



# GIOVANI, ALCOL E DIVIETI

Opinioni e atteggiamenti dei giovani italiani sulle norme in materia di alcol





Ricerca realizzata con il contributo dell'Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcool,  
[www.alcol.net](http://www.alcol.net)

Realizzazione: Eclectica, Istituto di formazione e ricerca, Torino.

Responsabile della ricerca: Franca Beccaria.

Supervisione scientifica: Franco Prina, Università di Torino.

Rapporto di ricerca a cura di: Franca Beccaria, Franco Prina, Sara Rolando.

Elaborazione dati e analisi statistica: Giorgia Molinengo.

Collaborazione alla realizzazione focus group e indagine on-line: Filippo Andrei, Nicolò Campo, Chiara Giorleo, Alice Scavarda.

Torino, febbraio 2017

## Indice

CAPITOLO 1 – INQUADRAMENTO TEORICO E METODOLOGICO.....	4
1. Introduzione .....	4
2. Obiettivi conoscitivi .....	4
3. Inquadramento teorico.....	5
4. La normativa italiana in materia di alcol.....	10
5. Metodi e campione.....	12
5.1 <i>Gli strumenti di ricerca utilizzati</i> .....	12
5.2 <i>Il campionamento e le caratteristiche del campione</i> .....	12
5.3 <i>Analisi dei dati qualitativi e quantitativi</i> .....	14
CAPITOLO 2 – LE LEGGI E L’ALCOL: COSA PENSANO I RAGAZZI? I DATI QUANTITATIVI.....	16
1. Conoscenza delle norme legali .....	16
2. Giudizi sulle norme esistenti.....	19
3. Comportamenti in relazione alle norme esistenti .....	24
4. Giudizi in merito a possibili cambiamenti delle leggi.....	30
5. Previsioni dell’impatto di eventuali modifiche normative.....	37
CAPITOLO 3 – LE LEGGI E L’ALCOL: COSA PENSANO I RAGAZZI? I DATI QUALITATIVI.....	43
1. Innalzamento della soglia di età .....	43
2. Riduzione degli orari di vendita e somministrazione.....	47
3. Incremento dei prezzi al dettaglio .....	50
4. Divieto di consumo in luoghi pubblici.....	52
5. Apposizione di messaggi allarmistici sulle etichette.....	56
6. L’alternativa a nuove misure restrittive: le proposte dei giovani .....	58
CAPITOLO 4 – RIFLESSIONI CONCLUSIVE .....	62
1. Discussione .....	62
2. Conclusioni.....	64
Bibliografia .....	67
Allegati .....	71

## CAPITOLO 1 – INQUADRAMENTO TEORICO E METODOLOGICO

### 1. Introduzione

Molte e divergenti – nel dibattito scientifico, nei discorsi pubblici e nelle arene della decisione politica – le risposte alla domanda su come si possano incentivare comportamenti di bere responsabili, in grado di limitare efficacemente i diversi problemi alcolcorrelati che suscitano preoccupazione, in modo particolare con riferimento ai giovani.

Al fianco di orientamenti che hanno come orizzonte le strategie di prevenzione fondate su processi educativi e culturali o su risposte sociali a problematiche di carattere più ampio, che riguardano categorie particolari di persone, da sempre hanno avuto spazio orientamenti che definiscono possibile il raggiungimento dell’obiettivo del controllo dei consumi alcolici attraverso strumenti di tipo giuridico. Attraverso cioè l’introduzione e frequente modifica di norme, costituite da obblighi e divieti, e delle relative sanzioni per i casi di non ottemperanza.

Questo studio osservazionale intende fornire elementi di riflessione sull’interrogativo se e come forme di controllo introdotte in questi anni o introducibili in futuro per via legislativa possono o meno favorire l’evitamento di condotte problematiche e di alcuni problemi alcolcorrelati, a partire da come sono percepite/recepite e come sono o verrebbero gestite dai destinatari delle stesse.

La ricerca permette altresì di mettere in evidenza – ancorché in via ipotetica – le possibili conseguenze inattese o perverse di alcune delle scelte ipotizzate in termini di maggiori costi economici, umani e sociali, di più diffusi danni alla salute, di crescita della distanza tra giovani e adulti, di rottura di fiducia degli stessi giovani nei confronti delle istituzioni.

### 2. Obiettivi conoscitivi

Un primo impegno della ricerca è quello di riprendere e aggiornare l’esplorazione delle opinioni e degli atteggiamenti dei giovani intorno alle norme che regolano, nel presente, i rapporti tra individui e alcol e, più in generale, i comportamenti alcolici. Esse, come sappiamo, riguardano in primo luogo l’accessibilità delle bevande (con i divieti posti ai minorenni all’acquisto e con le ordinanze dei Sindaci riferite ai consumi in luoghi pubblici) e, in secondo luogo, le limitazioni riferite alla guida di autoveicoli, con la recentissima introduzione del reato di “omicidio stradale”. E, ancora, definiscono alcuni vincoli di natura prevalentemente amministrativa per regolare alcuni aspetti delle abitudini di consumo. Più lontane dalle esperienze quotidiane, anche se non del tutto marginali, le norme penali che vedono l’alcol come aggravante nel caso di commissione di reati.

Rispetto alle norme attualmente esistenti la ricerca si ispira al filone di ricerche note con l’acronimo di ricerche KOL (*Knowledge and Opinion about Law*) interessate ad esplorare quale sia il grado di conoscenza delle leggi e quali siano le opinioni intorno alla loro validità, opportunità, utilità in rapporto ai problemi che intendono regolare. Si tratta di un insieme di ricerche che hanno avuto un certo sviluppo nella tradizione della sociologia del diritto empirica (negli anni ‘60 e ‘70 del ‘900) che, in anni successivi, son state integrate dalle riflessioni derivanti dai *Legal consciousness studies*, come sarà esplicitato più avanti nel paragrafo sui riferimenti teorici.

Proprio per ovviare ai limiti delle ricerche KOL, oltre al livello e correttezza delle conoscenze delle norme e all’espressione delle opinioni in merito alla loro validità, utilità e opportunità (opinioni che potrebbero essere formulate in modo convenzionale), si è posta attenzione:

- alle pratiche “sitate” che i giovani pongono in essere, ossia da essi concretamente agite sia sul fronte dell’approvvigionamento (in particolare da parte di minorenni), sia su quello dei

comportamenti correlati alla guida, sia eventualmente su quello di altre situazioni di uso e abuso associate a violazione di norme penali o amministrative;

- alla gestione, da parte degli stessi, delle reazioni istituzionali subite a seguito della violazione delle norme in essere (vissuti e percezione di giustizia/ingiustizia, conseguenze sul piano materiale e sociale, ecc.);
- alle eventuali strategie di evitamento del controllo istituzionale poste in essere dai giovani in momenti successivi alla sperimentazione di sanzioni subite in conseguenza di comportamenti non conformi;
- all'efficacia deterrente (speciale e generale) che le diverse norme hanno, sia cioè direttamente (ricostruendo i comportamenti post-sanzione da parte di chi l'ha subita almeno una volta), sia indirettamente, come grado di adeguamento alla norma per l'astratta paura delle conseguenze della sua violazione o per la conoscenza di persone che sono state sanzionate.

A fianco e a integrazione di questo primo obiettivo, ci si è proposti di esplorare – al fine di prefigurare scenari possibili e conseguenze (anche inattese) – le valutazioni e le reazioni (nuovamente in termini di opinioni, giudizi e, soprattutto, atteggiamenti che verrebbero concretamente adottati dai giovani) all'introduzione di alcuni nuovi contenuti normativi finalizzati al controllo e contenimento dell'uso di bevande alcoliche.

Il riferimento è ad alcuni orientamenti presenti nel dibattito pubblico o in specifiche leggi già adottate a livello internazionale che sostengono l'opportunità di introdurre maggiori limitazioni all'accessibilità alle bevande alcoliche. L'attenzione è stata posta su quelle auspiccate anche nel nostro Paese da esponenti di istituzioni e di saperi scientifici o da differenti "imprenditori morali" attivi nel confronto sul tema (Becker, 1963). In particolare sono state sollecitate reazioni alle ipotesi, alcune peraltro già adottate a livello locale, quali:

- l'innalzamento a 21 o a 25 anni dell'età di accesso alle bevande alcoliche sia nel commercio al dettaglio sia nei locali pubblici;
- la riduzione degli orari di somministrazione delle bevande alcoliche in bar e locali;
- l'aumento sensibile della tassazione, e dunque dei prezzi, delle bevande a base di alcol per renderne più oneroso l'acquisto e il consumo;
- il divieto di consumo in spazi pubblici (strade, piazze, anche all'esterno di bar, pub, locali, ...);
- il divieto di iniziative di marketing nelle loro diverse forme (dalla pubblicità veicolata attraverso i media tradizionali e i social media, alle sponsorizzazioni di eventi fino alla brandizzazione di locali);
- l'introduzione di forme di "avvertenza" sulle etichette delle bevande alcoliche con contenuti allarmanti che prefigurano i danni conseguenti al consumo.

Al centro dell'interesse, oltre che le opinioni su tali misure (in particolare il grado di accordo/disaccordo), sono le strategie di adattamento che sarebbero eventualmente poste in essere dai destinatari (ottemperanza, aggiramento, aperta violazione).

### 3. Inquadramento teorico

La ricerca si colloca nel campo di riflessioni teoriche e studi empirici propri della sociologia del diritto (Prina, 2016a) per l'attenzione attribuita al processo di applicazione delle norme, alla percezione delle stesse da parte dei destinatari e alla loro maggiore o minore efficacia in rapporto ai comportamenti e ai fenomeni che hanno inteso regolare. Guarda ovviamente anche alla sociologia della devianza e dell'*addiction*, per il focus sui significati e sui contesti di non consumo, di consumo e di abuso di sostanze psicoattive legali e illegali e il loro rapporto con le norme formali e informali.

Il riferimento alla tradizione della sociologia del diritto è fondamentale per il suo interrogarsi sul modo in cui i messaggi normativi giuridici sono presenti nelle pratiche sociali quotidiane delle persone, ovvero il modo con cui il diritto opera concretamente nella quotidianità degli individui (Sarzotti, 2016). Assumiamo il principio che il modo e l'intensità con cui le norme "orientano e danno significato ai comportamenti degli individui dipendono anche dalla conoscenza che essi hanno delle norme giuridiche, dal modo in cui le interpretano, dagli atteggiamenti che essi assumono nei loro confronti, dalle opinioni e dai valori attraverso cui le giudicano e – di conseguenza – le utilizzano" (Blengino, 2016, 202).

Il grado di effettiva conoscenza e comprensione delle norme del diritto da parte dei cittadini ha costituito l'oggetto di indagine di un ampio filone di ricerche sociologico-giuridiche designate con l'acronimo KOL, ossia *Knowledge and Opinion about Law* (Podgórecki et al., 1973). Esse nascono sulla base del presupposto che la conoscenza delle norme e, in subordine, l'accordo con i loro contenuti da parte dei destinatari delle stesse, siano condizioni essenziali di ottemperanza e dunque di efficacia delle stesse. Ne consegue che studiare conoscenze e opinioni sulle leggi consente, secondo questa prospettiva, di ben comprendere il ruolo che esse possono ricoprire nell'orientare i comportamenti individuali.

Ora è evidente che se il cittadino ignora l'esistenza di una legge si trova di fatto nella impossibilità di decidere se ottemperare o meno ai divieti o agli obblighi che essa prevede. Tuttavia altre importanti riflessioni hanno messo in luce come la sola conoscenza di una norma e delle sanzioni che vi siano eventualmente correlate non è una garanzia del rispetto della stessa. La letteratura in tema di ottemperanza ai dettati normativi ha nel tempo superato l'assunto idealista secondo cui i comportamenti sono ispirati da una razionalità individuale che si nutre di conoscenza di comandi e divieti e di calcolo dei benefici derivanti dal rispetto degli stessi o dal confronto tra benefici e costi derivanti dalla non ottemperanza. A maggior ragione se parliamo di norme che regolano comportamenti che si adottano non solo con finalità strumentali (ottenere un beneficio materiale o un guadagno tangibile), bensì per un insieme complesso di motivazioni, molte delle quali di carattere espressivo o correlate a stati d'animo o a dimensioni relazionali. Come è palesemente il caso dell'assunzione di bevande alcoliche. Per questo è stata introdotta molti anni fa (tra gli altri da Chambliss, 1969; ripresa in Cottino, 1973) la fondamentale distinzione, a proposito di gradi di ottemperanza delle norme, tra comportamenti strumentali e comportamenti espressivi (per i quali la componente razionale e di calcolo appare contenuta) e si è presa in considerazione la collocazione dell'individuo nel gruppo (dei pari o della subcultura di appartenenza), ovvero gli elementi di contesto presenti al momento delle scelte (considerando cioè le opportunità, i vincoli e gli ostacoli all'agire).

Queste distinzioni sono rilevanti per gli sviluppi delle riflessioni sui rapporti tra individui e norme specifiche, che hanno ben evidenziato come il rapporto tra i cittadini e il diritto non si possa ridurre al solo aspetto della più o meno estesa conoscenza delle leggi, né dell'opinione su specifiche norme, considerate in astratto. I limiti delle ricerche KOL hanno indotto a meglio esplorare le "modalità con cui le opinioni, le rappresentazioni e i giudizi su tali messaggi entrano nella vita concreta delle persone non esperte di diritto" (Blengino, 2016, 204). È questo l'ambito di ricerca dei c.d. *Legal Consciousness Studies* (Kutschinsky, 1973). La coscienza giuridica filtra e rielabora i contenuti dei messaggi giuridici. Essa rappresenta infatti le lenti che ciascuno possiede e che sono espressione della sedimentazione di orientamenti morali, culturali, sociali, religiosi maturati nel tempo, costantemente aggiornati per effetto degli scambi propri del sistema di relazioni che ogni individuo sperimenta. Sono questi i fattori che influenzano "la capacità dei messaggi normativi giuridici di essere pienamente compresi e di svolgere quindi le due funzioni di orientamento e di attribuzione di significato all'agire" (Blengino, 2016, 204).

Parlare di orientamenti che filtrano e interpretano i messaggi normativi rimanda peraltro a due altre dimensioni teoriche che fanno da sfondo alla nostra ricerca.



La prima dimensione riguarda gli studi e le teorie formulate nel tempo a proposito dei processi di socializzazione normativa, ossia "quella parte del processo di socializzazione che riguarda nello specifico le conoscenze, le competenze, gli atteggiamenti verso gli aspetti giuridici presenti in una società: le leggi, le sanzioni, gli organi del sistema giuridico e giudiziario, i rapporti con il potere e l'autorità, l'obbedienza e la conformità, oppure la non conformità, alle leggi; ancora, le rappresentazioni e le credenze che riguardano la coscienza giuridica, i comportamenti giuridicamente orientati, l'utilizzo delle norme giuridiche in quanto vincoli e risorse" (Favretto, 2016, 226). Delle complesse elaborazioni che intorno al tema sono state formulate qui preme ricordare almeno tre punti fermi. In primo luogo, che la socializzazione giuridica e normativa non deve essere intesa come un processo di introiezione di norme e valori che procede dall'alto, ossia dagli adulti, al basso, verso i bambini e gli adolescenti, "ma un costante processo di riproduzione interpretativa che veicola le norme, i valori, i modelli di comportamento e le pratiche materiali in modo circolare e continuo tra tutti i partecipanti le interazioni" (ivi, 218). Va cioè superata la visione passiva dei socializzandi, che hanno invece un ruolo attivo nella rielaborazione del patrimonio normativo loro trasmesso e più in generale dunque nelle trasformazioni della stessa cultura normativa e giuridica. In secondo luogo, va sottolineato come "il rapporto tra la conoscenza delle leggi e il ragionamento giuridico, da un lato, e le competenze normative e valoriali più generali possedute dei singoli, così come le loro condotte, dall'altro, non sia lineare, quanto, viceversa, complesso e sensibile a variabili individuali e sociali" (ivi, 226). Infine, merita attenzione il fatto che gli individui, nel mettere in atto le loro condotte, ossia il loro agire in campi orientati da norme giuridiche, fanno in genere riferimento (a maggior ragione in società complesse, in cui convivono riferimenti normativi plurimi) a una pluralità di criteri e di principi normativi a seconda dei contesti e delle situazioni. Vedremo come questi aspetti possono essere utili nell'interpretare i risultati della nostra ricerca.

La seconda dimensione importante - la cui rilevanza potremo osservare anche nel campo oggetto di nostro interesse - riguarda i mezzi attraverso cui le persone pervengono alla conoscenza dei contenuti di leggi o norme, poiché "la maggior parte delle informazioni e della conoscenza che le persone acquisiscono sul diritto e sul funzionamento del sistema giuridico deriva da libri, giornali, programmi televisivi, film e social networks... L'immagine sociale del diritto rappresenta un'importante fonte della sua legittimazione e uno dei principali motivi che inducono le persone a rispettare o a violare le prescrizioni giuridiche" (Blengino, 2016, 205). Ciò significa che molto più di precise e accurate informazioni sui contenuti tecnici delle norme contano le scelte comunicative dei media, normalmente semplificate e interessate a veicolare essenzialmente gli aspetti più notiziabili delle stesse. Da qui le spesso parziali, se non distorte, conoscenze dell'opinione pubblica intorno a normative o leggi, con la sempre più frequente confusione tra proposte di legge e leggi approvate o con l'approssimazione delle convinzioni diffuse circa aspetti importanti di specifiche normative. A questo si aggiunge il fatto che nel contesto contemporaneo anche l'immagine sociale del diritto (e delle singole specifiche leggi) appare non più solo frutto della comunicazione verticale, da fonti emittenti di messaggi ai destinatari receipienti in modo passivo, ma anche di quella orizzontale della rete e dei social network. La loro rilevanza, in modo particolare nel caso dei giovani e proprio sulle materie controverse come quelle relative a consumi o comportamenti trasgressivi di divieti o regole, risulta sempre più elevata. Vi si trovano infatti molti messaggi che sostengono gli individui sia in direzione della conformità, sia - e forse più frequentemente - in direzione del dissenso, della disobbedienza esplicita, veicolando il repertorio di razionalizzazioni, motivazioni e giustificazioni che possono sostenere la devianza dalla norma, nonché informazioni su pratiche di aggiramento delle possibilità di controllo istituzionale o di opportune reazioni all'applicazione delle stesse norme.

Questo insieme di riflessioni costituisce dunque lo sfondo della nostra ricerca. Un insieme che ritroviamo in modi vari, spesso mediati e indiretti, in molti studi e ricerche che hanno esplorato le condizioni nelle quali si dipanano le esperienze degli individui con le sostanze psicoattive. In particolare per quelle che sono oggetto di espliciti divieti penali relativamente a qualunque azione le

riguardi, ma anche per quelle, come l'alcol, regolate da un intreccio di norme di natura diversificata il cui rispetto è comunque sollecitato.

A questo proposito, ovvero se si passa alla letteratura sul tema delle conoscenze, degli atteggiamenti e, soprattutto delle condizioni di ottemperanza alle norme in materia di alcol e droghe illegali da parte degli individui, i riferimenti sono indubbiamente molti.

Tra i più noti senza dubbio va ricordato H. Becker (1963; tr. it. 1987) con lo studio su come si diventa consumatori di marijuana (e più in generale devianti), laddove evidenzia come sia l'interazione con i pari nel gruppo deviante a consentire all'individuo – oltre che di apprendere le tecniche per percepire gli aspetti positivi del consumo ed evitare di essere scoperti e sanzionati – di mettere a tacere nel proprio intimo le norme interiorizzate nei processi di socializzazione contrarie alla violazione delle leggi. Collegandosi alle analisi di Sykes and Matza (1957) sulle tecniche di “neutralizzazione” delle norme, tecniche attraverso cui si rielaborano i riferimenti normativi al fine di superare gli ostacoli interiori alla messa in atto di comportamenti che la legge proibisce. Poi riprese dagli studi sulle negazioni e giustificazioni di comportamenti devianti e criminali di Cohen (2002) che possono intervenire *ex ante* (prima cioè del comportamento proibito) o *ex post* (una volta scoperti e a rischio di sanzione).

Più in specifico ancora e con riferimento a ricerche empiriche, merita ad esempio segnalare uno studio americano sulle conoscenze e gli atteggiamenti nei confronti delle regole in materia alcolica in vigore nei campus universitari da cui emerge che la maggioranza dei nuovi studenti è sì a conoscenza delle restrizioni, ma che meno della metà di questi è disponibile ad accettarle (Marshall et al., 2011). Inoltre la maggioranza degli studenti beve nonostante i divieti. Tuttavia è interessante notare come tra coloro che condividono le regole, i consumi durante gli eventi sociali siano inferiori rispetto a chi non condivide le regole. Secondo gli autori, questa ricerca conferma la *theory of planned behaviour* che afferma che i comportamenti sono influenzati soprattutto dagli atteggiamenti e dalle intenzioni e molto meno dalla conoscenza delle leggi e delle regole.

Uno studio australiano che ha indagato, tra ragazzi di 14-17 anni, quanto sia moralmente corretto consumare sostanze psicoattive e se sia corretto limitare il consumo con lo strumento legislativo, ha mostrato come il giudizio morale negativo del consumo sia correlato al non essere consumatori, così come la percezione della legittimità del divieto di consumo ai minori dei 18 anni sia maggiormente diffuso tra i non consumatori.

Lo studio inglese di Visser e colleghi basato su questionari compilati da 16-21enni, evidenzia come chi consuma meno alcol ed è più grande attribuisce maggiore efficacia alle norme che regolamentano l'accesso alle bevande alcoliche (Visser et al., 2014). Anche i ragazzi e i giovani olandesi sono molto meno propensi ad appoggiare politiche restrittive sull'alcol rispetto agli adulti (van der Sar et al., 2011).

Le norme sociali sul bere, più che quelle giuridiche, influenzano inoltre in modo significativo gli atteggiamenti di approvazione e i comportamenti di rispetto o di violazione delle norme. Secondo Akers, (1992) tanto più gli individui definiscono il consumo di droghe o di bevande alcoliche un comportamento buono o accettabile o giustificabile, tanto più saranno propensi a consumare.

Dagli studi sulle sostanze illegali, sappiamo che l'effetto deterrente della proibizione è piuttosto limitato (MacCoun e Reuter, 2005). Il meccanismo dissuasivo della deterrenza è basato sul presupposto che i comportamenti sociali siano influenzati dalla minaccia delle sanzioni, relazione che trova fondamento nella teoria della scelta razionale che considera l'individuo in grado di pesare i vantaggi e gli svantaggi di determinate scelte. Secondo questa prospettiva, la persona valuta se mettere atto una violazione alle leggi calcolando il rapporto tra costi e benefici: se i vantaggi sono percepiti come superiori molto probabilmente la condotta sarà messa in atto. La sanzione dovrebbe dunque essere tale da avere un'efficacia dissuasiva. Come già ricordato sopra le scelte razionali dell'individuo oggi tendono a essere collocate in un quadro teorico più complesso che considera la



scelta condizionata, oltre che dalla capacità decisionale dell'individuo, dal panorama delle opportunità e dai limiti strutturali. La scelta razionale è, secondo Elster (1999), guidata anche da emozioni, circostanze e credenze, mentre secondo la Pilkington (2007) è frutto di una lotta tra struttura sociale, contesto e *agency*, ossia la capacità di decisione del singolo.

In queste scelte ha ovviamente un ruolo importante la conoscenza (o la percezione) di quale sia il grado di applicazione delle sanzioni previste sulla carta da parte, in particolare, delle agenzie di controllo preposte a far rispettare le leggi. Ovvero, dal punto di vista soggettivo, la percezione della probabilità di essere scoperti. Gli studi che prendono in considerazione sia la severità della pena che la certezza della sua applicazione evidenziano un effetto deterrente minimo della sola severità della pena a fronte di una maggiore efficacia deterrente della sua pronta e certa applicazione (Nagin, 1998). E naturalmente rimandano anche al tema della selettività del controllo istituzionale, dei cambiamenti nel tempo della rilevanza attribuita a violazioni diverse, agli interessi (materiali, simbolici, istituzionali) che possono favorire o contrastare l'attenzione verso determinate aree di violazione delle norme (Prina, 2003).

Per questo, nel ragionare sulla relazione tra individui e norme, appare indispensabile prendere in considerazione non solo i profili di conoscenza delle norme, ma anche la percezione del rischio di essere scoperti a violarle e sanzionati, nonché la valutazione delle conseguenze che ne possono derivare. Occorre cioè far riferimento non solo alla severità della sanzione, ma soprattutto al fatto che sia o meno percepita come estesamente applicata, poiché è su questo piano che si gioca gran parte della probabilità di ottenere l'effetto dissuasivo sperato. Considerando che i destinatari delle norme, soprattutto se non condivise, anche quando sanzionati, porranno in essere comportamenti adattativi non tanto in direzione dell'abbandono di quanto proibito, bensì in quella della riduzione al minimo della probabilità di essere scoperti, come dimostra una ricerca sui consumatori italiani di sostanze illegali posti di fronte al sistema di sanzioni amministrative (Scarscelli et al., 2011).

Il tema dell'applicazione delle norme peraltro, come vedremo, riguarda non solo i destinatari ultimi delle stesse, ma anche coloro che devono mettere in atto comportamenti in esse previsti perché producano gli effetti dichiarati (ad esempio i baristi o gli esercenti) fino ad arrivare ai titolari dei ruoli di controllo e di repressione. Questione che attiene alle tematiche dell'effettività (*conditio sine qua non* dell'efficacia) dei dispositivi normativi laddove essi pongano le premesse per politiche di regolazione di fenomeni sociali (Prina, 2016 a; b).

