla sua inevitabile malinconia tranne in un caso). Vinterberg è dopo tutto erede di quella cinematografia danese corrosiva delle sicurezze welfaristiche e del mito della singolarità di un popolo sicuro di sé fino all'arroganza.

La lezione del film rivendica per l'alcol un ruolo (l'abbiamo detto: problematico) nella riparazione di pezzi della nostra meccanica sentimentale all'insegna del pizzico di follia necessario a cogliere il senso

della vita. Nei suoi momenti alti ma anche nella lezione della sconfitta e del dolore. La vorticoso scena finale sullo sfondo di un ultimo giorno di scuola nel raro sole del Baltico trasmette bene l'esplosione gioiosa del bere sociale ed è quella liberazione che lo spettatore spera per il suo protagonista. Un finale che dà al film un tono di rivincita, una seconda occasione per vivere di più e meglio. Ma il salto che spicca dal molo si congela in un fermo immagine che nulla rivela del dopo. Film di attori, tutti maschi e tutti bravi, con menzione d'onore per Mads Mikkelsen nel ruolo principale.

MICHELE CONTEL

Thomas Vinterberg, *Un altro giro* (DRUK, Danimarca 2020)

CALENDARIO EVENTI

10 e 17 settembre 2021

LA TERAPIA DELLE DIPENDENZE: TRA TRADIZIONE E INNOVAZIONE

Evento formativo SITD, sezione Lazio. Il webinar è accreditato ECM per le seguenti figure professionali del settore: Medico-Chirurgo (tutte le discipline), Biologo, Farmacista, Psicologo, Educatore Professionale, Infermiere, Assistente sanitario, Tecnico della Riabilitazione Psichiatrica, Terapista Occupazionale. Evento accreditato CNOAS per gli Assistenti Sociali.

Per iscriversi:

http://www.publiteditweb.it/paginephp/eventi/evento/evento_info.php?id=386

1 ottobre 2021

LE LINEE GUIDA SULLE DIPENDENZE DA SOSTANZE (ALCOL, FARMACI, HEROINA, COCAINA, RIDUZIONE DEL DANNO)

Evento formativo SITD, sezione Emilia Romagna. Il webinar è accreditato ECM per le seguenti figure professionali del settore: Medico-Chirurgo (tutte le discipline), Biologo, Farmacista, Psicologo, Educatore Professionale, Infermiere, Assistente sanitario, Tecnico della Riabilitazione Psichiatrica, Terapista Occupazionale. Evento accreditato CNOAS per gli Assistenti Sociali.

Per iscriversi:

http://www.publiteditweb.it/paginephp/eventi/evento/evento_info.php?id=387

COLOPHON

Osservatorio News

È la newsletter periodica dell'Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool

A cura di

Michele Contel
Benedetta Bianco

Hanno collaborato

Michele Contel
Benedetta Bianco

Realizzata da

Benedetta Bianco

Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool

Viale Pasteur, 10
00144 Roma
tel. +39.06.590 37 23
www.alcol.net