Infine non si possono dimenticare i contributi degli studiosi che definiscono la società contemporanea come una società del rischio (Beck, 1992) e individualizzata (Giddens, 1991; Bauman, 1998). Una società culturalmente segnata da una spinta sotterranea verso ciò che le sostanze psicoattive possono promettere (Beccaria and Prina, 2016). E' in essa che, come in altre epoche, i giovani decidono se consumare alcol o droghe, soppesando benefici e rischi (tra cui quelli derivanti dal fatto che si tratta di consumi vietati o oggetto di restrizioni), ma percependo un fondo di contraddizione e incoerenza della cultura dominante e, più direttamente, del mondo degli adulti con cui si confrontano. Una cultura che, da un lato, alimenta ed esalta in maniera estesa la ricerca di piacere, la trasgressione, il rischio, e, dall'altra, sembra voler salvare le apparenze di moralità prendendosi con i comportamenti (pur ispirati a quegli stessi valori) messi in atto dalle fasce meno dotate di potere. Se un tempo ciò avveniva con le classi sociali inferiori (Snowdon, 2011), oggi l'attenzione si concentra, oltre che sui "diversi", gli estranei, in modo particolare sui giovani. Con la conseguenza del rischio di far percepire le norme sull'alcol (ma la cosa riguarda anche la cannabis), che hanno come target principale i giovani, come uno strumento di controllo da parte degli adulti e della società nel suo insieme, incoerenti, ingiuste e dunque da trasgredire maggiormente.

#### 4. La normativa italiana in materia di alcol

Un breve richiamo meritano le norme di cui parleremo, ossia il panorama delle leggi che regolano, in Italia, la questione dell'alcol e delle bevande alcoliche, nonché i comportamenti che vi fanno riferimento.

Per molto tempo le bevande alcoliche sono state oggetto di normativa solo in quanto prodotti commerciali sottoposti al regime fiscale o relativamente alle conseguenze dell'ubriachezza e del suo impatto sull'ordine pubblico (Cottino, 1992). Per quanto riguarda il primo aspetto, le bevande alcoliche sono sottoposte al regime delle accise conformemente alla disciplina comunitaria stabilita nella Dir. 92/83/CEE e nella Dir. 92/84/CEE per armonizzare, senza di fatto riuscirci, la tassazione degli alcolici a livello Europeo. Per quanto riguarda il secondo aspetto, il Codice Penale prevede una multa per chiunque sia colto in stato di manifesta ubriachezza in un luogo o locale pubblico (art. 688) e stabilisce che lo stato di ubriachezza abituale costituisce un'aggravante nel caso di reato (art. 94). Vieta inoltre ai gestori di locali pubblici di somministrare bevande alcoliche ai minori di 18 anni (art. 689, successivamente modificato) o a persone in stato di evidente ubriachezza (art. 691), pena la sospensione dell'esercizio.

Dopo il periodo fascista – quello in cui sono state introdotte la maggior parte delle misure di controllo per limitare la produzione e la distribuzione di alcolici – l'alcol sparì dall'arena politica fino al 1988, quando fu introdotto il limite alcolemico consentito alla guida pari a 0,8 g/l (Anav, 2007). La fine del XX° secolo fu caratterizzata da una crescente attenzione ai problemi alcolcorrelati: basti pensare che tra il 1996 e il 1997 furono presentate al Parlamento ben dieci proposte di legge, che confluirono nel 2001 nella Legge quadro n.125 (Beccaria and Rolando, 2015; Prina, 2010)

Anche questa legge toccò l'aspetto della guida, uno dei temi più sentiti in Italia, a causa dell'alto numero di incidenti stradali e della risonanza di questi sui media. Con questa legge il limite consentito per guidare fu abbassato a 0,5 g/l. Dal 2010, nella revisione del Codice della Strada, questo limite è stato portato a 0 g/l per i giovani minori di 21 anni, per chi ha conseguito la patente di guida da meno di 3 anni e per i conducenti professionisti. In caso di mancata osservanza sono previste pene severe, che vanno dalla sanzione pecuniaria fino alla possibile reclusione (vedi tabella 1.1). Anche il rifiuto di sottoporsi all'accertamento del tasso alcolemico è considerato un reato ed è punito, oltre che con la perdita di 10 punti dalla patente di guida, con le stesse pene previste per chi guida con tasso alcolemico superiore a 1,5 g/l.

Tabella 1.1 - Codice della Strada, art. 186

Alcolemia	Sanzioni	Sospensione della patente	Altre conseguenze
>0 (giovani, neopatentati e guidatori professionisti)	Da 155 a 624 euro	NO	-
Da 0,5 a 0,8 g/l	Da 500 a 2.000 euro	Da 3 a 6 mesi	-
Da 0,81 a 1,5 g/l	Da 800 a 3.200 euro	Da 6 mesi a 1 anno	Arresto fino a 6 mesi
Oltre 1,5 g/l	Da 1.500 a 6.000 euro con arresto da 6 mesi a 1 anno	Da 1 a 2 anni  Se il veicolo appartiene a un'altra persona il periodo di sospensione è	Arresto da 3 mesi a 1 anno  Sequestro preventivo del

raddoppiato.	veicolo
	Confisca del veicolo (salvo che non appartenga ad altri)

Fonte: Beccaria F. (2013), *Alcol e giovani. Riflettere prima dell'uso*. Firenze: Giunti, p. 188.

Nel 2016 è stato inoltre introdotto nel Codice Penale il delitto di omicidio stradale (articolo 589-bis) che prevede la reclusione da 8 a 12 anni per chi in stato di ebbrezza alcolica grave – cioè con un tasso alcolemico superiore a 1,5 g/l – abbia provocato un incidente stradale mortale, e la reclusione da 5 a 10 anni nel caso di ebbrezza alcolica media (tasso alcolemico compreso tra 0,8 e 1,5 g/l).

Oltre che abbassare il limite di alcolemia consentito alla guida, la legge 125 del 2001 ha anche regolamentato la pubblicità degli alcolici (art. 13). Questa norma, che arriva dopo e in gran parte ricalca il Codice di Autodisciplina Pubblicitaria (art. 22), proibisce le pubblicità che rappresentino il consumo di alcolici in una luce positiva o attribuiscono alle bevande alcoliche proprietà terapeutiche. Vieta inoltre la rappresentazione di minori nell'atto di bere e la trasmissione di pubblicità di bevande alcoliche all'interno di programmi televisivi a loro dedicati e nei quindici minuti precedenti e successivi agli stessi, così come vieta ogni forma di pubblicità di alcolici nei luoghi frequentati prevalentemente dai minori di 18 anni di età. L'unica vera novità introdotta dalla Legge quadro rispetto al Codice sopracitato riguarda la pubblicità delle bevande alcoliche con gradazione superiore ai 21°, che è vietata su ogni forma di stampa destinata ai minori, nei cinema quando vengono proiettati film prevalentemente destinati ai minori e alla radio o in televisione tra le 16.00 e le 19.00.

La versione originale della legge-quadro prevedeva anche un comma relativo all'apposizione di etichette di *warning* sulle bottiglie di alcolici, analogamente a quanto avvenuto per le sigarette. Questa proposta scatenò un acceso dibattito sui mass-media e, in sede di approvazione della Legge, fu cancellata (Beccaria and Rolando, 2015).

Dopo il 2001 sono stati pochi gli interventi legislativi in tema di alcol. La Legge 120/2010 (art. 54) ha stabilito che gli esercizi commerciali devono interrompere la vendita e/o la somministrazione di bevande alcoliche alle ore 3 e non possono riprenderla prima delle ore 6 di qualsiasi giorno, mentre le vendite da asporto devono essere sospese dalle 24 alle 6. Inoltre i titolari e/o gestori di locali aperti oltre le ore 24 devono mettere a disposizione dei clienti un apparecchio di rilevazione del tasso alcolemico ed esporre relative tabelle informative nel proprio locale. La legge non specifica però se tali apparecchi debbano o meno essere gratuiti per il pubblico.

Il Decreto 189/2012– di conversione del Decreto Legge n. 158/2012 noto come “D.L. Salute Balduzzi” – ha introdotto il divieto di vendita di bevande alcoliche ai minori di 18 anni sia nei punti di vendita al dettaglio che negli esercizi pubblici, con l'obbligo di richiesta del documento di identità da parte del venditore al potenziale acquirente nel caso in cui la maggiore età non sia manifesta. La norma estende inoltre il divieto di vendita di bevande alcoliche ai minori anche attraverso i distributori automatici, che dovranno essere dotati di sistemi automatici per la lettura dei documenti o presidiati da personale dedicato.

Oltre alle norme nazionali, esistono anche delle ordinanze comunali che – in virtù della legge 125/2008, il cosiddetto “pacchetto sicurezza” Maroni, che ha dato potere ai sindaci di adottare provvedimenti utili al fine “di prevenire e di eliminare gravi pericoli che minacciano l'incolumità pubblica e la sicurezza urbana” – si occupano anche di consumi alcolici. Dalle ricerche effettuate sulle ordinanze emesse (Cittalia-Anci, 2009; Galdi and Pizzetti, 2012), risulta che il consumo di alcol in orari notturni negli spazi pubblici di fronte ai locali è stata una delle problematiche maggiormente trattate, seconda solo alla prostituzione. Risulta anche che questo potere è stato esercitato da parte dei

sindaci con un ampio grado di creatività e discrezionalità, determinando situazioni diverse tra Comuni a poca distanza uno dall'altro. Sono state introdotte ad esempio alcune limitazioni di orari che riguardano non solo la somministrazione, ma addirittura l'apertura dei locali, o il divieto di consumare alcolici in parchi, piazze, strade di alcune città o centri storici. Molti interventi hanno come obiettivo principale la tutela del decoro urbano e della quiete pubblica, mentre altri, come il divieto di uscire dai locali pubblici con bottiglie o altri contenitori di vetro, sono finalizzati a prevenire incidenti che possono scaturire da risse.

## 5. Metodi e campione

### 5.1 Gli strumenti di ricerca utilizzati

È stato adottato un approccio *mixed-method*, che integra strumenti quantitativi e qualitativi, online e in presenza. Sono stati impiegati:

- a) un questionario online (CAWI) strutturato in domande chiuse (21) volte a indagare opinioni, atteggiamenti e comportamenti di giovani 15-25enni relativi alle norme vigenti sull'alcol (allegato 1);
- b) un focus group asincrono online (blog) con alcune domande aperte, accompagnate da immagini stimolo, volte a rilevare atteggiamenti e comportamenti che potrebbero essere adottati, nel caso dell'introduzione di nuove norme, da parte di 15-25enni (allegato 2);
- c) quattro focus group in presenza, a integrazione del focus group online, volti a sollecitare valutazioni e reazioni di giovani di 15-17 anni e 23-25 anni in merito a possibili innovazioni normative. I focus group, nello specifico, hanno sottoposto i gruppi di giovani alle stesse domande stimolo proposte sul web: l'introduzione di nuove misure restrittive concernenti l'età legale per bere alcolici, gli orari di somministrazione, i prezzi delle bevande alcoliche, i luoghi di consumo e l'introduzione di messaggi allarmistici sulle etichette delle bottiglie.

La pubblicazione online del questionario e del blog è avvenuta contestualmente a fine settembre 2016. La raccolta dati si è chiusa a novembre.

### 5.2 Il campionamento e le caratteristiche del campione

Per raggiungere il target è stato usato il metodo di campionamento non probabilistico a palla di neve, a partire dai social media e dalle mailing list personali e istituzionali dei ricercatori, che comprendono scuole secondarie di secondo grado, alcuni corsi universitari presenti in diverse Facoltà e sedi italiane (Scienze Politiche, Sociologia, Infermieristica, Medicina, Agraria...), operatori sociosanitari, educatori, associazioni giovanili e gruppi informali. Un collaboratore ha poi presidiato il reclutamento con attività mirate a incrementare il numero di risposte attraverso l'uso dei social media e in particolare dei gruppi informali di Facebook formati da giovani. Questi ultimi possono essere suddivisi in quattro categorie:

- gruppi di studenti universitari,
- gruppi di studenti di scuole medie superiori,
- gruppi che si occupano di organizzazione e promozione di feste per giovani,
- gruppi di appassionati o intenditori di alcune bevande alcoliche (vino, birra, cocktail), come ad es. "Birra artigianale e di qualità", "Analfabeti della Birra"...

Inizialmente il questionario e il blog sono stati proposti indiscriminatamente a tutti questi tipi di gruppi, successivamente ci si è concentrati sulle categorie meno rappresentate e si sono "abbandonati" i gruppi universitari. I gruppi di scuole medie superiori sui quali è stato condiviso il link alla ricerca sono circa 50 (ciascuno aveva circa da 500 a 2500 partecipanti), mentre nel caso degli altri tipi di gruppo sono circa una decina e non hanno fornito risposte numericamente soddisfacenti. Il

metodo è risultato dunque particolarmente efficace con gli studenti di scuole medie superiori, mentre ha avuto meno successo con i lavoratori.

Anche i partecipanti ai focus group sono stati individuati attraverso le reti personali e istituzionali dei ricercatori. L'obiettivo era quello di costituire gruppi di giovani in linea di massima estranei tra di loro, bilanciati rispetto al genere e provenienti da scuole/contesti lavorativi diversificati.

Hanno risposto all'indagine CAWI 1.914 persone. Sono stati ritenuti validi ed elaborati 1.816 questionari, compilati da maschi e femmine, prevalentemente diplomati, di età compresa tra i 18 e i 21 anni, secondo quanto descritto nella tabella seguente. La maggior parte dei ragazzi (70%) risiede in una provincia del Nord Italia. Nonostante gli sforzi fatti per raggiungere anche i giovani con un titolo di studio basso, i laureati sono sovradimensionati rispetto alla popolazione generale. Ciò si può spiegare solo in parte con i canali di reclutamento utilizzati. E' probabile che gli universitari siano più propensi a partecipare a un'iniziativa di questo tipo, perché la ricerca scientifica è più vicina ai loro interessi e ai loro percorsi di studio.

Tabella 1.2 - Campione dell'indagine CAWI (valori %)

<b>Genere</b>	
Maschio	41,1
Femmina	58,9
<b>Età</b>	
15-17 anni	22,4
18-21 anni	45,6
22-25 anni	32
<b>Titolo di studio</b>	
Laurea specialistica	5,7
Laurea triennale	17
Diploma (5 anni)	51,3
Qualifica professionale (3 anni)	3,7
Diploma di scuola media inferiore	22,3%

Per quanto riguarda le abitudini di consumo del campione, il 57% dei ragazzi si definisce bevitore occasionale, il 26% bevitore regolare, il 3% consuma quotidianamente alcolici e il 14% è astemio. Non c'è una relazione statisticamente significativa tra il genere dei soggetti e il dichiararsi bevitore o astemio (chi-square=2,9, n.s.) né rispetto all'area geografica di provenienza (chi-square=5,6, n.s.) mentre la percentuale di bevitori aumenta al crescere dell'età (chi-square=48,8, p<.000).

A circa la metà degli intervistati è capitato di aver bevuto tanto in un'unica serata negli ultimi 30 giorni (il cosiddetto *binge drinking*), in particolare il 17% lo ha fatto due o più volte. Il 66% degli intervistati si è ubriacato almeno una volta nella vita, circa la metà dei ragazzi (48%) dichiara di essersi ubriacato 2 volte nella sua vita, il 19% tra 3 e 5 volte, il 9% tra 6 e 9 volte e il 7% dichiara di non ricordarlo.

Nonostante i due strumenti di rilevazione online fossero reciprocamente collegati con un link, molti meno sono stati coloro che hanno commentato il blog, che ha ricevuto in tutto 86 commenti. La spiegazione di questa significativa differenza di partecipazione tra il questionario e il blog va rintracciata probabilmente nel fatto che i messaggi volti a divulgare la ricerca e a promuovere la partecipazione invitavano in prima battuta a compilare il questionario, che era piuttosto lungo (21

item a batteria di risposte): è probabile che dopo la compilazione di quest'ultimo i rispondenti avessero esaurito il tempo e la motivazione per dare un ulteriore contributo. Inoltre scrivere un commento originale, seppure breve, può essere percepito dal rispondente come più impegnativo rispetto a scegliere tra le risposte già predefinite di un questionario.

Il rischio di un basso livello di partecipazione al blog, tuttavia, era già stata presa in considerazione e mitigato con l'organizzazione di interviste di gruppo tradizionali. I quattro focus group hanno coinvolto 31 ragazzi e sono stati organizzati in una città del Nord (Torino) e una del Sud (Salerno) caratterizzate dalla presenza di studenti universitari e di una vivace vita notturna. Inoltre sono stati intervistati separatamente minorenni (15-17 anni) e maggiorenni (23-25 anni) per cogliere meglio le differenze legate all'età dei consumatori. Il fatto di includere nel campione diversi studenti fuori sede ha permesso di coinvolgere giovani provenienti da diverse città italiane (oltre a Torino e Salerno: Brescia, Campobasso, Caserta, Cuneo, Livorno, Siracusa, Trieste). La composizione dei partecipanti al focus group è descritta nella tabella seguente. È stato difficile reperire giovani lavoratori disponibili, per questo motivo i giovani che lavorano invece di studiare costituiscono una stretta minoranza tra i partecipanti più grandi (2), anche se vi sono diversi studenti lavoratori (5). Inoltre, l'eterogeneità del campione è garantita dal numero di facoltà dalle quali provengono gli studenti: Medicina, Giurisprudenza, Psicologia, Sociologia, Scienze della Prevenzione, Comunicazione e ICT. Infine è risultato particolarmente difficile organizzare il focus group con i ragazzi più giovani, per questo si è optato, su Torino, di coinvolgere un gruppo naturale di ragazzi e ragazze aderenti agli Scout. Si tratta di un gruppo eterogeneo che per tipo di scuola frequentata e coinvolgimento in gruppi amicali diversi può essere considerato, anche alla luce dell'interessante ricerca di Laffi (2016), rappresentativo di questa generazione al di là dell'appartenenza scoutistica.

*Tabella 1.3 - Caratteristiche del campione dei focus group (n.)*

<b>Genere</b>	
Maschio	17
Femmina	14
<b>Età</b>	
16-17 anni	13
23-25 anni	18
<b>Città</b>	
Salerno	10
Torino	21
<b>Totale</b>	31

### *5.3 Analisi dei dati qualitativi e quantitativi*

#### *Analisi dei dati qualitativi*

Tutte le interviste sono state integralmente trascritte e codificate, come i commenti del blog, con l'ausilio del software specifico per l'analisi qualitativa Atlas.ti, che rende il processo di codifica tracciabile. L'approccio analitico è stato di tipo "adduttivo" (Timmermans and Tavory, 2012), basato cioè sulla letteratura di riferimento e su alcune ipotesi di ricerca, ma anche sui dati emergenti di volta in volta dal materiale raccolto.



### *Analisi dei dati quantitativi*

Allo scopo di facilitare la comprensione da parte del lettore non specialista, vengono di seguito indicati gli strumenti statistici utilizzati e le analisi dei dati effettuate.

#### *a. Frequenze e percentuali*

La descrizione è stata fatta in gran parte attraverso il calcolo delle frequenze di risposta fornite alle diverse modalità di ogni domanda. La frequenza assoluta (indicata generalmente dalla lettera N) indica il numero di soggetti che hanno scelto quella risposta. Le frequenze percentuali indicano invece la proporzione in centesimi di tale valore. Per valutare la presenza di una differenza statisticamente significativa tra le frequenze di risposta è stato utilizzato il test del *Chi-quadrato*. Si tratta di un test in grado di dirci se le differenze che abbiamo riscontrato nella distribuzione delle frequenze siano da attribuirsi al caso o, al contrario, se esse sono dovute a una causa sistematica. Tale statistica può assumere valori compresi tra zero e infinito; più il valore è elevato, più indica la presenza di una differenza non casuale tra le frequenze.

#### *b. Medie e Analisi della Varianza*

La media è data dalla somma delle misure osservate diviso per il numero di osservazioni fatte. Per valutare se le medie di diversi gruppi differiscono tra loro in modo statisticamente significativo è stata utilizzata l'*Analisi della varianza*. Tale tecnica statistica viene utilizzata quando, sulla base delle ipotesi della ricerca, è prevista una relazione di tipo causale tra due variabili, di cui una è detta variabile indipendente (ossia la variabile di cui si cerca di stabilire l'effetto causale sul comportamento) e l'altra è detta variabile dipendente (la variabile su cui si ritiene che le variabili indipendenti abbiano effetto).

L'assunto su cui si basa l'analisi della varianza prevede che sottogruppi di soggetti distinti, per esempio, per età o per genere si comportino in modo diverso rispetto alla variabile dipendente. Si suppone che questa differenza sia dovuta proprio alla variabile indipendente che identifica i sottogruppi e che viene interpretata come una delle concause delle differenze della variabile dipendente. Quando si ha una sola variabile dipendente e una sola variabile indipendente, come avviene per i dati qui utilizzati, si utilizza l'analisi della varianza a una via.

Nel report le differenze tra le variabili considerate sono state generalmente indicate solo laddove erano significative per non appesantire la lettura.

### *Affidabilità e dimensionalità degli indici*

L'affidabilità degli indici utilizzati è stata misurata con l'*Alpha di Cronbach* ( $\alpha$ ): si tratta di un indice che valuta la coerenza interna della scala (vale a dire il grado di accordo tra gli item) e può variare tra 0 e 1; più esso è elevato, maggiore è l'affidabilità. L'indice è considerato buono se supera il valore .70, ma è già accettabile sopra .50.

La dimensionalità delle scale è stata misurata con l'analisi fattoriale, che consente di raggruppare sotto un medesimo fattore le domande che appartengono a uno stesso dominio concettuale. Uno dei principali metodi di estrazione dei fattori si basa sull'*estrazione delle componenti principali*. L'unidimensionalità di una scala viene dimostrata quando la prima componente estratta spiega la maggior parte di varianza osservata in un insieme di variabili manifeste. In particolare, tale analisi è stata utilizzata qui per verificare, da un punto di vista statistico, la validità delle ipotesi sull'appartenenza di una serie di domande a una stessa dimensione sottostante. Questa analisi è stata utilizzata per capire se si potevano sommare gli item.

## CAPITOLO 2 – LE LEGGI E L’ALCOL: COSA PENSANO I RAGAZZI? I DATI QUANTITATIVI

Il questionario utilizzato per l’indagine sul web prevede quattro principali aree di indagine. Le prime tre mirano a rilevare, rispettivamente, il grado di conoscenza, le opinioni e i comportamenti dei giovani in merito alle norme esistenti in materia di consumi alcolici. Le domande si concentrano in particolare su età minima consentita, guida in stato di ebbrezza, reato penale e pubblicità.

L’ultima area sollecita invece i rispondenti a esprimere la loro opinione e a immaginare come si comporterebbero a fronte della possibile introduzione di nuove misure volte a limitare l’accessibilità alle bevande alcoliche da parte dei giovani, ma anche a sondare le loro opinioni rispetto all’utilità di alcune iniziative di prevenzione.

### 1. Conoscenza delle norme legali

L’87% degli intervistati risponde correttamente alla domanda relativa all’età alla quale è possibile acquistare bevande alcoliche in negozi e supermercati, affermando che è possibile acquistarle a partire dai 18 anni, mentre tra coloro che non rispondono in maniera corretta il 9% pensa sia già possibile acquistarle a 16 anni, il 2% a 14 anni e l’1% solo dopo i 21 anni. Soltanto l’1% dei soggetti dichiara di non sapere la risposta.

Tabella 2.1 - A quale età in Italia è possibile acquistare bevande alcoliche in negozi e supermercati?

	Frequenza	Percentuale
14 anni	29	1,6
16 anni	169	9,3
18 anni	1586	87,3
21 anni	9	,5
Non so	23	1,3

Il 78% degli intervistati risponde correttamente alla domanda relativa all’età alla quale si possono bere bevande alcoliche in bar e discoteche; tra coloro che non rispondono in maniera corretta, il 18% ritiene sia possibile bere bevande alcoliche in bar o discoteche a 16 anni, il 2% a 14 anni e l’1% a 21 anni. Anche in questo caso, soltanto l’1% dei soggetti dichiara di non sapere la risposta. Pur essendo piuttosto elevato il livello di conoscenza corretta di questa norma, è più diffusa la percezione che sia legale il consumo di bevande alcoliche in locali pubblici per i minori di 18 anni, rispetto all’acquisto da asporto nei negozi.

Tabella 2.2 - A quale età si possono bere bevande alcoliche in bar o discoteche o altri locali pubblici?

	Frequenza	Percentuale
14 anni	46	2,5
16 anni	326	18,0
18 anni	1412	77,8
21 anni	6	,3
Non so	26	1,4

Tre intervistati su quattro sono a conoscenza che il limite di alcol nel sangue oltre il quale è vietato guidare un’auto per i neopatentati o un motorino per i minorenni è pari a zero, mentre il 14% sceglie un valore errato e l’11% dei soggetti dichiara di non sapere la risposta.

Tabella 2.3 - Qual è il limite di alcol nel sangue oltre il quale è vietato guidare un'auto per i neopatentati o un motorino per i minorenni?

	Frequenza	Percentuale
0,0 g/l	1363	75,1
0,2 g/l	141	7,8
0,5 g/l	90	5,0
0,8 g/l	11	,6
1 g/l	1	,1
1,5 g/l	10	,6
Non so	200	11,0

I rispondenti sono meno informati sul valore di alcol nel sangue oltre il quale è vietato guidare un'auto trascorsi tre anni dal conseguimento della patente (0,5 g/l): il numero delle risposte esatte scende al 56%, mentre il 27% sceglie un valore errato e l'17% dei soggetti dichiara di non sapere la risposta. La maggior parte delle risposte errate indicano una soglia limite inferiore a quella prevista dalla legge.

Tabella 2.4 - Qual è il limite di alcol nel sangue oltre il quale è vietato guidare un'auto trascorsi tre anni dal conseguimento della patente?

	Frequenza	Percentuale
0,0 g/l	42	2,3
0,2 g/l	326	18,0
0,5 g/l	1015	55,9
0,8 g/l	95	5,2
1 g/l	17	,9
1,5 g/l	10	,6
Non so	311	17,1

La sospensione della patente è un provvedimento molto temuto, tuttavia la previsione normativa è conosciuta solo da un quarto dei rispondenti, mentre il 44% dei ragazzi sceglie la risposta errata – indicando perlopiù una soglia più alta – e il 30% dichiara di non sapere la risposta.

Tabella 2.5 - Oltre quale livello di alcol nel sangue è prevista la sospensione della patente?

	Frequenza	Percentuale
0,0 g/l	9	,5
0,2 g/l	57	3,1
0,5 g/l	465	25,6
0,8 g/l	336	18,5
1 g/l	243	13,4
1,5 g/l	168	9,3
Non so	538	29,6

Poco meno della metà (49%) degli intervistati sa che, nel caso in cui un conducente si rifiuti di sottoporsi al controllo del tasso alcolemico, gli verrà applicato il massimo delle sanzioni. Il 33% sceglie invece un'alternativa sbagliata e il 19% dichiara di non sapere la risposta.

Tabella 2.6 - Cosa succede se il guidatore fermato per un controllo si rifiuta di sottoporsi al controllo del tasso alcolemico?

	Frequenza	Percentuale
E' immediatamente portato in ospedale per accertamenti	527	29,0
Non so	347	19,1
Non succede nulla perché non si può essere obbligati al controllo se non si vuole	47	2,6
Viene applicato il massimo delle sanzioni (sospensione patente, confisca del veicolo, arresto...)	895	49,3

L'80% dei ragazzi è consapevole che il commettere un reato da ubriaco rappresenta un'aggravante per cui si è puniti maggiormente, mentre il 4% lo ritiene un'attenuante e il 9% pensa che non influisca sulla pena.

Tabella 2.7 - Commettere un reato da ubriaco...

	Frequenza	Percentuale
E' considerata un'attenuante, si ha una riduzione di pena	70	3,9
E' un'aggravante per cui si è puniti maggiormente	1458	80,3
Essere ubriaco non conta, si è puniti per il reato commesso)	16	8,9
Non so	127	7,0

Il 43% degli intervistati sa che la pubblicità delle bevande alcoliche è sottoposta a limiti, il 25% pensa sia totalmente libera, l'11% pensa sia libera solo per alcuni tipi di bevande, mentre il 21% dichiara di non saper rispondere.

Tabella 2.8 - La pubblicità delle bevande alcoliche in Italia...

	Frequenza	Percentuale
E' libera ma solo per alcuni tipi di bevande, per altre è vietata	193	10,6
E' libera, come per qualsiasi prodotto in commercio	463	25,5
E' sottoposta a limiti (ad esempio su situazioni o persone rappresentate)	779	42,9
Non so	381	21,0

#### Indice delle conoscenze e composizione del campione

L'indice delle conoscenze è stato costruito facendo diventare dicotomiche le singole variabili sommando le risposte corrette a ciascuna delle otto domande precedenti. La media delle risposte corrette è 4,9 (ds=1,5 min=0, max=8). Si può notare che solo lo 0,6% ha sempre risposto in maniera sbagliata e l'1,8% sempre correttamente.

Tabella 2.9 - Distribuzione di frequenza dell'indice delle conoscenze sulle norme prese in esame

	Frequenza	Percentuale
0	10	,6
1	24	1,3
2	82	4,5
3	182	10,0

4	352	19,4
5	460	25,3
6	444	24,4
7	229	12,6
8	33	1,8

Non emergono differenze statisticamente significative tra maschi e femmine rispetto al numero di risposte corrette fornite ( $F(1,1814)=1,69$ , n.s.), mentre il numero di risposte corrette è statisticamente più elevato al crescere dell'età dei ragazzi ( $F(2,1813)=129,3$ ,  $p<.000$ ); emerge, inoltre, una differenza statisticamente significativa tra le medie delle risposte corrette a seconda dell'area geografica di provenienza ( $F(2,1813)=23,21$ ,  $p<.000$ ), che evidenzia una maggiore conoscenza delle norme relative all'alcol nelle regioni settentrionali. Infine c'è una differenza statisticamente significativa ( $F(1,1814)=35,2$ ,  $p<.000$ ) tra bevitori (media=5, SD=1,5) e astemi (media=4,4, SD=1,6),

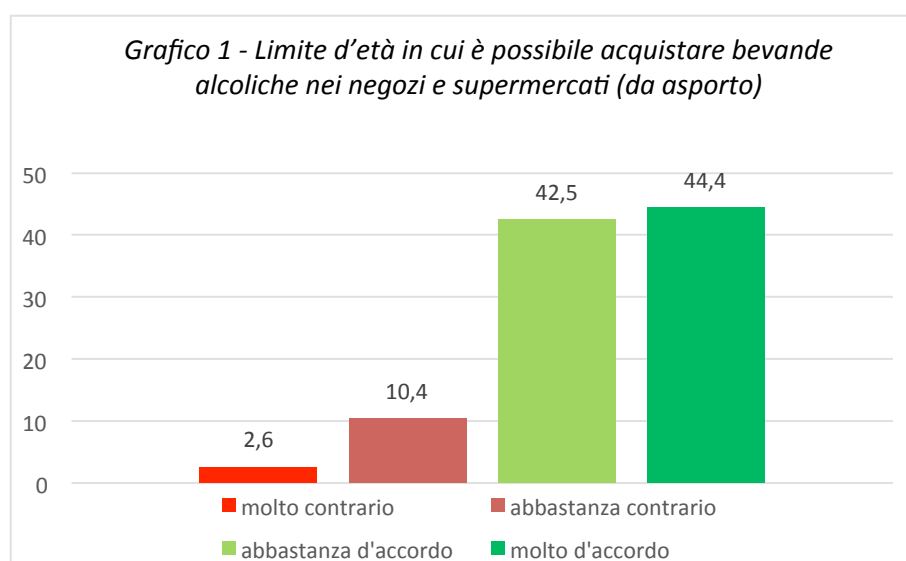
*Tabella 2.10 - Confronto tra le medie di risposte corrette date dagli intervistati per genere, età e provenienza.*

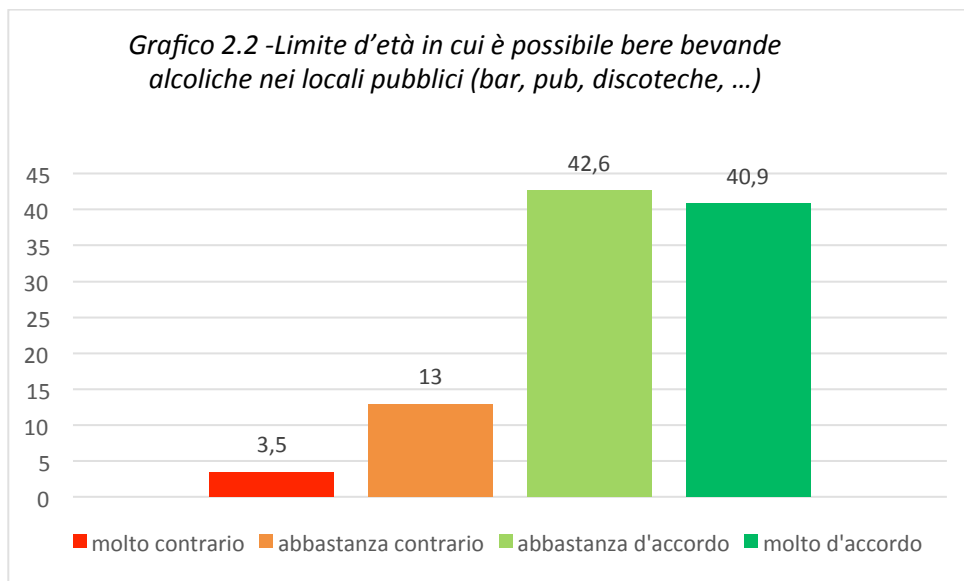
Medie							
Genere		Età			Provenienza		
Femmine (n=1069)	Maschi (n=747)	15-17 anni (n=406)	18-21 anni (n=829)	22-25 anni (n=581)	Nord (n=1262)	Centro (n=209)	Sud (n=345)
4,90	4,99	3,95	5,25	5,18	5,06	5	4,45

## 2. Giudizi sulle norme esistenti

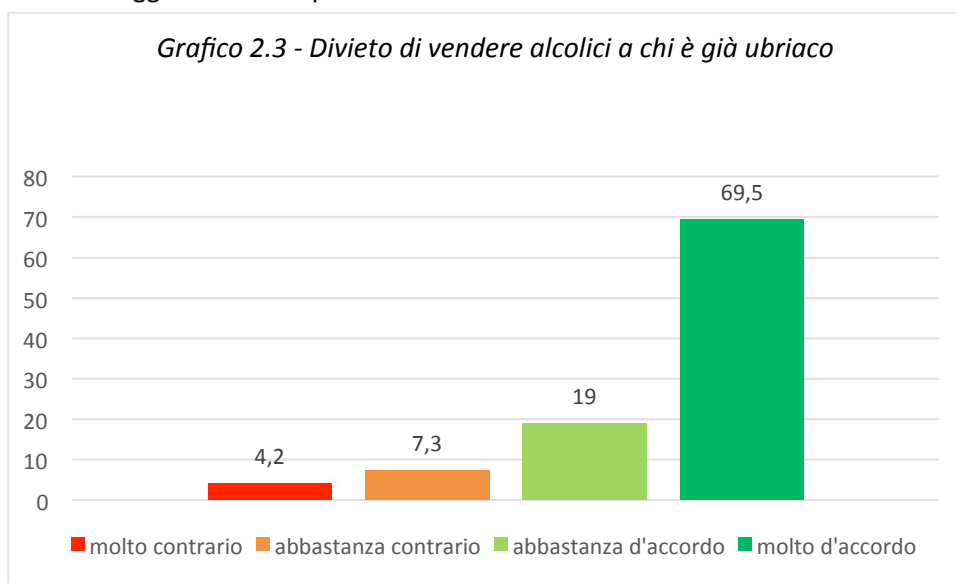
Passiamo ora alle risposte relativi ai giudizi in merito alle norme attualmente in vigore, ovvero all'accordo o meno ai loro contenuti.

Come si evince dai grafici sottostanti (grafici 2.1 e 2.2) la stragrande maggioranza dei ragazzi dichiara di essere abbastanza o molto d'accordo rispetto ai limiti di età in cui è possibile acquistare bevande alcoliche nei negozi o supermercati (87%) oppure (anche se in misura leggermente inferiore) consumarle nei locali pubblici (83%).



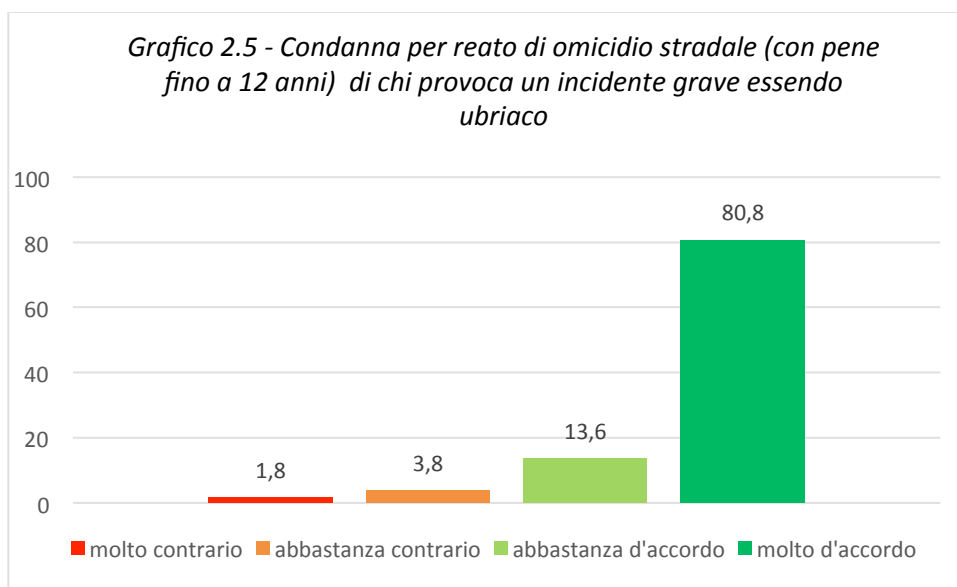
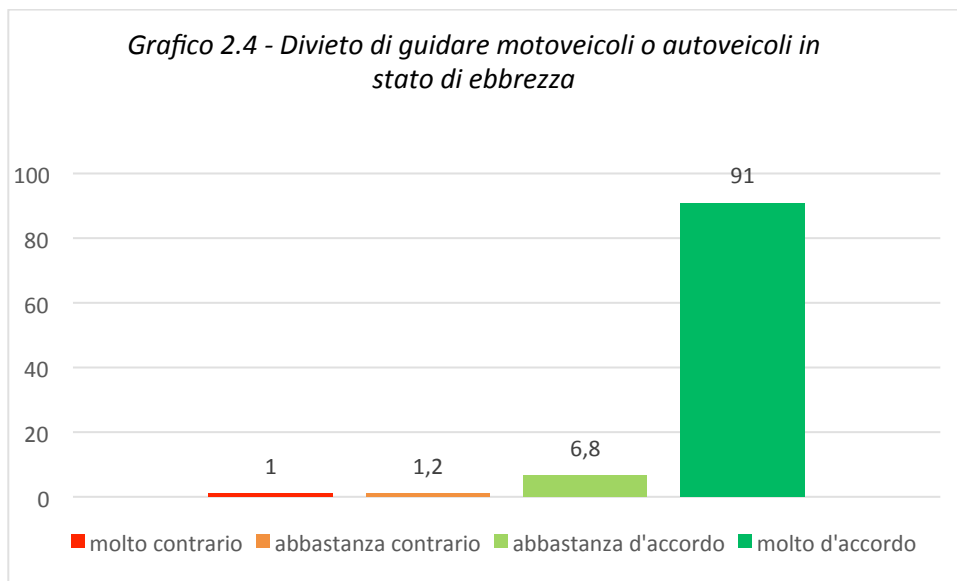


Il divieto di vendere alcolici a chi è già ubriaco raccoglie giudizi ancora più concordi, che salgono all'89%, con una maggioranza di risposte "molto d'accordo".

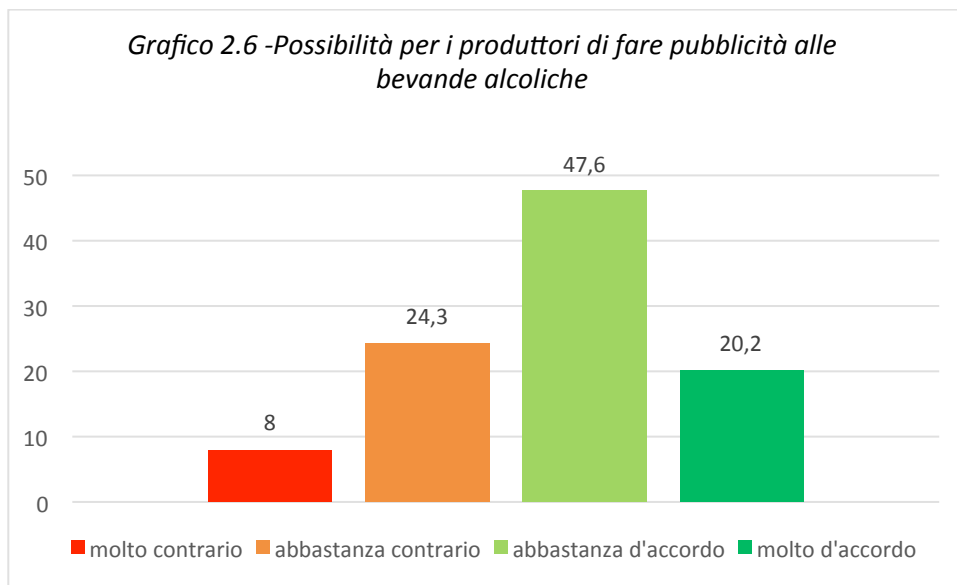


Superano addirittura il 90% i rispondenti che approvano le norme relative alla guida in stato di ebbrezza. In particolare la quasi totalità del campione (98%) è concorde con la legge che vieta di guidare motoveicoli o autoveicoli in stato di ebbrezza, il 94% dei ragazzi è d'accordo nel condannare per reato di omicidio stradale chi provoca un incidente grave essendo ubriaco. Si può tuttavia notare come nel caso dell'omicidio stradale si esprima qualche dubbio in più poiché solo l'80% è molto d'accordo contro il 91% di consenso pieno alla domanda relativa alla guida.

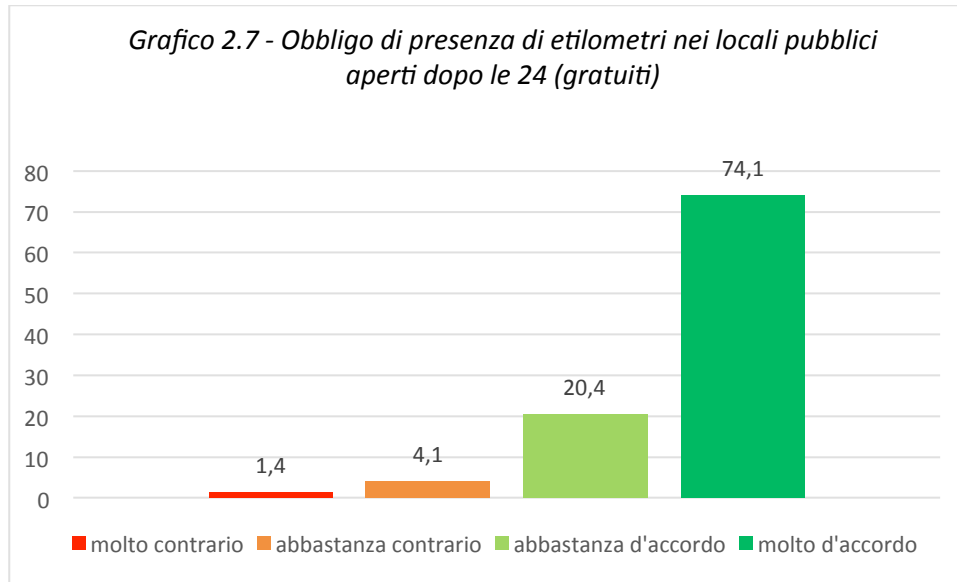


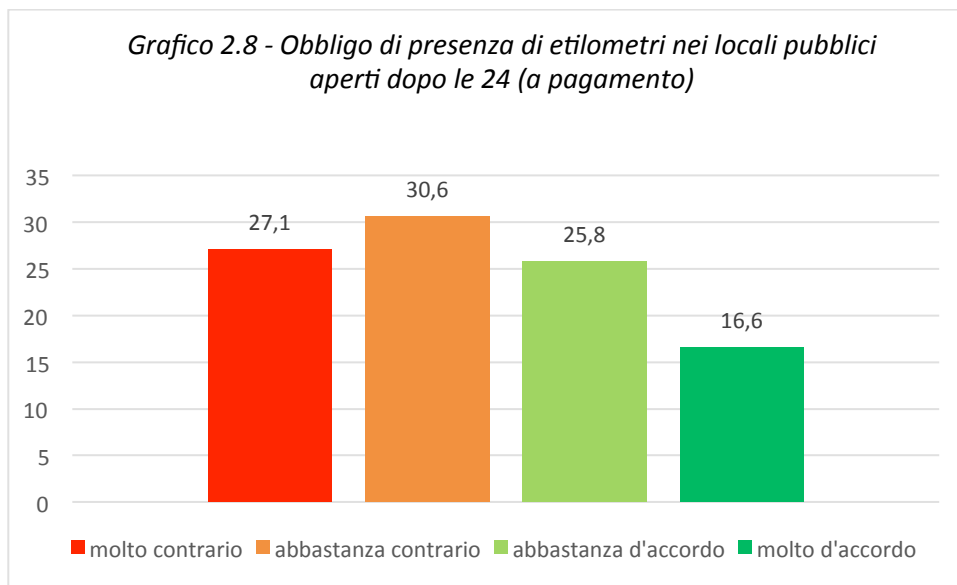


Il grafico sottostante (2.6) mostra che i giudizi sono più spaccati in merito all'opportunità o meno di permettere ai produttori di fare pubblicità alle bevande alcoliche: se la maggior parte del campione (68%) si dichiara d'accordo con il provvedimento, solo il 20% è molto d'accordo.

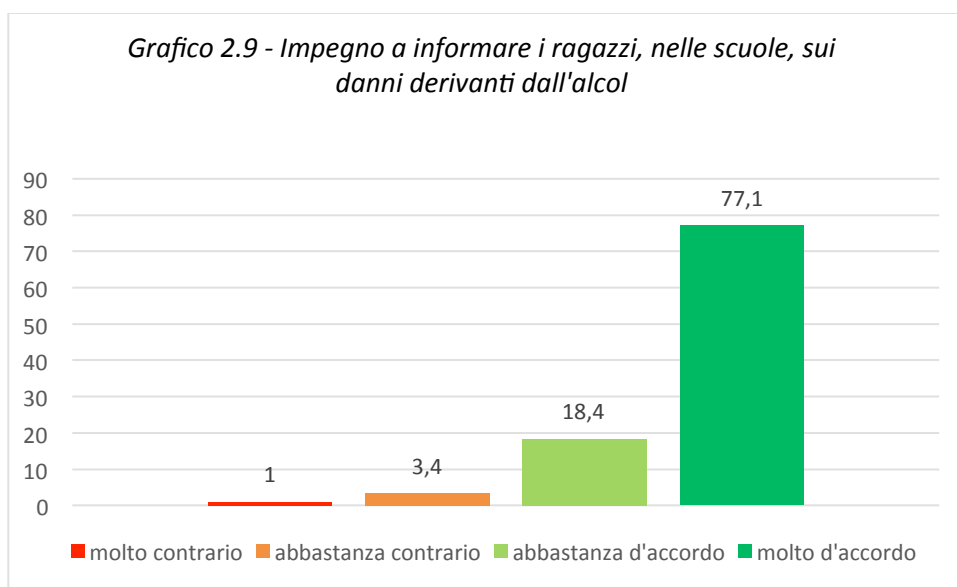


Interessante il confronto delle risposte alle due domande in tema di etilometri. Il 95% degli intervistati si dichiara d'accordo con l'obbligo per i locali pubblici aperti dopo le 24 di mettere a disposizione etilometri ma solo se gratuiti. Tale percentuale scende infatti al 43% se si parla di etilometri a pagamento. La differenza, come vedremo nella discussione, è interessante come rivelatrice della distanza possibile tra risposte a domande di principio e domande su situazioni reali, dal momento che il pagamento dell'etilometro inciderebbe concretamente sulle disponibilità economiche.





Infine, la quasi totalità del campione (95%) si dichiara d'accordo con la norma che prevede azioni informative sui danni derivanti dall'alcol nelle scuole.



#### *Indice di accordo sulle norme esistenti e composizione del campione*

L'indice di accordo sulle norme esistenti è stato costruito facendo diventare dicotomiche le singole variabili, accorpando cioè le risposte molto contrario e abbastanza contrario e quelle abbastanza d'accordo e molto d'accordo alle nove domande che compongono questa sezione. Complessivamente i ragazzi si dichiarano d'accordo con la maggior parte delle norme proposte (min=0, max=9, media=7,5, ds=1,2). Più del 50% dei giovani esprime un generale accordo, mentre pochissimi sono coloro che sono in disaccordo su tutto o quasi.

Tab. 2.11 Indice di accordo sulle norme esistenti: distribuzione delle frequenze

	Frequenza	Percentuale
0	3	,2
1	3	,2
2	4	,2
3	7	,4
4	20	1,1
5	73	4,0
6	197	10,9
7	474	26,1
8	642	35,4
9	390	21,5

Emergono differenze statisticamente significative tra maschi e femmine rispetto al numero di norme per cui si esprime accordo ( $F(1,1811)=18,6$ ,  $p<.000$ ), mentre il grado di accordo non è significativamente diverso né nelle tre fasce d'età ( $F(2,1810)=2,25$ , n.s.), né rispetto alla regione di provenienza dei ragazzi ( $F(2,1810)=2,24$ , n.s.). Inoltre non emergono differenze statisticamente significative rispetto al fatto di essere bevitori e astemi ( $F(1,1811)=,1$ , n.s.)

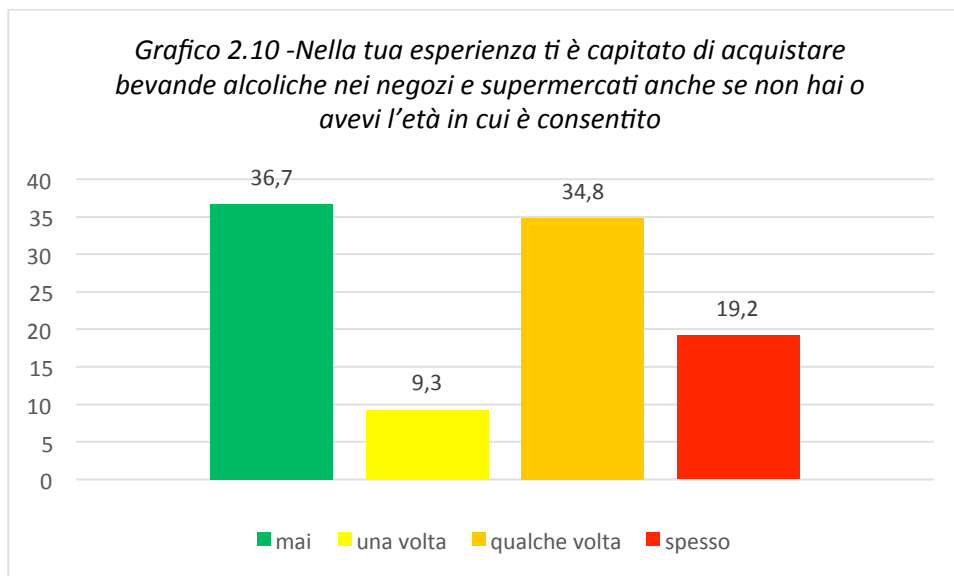
Tab. 2.12 Confronto tra le medie del numero di norme per cui si esprime accordo per genere, età e provenienza

Medie							
Genere		Età			Provenienza		
Femmine (n=1068)	Maschi (n=745)	15-17 anni (n=406)	18-21 anni (n=829)	22-25 anni (n=581)	Nord (n=1262)	Centro (n=209)	Sud (n=345)
7,6	7,4	7,4	7,4	7,5	7,5	7,5	7,6

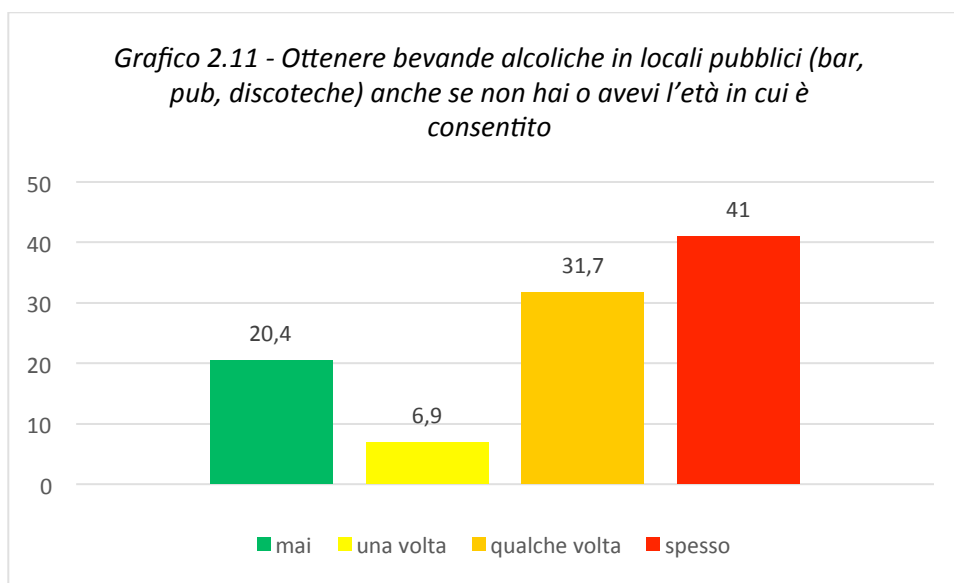
### 3. Comportamenti in relazione alle norme esistenti

Un'altra area indagata è stata quella dei comportamenti degli intervistati in rapporto alle norme esistenti. Nello specifico si è rilevato se e con quale frequenza agli intervistati è capitato di violare una legge in materia di alcol.

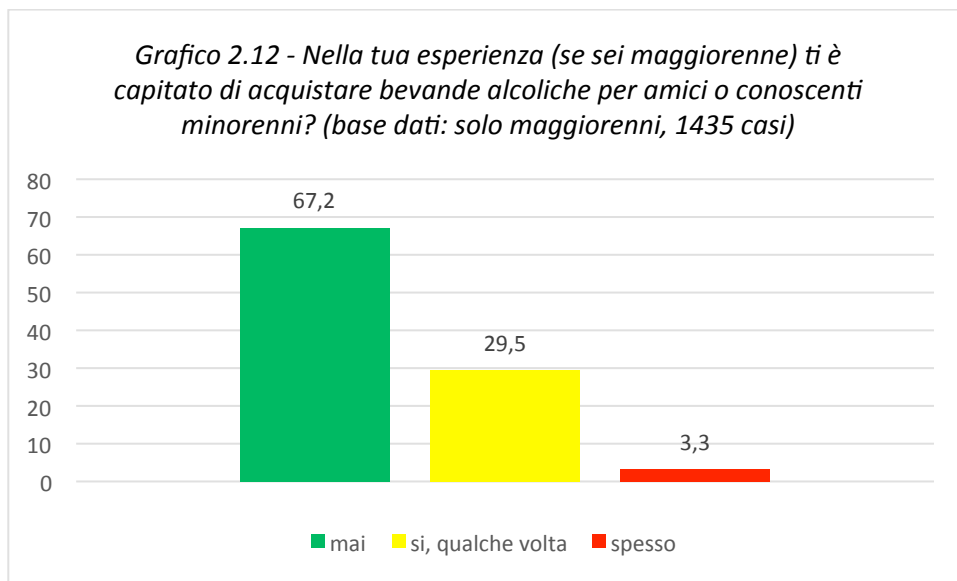
Nel grafico seguente (2.10) si osserva che la maggior parte dei ragazzi (73%) ha acquistato almeno una volta bevande alcoliche nei negozi e supermercati, anche se non aveva l'età per farlo, cosa che rimanda insieme alle risposte alla domanda successiva a quanto vedremo nella parte qualitativa a proposito della scarsa applicazione della norma ovvero dei controlli sull'età da parte degli esercenti. Le femmine dichiarano più frequentemente dei maschi di non avere mai violato questo divieto ( $\chi^2=36,1$ ,  $p<.000$ ), mentre al crescere dell'età aumenta il numero di ragazzi che afferma di avere trasgredito più di una volta ( $\chi^2=21,9$ ,  $p<.001$ ). Infine i ragazzi provenienti dal centro e dal sud dichiarano più frequentemente rispetto a quelli del nord ( $\chi^2=21,9$ ,  $p<.002$ ) di non avere rispettato la norma sull'età almeno una volta.



In modo parallelo, il grafico 2.11 mostra che l'80% dichiara di aver ottenuto bevande alcoliche almeno una volta in locali pubblici pur non avendo l'età in cui è consentito bere, percentuale che aumenta al crescere dell'età (chi-square=27,4,  $p<.000$ ). Non emergono invece differenze statisticamente significative rispetto al genere (chi-square=1,6, n.s.) e alla provenienza dei ragazzi (chi-square=10,9, n.s.).

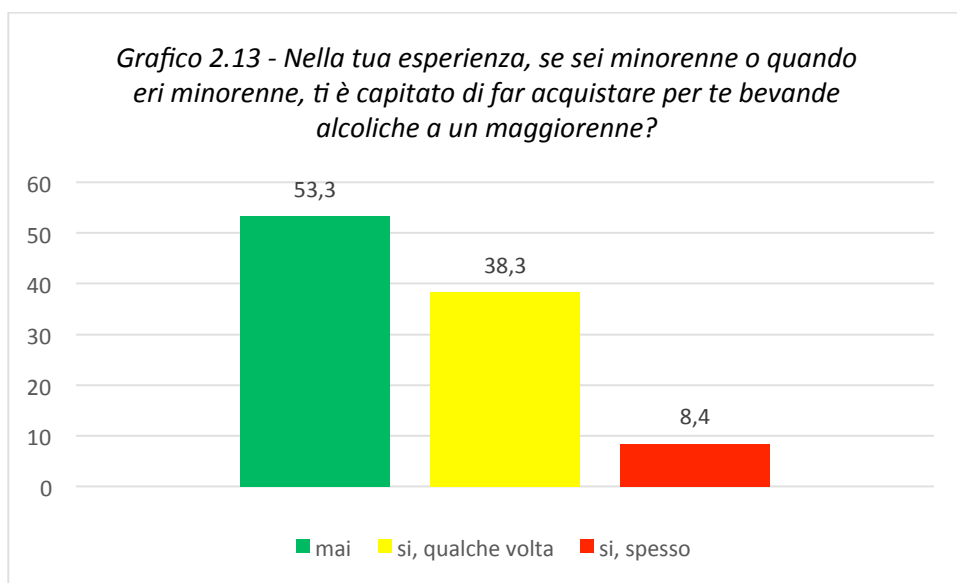


Una delle strategie di evitamento della norma sulla somministrazione a minori più attuata dai giovani (Kraus et al., 2016; Harrison et al., 2000; Schwartz et al., 1998; Wagenaar et al., 1996) cioè l'acquisto di bevande alcoliche per amici o conoscenti minorenni, risulta diffusa anche in Italia, anche se la maggioranza dei rispondenti (67%) dichiara di non averlo mai fatto. Dato che fa pensare alla minore necessità di mettere in atto tali strategie sulla base dell'esperienza della scarsità di controlli. Sono i maschi a farlo con più frequenza rispetto a quanto dichiarano le femmine (chi-square=35,2,  $p<.000$ ), i soggetti di 18-21 anni più spesso rispetto a quanto atteso (chi-square=143,8,  $p<.000$ ) acquistano per i loro coetanei minorenni delle bevande alcoliche mentre non emergono differenze statisticamente significative in relazione alla provenienza dei ragazzi (chi-square=,53, n.s.).



Interessante tuttavia notare come sia decisamente più alta la percentuale di rispondenti che dichiarano di avere acquistato bevande alcoliche tramite ragazzi più grandi quando non avevano ancora 18 anni: il 38% dichiara di averlo fatto qualche volta e l'8% spesso, mentre poco più della metà dei ragazzi (53%) dichiara di non averlo mai fatto.

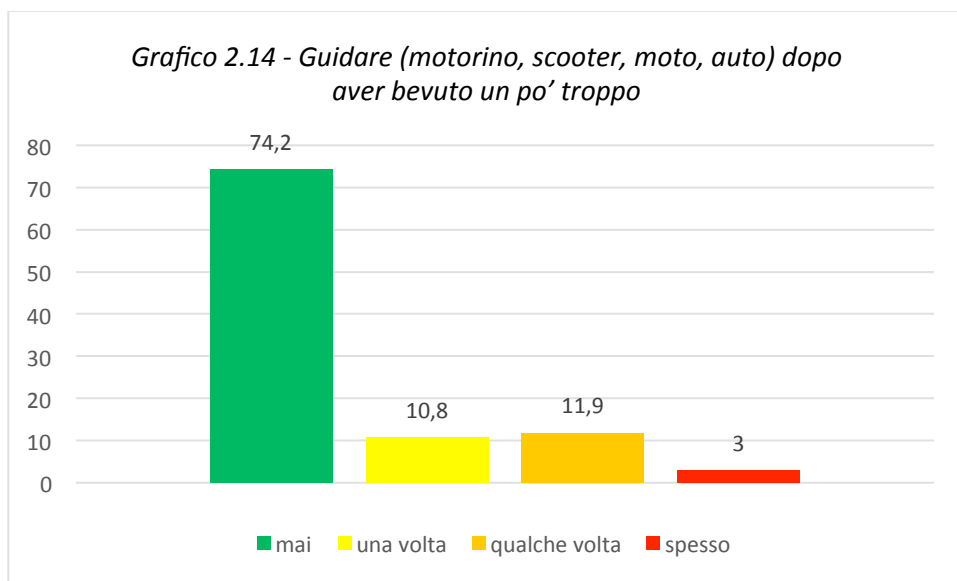
Non emergono differenze statisticamente significative tra maschi e femmine ( $\chi^2=1,9$ , n.s.), i soggetti di 18-21 anni più spesso rispetto a quanto atteso ( $\chi^2=150,5$ ,  $p<.000$ ) hanno chiesto almeno una volta a un maggiorenne di acquistare bevande alcoliche per loro, infine i soggetti provenienti dal sud dichiarano di non averlo mai fatto in misura inferiore rispetto a quanto atteso ( $\chi^2=12,1$ ,  $p<.016$ ).



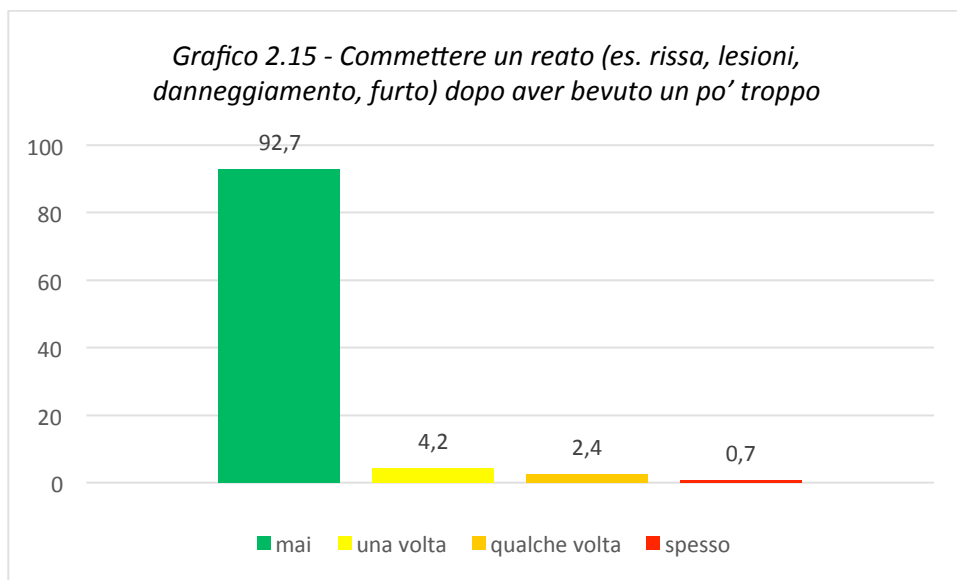
Molto più rare - sebbene non trascurabili, poiché riguardano più di un ragazzo su quattro - sono invece le violazioni in tema di guida in stato di ebbrezza: il 26% dei ragazzi dichiara che gli è capitato di guidare dopo aver bevuto "un po' troppo" e quelli che l'hanno fatto più di una volta sono il 15%. I maschi dichiarano più frequentemente rispetto alle femmine di avere trasgredito a questa norma



almeno una volta (chi-square=59,1,  $p<.000$ ), così come avviene al crescere dell'età dei rispondenti (chi-square=139,9,  $p<.000$ ). Infine i ragazzi provenienti dal centro dichiarano più frequentemente rispetto alle altre aree geografiche (chi-square=21,3,  $p<.002$ ) di aver guidato dopo aver bevuto un po' troppo.



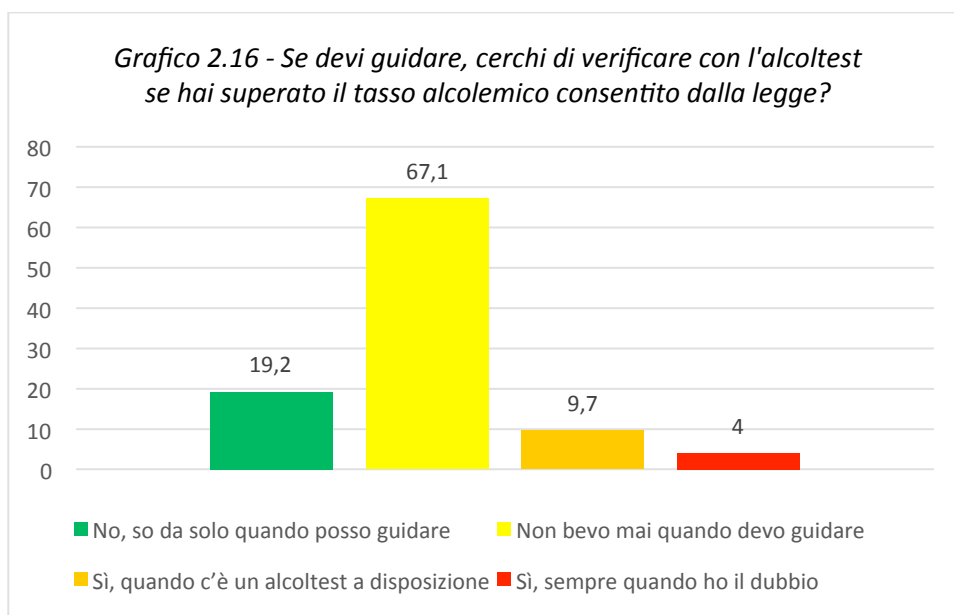
Molto circoscritti (7% pari a 133) i casi di intervistati che dichiarano di aver commesso un reato dopo aver bevuto. Questo è un comportamento che riguarda i maschi più delle femmine (chi-square=33,4,  $p<.000$ ), mentre non emergono differenze statisticamente significative (chi-square=1,9, n.s.) tra ragazzi di età diverse infine né rispetto alla zona di provenienza (chi-square=8,9, n.s.).



In merito al ricorso ai controlli mediante etilometro, scontato il dato del 67% che afferma che quando deve guidare non beve per nulla, il 14% controlla il suo tasso alcolemico prima di mettersi alla guida, mentre il 19% ritiene di essere in grado di valutare da solo se il suo stato è compatibile con la guida. Se si escludono coloro che non bevono prima di guidare, tra gli altri rispondenti ben il 58,5% ritiene di essere in grado di valutare da solo se il suo stato è compatibile con la guida, mentre il 29,5% controlla il tasso alcolemico solamente se ha a disposizione un etilometro e solo il 12,1% lo controlla

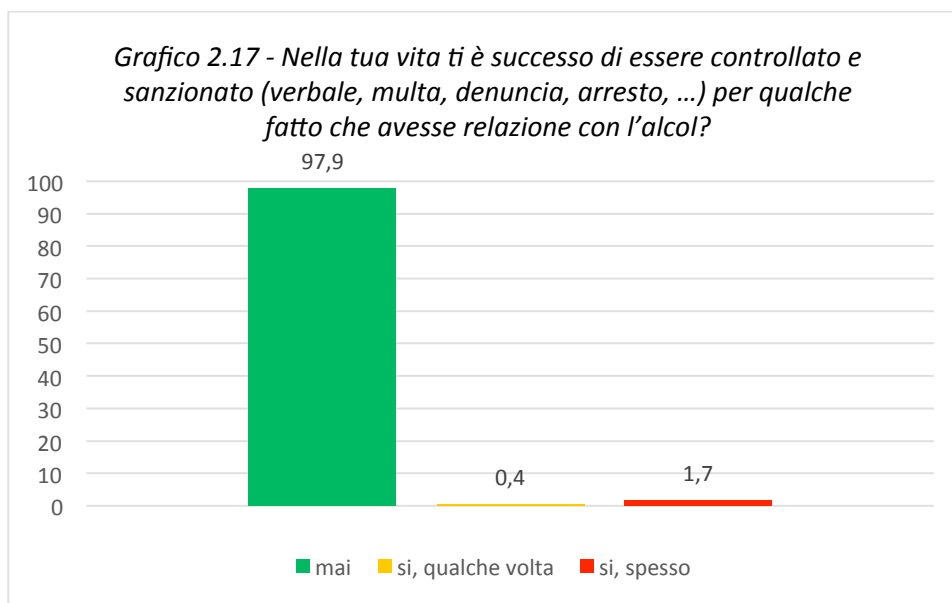
sempre in caso di dubbio. Cosa che rimanda sia alla questione della disponibilità gratuita e diffusa degli etilometri, sia a quella di una ampia sensibilizzazione al loro utilizzo sempre.

Sono i maschi a dichiarare con più frequenza rispetto alle femmine di essere in grado di valutare se il loro stato è compatibile con la guida (chi-square=22,5,  $p<.000$ ), i soggetti di 18-21 anni più frequentemente rispetto a quanto atteso (chi-square=114,7,  $p<.000$ ) dichiarano di essere capaci da soli di valutare se possono guidare, mentre non emergono differenze statisticamente significative in relazione alla provenienza dei ragazzi (chi-square=3,8, n.s.).



Il grafico 2.17 mostra quanto le norme in materia di guida siano poco applicate, rimandando al tema di quanto la percezione della loro mancata applicazione renda le norme inefficaci (Nagin, 1998; Prina 2016a). Alla domanda se è capitato di essere stati controllati per qualche fatto relativo al consumo di bevande alcoliche ha risposto affermativamente solo il 2% degli intervistati (38 ragazzi). Tra i controllati le femmine sono il 29% e i maschi il 71%. Il 26% ha un'età compresa tra i 15 e i 17 anni, il 26% tra i 18 e i 21 anni, e il 44% tra i 22 e i 25 anni.

La maggior parte dei ragazzi (68%) risiede in una provincia del Nord d'Italia. Tra coloro che sono stati sanzionati la media di risposte corrette rispetto all'indice delle conoscenze sopra illustrato è pari a 5,1 (DS=2,1) e non emergono differenze statisticamente significative rispetto a coloro che non sono stati sanzionati ( $F(1,1814)=.46$ , n.s.).



Nella tabella 2.14 sono evidenziati i motivi per cui i giovani che hanno risposto positivamente alla domanda precedente sono stati controllati e sanzionati: i controlli convergono principalmente sulla guida in stato di ebbrezza e sul disturbo della quiete pubblica, mentre sono minoritari i casi di controllo che riguardano risse e reati e ancora meno quelli che riguardano l'atto di acquisto. Un ragazzo ha anche raccontato di essere stato controllato perché si trovava fermo in auto, a motore spento, in stato di alterazione e di essere stato non sanzionato ma scortato dalle forze dell'ordine a un'area di sosta.

*Tabella 2.13 - Per quale motivo sei stato controllato o sanzionato? (possibili più risposte)*

	Frequenze
Superamento del tasso alcolemico alla guida	17
Schiamazzi e disturbo della quiete pubblica	14
Consumo di bevande alcoliche	8
Coinvolgimento in una rissa	6
Commissione di un reato	5
Acquisto di bevande alcoliche	4
Altro	1

In base al numero limitato di risposte si può dire che l'esperienza di essere stati controllati e sanzionati, nella maggior parte dei casi, non ha avuto un effetto deterrente, confermando altre ricerche (Scarscelli et al., 2011). Infatti, pur essendo stati sanzionati, 24 rispondenti hanno nuovamente violato le leggi, a fronte di 14 che non l'hanno più fatto.

*Tabella 2.14 - Dopo quella o quelle esperienze come ti sei comportato?*

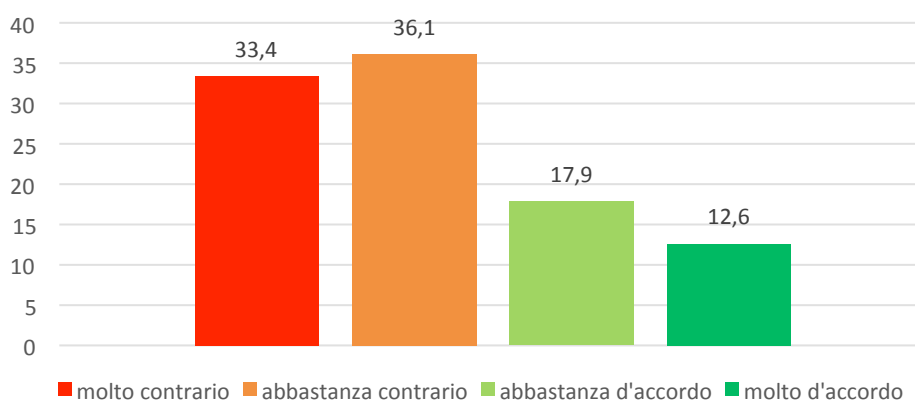
	Frequenza
Da allora ho sempre rispettato le leggi	14
Mi è di nuovo capitato di non rispettarle, e sono stato nuovamente sanzionato	2
Mi è di nuovo capitato di non rispettarle, ma sono stato attento a non farmi scoprire	10
Mi è di nuovo capitato di non rispettarle, ma sono stato fortunato, non mi hanno scoperto	12
Totale	38

#### 4. Giudizi in merito a possibili cambiamenti delle leggi

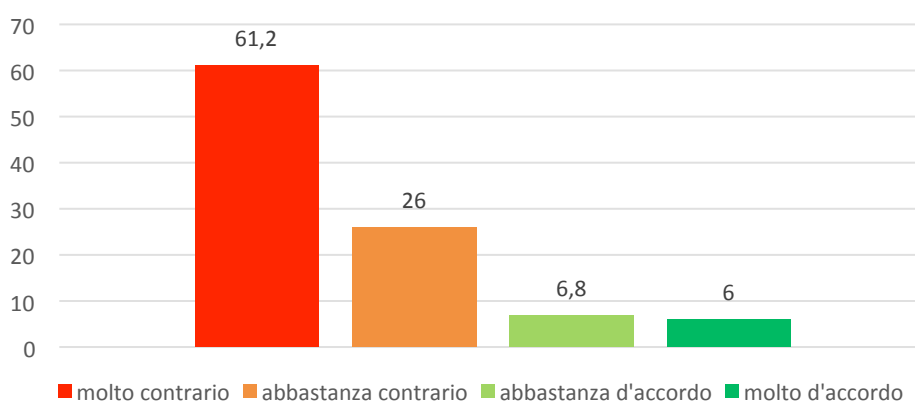
Periodicamente mass media, gruppi di interesse, esperti e associazioni pongono all'attenzione dell'opinione pubblica e dei decisori politici la questione dell'opportunità dell'inasprimento di alcune leggi, spesso cavalcando l'onda emotiva di qualche fatto di cronaca, quale ad esempio il ricovero in pronto soccorso di giovanissimi in stato di ubriachezza o di morti per incidenti stradali. Abbiamo pertanto domandato ai giovani intervistati di esprimere la loro opinione, in termini di accordo o disaccordo, su eventuali modifiche normative ritenute da alcuni utili a contenere i danni attribuibili all'alcol.

Gli intervistati sono in maggioranza (70%) contrari o molto contrari a innalzare i limiti di acquisto di alcolici a 21 anni e la percentuale sale all'87% se il limite fosse posto a 25 anni.

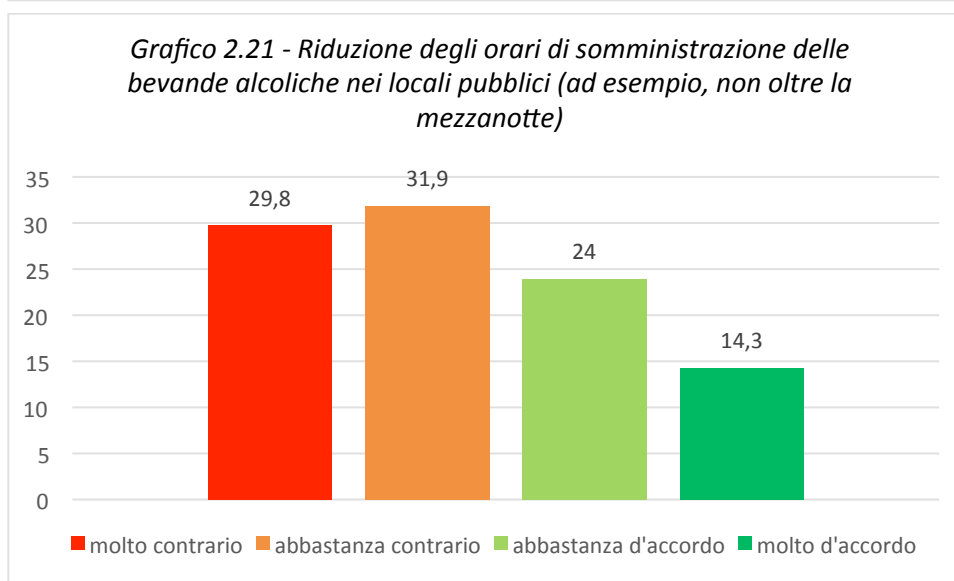
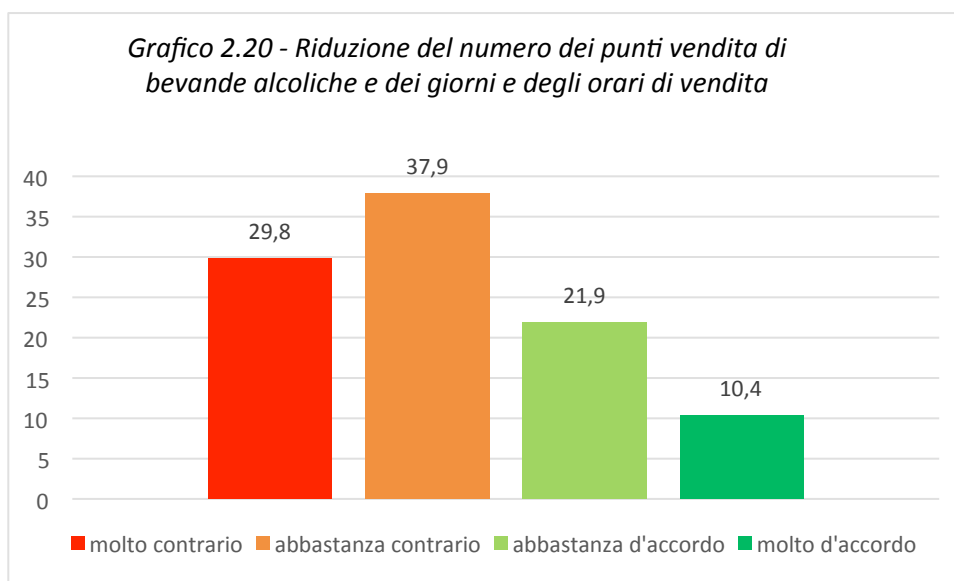
*Grafico 2.18 - Innalzamento a 21 anni dell'età in cui è possibile acquistare bevande alcoliche nei negozi e supermercati o bere nei locali pubblici (bar, pub, discoteche)*



*Grafico 2-19 - Innalzamento a 25 anni dell'età in cui è possibile acquistare bevande alcoliche nei negozi e supermercati o bere nei locali pubblici (bar, pub, discoteche)*

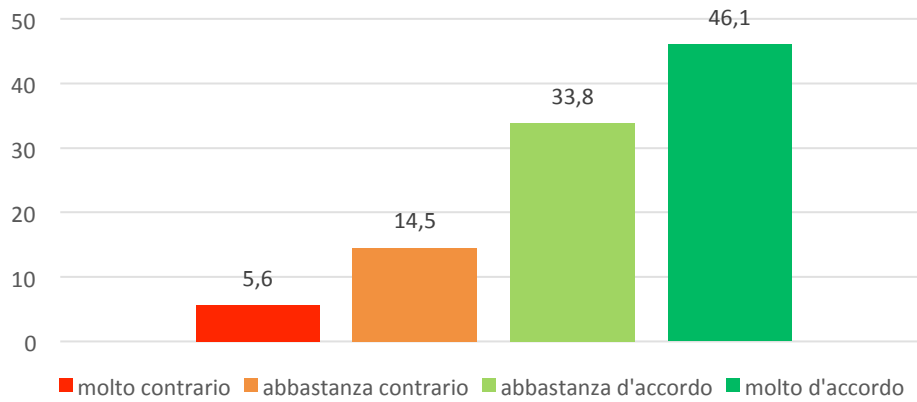


Meno netti sono i giudizi rispetto alla riduzione dei punti di vendita e degli orari di vendita e di somministrazione delle bevande alcoliche nei locali pubblici, anche se i ragazzi che si dichiarano contrari sono ancora un'ampia maggioranza, rispettivamente il 68% e il 62%.

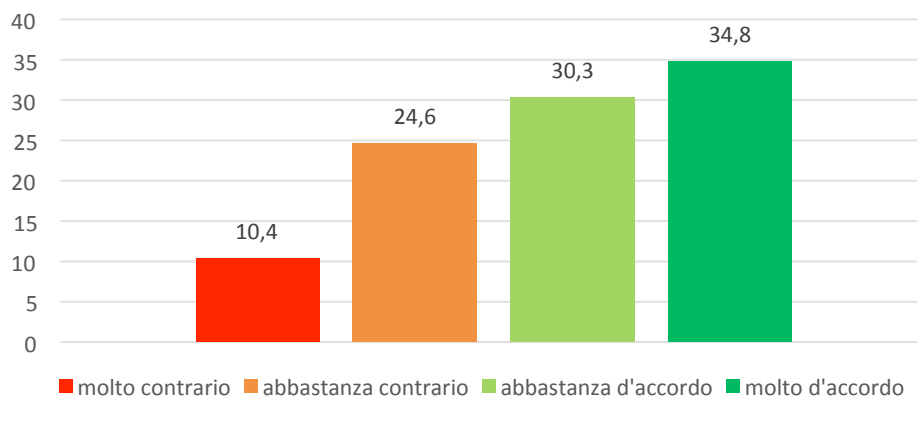


Gli intervistati dichiarano di essere d'accordo sul ritiro della licenza sia ai gestori che danno da bere ai minorenni (80%) sia, seppure in misura inferiore, a quelli che somministrano alcolici a persone ubriache (65%), sottolineando la responsabilità dei gestori e quindi l'opportunità di sanzionarli anche severamente. Anche se, come vedremo nella parte qualitativa, la questione non riguarda tanto la severità quanto la certezza delle sanzioni.

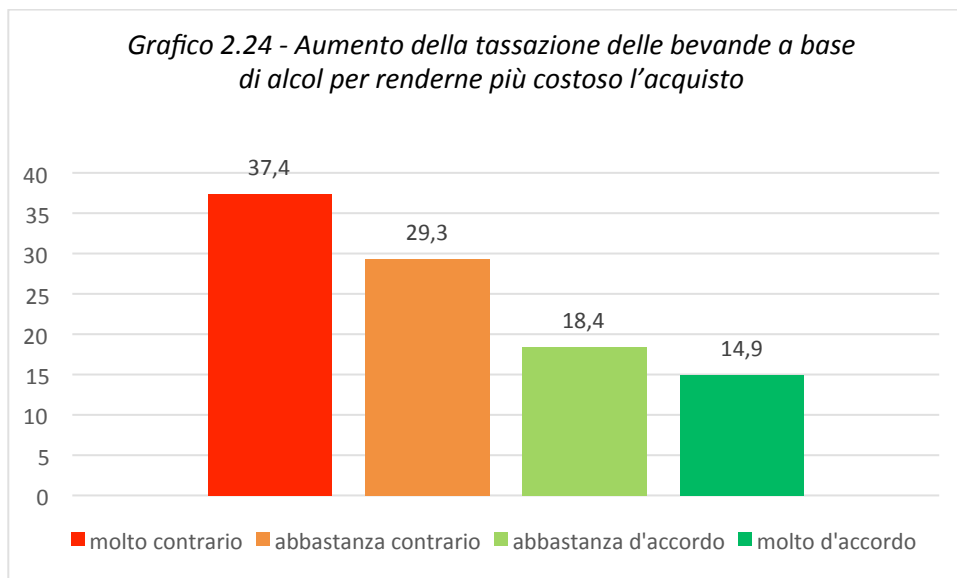
*Grafico 2.22 - Ritiro della licenza ai gestori di bar o locali che danno da bere a minorenni*



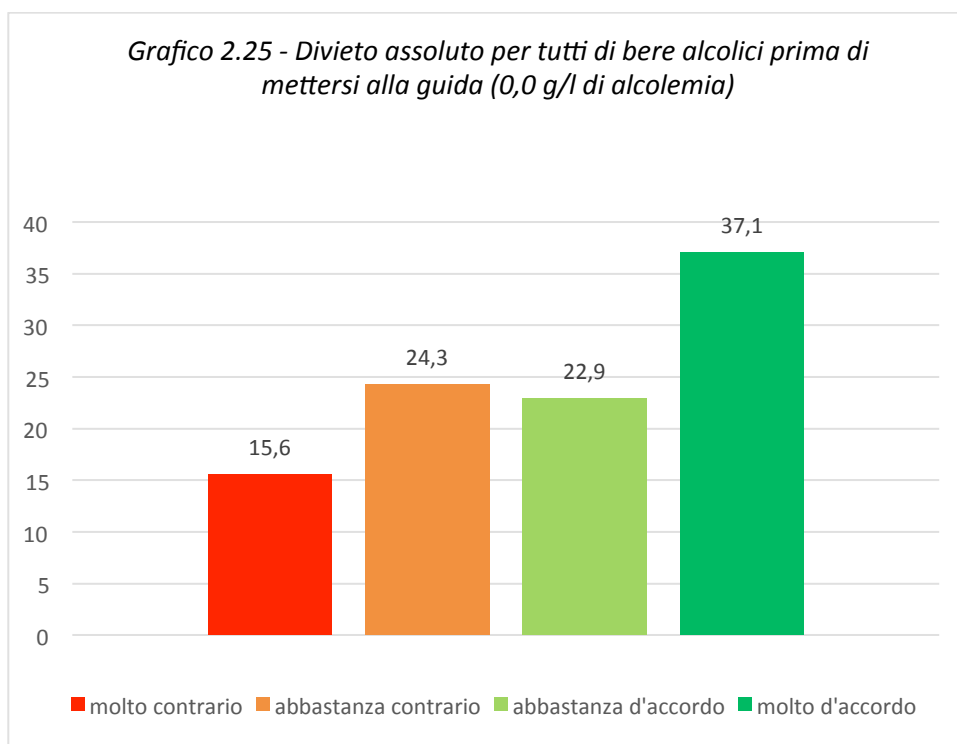
*Grafico 2.23 - Ritiro della licenza ai gestori di bar o locali che danno da bere a persone ubriache*



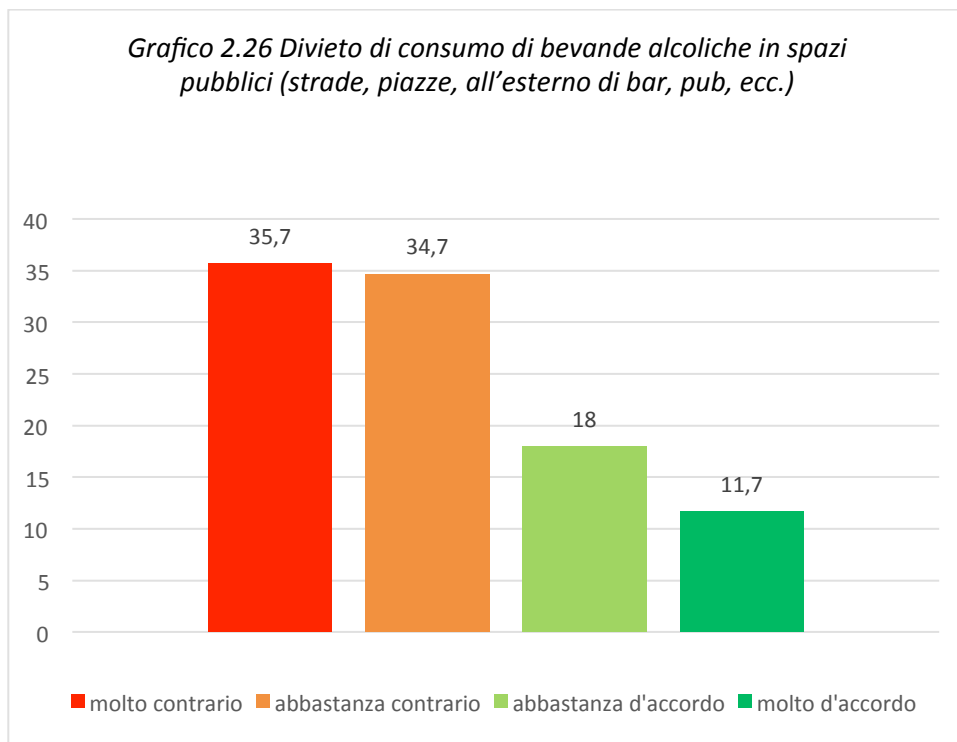
La maggioranza degli intervistati è invece contraria (37,4% molto e 29,3% abbastanza) a un incremento della tassazione degli alcolici per renderne più costoso l'acquisto. Tuttavia va segnalato che un rispondente su tre sarebbe favorevole alla misura (33,3%).



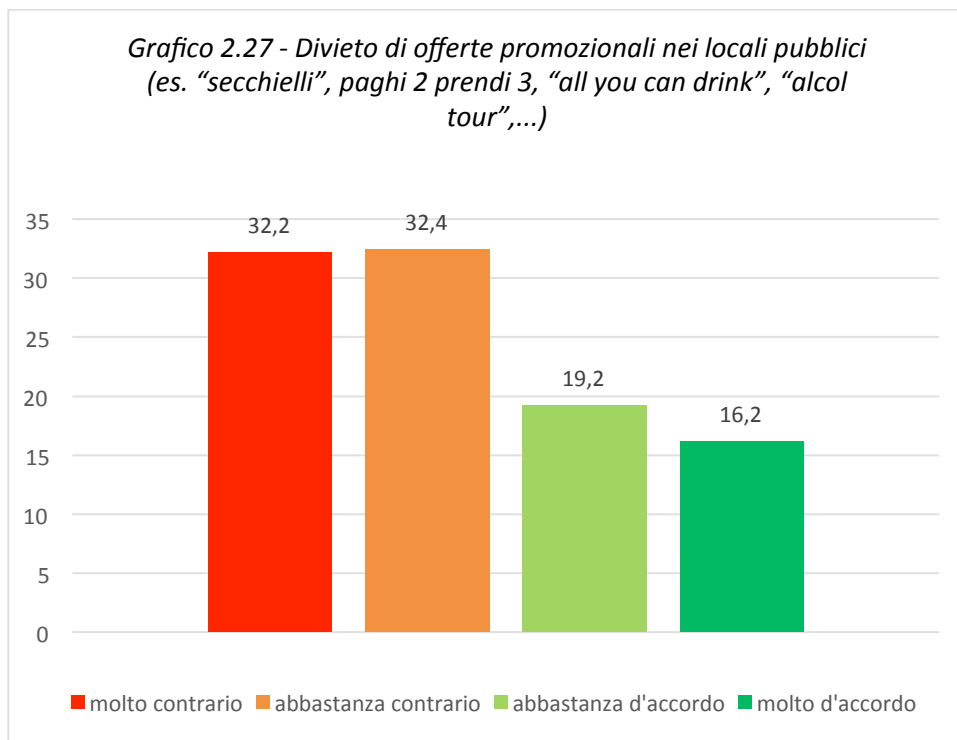
A conferma di una diffusa sensibilità tra i giovani nei confronti del rischio di mettersi alla guida dopo avere bevuto, il 60% del campione sarebbe d'accordo a imporre un tasso alcolemico pari a zero a tutti i guidatori, senza distinzione di età. Tuttavia non è trascurabile il fatto che il 40% sia contrario.



Coerente con la diffusione di comportamenti agiti appare la contrarietà al divieto di consumo di alcolici in spazi pubblici espressa dal 70,4%.



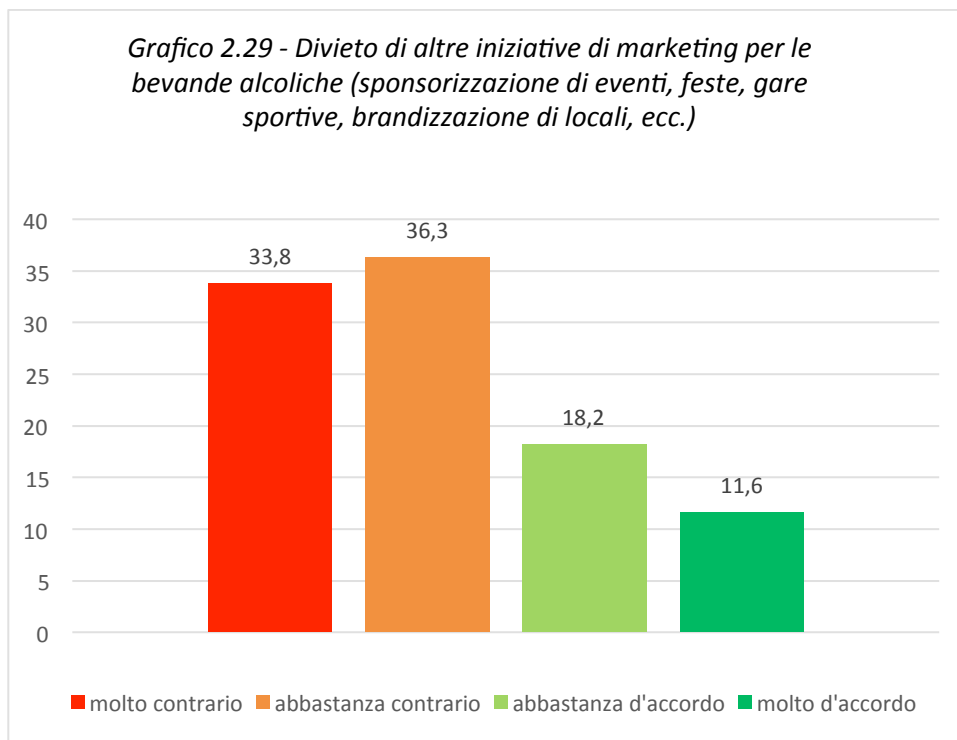
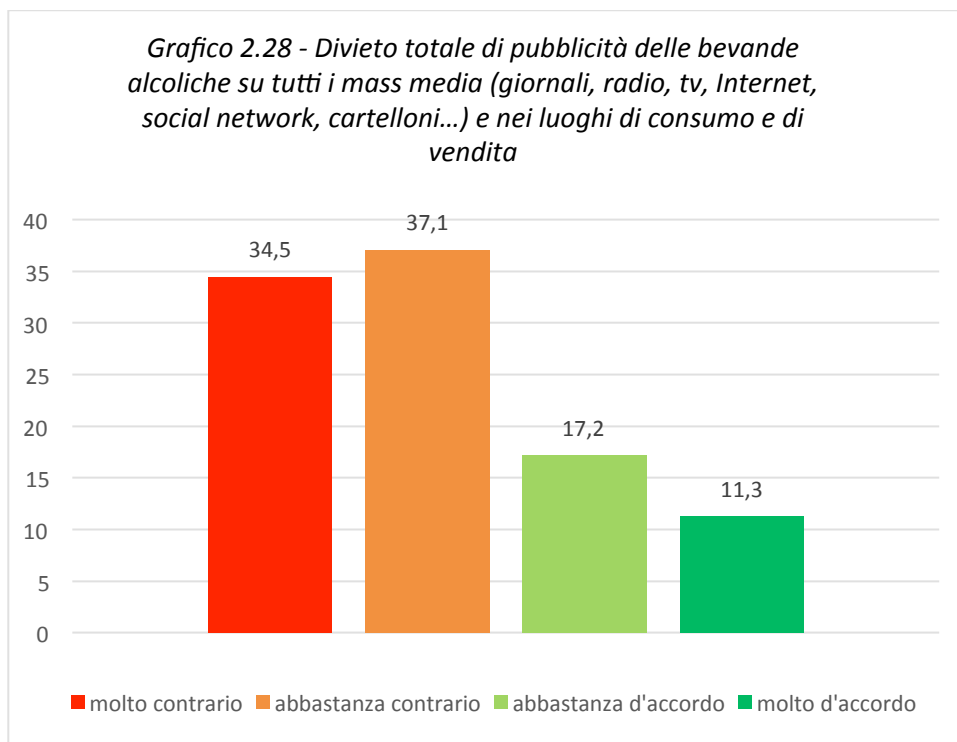
Circa il 65% degli intervistati sarebbe contrario anche al divieto di offerte promozionali nei locali pubblici, quali ad esempio, happy hour, secchielli, paghi 2 prendi 3, ...



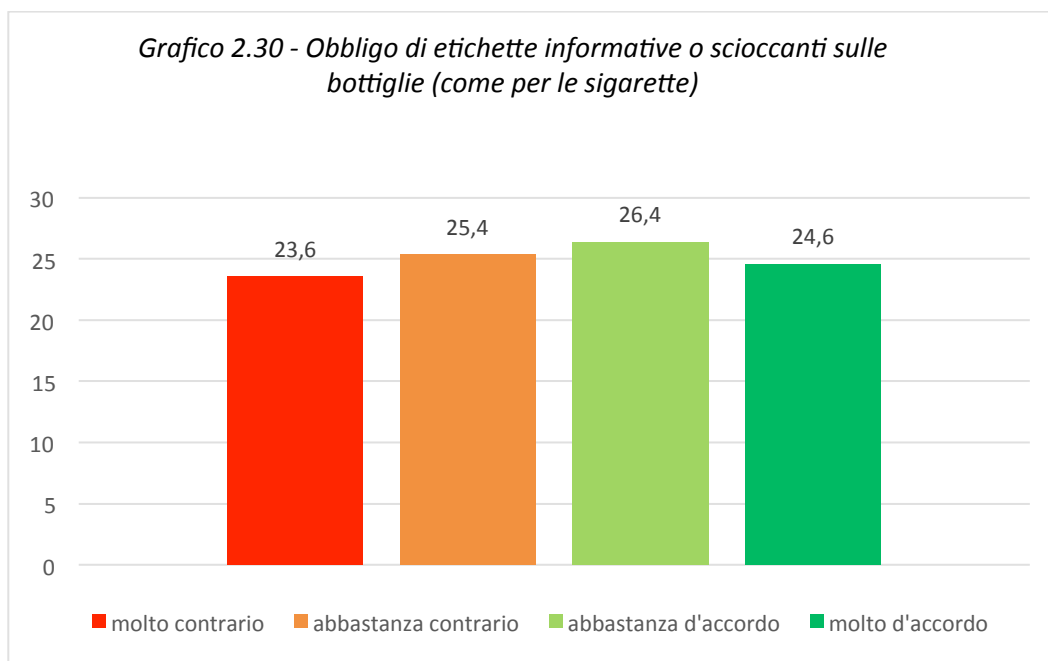
Sulla stessa linea troviamo più di due intervistati su tre che si dichiarano contrari all'eventuale introduzione del divieto assoluto di pubblicizzare le bevande alcoliche su tutti i mass media (71,6% di



risposte molto o piuttosto contrario) e al divieto di altri tipi di marketing, come sponsorizzazioni e brandizzazioni (69,8%).



L'eventuale introduzione dell'obbligo di affiggere sulle bottiglie di alcolici delle etichette con avvertenze sui rischi, così come è avvenuto per le sigarette, è invece un tema che divide a metà le opinioni dei rispondenti.



#### *Indice di accordo su eventuali cambiamenti delle leggi*

L'indice di accordo sull'introduzione di eventuali cambiamenti delle leggi è stato costruito facendo diventare dicotomiche le singole variabili, accorpendo cioè le risposte molto contrario e abbastanza contrario e quelle abbastanza d'accordo e molto d'accordo alle tredici domande precedenti. Mediamente i ragazzi si dichiarano d'accordo con 5 delle 13 norme proposte (min=0, max=13, media=5,3, ds=3,6), mentre una esigua minoranza (6%) è d'accordo sempre e ancor meno (4%) sono quelli sempre in disaccordo .

*Tabella 2.15 - Indice di accordo su eventuali cambiamenti delle leggi*

	Frequenza	Percentuale
0	78	4,3
1	158	8,7
2	229	12,6
3	249	13,7
4	197	10,8
5	170	9,4
6	135	7,4
7	152	8,4
8	107	5,9
9	70	3,9
10	49	2,7
11	59	3,2
12	59	3,2
13	104	5,7

Emergono differenze statisticamente significative tra maschi e femmine rispetto al numero di norme per le quali si accettano eventuali cambiamenti ( $F(1,1814)=9,6$ ,  $p<.002$ ), mentre non emergono differenze statisticamente significative né nelle tre fasce d'età ( $F(2,1813)=.94$ , n.s.), né rispetto alla regione di provenienza degli intervistati ( $F(2,1813)=1,1$ , n.s.).

Tabella 2.16 - Confronto tra le medie del numero di norme per le quali si è d'accordo con eventuali cambiamenti, per genere, età e provenienza

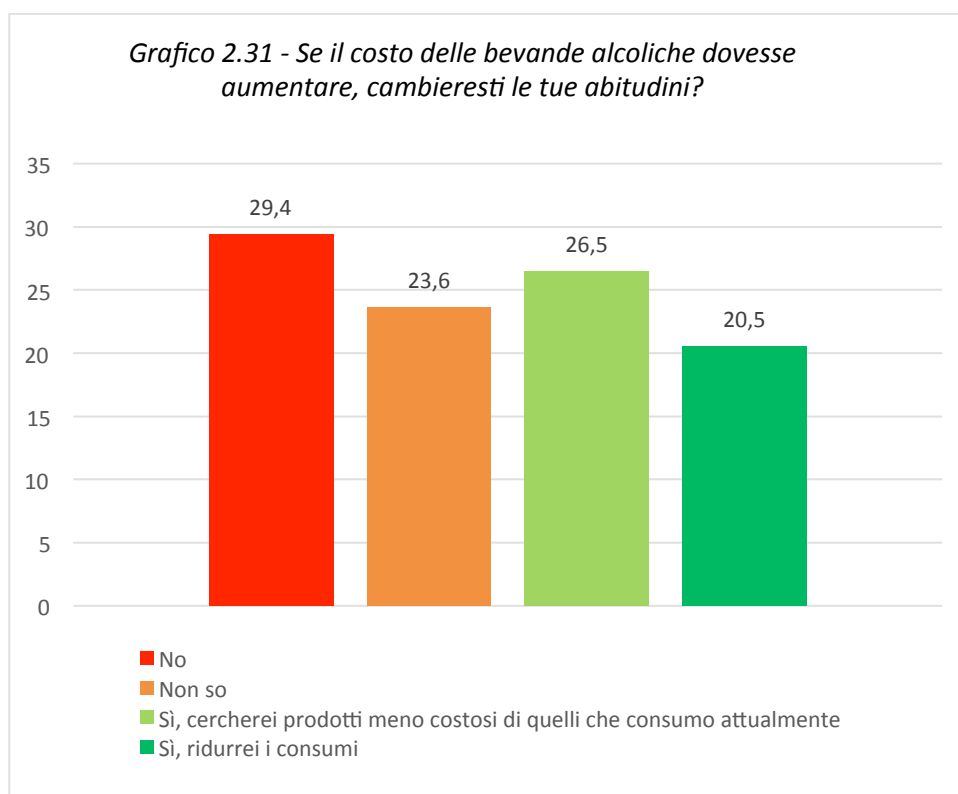
Medie							
Genere		Età			Provenienza		
Femmine (n=1068)	Maschi (n=745)	15-17 anni (n=406)	18-21 anni (n=829)	22-25 anni (n=581)	Nord (n=1262)	Centro (n=209)	Sud (n=345)
5,5	4,9	5,4	5,1	5,3	5,3	4,9	5,4

## 5. Previsioni dell'impatto di eventuali modifiche normative

Nell'ultima sezione del questionario si sono poste domande volte a comprendere quali sarebbero i comportamenti tenuti dagli intervistati e – cosa forse ancor più interessante – dei loro amici, nel caso di introduzione di modifiche normative quali quelle evocate nelle domande precedenti.

A fronte di un aumento del prezzo delle bevande alcoliche, soltanto il 21% degli intervistati dichiara che ridurrebbe il proprio consumo, mentre il 29% non lo ridurrebbe e il 26% cercherebbe prodotti meno costosi.

Non emergono differenze statisticamente significative rispetto al genere dei soggetti (chi-square=3, n.s.), mentre al crescere dell'età aumentano i soggetti che non cambierebbero le loro abitudini in caso di una maggiorazione dei prezzi delle bevande (chi-square=37,8,  $p < .000$ ). Sono i ragazzi del Nord che più frequentemente rispetto agli altri non cambierebbero le loro abitudini (chi-square=16,2  $p < .01$ )



Quanto alle altre ipotetiche riforme. Una maggioranza più o meno estesa degli intervistati, dichiara che rispetterebbe eventuali nuove leggi più severe, in particolare:

- l'83% se venisse introdotto il divieto assoluto di bere prima di mettersi alla guida;
- il 56% se venisse innalzata la soglia di età in cui è possibile acquistare bevande alcoliche nei negozi e supermercati;
- il 57% se venisse introdotto il divieto di consumo in spazi pubblici;
- il 54% se venisse alzata la soglia di età in cui è possibile bere alcolici nei locali pubblici.

La distribuzione tra le cinque opzioni proposte muta tuttavia in maniera interessante a seconda della questione posta.

Tabella 2.17 - Come ti comporteresti se entrassero in vigore le seguenti leggi? (valori %)

	Dipende dalla situazione	Non la rispetterei, trovando il modo di non farmi scoprire	Rispetterei la legge perché le leggi vanno sempre rispettate	Rispetterei la legge perché sono convinto sia giusta	Rispetterei la legge solo per paura delle sanzioni
Innalzamento dell'età in cui è possibile acquistare bevande alcoliche nei negozi e supermercati	23	21	16	<b>26</b>	14
Innalzamento dell'età in cui è possibile bere alcolici nei locali pubblici (bar, pub, discoteche)	18	<b>28</b>	14	24	16
Divieto di consumo in spazi pubblici (strade, piazze, all'esterno di bar, pub, ecc.)	21	<b>23</b>	14	<b>23</b>	20
Divieto assoluto di bere alcolici prima di mettersi alla guida (0,0 g/l di alcolemia)	11	6	11	<b>57</b>	15

Analizzando le diverse componenti del campione, possiamo osservare:

- in merito al divieto assoluto di bere prima di mettersi alla guida, i maschi affermano che non rispetterebbero tale divieto più frequentemente rispetto alle femmine (chi-square=55,9 p<.000), i ragazzi di 18-21 anni dichiarano più frequentemente (chi-square=39,8, p<.000) rispetto a quanto atteso che non lo rispetterebbero mentre non emergono differenze rispetto alla provenienza (chi-square=9,1, n.s.)
- nel caso di innalzamento della soglia di età in cui è possibile acquistare bevande alcoliche nei negozi e supermercati i maschi affermano che violerebbero la norma più frequentemente rispetto alle femmine (chi-square=26,2, p<.000), mentre i ragazzi più giovani scelgono più frequentemente (chi-square=37,3, p<.000) rispetto a quanto atteso la modalità "dipende dalla situazione" e non emergono differenze rispetto alla provenienza (chi-square=11,2, n.s.)
- sul divieto di consumo in spazi pubblici non emergono differenze significative tra maschi e femmine (chi-square=8,1, n.s.), i ragazzi più vecchi scelgono più frequentemente (chi-square=24,1, p<.000) rispetto a quanto atteso la modalità "dipende dalla situazione" mentre non emergono differenze rispetto alla provenienza (chi-square=6,5, n.s.)

- sull'innalzamento della soglia di età in cui è possibile bere alcolici nei locali pubblici, i maschi affermano che non rispetterebbero la norma più frequentemente delle femmine (chi-square=10,7, p<.03), così come i ragazzi più giovani (chi-square=41,8, p<.000), mentre non emergono differenze rispetto alla provenienza (chi-square=13,1, n.s.)

La prospettiva si rovescia quando i giovani vengono interrogati su come, secondo loro, si comporterebbero i loro amici nelle stesse situazioni, cioè nel caso in cui venissero introdotte norme più severe. La domanda è rilevante per verificare quanto le risposte alle domande dirette, che cioè sollecitano l'intervistato a parlare di sé, siano influenzate da criteri di desiderabilità sociale inducendolo a mostrare una immagine di conformismo e adesione alle norme. Sollecitati a parlare dei loro amici - con cui è presumibile che condividano esperienze e pensieri - prevale ampiamente, tranne che in tema di guida, l'opinione che tali norme non verrebbero rispettate, in particolare:

- nel 70% dei casi se fosse elevata l'età in cui è possibile bere alcolici nei locali pubblici;
- nel 66% se fosse elevata l'età in cui è possibile acquistare bevande alcoliche nei negozi e supermercati;
- nel 60% se venisse introdotto il divieto di consumo in spazi pubblici;
- nel 41% se venisse introdotto il divieto assoluto di bere prima di mettersi alla guida.

Tab. 2.18 Come si comporterebbero i tuoi amici se entrassero in vigore le seguenti leggi? (valori %)

	Non la rispetterebbero trovando il modo di non farsi scoprire	Non so	Rispetterebbero la legge perché convinti sia giusta	Rispetterebbero la legge perché le leggi vanno sempre rispettate	Rispetterebbero la legge solo per paura delle sanzioni
Innalzamento dell'età in cui è possibile acquistare bevande alcoliche nei negozi e supermercati	<b>66</b>	10	6	5	13
Innalzamento dell'età in cui è possibile bere alcolici nei locali pubblici (bar, pub, discoteche)]	<b>70</b>	9	5	5	11
Divieto di consumo in spazi pubblici (strade, piazze, all'esterno di bar, pub, ecc.)	<b>60</b>	13	6	4	17
Divieto assoluto di bere alcolici prima di mettersi alla guida (0,0 g/l di alcolemia)	<b>41</b>	16	17	6	20

Confrontando i sotto campioni osserviamo che:

- nel caso fosse elevata l'età in cui è possibile bere alcolici nei locali pubblici, le femmine affermano che i loro amici non rispetterebbero il divieto più frequentemente rispetto ai maschi (chi-square=19,4 p<.001) così come i ragazzi di 18-21 anni (chi-square=35,5, p<.000) e quelli provenienti dal centro (chi-square=22,8, p<.004) dichiarano che tale divieto non verrebbe rispettato dai loro amici più frequentemente rispetto a quanto atteso.
- se fosse elevata l'età in cui è possibile acquistare bevande alcoliche nei negozi e supermercati, le femmine (chi-square=15,9 p<.003), i ragazzi di 18-21 anni (chi-square=26,8, p<.001) e i ragazzi provenienti dal centro (chi-square=21,8, p<.005) dichiarano più frequentemente rispetto a quanto atteso che i loro amici non la rispetterebbero.
- le femmine affermano che i loro amici non rispetterebbero il divieto di consumo negli spazi pubblici più frequentemente rispetto a quanto atteso (chi-square=12,9 p<.012), così come gli intervistati di 18-21 anni (chi-square=25,1, p<.002) e i ragazzi provenienti dal centro (chi-square=15,9, p<.04).
- sia i ragazzi più giovani (chi-square=30,3, p<.000) che quelli provenienti dal sud (chi-square=16,2, p<.04) dichiarano che i loro amici non rispetterebbero il divieto assoluto di bere prima di mettersi alla guida meno frequentemente di quanto atteso, mentre non emergono differenze statisticamente significative tra maschi e femmine (chi-square=.25, n.s.).

Il confronto tra le due tabelle precedenti illustra con evidenza la distanza tra l'immagine che si vuol dare di sé e quella che si offre dei propri amici. Distanza che si presenta sempre, pur variando di consistenza sulle singole domande.

In particolare, comparando solamente due delle opzioni proposte, si può osservare che mentre la previsione di un proprio non rispetto delle norme eventualmente introdotte è indicata tra il 21% e il 28% degli intervistati, le percentuali oscillano tra il 60% e il 70% se riferite ai probabili comportamenti degli amici. Lo stesso vale per il divieto assoluto di bere prima di guidare con un 6% di non rispetto personale contro un 41% attribuito agli amici.

Una distanza significativa troviamo poi anche nella valutazione dell'adesione morale alle norme proposte: se circa un intervistato su quattro dichiara che personalmente rispetterebbe le leggi perché giuste, tale posizione è attribuita solamente al 5/6% dei loro amici. Le percentuali sono più alte per la guida, ma permane tuttavia una distanza di 40 punti percentuale tra le due risposte.

*Tab. 2.19 Confronto risposte su rispetto norme intervistati – amici (valori %)*

	Non rispetto, trovando il modo di non farsi scoprire		Rispetto della legge perché giusta	
	Intervistato	Amici	Intervistato	Amici
Innalzamento dell'età in cui è possibile acquistare bevande alcoliche nei negozi e supermercati	21	66	26	6
Innalzamento dell'età in cui è possibile bere alcolici nei locali pubblici (bar, pub, discoteche)	28	70	24	5
Divieto di consumo in spazi pubblici (strade, piazze, all'esterno di bar, pub, ecc.)	23	60	23	6
Divieto assoluto di bere alcolici prima di mettersi alla guida (0,0 g/l di alcoemia)	6	41	57	17

Infine ai giovani è stata posta una domanda su quanto ritengano utili alcuni tipi di intervento diversi da divieti e sanzioni, cioè le iniziative di prevenzione e responsabilizzazione.

In generale il campione ritiene utili le azioni di prevenzione e sensibilizzazione in tema di alcol, in particolare quelle basate sulla peer education, cioè quelle pensate e realizzate dai giovani per altri giovani (81%), ma anche gli incontri con esperti a scuola (79%), le iniziative in ambito sportivo o associativo (79%) e in generale le campagne preventive (78%).

Anche la formazione di baristi, DJ, buttafuori, gestori di locali è considerata utile dalla stragrande maggioranza del campione (76%), mentre poco più della metà (52%) pensa possano essere utili le iniziative rivolte ai genitori.

*Tabella 2.20 Quanto pensi siano utili le seguenti azioni di prevenzione e responsabilizzazione sull'alcol? (valori %)*

	Per nulla/Poco	Abbastanza/Molto
Campagne informative	22	78
Incontri con esperti a scuola	21	79
Iniziative ideate da ragazzi per i coetanei	19	81
Iniziative in ambito sportivo e associativo	21	79
Formazione di baristi, DJ, buttafuori, gestori di locali	24	76
Iniziative rivolte ai genitori sul bere giovanile	48	52

#### *Indice di utilità delle azioni di prevenzione e sensibilizzazione*

L'indice di accordo sull'utilità di azioni di prevenzione e sensibilizzazione (N=1764, 52 dati mancanti) è stato costruito facendo diventare dicotomiche le singole variabili accorpando cioè le risposte molto e abbastanza e quelle poco per nulla alle sei proposte avanzate. La maggior parte delle azioni di prevenzione e sensibilizzazione è ritenuta utile (min=0, max=6, media=4,5, ds=1,6), anche se poco più della metà condivide tutte o quasi le proposte.

*Tabella 2.21 - Indice di utilità delle azioni di prevenzione e sensibilizzazione*

	Frequenza	Percentuale
0	59	3,3
1	60	3,4
2	113	6,4
3	215	12,2
4	281	15,9
5	403	22,8
6	633	35,9

Emergono differenze statisticamente significative tra maschi e femmine rispetto al numero di azioni di prevenzione e sensibilizzazione ( $F(1,1762)=29,1$ ,  $p<.000$ ), sono i ragazzi più grandi ( $F(2,1761)=14,2$ ,  $p<.000$ ) e quelli provenienti dal sud ( $F(2,1761)=4,3$ ,  $p<.01$ ) a riconoscere maggiormente l'utilità delle campagne di prevenzione. Ci sono infine delle differenze statisticamente significative ( $F(1,1814)=298,5$ ,  $p<.000$ ) tra i bevitori (media=4,7, SD=3,7) e gli astemi (media=8,6, SD=3,3), che più dei primi (media=4,8, SD=1,5 vs media=4,4, SD=1,7) riconoscono l'utilità delle campagne di prevenzione ( $F(1,1762)=12,4$ ,  $p<.000$ ).

*Tabella 2.22 - Confronto tra medie del numero di azioni di prevenzione e sensibilizzazione considerate utili, per genere, età e provenienza*

<b>Medie</b>							
Genere		Età			Provenienza		
Femmine (n=1046)	Maschi (n=718)	15-17 anni (n=385)	18-21 anni (n=812)	22-25 anni (n=567)	Nord (n=1228)	Centro (n=205)	Sud (n=331)
4,6	4,2	4,2	4,4	4,8	4,4	4,3	4,7



### CAPITOLO 3 – LE LEGGI E L’ALCOL: COSA PENSANO I RAGAZZI? I DATI QUALITATIVI

Nei focus group così come nel blog online <https://alcoledivieti.wordpress.com>, in linea con l’ultima parte del questionario, si è chiesto ai giovani di commentare alcune possibili proposte di cambiamento di legge, in particolare: l’innalzamento dell’età minima consentita per bere, la riduzione degli orari in cui è consentita la vendita e la somministrazione di alcolici nei locali pubblici, l’aumento dei prezzi, il divieto di bere in luoghi pubblici, l’apposizione di messaggi allarmisti sulle bottiglie di alcolici. Sono state cioè approfondite le opinioni dei giovani sull’utilità o meno di alcune specifiche misure restrittive già in vigore in altri Paesi - come nel caso della soglia di età e la riduzione degli orari - o di misure che sono già in vigore in alcune città italiane perché oggetto di specifiche ordinanze comunali, come il divieto di consumo in determinati luoghi (aree verdi, piazze, vie e aree di sosta) e fasce orarie. Illustreremo le principali acquisizioni della discussione sulle diverse proposte, formulando al termine di ognuno degli aspetti una sintesi delle posizioni emerse.

#### 1. Innalzamento della soglia di età

La maggior parte delle opinioni espresse dai giovani durante i focus group in merito a un eventuale innalzamento della soglia di età consentita per consumare bevande alcoliche, esprime perplessità in merito all’utilità di questa misura, se non una chiara convinzione sulla sua **inefficacia**. Questa opinione, ricorrente sia tra i ragazzi più grandi che tra quelli più giovani, sia a Torino che a Salerno, così come tra i commentatori del blog, si basa *in primis* sull’assunto che già attualmente non viene rispettata la legge che vieta la somministrazione e la vendita di alcolici ai minori di 18 anni.

##### **P 3: Salerno 16-17anni - 3:5**

*Intervistatore: avete problemi a comprarle?*

*Marco: no, sinceramente no. I controlli non funzionano. Al supermercato si può comprare.*

*Andrea: sì, d’accordo*

*Marco: si può comprare qualunque cosa. Anche il superalcolico.*

*Intervistatore: e nei locali?*

*Cinzia: nei locali non chiedono proprio, te lo danno e basta. Per loro l’importante è il guadagno.*

**DAL BLOG.** *Anonimo: Non ha senso alzare l’età minima se poi fondamentalmente non si è in grado di far rispettare questo limite, infatti raramente nei locali viene chiesta l’età e qualsiasi minorenne è in grado di procurarsi delle bevande alcoliche.*

Dicono cioè gli intervistati: se anche il limite di età venisse alzato, non c’è ragione di credere che la norma sarebbe osservata. Come ha efficacemente sintetizzato un giovane che ha commentato il blog: *“Il problema non sta nel limite di età. Sta nel far rispettare già ora le leggi che ci sono”*, evidenziando anche la corresponsabilità, l’incoerenza e gli interessi del mondo adulto.

##### **P 4: Torino 16-17 anni - 4:74**

*Giorgio: secondo me, più che fare nuove leggi dovrebbero fare rispettare quelle che ci sono già, per esempio non vendere alcolici ai minorenni, cioè sarebbe più da fare rispettare quelle che ci sono adesso al posto di metterne delle nuove, perché ci sono tantissimi posti dove vendono alcolici anche a minorenni, quindi non servirebbe aggiungere leggi se non si rispettano.*

##### **P 2: Salerno 23-25 anni - 25:30**

*Francesco: secondo me, cambierebbe poco perché anche ora che c’è il divieto a 18 bevono comunque. Già dai 12/13 normalmente. Sia in discoteca che pub che ovunque quindi che mettono il divieto a 21, 25 o 30 si continuerà comunque a vendere. Giusto o non giusto ma si continua a fare.*

*Mattia: anche secondo me.*

*Ascanio: sì, anch'io la penso così.*

*Mattia: non c'è difficoltà a prendersi l'alcol*

*Ascanio: sì, a procurarsi l'alcol. Secondo me, non c'è difficoltà a procurarsi l'alcol pur non avendo l'età consentita. Proprio per il buonismo dei proprietari dei locali oppure del supermercato, del bar.*

*Intervistatore: un buonismo interessato.*

*Ascanio: sì. Sì, vabbè dettato da dei profitti e non da altro.*

Anche sul blog, il concetto più ricorrente è che l'innalzamento dell'età legale per bere sarebbe inutile perché la norma sarebbe aggirata "in mille modi", come già avviene, anche piuttosto facilmente.

**DAL BLOG:** *Comunque ovunque si vada è sufficiente farsi prendere il cocktail dall'amico maggiorenne. Più volte mi è capitato che qualche ragazzino/a che conoscevo venisse da me a chiedermi di prendergli un cocktail perché il barista chiedeva il documento.*

Alcuni ragazzi di Salerno, sulla base di quanto visto o sperimentato durante viaggi e gite scolastiche, ritengono che il mancato rispetto della norma da parte degli esercenti sia più diffuso nel Sud piuttosto che nel Nord Italia. Tuttavia nemmeno gli intervistati minorenni di Torino sembrano avere difficoltà a procurarsi bevande alcoliche, sia per una limitata osservanza del divieto da parte dei gestori, sia grazie all'adozione di strategie di aggiramento della norma ben radicate e diffuse. Quello più ricorrente è delegare l'acquisto a un amico più grande.

**P 4: Torino 16-17 anni - 4:6**

*Viola: sì, infatti, come adesso c'è l'alcol solo per i diciottenni, però ad esempio alle feste se hai un amico che ha più di 18 anni, lo puoi comprare da lui, quindi alla fine non è tanto rispettato, quindi non avrebbe senso mettere un divieto così.*

**P 1: Torino 23-25 anni - 25:25**

*Giacomo: secondo me funzionerebbe come per le sigarette, che chiedi a qualcun altro, praticamente chiedi a quello più grande di comprartela, esce e te lo passa.*

In uno dei focus group (Torino, 23-25 anni) i partecipanti sostengono anche un'altra opinione, che può ricondursi a quanto emerge da altre ricerche a proposito della "fase della sperimentazione" (Beccaria, 2013): l'idea è che sono proprio i minorenni a bere per trasgredire, in una fase di vita in cui, impegnati nella propria costruzione identitaria, si misurano con i propri limiti. Da questo punto di vista innalzare il limite di età per poter bere sarebbe **inutile** perché gli adolescenti continuerebbero a disattendere la norma, assecondando il naturale desiderio di sperimentazione e di trasgressione.

**P 1: Torino 23-25 anni - 1:2**

*Giovanni: per come la vedo io non credo funzionerebbe nel ridurre il consumo di alcol, nel senso che l'età della trasgressione è proprio quella lì, i 16-17-18-19, e quindi se non si vendessero gli alcolici, i giovani di quell'età troverebbero altre soluzioni o per procurarsi gli alcolici o trovare altre soluzioni per ottenere quello che per cui l'alcol viene utilizzato dai giovani, ovvero trasgredire, rompere le regole, quindi non penso che alzare a ventuno l'età in cui si può iniziare ad assumere gli alcolici innalzi a ventuno la necessità di trasgredire, di conseguenza penso che in qualche modo non funzionerebbe.*

Una restrizione dei limiti di età sarebbe inoltre **incoerente** sia con il fatto che a 18 anni in Italia un giovane acquisisce importanti diritti che lo qualificano come adulto – come quello di votare e di guidare l'auto – sia con le norme informali, cioè con l'abitudine, ben radicata nella tradizione del nostro paese (Rolando et al. 2012), di iniziare ad assaggiare e sperimentare le bevande alcoliche, in particolare il vino, ben prima dell'età matura, con il consenso e sotto la supervisione dei genitori.

**P 1: Torino 23-25 anni - 1:7**

*Roberta: secondo me sarebbe un po' inutile, perché a diciotto anni posso avere il diritto di votare e non quello di scegliere di bere, cioè è un po' un controsenso: sono abbastanza maturo per poter votare, però non sono abbastanza maturo per poter scegliere di bere*

*responsabilmente, perché comunque tutti lo facciamo prima, non c'è quasi nessuno che, siccome il limite è diciotto anni, lo fa a diciotto anni. Anche a volte già si comincia a tavola, quando si è più piccoli, ad assaggiare il vino e cose del genere, quindi ... secondo me è un po' un controsenso.*

**DAL BLOG.** *Anonimo: Se si considera maggiorenne una persona di 18 anni, la quale può votare, guidare la macchina, sposarsi e quant'altro, credo che si debba considerare questa persona in grado di scegliere se bere alcolici o no e in generale dotata della giusta maturità per prendere decisioni sulla sua persona. Se si pensa invece che non abbia questa capacità dovrebbe essere innalzata l'età da 18 a 21 per tutto ciò che consideriamo diritti e doveri da adulto, non solo per gli alcolici.*

Un'opinione emersa in tutti i focus group e che ha trovato ampio consenso tra i partecipanti è che questa misura potrebbe addirittura incentivare i consumi, proprio perché i divieti possono avere un effetto **controproducente**.

**P 4: Torino 16-17 anni - 4:4**

*Sara: visto che conosco molte persone che hanno la mia età o anche meno, che adesso bevono fino a diventare ubriachi ogni settimana, e lo fanno principalmente perché sanno che è proibito, per cui c'è questa cosa del: "Sto facendo qualcosa di illegale", il gusto del proibito, quindi se venisse alzata da 18 a 25 sarebbe ancora peggio.*

**P 1: Torino 23-25 anni - 1:8**

*Ivan: secondo me si aumenterebbe ancora di più il consumo, un po' come quando c'è stato il proibizionismo in America, si troverebbe comunque un modo per distribuire l'alcol senza un controllo e in più porterebbe le persone a desiderarlo ancora di più. Se ti viene imposto qualcosa che non puoi fare ti viene ancora di più lo stimolo, secondo me, a cercare di farlo.*

**P 2: Salerno 23-25 anni - 2:2**

*Francesco: guarda, io per assurdo bevevo più quando non avevo l'età per bere che adesso che potrei bere quando voglio. Quindi secondo me...*

*Ascanio: forse è dovuto proprio al fatto che ... forse è qualcosa che tu non potresti fare e quindi la prendi come una sfida e la fai.*

Anche tra i commentatori del blog qualcuno ipotizza che la norma potrebbe avere **effetti indesiderati**: non potendo bere nei bar e nei locali pubblici, i minorenni sarebbero spinti a bere nelle case private o in altri luoghi isolati, in cui sarebbe più facile eccedere.

**DAL BLOG.** *Anonimo: Gli effetti della legge sarebbero, a mio avviso negativi, i giovani frequenterebbero di meno i locali per bere in casa o altri luoghi isolati. In questi ambienti immagino che con grande probabilità il consumo di alcool avverrebbe in maniera smodata e senza alcuna attenzione alla qualità degli alcolici.*

Secondo alcuni potrebbe diminuire il numero di bevute, ma non la quantità totale di alcol consumata dai giovani: in altre parole, vi sarebbe il rischio che le bevute si concentrino in poche occasioni con danni ancora maggiori. Secondo altri, se anche i giovani si attenessero alla norma, una volta giunti all'età consentita per bere non sarebbero adeguatamente preparati a farlo e ne abuserebbero ancora di più.

L'approccio restrittivo rispetto all'età sembra dunque non convincere i giovani intervistati, che ritengono più efficace, per imparare a individuare i propri limiti, un avvicinamento graduale in famiglia e un'educazione al bere responsabile, secondo quella che è la nostra tradizionale cultura del bere (Beccaria, 2016; Rolando et al., 2012).

**P 1: Torino 23-25 anni - 1:22**

*Ettore: secondo me potrebbe addirittura avere un effetto negativo, per il motivo di arrivare più tardi a conoscenza dell'alcol nelle persone, potrebbe essere un motivo di usarlo peggio*

*quando si arriva, perché non sono state istruite in nessun modo su quali potrebbero essere i danni. E potrebbero creare più danni dopo l'età legale [...] secondo me per limitare i danni sarebbe molto più utile avvicinare le persone all'alcol, anche magari prima dei diciott'anni, però farlo sotto un controllo responsabile, in modo che poi quando potranno comprarlo da solo [a] 18-21-25 [anni], sapranno come farlo senza avere troppi danni.*

**P 1: Torino 23-25 anni - 1:26**

*Eva: non penso che una legge sia molto efficace, anche perché le cose imposte, quando te le impongono i tuoi genitori non servono, figurati se te le impongono da ancora più lontano. Per di più anche il sottofondo culturale, cioè io ricordo che comunque molti nonni ai genitori bagnavano il dito dei bambini nel vino, e poi vai a proibire l'alcol fino ai 18-21-25 anni?! Non ha molto senso e non verrebbe condiviso dalla società in sé, quindi sarebbe proprio una cosa aleatoria, lontana, e sarei d'accordo a un'educazione mirata ad aumentare un po' la consapevolezza.*

Solo una stretta minoranza dei giovani interpellati sostiene che alzare la soglia di età consentita per bere alcolici potrebbe essere una misura efficace. Tra i più grandi solo un ragazzo ha espresso questa opinione, argomentandola con il fatto che un incontro più tardivo con la sostanza alcol potrebbe determinare un rapporto con essa più maturo e meno orientato all'eccesso (FG Torino 23-25). Nessuno degli altri partecipanti ai focus ha raccolto questo spunto di riflessione o si è detto d'accordo. Nel gruppo dei più giovani invece qualche intervistato in più (in tutto tre) ritiene utile questa ipotetica proposta. Tuttavia, anche tra di loro permane il dubbio che la norma sarebbe effettivamente osservata.

**P 4: Torino 16-17 anni - 4:7**

*Alessia: Ovviamente c'è sempre chi trasgredisce, però se si inizia da 25 anni e non da 18, a 25 anni si ha un'altra testa che a 18 anni e quindi magari ci si controlla un po' di più, soprattutto nelle grandi festività come a Capodanno, che si tende tanto a bere e tantissimi sono i ragazzini ricoverati in pronto soccorso, ubriachi. Secondo me sarebbe anche una cosa saggia, non lo rispetterebbero, però sarebbe saggio.*

*In sintesi, un innalzamento della soglia di età legale per bere sarebbe, secondo la maggioranza degli intervistati:*

**Inefficace/inutile perché:**

- non sarebbe rispettata dagli esercenti (come già avviene)
- sarebbe facile aggirarla, come già avviene (attraverso l'acquisto delegato)
- l'adolescenza è comunque l'età della trasgressione (che verrebbe enfatizzata dall'enfasi sul divieto)

**Incoerente perché:**

- in contrasto con la legge (a 18 anni si può guidare e votare)
- in contrasto con le abitudini radicate (si inizia a bere ben prima dei 18 anni, in famiglia)

**Controproducente perché:**

- aumenterebbe il fascino del proibito
- le bevute si concentrerebbero in poche occasioni con danni ancora maggiori
- i giovani berrebbero di nascosto ponendosi in situazioni più rischiose
- arrivati all'età consentita sarebbero portati a eccedere per mancanza di conoscenze e competenze

**Secondo una ristretta minoranza:**

**Utile perché:**

- posticiperebbe l'incontro con la sostanza in una età più matura in cui si è più responsabili

## 2. Riduzione degli orari di vendita e somministrazione

Anche rispetto all'eventualità che vengano ridotti gli orari in cui i locali possono somministrare bevande alcoliche, le opinioni dei giovani partecipanti ai focus e di coloro che hanno commentato il blog, sono prevalentemente critiche. Il concetto maggiormente condiviso è che questa misura sarebbe **inefficace**, per diverse ragioni. La prima è che, come nel caso dell'età, la si ritiene una misura che non verrebbe osservata da molti gestori, come già accade oggi, anche a causa della quasi totale assenza di controlli.

### **P 1: Torino 23-25 anni - 1:31**

*Ivan: anche adesso, in teoria, dopo le tre, non dovrebbero servire l'alcol e invece lo servono comunque, basta che cambi locale. Ti sposti da San Salvario, che in teoria chiudono alle tre e vai da XXXXXXX, ti servono l'alcolico fino alle sei del mattino. Quindi non è quello il problema, poi qual è l'utilità di metterlo a mezzanotte? Cosa credono di riuscire a raggiungere?*

La seconda ragione è che, anche qualora i locali applicassero la norma, i giovani consumatori potrebbero trovare senza grandi difficoltà i modi per aggirarla e continuare a bere alcolici anche dopo l'orario previsto dalla legge. Il più citato tra i modi di aggiramento è fare scorta di alcolici nei negozi o supermercati per poi consumarli in altri luoghi, come i parchi pubblici o le abitazioni private.

### **P 2: Salerno 23-25 anni - 2:19**

*Ascanio: oppure dovrete controllare quelli che lo vendono, questo è il problema principale secondo me, dovrete aumentare i controlli. O comunque se vuoi, lo compri prima e poi organizzi la festa a casa.*

*Ciro: bevi lo stesso a casa. Quindi fondamentalmente non cambierebbe niente.*

*Ascanio: sì, sì. Ovvio, dal punto di vista del consumo, secondo me, su grande scala non cambierebbe più di tanto.*

**DAL BLOG.** *Anonimo: Probabilmente le persone intenzionate a bere si organizzerebbero in modo da poter continuare a bere anche dopo, magari comprando delle cassette di birra prima della chiusura.*

Un'altra possibilità, espressa sia nei focus group che nei commenti al blog, è che, anche qualora la norma fosse rispettata sia dai gestori dei locali sia dai consumatori, non farebbe che anticipare le abitudini orarie di uso e di abuso, senza modificare le quantità consumate né ridurre i rischi alcol-correlati. Per questo motivo limitare gli orari di somministrazione appare a molti degli intervistati un provvedimento **insensato** e in qualche modo ipocrita.

### **P 3: Salerno 16-17anni - 3:15**

*Marco: ma perché se un ragazzino dice "Stasera, mi voglio far del male, mi voglio riempire di alcol", che lo faccia a mezzanotte, che lo faccia alle 10, che lo faccia alle 9, per un ragazzino di 14 anni, come fanno adesso, che cosa cambia? Niente. Oppure uno che dice tu bevi tanto a quell'ora e poi ti metti su una macchina, lo posso fare pure alle 5 del pomeriggio. Non cambia niente.*

Questa opinione deriva anche dalla diretta esperienza di alcuni giovani all'estero o dalla conoscenza di amici stranieri.

### **P 1: Torino 23-25 anni - 1:33**

*Giacomo: io sono stato recentemente in Spagna, avevo fatto una serata là, perché ero con degli studenti Erasmus, e lì si esce più o meno intorno alle 22.30-23, e siamo tornati a casa alle 3.30. La stessa cosa, c'erano altre persone, studenti Erasmus, ho parlato con una persona americana che ha detto: "Noi usciamo alle 19.30 e torniamo a mezzanotte", più o meno ci sono quattro ore di qualcosa, che più o meno è quello che succede in Spagna e in Italia e*

*un'altra ragazza uruguayana ha detto: "Ma no, noi usciamo alle 2.30 di notte e torniamo intorno alle 6-7".*

Nella migliore delle ipotesi, dunque, la norma non verrebbe osservata e non cambierebbe realmente i consumi, nella peggiore invece, secondo alcuni degli intervistati, potrebbe anche avere **effetti boomerang**, impattando negativamente sui consumi:

**P 2: Salerno 23-25 anni - 2:20**

*Ascanio: paradossalmente, ne potremmo comprare di più. Tanto alla fine stando a casa, quello che avanza lo potresti conservare e consumare un'altra volta. Invece anche nel locale, prendi una birra o un superalcolico, ti poni anche un limite, diciamo.*

**P 1: Torino 23-25 anni - 1:32**

*Ivan: la gente si porterebbe, come fanno già comunque, nello zaino l'alcolico, il superalcolico, con degli effetti ancora peggiori. Se c'hai una bottiglia di amaro nello zaino e te la bevi così, non credo che sia uguale rispetto a dire: "Spendo i miei dieci euro - per dire - e ne prendo due o tre". Ne assumi una quantità molto maggiore, quindi va a finire che sei ... più storto di quello che saresti!*

Solo nei focus group dei più giovani, in particolare in quello torinese, compare l'opinione di chi ritiene che il divieto di consumare alcolici dopo mezzanotte, specialmente nelle discoteche, avrebbe invece un **impatto positivo**, riducendo le ubriacature e dunque anche il rischio di incidenti.

**P 4: Torino 16-17 anni - 4:21**

*Alessia: con il consumo di alcol solo fino a mezzanotte si ridurrebbero tutta la gente che esce alle 4 del mattino, dopo aver bevuto fino a dieci minuti prima e magari ha bevuto semplicemente una birra fino a mezzanotte e poi inizia a bere, invece con il consumo di alcolici solo fino a mezzanotte si può rimanere in discoteca a ballare, a divertirsi, ma tornare a casa, evitare incidenti. Perché ubriacarsi, andare in coma etilico, all'organismo non fa bene, quindi ci sarebbero MOLTI meno incidenti dovuti all'alcol. Sul giornale si legge magari: "Davanti a discoteca c'è stata una rissa", la maggior parte sono tutti ubriachi, magari facendo in questa maniera, si ridurrebbe.*

C'è anche chi, sulla base della propria esperienza di residente in un piccolo paese del Sud, ritiene che le restrizioni di orario portino in realtà un danno all'economia - dei locali e più in generale dei paesi - e alla vita sociale della comunità. Nel racconto dell'intervistato pare che l'introduzione di questo limite non solo non abbia modificato le abitudini dei giovani del paese, ma li abbia indotti a muoversi in paesi limitrofi, dove non vige la stessa norma, aumentando così il rischio di incidenti stradali. Un chiaro esempio dei possibili effetti inattesi e controproducenti delle norme, soprattutto quando lasciate alla discrezionalità delle autorità locali.

**P 2: Salerno 23-25 anni - 2:15**

*Mattia: c'è stato un cambiamento molto negativo, nella movida del paese, che ora non c'è più. Tutti i bar sono chiusi, queste cosa qua, quindi dal punto di vista commerciale è stato molto negativo per la città. Però è un paese piccolo.*

*Intervistatore: ma commerciale quindi i ragazzi dove vanno, cosa fanno?*

*Mattia: eh, andavano da altre parti.*

*Ascanio: ma non si è anticipato, tipo, l'orario di uscita?*

*Mattia: no, no.*

*Ascanio: cioè, invece di uscire alle 10, alle 11, com'è uso comune, tipo dato che i locali chiudono prima, esco prima.*

*Mattia: no, da quello che è la mia esperienza, non si anticipava, uscire prima o cose, si andava da altre parti. E comunque sono leggi del Comune, ecco, quindi basta che vai in un altro Comune e lì è diverso.*

*Intervistatore: certo. Quindi però aumentando anche la mobilità, l'uso dell'auto.*



*Mattia: sì, questo sì. Però per quelle età che possono spostarsi in auto, che hai un po' di autonomia insomma.*

*Ciro: che poi posso dire una cosa su questo fatto? Ti vietano di bere oltre l'una e quindi tu sei obbligato a prendere la macchina, prendi la macchina e 'ppo [poi] succede un incidente perché uno ha bevuto. A questo punto bevo nella mia città, nel mio paese.*

Peraltro il tema del disturbo della quiete pubblica, motivazione – insieme a quella di una riduzione dei consumi – per cui sono già in vigore o si propone di estendere e generalizzare le limitazioni degli orari, non è stato quasi citato durante i focus group, lasciando supporre una scarsa consapevolezza, da parte dei giovani, del disturbo arrecato a terzi dai frequentatori della movida. L'argomento è emerso invece sul blog, dove qualcuno ha però ipotizzato che questa norma non limiterebbe necessariamente gli schiamazzi notturni, in quanto i giovani potrebbero continuare a bere fuori dai locali dopo l'orario di chiusura e senza il controllo messo in atto dagli stessi gestori.

**DAL BLOG.** *Anonimo: Frequentando i luoghi della movida ho notato che molti locali si attrezzano anche per evitare eccessivi schiamazzi e comportamenti molesti, mi chiedo se con la probabile chiusura anticipata dei locali, dovuta dal divieto, rimarrebbe qualcuno, oltre che le forze dell'ordine, a mantenere un clima rispettoso di chi, giustamente, vuole passare la serata in tranquillità.*

*In sintesi una restrizione degli orari in cui è consentita la somministrazione di alcolici nei locali, secondo la maggioranza degli intervistati, sarebbe:*

**Inefficace/inutile perché:**

- non sarebbe rispettata da tutti gli esercenti, come già avviene (anche per mancanza di controlli)
- sarebbe facile aggirarla, come già avviene (facendo acquisti di scorta da consumare in altri luoghi)

**Insensato perché:**

- tuttalpiù anticiperebbe le abitudini di consumo ma non cambierebbe le quantità consumate (come avviene all'estero)

**Potenzialmente controproducente perché:**

- dovendo fare scorta di alcolici in bottiglia, aumenterebbe i consumi
- arrecherebbe danno all'economia
- qualora si lasciassero, come ora, margini di discrezionalità alle autorità locali o diversi fossero i controlli sull'applicazione, arrecherebbero danni alle economie locali dei contesti che adottassero i provvedimenti, con soli effetti di spostamento
- indurrebbe i giovani a muoversi in comuni dove non c'è il divieto, aumentando il rischio di incidenti (come già accade)
- potrebbe aumentare, anziché limitare, il disturbo della quiete pubblica

*Secondo una minoranza di intervistati (tra i più giovani):*

**Utile perché:**

- potrebbe ridurre le ubriacature e il rischio di incidenti

### 3. Incremento dei prezzi al dettaglio

Sia sul blog che nei focus group, un ipotetico aumento dei prezzi è la misura che più di tutte viene commentata anche in termini di possibile efficacia. Sono soprattutto i più giovani che, riferendosi alla propria esperienza o a quella dei loro amici e conoscenti, sostengono che, a fronte di un aumento significativo dei prezzi, sarebbero costretti a diminuire i propri consumi.

**DAL BLOG.** *Eh questo sarebbe un bel problema. La diffusione negli ultimi tempi di shottini a prezzi bassi era un incentivo a bere. Alzando i prezzi diventa tutto più complicato.*

**P 3: Salerno 16-17anni - 3:19**

*Andrea: questo potrebbe essere un modo per far smettere di bere i giovani*

*Antonella: anche io la penso come Andrea, penso che servirebbe*

**P 4: Torino 16-17 anni - 4:43**

*Alberto: a me un po' cambierebbe perché se ovviamente la birra già adesso costa tanto – perché sono 3 euro per poca birra, cioè poca – se si alzasse ancora il prezzo non la prenderei, perché non spenderei i miei soldi per quello, però comunque ci rimarrei male, perché prendersi una birra mentre mangi una pizza comunque lo fai per piacere non per... bere*

Tra i più giovani l'impressione è che un cambiamento di questo tipo impatterebbe sulle abitudini degli adolescenti, mentre non modificherebbe più di tanto le abitudini dei giovani adulti, visti come più indipendenti economicamente. I giovani ventenni, dal canto loro, non sono dello stesso avviso e sottolineano come un aumento significativo dei prezzi creerebbe disagio a tutte le fasce di età e un danno economico ai commercianti.

**P 4: Torino 16-17 anni - 4:31**

*Alessia: secondo me ci sarebbe tra i ragazzi una possibile riduzione del consumo di alcol, ovviamente posso parlare per i ragazzi della mia età fino ai 18. Perché i ragazzi che hanno 25 anni, che hanno il loro lavoro la loro vita e i loro soldi, li spendono come vogliono, se per loro è importantissimo bere... cioè, tra i ragazzi minorenni o comunque alla mia età diminuirebbe, per il resto non si sa...*

**P 1: Torino 23-25 anni - 1:48**

*Ivan: porteresti un sacco di attività a chiudere, cioè se tu aumenti così tanto il prezzo, e quindi tantissime persone non possono più permetterselo, nessuno ad esempio andrebbe a San Salvario a prendersi un drink, perché non ce la farebbe economicamente.*

Tuttavia, come per gli altri argomenti trattati, anche in questo caso, nei focus come sul blog, prevalgono le opinioni negative, che ritengono che un aumento dei prezzi sarebbe **inefficace** al fine di diminuire i consumi alcolici dei giovani. Questo perché, secondo qualcuno, comporterebbe solamente un diverso uso del denaro a disposizione, per cui, chi è intenzionato a bere, risparmierebbe su altri fronti e continuerebbe a consumare alcolici secondo le proprie abitudini. L'esempio portato a sostegno di questa opinione è quello dell'aumento del costo delle sigarette, che, secondo gli intervistati, non solo non ha modificato le abitudini dei giovani fumatori, ma ha addirittura favorito il ritorno alla vendita di sigarette di contrabbando. Un aumento dei prezzi potrebbe dunque anche avere **effetti indesiderati**, come favorire il mercato nero.

**P 2: Salerno 23-25 anni - 2:27**

*Ciro: però se tu ragioni con la mente di un giovane, di un quindicenne, dice: io, mo', faccio economia su altre cose però almeno il sabato sera, quando esco con gli amici, quel cicchettino me lo prendo. Cioè, costa di più, ok, il vino costa di più, faccio economia su un'altra cosa. [...] Se io devo fare economia su una cosa che devo comprare, per esempio, una maglia, cioè, lo faccio e mi conservo i soldi per bere il sabato sera, quindi ... potrebbe, potrebbe diminuire il consumo ... però, nemmeno ... [...]*

*Francesco: io voglio fare un esempio: parlando prima dell'aumento delle sigarette, visto che io per molto tempo ho vissuto anche a Napoli, ti posso dire a Napoli in molti quartieri sono*



*tornate le famose sigarette di contrabbando, degli anni Ottanta, che certo non saranno d'élite ma costano molto meno. Io credo che con l'alcol succederebbe questo. Cioè, ci sarebbe sempre quel locale che ti dice, io ti faccio il prezzo di prima per avere più gente, e si andrebbe a bere là. Quindi come diceva anche lui, si favorisce solamente l'illegalità, credo.*

Gli intervistati mettono inoltre in luce il fatto che esistono già attualmente prezzi diversi in città diverse ed esercenti che praticano prezzi inferiori – in particolare i piccoli negozi da esporto gestiti da stranieri. Questi ultimi, che peraltro propongono generalmente prodotti di qualità inferiore, nel caso di un aumento dei prezzi sarebbero favoriti a discapito di bar e altri locali in cui si somministrano bevande alcoliche. Gli intervistati sottolineano in altre parole che, secondo la loro esperienza, a fronte di un aumento dei prezzi si potrebbe verificare uno spostamento delle abitudini di acquisto, più che una diminuzione dei consumi.

**P 1: Torino 23-25 anni - 1:54**

*Stefano: ci sarebbe un incremento assoluto dei pachistani. (Risate) Conquisterebbero tutta la città, perché tanto alla fine sono loro che ... cioè io vengo da una città dove l'alcolico costa già tanto*

*Intervistatore: cioè, quale città?*

*Stefano: io vengo da Firenze, e a Firenze costa tantissimo l'alcol. Per farti una bevuta il prezzo MINIMO è 7 euro, mentre qui è 3,50-4 euro, cioè prezzi che a Firenze ci si sogna la sera. E una birra 5 o 6 euro, quindi bisogna anche vedere dal lato commerciale, secondo me la popolazione pachistana e bangladesese sarebbe contentissima.*

Non mancherebbero inoltre i modi per aggirare il problema, come ad esempio ritrovarsi a bere in luoghi privati o adottare l'abitudine del *preloading* (Foster and Ferguson, 2014), cioè consumare, prima di entrare in un locale, bevande alcoliche acquistate precedentemente e a un prezzo inferiore in un supermercato. Questo perché, se anche tutti i prezzi fossero aumentati, continuerebbe a esistere una significativa differenza tra acquisto da asporto e consumo nei locali pubblici. Peraltro già ora si tratta di un comportamento diffuso, ad esempio, tra i frequentatori delle discoteca, come viene confermato in tutti i focus group.

**P 1: Torino 23-25 anni - 1:41**

*Eva: Alcuni miei amici, per non spendere troppi soldi in drink, si compravano la bottiglia al supermercato e la bevevano in compagnia, oppure, in discoteca un sacco di volte ho sentito che piuttosto che prendere il drink con meno alcol, che costava un sacco di più, si beve prima e poi si va in discoteca.*

Questa misura potrebbe risultare addirittura **nociva** sugli stili di consumo e per la salute, in quanto potrebbe incentivare l'acquisto di bevande di bassa qualità e/o indurre i giovani a concentrare le bevute in meno occasioni, in cui si berrebbe di più.

**DAL BLOG.** *Anonimo: Avendo pochi soldi a disposizione ridurrei sicuramente il mio consumo di alcool durante la settimana, come uscire con gli amici per bere una birra. Durante le feste e nei fine settimana probabilmente aumenterebbe l'abitudine di comprare, nei negozi, alcool scadente e ad alta gradazione.*

Un ipotetico significativo aumento dei prezzi delle bevande alcoliche è ritenuto non solo inutile e potenzialmente dannoso, ma anche **ingiustificato e ingiusto**. Ingiustificato perché, secondo qualcuno, bere secondo la tradizione, cioè vino o birra, in quantità moderate e durante i pasti, non costituisce un rischio per la salute. Ingiusto perché impatterebbe, appunto, su una tradizione socio-culturale penalizzando le persone con minori possibilità economiche.

**P 1: Torino 23-25 anni - 1:46**

*Giovanni: potrebbe anche essere una cosa sbagliata, l'alcol usato nella maniera giusta, voglio dire, dal punto di vista medico addirittura qualcuno dice che un bicchiere di vino ai pasti fa*

*bene, ti fa vivere anni in più. Poi appunto, com'è già stato detto, l'Italia è sempre stata molto legata alla tradizione dei vini, della birra un po' meno, però sarebbe proprio un po' dare una mazzata a una parte importante anche della nostra cultura, per ottenere un obiettivo che potrebbe anche essere raggiunto.*

**P 4: Torino 16-17 anni - 4:38**

*Alberto: secondo me sarebbe anche una mossa sbagliata perché magari c'è anche quella persona che ha delle disponibilità economiche basse ma si vuole fare una bella cena con gli amici una bottiglia di champagne decente, e però non riesce perché costa troppo.*

*In sintesi, un significativo aumento dei prezzi delle bevande alcoliche, secondo la maggior parte degli intervistati, sarebbe:*

Inefficace/inutile perché:

- comporterebbe un diverso uso del denaro a disposizione, ma non una riduzione dei consumi
- aumenterebbe l'abitudine del *preloading*
- ci sarebbero sempre esercenti che applicano sconti o prezzi inferiori

Potenzialmente controproducente/dannoso perché:

- recherebbe un danno economico agli esercenti
- favorirebbe il mercato nero
- favorirebbe i negozi da asporto a scapito dei locali (come già avviene in certe città)
- incentiverebbe il consumo di prodotti di scarsa qualità
- le bevute si concentrerebbero in minori occasioni in cui si consuma di più

Ingiusto perché:

- intaccherebbe il ruolo e il significato di bevande come il vino nella tradizione alimentare e culturale italiana
- penalizzerebbe le persone con minori risorse economiche

*Secondo altri sarebbe invece:*

Efficace perché:

- ridurrebbe i consumi dei giovani che hanno meno disponibilità economiche

#### 4. Divieto di consumo in luoghi pubblici

I commenti in merito all'eventuale introduzione del divieto di consumare alcolici in luoghi pubblici sono quelli più nettamente critici. Infatti un unico commentatore sul blog ha ipotizzato una sua possibile utilità nel senso di una riduzione dei consumi, opinione presa in considerazione – in riferimento ai focus group – solo in uno dei gruppi di adolescenti (Torino, 16-17 anni). La maggior parte degli intervistati, anche tra quelli che la considerano *"in teoria giusta"* (Salerno, 16-17 anni; Torino, 16-17 anni), ritiene invece questa norma inutile, in quanto in ogni caso verrebbe aggirata. Questa opinione non si basa solo su supposizioni, ma anche su esperienze concrete. Uno degli intervistati salernitani ricorda a questo proposito le abitudini osservate durante un soggiorno negli Stati Uniti, dove per aggirare questo divieto le bottiglie di alcolici vengono nascoste dentro buste di carta, oppure è il contenuto a essere trasferito in contenitori di bevande non alcoliche.

**P 2: Salerno 23-25 anni - 2:42**

*Ascanio: mi è capitata proprio questa cosa, che andammo a fare un barbecue all'aperto, tipo in un parco a New York, e c'è il divieto di bere all'aperto ma comunque avevano portato le birre col metodo che ho detto [...] dentro un'altra bottiglia. Quindi giravano i vigili però non*

*hanno detto niente. Cioè, se ti vedono con la bottiglia di vetro ti danno fastidio altrimenti o non ci fanno caso o non lo so.*

*Francesco: non è che possono venire da chiunque a vedere che stai bevendo.*

Una studentessa a Torino spiega invece i limitati effetti di questo provvedimento introdotto recentemente nella suo comune di origine, Brescia. Limitati perché il divieto riguarda solo centro – dunque ci si può in ogni caso spostare in altri luoghi periferici – e perché la maggior parte dei giovani continua a consumare nella piazza più frequentata, dove si concentrano i locali, anche bevande acquistate nei negozi da asporto.

**P 1: Torino 23-25 anni - 1:55**

*Chiara: Vengo da Brescia e a Brescia non si può bere in luoghi pubblici. Non si può camminare sotto i portici con una birra in mano, ci sono degli spazi, cioè il de hors esiste, quindi i locali hanno il loro de hors, si può stare fuori, per carità. Però non si può girare per il centro con alcolici, non si può stare [...]. C'è la zona del Carmine [...] in cui ci sono cinque locali in una stessa piazza, e son tutti lì, siam tutti lì in piazza a fare i pinguini fermi, e da lì non ci si muove. Comunque, il posto per bere lo trovi, magari non vai più nel parchetto e non giri per il centro con la birra in mano, stai fermo. [...] Magari se ti prendi la birra da asporto, vai lì in piazza con tutti quelli che hanno preso il drink nel locale con la tua birra, [...] in qualche modo fai. E poi è così solo in centro, io fra l'altro vengo da un paese [...] Ti impongono di andare nei locali, ok, non puoi stare fuori a bere, tutto qua. E tu cosa fai? Vai fuori a bere, nel locale, basta.*

Come per le altre norme, anche in questo caso l'idea che il divieto non sarebbe efficace si accompagna all'assunto, ampiamente condiviso dagli intervistati, che le norme in Italia non vengono rispettate perché di fatto mancano i controlli atti a prevenire e sanzionare le violazioni delle leggi, cioè il cosiddetto *enforcement*.

**P 4: Torino 16-17 anni - 4:47**

*Paolo: a livello ideale cambierebbe le cose, a livello [pratico] non ci sarà mai un poliziotto per ogni vicolo, e quindi non cambierebbe le cose. Cioè chi si fa le canne nei parchetti lo sa che se passa la polizia lo sgama e va nei casini. Però continuano a farsi le canne nei parchetti senza problemi. Come c'è chi continua a farsi le canne nei bagni delle scuole negli intervalli, nei giardini, non è più una novità ormai.*

Non manca chi prova a ipotizzare cosa accadrebbe se questo divieto fosse di fatto rispettato. L'ipotesi è che i giovani che attualmente hanno l'abitudine di bere nei parchi pubblici dovrebbero trasferire i loro incontri in abitazioni private, con il **rischio** di eccedere anche più di quanto accade negli spazi all'aperto. In merito a questa ipotesi, in uno dei focus group si è aperto un interessante dibattito se sia più rischioso bere in casa o nei luoghi pubblici, con opinioni a favore di entrambe le posizioni. Da un lato infatti, in casa, anche se si esagera, non c'è il rischio di incorrere in incidenti stradali, dall'altro lato però, se un giovane si trova in stato di incoscienza in un luogo pubblico, è più facile che riceva attenzione e soccorso.

**P 4: Torino 16-17 anni - 4:46**

*Sara: Se ci fosse effettivamente sorveglianza, se queste multe fossero effettivamente date, cambierebbe molto. Almeno qua, dove molte persone che conosco vanno nel parchetto a bere non sarebbe più possibile.*

*Intervistatore: quindi secondo te cosa farebbero i tuoi amici che vanno al parchetto?*

*Sara: Andrebbero a casa [...] C'è sempre quello che ha magari la casa del nonno vuota tutto l'anno e sta lì e beve... però per lo meno è in casa, sta lì e beve, è meglio bere in posto chiuso al sicuro che in un parco all'esterno dove non sai chi puoi incontrare, cose del genere.*

*Intervistatore: siete d'accordo?*

*Paolo: sì*

*Alessia: no. Sulla prima parte sì, sulla seconda che è meglio bere in casa perché è più sicuro, secondo me "ni". Perché se si beve e si sta male, in casa, non puoi avvisare nessuno – se non sei in condizioni di farlo, se non te ne rendi conto - se sei in un parchetto e ti vede completamente andato si fa qualche domanda e chiama o la polizia o il 118.*

*Alberto: ma più che altro ti puoi fare male a casa come al parco [...] Se bevi in casa da solo sei un alcolizzato.*

Solo in uno dei focus group, e anche grazie alla sollecitazione del conduttore, il tema è stato affrontato dal punto di vista del disturbo alla quiete pubblica, in quello dei partecipanti più grandi, protagonisti attivi della movida notturna, che vivono a Torino, dove la grande concentrazione di locali notturni nel celebre quartiere di San Salvario sta creando non pochi problemi ai residenti. Nonostante ciò, i partecipanti non sembrano molto consapevoli del problema, infatti si trovano tutti concordi con l'opinione che a provocare il disturbo siano solo gli ubriachi, un numero limitato di individui, noti agli assidui della vita notturna, il cui comportamento non è imputabile solo al consumo di alcol, ma a problemi di ordine psicologico che andrebbero affrontati con strumenti diversi da quelli dei divieti formali. Dunque l'introduzione di misure aggiuntive rispetto a quelle esistenti che già prevedono il reato di disturbo della quiete pubblica (art. 659 del codice penale) è ritenuta dalla maggior parte dei partecipanti superflua.

**P 1: Torino 23-25 anni - 1:57**

*Ivan: basta anche solo pensare a come è fatta la città, cioè a Torino dici che tutti quanti devono stare dentro i locali, voglio vedere la gente a San Salvario dove si mette?! Già così non ci si sta! Detto molto sinceramente: dove vai? Non puoi!*

*Giacomo: per il disordine pubblico, potrebbe essere relativamente utile, ma in realtà quello che causa disordine pubblico non è il bere, a parte essere ubriaco, e già la normativa dovrebbe esserci, se non sbaglio [...]. I problemi di ordine pubblico sono creati da chi li vuole creare. L'alcol è un invogliamento, questa è la mia opinione eh, se uno vuole fare casino lo fa casino. Poi può darsi che magari bere la birra in più lo fa fare di più, quello sì, però tendenzialmente, persone rissose possono essere aiutate, diciamo, dall'alcol, ma nemmeno più di tanto. Sono dei problemi che sono tanto più personali e profondi rispetto al semplice consumo di alcolico, se è una persona che puntualmente esce – tanto poi sono sempre gli stessi, e se frequenti San Salvario per un anno, sai chi sono – una persona che ha questo istinto qui, non verrà mai soppresso dal fatto di non poter consumare alcol. È un suo problema, col quale si potrebbe magari dare un sostegno più psicologico a livello di assistenza psichiatrica, verso le persone che hanno tendenza che hanno comportamento più violento e capire perché hanno un comportamento così violento.*

E' opinione diffusa inoltre che il divieto di consumare in luoghi pubblici sarebbe non solo inefficace, ma anche insensato e in qualche misura ingiusto, perché impatterebbe su un'abitudine piacevole e diffusa, soprattutto al Sud, di sorseggiare una bevanda all'aperto, che non reca danno a nessuno.

**P 2: Salerno 23-25 anni - 2:44**

*Mattia: sì, sì. Però per me uno può tranquillamente bere in luoghi pubblici perché reca danno a se stesso e non reca danno a terze parti, almeno se non esagera e tutto però, insomma.*

*Francesco: sono d'accordo completamente con lui, è inutile, cioè se bevi la birra o qualcosa di alcolico al finale puoi fare male solamente a te. Ma poi molti locali che affacciano sulle piazze o affacciano su parchetti, che fai, un metro qua e puoi bere e poi ti sposti di un passo e non puoi bere? Non cambia niente.*

*Ascanio: infatti, qua è bello, prendi la birra e la bevi fuori, cammini.*

*Ciro: bevi fuori, sì, infatti.*

*Ascanio: sì, è difficile che ti bevi una birra dentro al locale.*

**DAL BLOG.** *Anonimo: Soprattutto nella bella stagione il bere all'aperto è un piacere, un conto è proibire comportamenti molesti dovuti dall'alcol un altro è punire chi per piacere decide di bere in modo educato in luoghi aperti. Probabilmente nella bella stagione, per il consumo di bevande alcoliche, si sceglierebbero spazi all'aperto isolati.*

Secondo uno studente di Torino, vietare il consumo di alcolici in luoghi pubblici sarebbe anche discriminatorio nei confronti dei cittadini immigrati, che più degli italiani trascorrono tempo in strada, e andrebbe controcorrente rispetto ai più recenti orientamenti politici che sollecitano gli amministratori locali a rianimare le piazze e le strade dei paesi.

**P 1: Torino 23-25 anni - 1:71**

*Stefano: tutta la popolazione immigrata, poi sarebbe interessante parlare di spazio pubblico, diciamo che ora come ora la fascia d'immigrazione tende a un uso più forte dello spazio pubblico, sia per una concezione culturale, sia per una concezione di non evasione dalla città, quindi utilizzano di più quello che è lo spazio pubblico, in un'accezione proprio di spazio pubblico e quindi anche il consumo di alcolici, che è legato a quei momenti di evasione, quindi che ne so il pranzo della domenica, i peruviani al parco, che sono tantissimi, e quindi in questa dimensione di evasione o di ritrovarsi con connazionali, cosa che non è possibile perché non hanno una situazione stabile a livello di alloggio, può essere una dimensione probabile quella del consumo di alcol nello spazio pubblico. E certo vietare la fruizione dell'alcol, mettere delle restrizioni sulla fruizione in uno spazio pubblico, con tutto il pressing che c'è ora a livello anche istituzionale di rivitalizzazione dello spazio pubblico, rientrata nello spazio pubblico come concetto di luogo dove stare insieme, è MOLTO pressante questa forma di rivivere l'urbano [...]. Sarebbe un controsenso, fundamentalmente.*

*Il divieto di consumare bevande alcoliche in luoghi pubblici, secondo la maggior parte degli intervistati, sarebbe:*

Inutile/inefficace perché:

- non verrebbe rispettato e non ci sarebbero mai sufficienti controlli (come per la cannabis)
- verrebbe aggirato (ad es. mettendo le bottiglie nei sacchetti, come avviene all'estero)
- si continuerebbe a bere all'aperto, davanti ai locali, negli spazi dove questi sono concentrati (come già avviene in alcune città italiane)
- non è chi beve che disturba la quiete pubblica, ma solo chi si ubriaca, che ha problemi che vanno trattati diversamente

Potenzialmente dannoso/controproducente perché:

- incentiverebbe a bere in luoghi nascosti
- ridurrebbe la vita sociale nelle piazze e nei luoghi pubblici

Ingiusta perché:

- impatterebbe su un'abitudine piacevole che in genere non reca danno a nessuno
- discriminatoria, a discapito soprattutto dei cittadini stranieri

*Secondo una ristrettissima minoranza di intervistati sarebbe:*

Utile perché:

- diminuirebbe i consumi degli adolescenti che trovano negli spazi pubblici il contesto ideale per bere eccessivamente

## 5. Apposizione di messaggi allarmistici sulle etichette

L'eventualità che sulle bottiglie di bevande alcoliche possano comparire immagini e scritte allarmistiche che prefigurano i danni dell'alcolismo è il secondo tema più discusso sul blog. Anche sull'utilità di questa ipotetica misura prevalgono, sia sul blog che nei focus group, **opinioni scettiche**. Molti commenti a sostegno di questa tesi critica fanno riferimento a quanto accaduto nel caso dei pacchetti di sigarette, le cui immagini scioccanti non sono servite a fare desistere chi fuma, poiché non è sufficiente informare per cambiare le abitudini delle persone. In quanto alle immagini disturbanti, si possono sempre coprire o rimuovere.

**P 3: Salerno 16-17anni - 3:25**

*Cinzia: inutile, una sola cosa inutile, perché già li hanno messi sui pacchetti di sigarette, c'è gente che li strappa, che non li vuole vedere, ma continua a fumare.*

**P 4: Torino 16-17 anni - 4:55**

*Viola: Non cambierebbe niente! Cioè la gente continua a fumare nonostante ci siano queste foto, c'è chi le cancella con l'indelebile così non le vede più...*

*Sara: vendono il copri pacchetti per il tabacco con le immagini carine per coprire quelle brutte [...]*

*Paolo: chi compra i pacchetti di sigarette per fumarsele non le guarda neanche le immagini. [...]*

Gli intervistati sembrano consapevoli degli effetti limitati dell'approccio denominato *fear appeal*, che fa cioè appello alla paura (Witte and Allen, 2000), in quanto rischia di scatenare nel destinatario una reazione di estraneità al pericolo:

**DAL BLOG.** *Anonimo: Ritengo questo tipo di etichette moraliste e fataliste. Un giovane che legge "bere alcolici aumenta la probabilità di contrarre il cancro" farebbe le corna e prenderebbe poco sul serio una prospettiva così lontana.*

**P 1: Torino 23-25 anni - 1:73**

*Eva: anch'io non penso sarebbe molto utile, un po' per lo stesso motivo: vedi qualcosa di brutto, copri. E poi anche perché sono conseguenze molto a lungo termine, quindi gli adolescenti del lungo termine hanno una percezione più in là, nel senso è tutto talmente lontano che figurati se mi capita, anche gli altri più o meno, le conseguenze in quei termini lì sono comunque per l'abuso, per il consumo più o meno responsabile nessuno l'ha mai condannato. Per cui sarebbe una cosa, sì ok, a quello che si ubriaca ogni giorno succede, quindi sarebbe pressoché inutile.*

Sono in molti inoltre a sottolineare l'incoerenza di predisporre questo tipo di messaggi dissuasivi in un Paese produttore di vini pregiati e di birre di qualità. Un Paese, soprattutto, dove il bere a tavola rappresenta una tradizione di lunga data e quasi sempre un'abitudine familiare. Per questo sono molti, anche tra i minorenni, a difendere la bontà di questo stile di consumo, e a giudicare le ipotetiche etichette allarmanti **inopportune e offensive** per la cultura del bere italiana, oltre che dannose per l'immagine del prodotto sul mercato.

**DAL BLOG.** *Francesca: se uno Stato consente di bere alcolici mi sembra inutile venderlo con l'avviso che fa male. E' un controsenso.*

**DAL BLOG.** *Anonimo: Come quelle sulle sigarette, verrebbero semplicemente ignorate o al più coperte con un pezzo di scotch. Inoltre rovinerebbero notevolmente l'immagine di un prodotto italiano conosciuto a livello mondiale.*

**P 1: Torino 23-25 anni - 1:75**

*Luca: poi penso che immagini brutte sul vino, che è un alimento, è una cosa anche un po' offensiva, nei confronti di questa sostanza che è radicata in molte culture. Lo si rende ancora*



*di più una “sostanza”, rispetto all’alimento che poi è, quindi lo trovo una cosa veramente negativa. Così come lo è stampata sul pacchetto di sigarette, l’immagine del malato, però sul vino la trovo veramente sia offensiva, sia disgustosa, quasi. [...]*

*Roberta: per me pure sarebbe offensivo. Cioè io vado a vendemmiare, mio padre fa il vino, quindi sarebbe proprio una cosa offensiva personalmente.*

Dalle citazioni traspare come i giovani intervistati, al Sud come al Nord, traccino una netta distinzione tra le bevande da tavola, il vino e la birra, e i superalcolici. Secondo quella che è una cultura condivisa da diverse generazioni (Beccaria, 2010), i giovani ritengono che consumare moderate quantità di vino (o birra) durante i pasti non sia realmente nocivo per la salute, non quanto lo è il fumo o il consumo di bevande ad alta gradazione alcolica. Per questo l’idea di apporre delle etichette allarmistiche, specialmente sul vino, è ritenuta **ingiustificata e sconveniente**.

**P 2: Salerno 23-25 anni - 2:50**

*Ciro: eh lo so, io non lo percepisco così grave. Non lo percepisco così grave come per le sigarette. Perché sul pacchetto di sigarette ci sono delle immagini veramente forti. [...] lo vedo fuorviante mettere l’immagine di una persona morta o che sta morendo o altre cose e su una bottiglia d’alcol o di vino, cioè ... sì, ci può stare e ci si può scrivere “fa male e nuoce se preso in quantità” però sinceramente io ‘o bicchier’e’vin a tavola non pienz che m’accir [il bicchiere di vino a tavola non penso che mi uccide].*

**P 4: Torino 16-17 anni - 4:67**

*Giorgio: secondo me però non sarebbe giusto metterlo sulla birra o sul vino perché comunque fanno parte della tradizione. Comunque a tavola bere un bicchiere di vino o di birra non provoca queste cose qua perché da generazioni in Italia si beve un bicchiere di vino ai pasti. [...] Invece metterlo sui superalcolici che in effetti provocano dipendenza e portano a quelle cose lì. Invece sulla birra o sul vino non dovrebbero essere messi. [...]*

*Sara: come dicevo, sulla birra magari no, perché giustamente vai a berti una birra con i tuoi amici, cioè non è bello vedersi questa foto. Invece sui superalcolici sì. Invece sulle bottiglie, quelle magari pregiate, che si bevono a tavola con la famiglia, magari mettere anche solo una scritta per avvertire, l’immagine la metterei solo sul superalcolico... perché la scritta non ti disturba però effettivamente tu sei consapevole in ogni caso che questa cosa fa male.*

*Chiara: Ma tanto lo sai anche a prescindere dalla scritta! Lo sai comunque quello a cui vai incontro*

Qualcuno ipotizza addirittura che le etichette allarmistiche, contribuendo a modificare l’immagine del vino da alimento a sostanza psicotropa, potrebbero avere un effetto **controproducente** sugli stili di consumo.

**P 1: Torino 23-25 anni - 1:77**

*Ivan: son d’accordo con loro, in più mi riaccerei a tutto il discorso di prima, perché di nuovo sarebbe di nuovo un dover far capire le cose in un’altra maniera, se tu metti soltanto l’immagine stampata, non li porti ad avere veramente l’idea che quell’alimento, ti porta poi a stare male. È l’abuso dello stesso che ti porta a stare male.*

Anche coloro – una minoranza – che ipotizzano un certo grado di efficacia delle etichette allarmanti, ritengono che l’effetto deterrente funzionerebbe solo su alcuni segmenti di consumatori, e per giunta non su quelli per i quali sarebbe più utile: gli alcolisti o i giovanissimi, che in questa fascia di età bevono con l’intenzione di ubriacarsi.

**P 4: Torino 16-17 anni - 4:66**

*Paolo: a me più che altro darebbe fastidio sulla bottiglia di birra mentre mangio la mia pizza avere davanti la foto di uno con il fegato distrutto o insomma... a me darebbe fastidio avere davanti mentre mangio una immagine del genere e mi berrei una coca-cola. Onestamente. [...] [Ma se] Mi immagino a uscire alla sera con gli amici per ubriacarmi e di vedere sulla*

*bottiglia di vodka la stessa immagine: non me ne fregherebbe niente! Poi io non esco la sera per ubriacarmi, però in quello scenario ipotetico non me ne fregherebbe niente, se sono lì per quello.*

Qualcuno riconosce però che, se non sulle singole scelte, i messaggi di allarme potrebbero far riflettere o comunque agire a livello inconscio.

**P 2: Salerno 23-25 anni - 2:51**

*Francesco: allora io non credo tanto in queste immagini, cioè nel senso, io penso che se voglio andare a fumare o a bere, io parlo di cosa mia personale, se arrivo fino al supermercato per pigliare l'alcol potrebbero metterci qualsiasi vignetta su, a me cambia poco. Però tra l'esserci e il non esserci è meglio l'esserci secondo me. Almeno ci pensi, pure se a livello inconscio almeno ci pensi.*

*L'apposizione di scritte e immagini allarmistiche sulle bottiglie di bevande alcoliche, secondo la maggior parte degli intervistati, sarebbe:*

Inutile/inefficace perché:

- le persone sono già informate sui rischi
- fare appello alla paura può allontanare anziché aumentare la consapevolezza del pericolo

Ingiustificata perché:

- bere vino e birra a tavola non è un'abitudine rischiosa

Inopportuna e offensiva perché:

- non coerente con la nostra cultura del bere
- dannosa per l'immagine di prodotti come il vino e la birra sul mercato

Potenzialmente controproducente perché:

- contribuirebbe a veicolare l'immagine del prodotto quale sostanza psicotropa invece che alimento

*Secondo una minoranza di intervistati e, soprattutto, limitatamente ai superalcolici, sarebbe:*

Utile perché:

- potrebbe disincentivare i consumi di alcuni (ma non degli alcolisti né degli adolescenti)
- potrebbe far aumentare la consapevolezza sui danni

## 6. L'alternativa a nuove misure restrittive: le proposte dei giovani

Dall'analisi risulta evidente che i partecipanti alla ricerca sono generalmente scettici rispetto all'utilità di introdurre, per via legislativa, nuove misure restrittive con l'obiettivo di limitare i consumi alcolici in particolare giovanili. Ritengono addirittura che un approccio "proibizionista", come spesso lo definiscono, potrebbe avere diversi effetti controproducenti.

Ciò non significa che non ritengano utile o necessario intervenire sul tema. Ma, per prima cosa, operando perché le norme attualmente in vigore, verso le quali i giovani si dichiarano tendenzialmente favorevoli, siano applicate e fatte rispettare. Chiedono cioè più **controlli**.

**P 2: Salerno 23-25 anni - 2:18**

*Ascanio: oppure dovresti controllare quelli che lo vendono, questo è il problema principale secondo me, dovresti aumentare i controlli. [...]*

*Ciro: ma io ai controlli sui minorenni so' favorevole, cioè se il bar vede un minorenne, cioè, voglio la carta di identità. A quello io so' favorevole.*



**P 3: Salerno 16-17anni - 3:11**

*Cinzia: a me è capitato in un locale. Non è il problema di aver bevuto troppo, ma mischiai parecchie cose. Vodka, birra, vino, tutto assieme. Per questo direi che non sia del tutto giusto non chiedere niente a dei minorenni. Ero in un locale. Ti senti libero alla fine di assumere qualsiasi cosa.*

Tuttavia le proposte emerse spontaneamente nel confronto, si orientano prevalentemente verso altri tipi di intervento più che sui divieti formali: in primis vedono con favore gli interventi di **prevenzione**, mirati ad aumentare la consapevolezza dei rischi e il senso critico nei confronti del marketing.

**P 1: Torino 23-25 anni - 1:27**

*Eva: Sarei d'accordo a un'educazione mirata ad aumentare un po' la consapevolezza. Magari non è efficace su tutti, però potrebbe avere dei risvolti positivi al consumo responsabile, o comunque usando un po' di testa, cercare di invogliare i ragazzi appunto a riflettere su ciò che fanno, no? Perché magari gli viene proposto il Bacardi Breezer in un certo modo... Cioè fargli tutti questi discorsi per invogliarli un po' a ragionare.*

Il contesto privilegiato per informare i giovani, secondo gli intervistati, rimane la **scuola**. Tuttavia più di uno studente ritiene che gli "interventi spot" non siano molto efficaci, mentre nella loro opinione sarebbe più utile che il tema dei rischi alcol-correlati, come gli altri comportamenti a rischio, fosse trattato regolarmente, dai professori, anche nelle lezioni curricolari.

**P 2: Salerno 23-25 anni - 2:8**

*Francesco: bisognerebbe informare più che vietare. Si vietava anche nel proibizionismo e si beveva uguale quindi... bisognerebbe informare più che vietare.*

*Ascanio: sapere cosa porta. Non solo che fa male e fa male e basta. Cioè l'alcol porta questo, questo e questo.*

*Intervistatore: ma in quale contesto bisognerebbe informare?*

*Ascanio: nel sistema scolastico, come prima cosa. Quindi pure inserire, non lo so, un'ora a settimana, un'ora al mese. Fare dei seminari, per informare lo studente. [...]*

*Mattia: sì, nella mia scuola durante le assemblee di istituto forse una volta all'anno veniva un'associazione a parlarci di alcol, droghe, eccetera, però secondo me è l'unico modo per istruire bene chiaramente i giovani è che anche qualche professore dedichi qualche lezione, un'ora, all'interno della didattica, per spiegare veramente cosa fa l'alcol e le droghe in generale, ecco. [...]*

*Francesco: esatto, non può venire uno una volta all'anno e basta perché come dice lui smetti nel tempo immediatamente ... poi però te ne scordi. Sono d'accordo con loro anche sul fatto che forse una delle poche cose che si possono fare è istruire e quindi dedicare magari un'ora di lezione, dedicare dei corsi, dedicare qualcosa che però è duraturo durante l'anno*

Citando le parole di una ragazza, gli interventi di prevenzione non dovrebbero essere impostati con lezioni frontali, ma "interattivi, coinvolgenti, che ti facciano provare l'esperienza" (Torino, 16-17 anni). Un altro approccio citato e ritenuto efficace è quello della *peer education*, che prevede che siano proprio dei giovani, opportunamente formati, a informare i propri pari. Meglio ancora sarebbe, secondo qualcuno, se gli interventi non fossero settoriali, monotematici, ma più ampi e mirati a sviluppare competenze trasversali, secondo quello che in letteratura è definito l'approccio delle "life-skills" (Botvin and Griffin, 2004).

**P 1: Torino 23-25 anni - 1:83**

*Eva: Riporti le conseguenze esattamente come sono, dandogli dei dati, dai a loro la possibilità di scegliere, in questo modo loro si responsabilizzano da soli. Questo è più o meno quello che si cerca di fare ed è fatto da noi, ragazzi che non sono così lontani, e dovrebbe essere un metodo basato sulla parità. Nel senso: io, che sono stato formato con dei contenuti, te li*

*passo e sei tu che poi puoi scegliere, e sei tu che scegli. Non sono io che ti dico di scegliere così, ma ti dico: "Guarda che scegli così, succede questo". [...]*

*Michela: secondo me più che farlo mirato allo specifico argomento, quindi le droghe, l'alcol, molto settoriale, io lo vedo in un modo molto innovativo: pensare proprio a qualcosa di più generico [...] per migliorare quelle che poi sono le competenze sociali e che dovrebbero essere sviluppate sin da piccoli.*

La scuola, d'altra parte, non deve essere l'unico luogo di prevenzione e informazione sul tema. Come già accennato nel paragrafo sull'età, molti intervistati sono convinti dell'efficacia, al fine di prevenire i rischi, della socializzazione al bere in famiglia. Secondo la loro opinione – confermando in questo quanto emerge in altre ricerche (Rolando et al., 2012) – l'avvicinamento graduale alle bevande alcoliche sotto la supervisione dei genitori può aiutare a conoscere i rischi e ad evitare di abusarne alla prima occasione utile.

**P 4: Torino 16-17 anni - 4:19**

*Alberto: io la sera sono abituato che a volte c'è la birra a tavola, anche con la mia famiglia, un bicchiere di birra la sera si beve. E detto molto sinceramente se mi offrono da bere io non dico di no, poi se non esagero, diciamo che sono abbastanza abituato a questi casi, all'alcol.*

*Paolo: però la cosa è magari se a tavola c'è il vino, la birra, due dita in fondo al bicchiere, così, sì volentieri, non c'è problema, però finché sono due dita e ci si abitua anche così forse non è neanche malaccio, perché è vero che si assume alcol, va bene, però con quantità minime forse ci si abitua a bere vino più per il gusto che perché l'alcol ti sballa. E quindi quando vai alla festa non dici: "Mi bevo 18 litri di vodka, così non so neanche più come mi chiamo", magari dici: "lo assaggio" [...]*

*Sara: anche per me, se ogni tanto c'è qualche vino particolare ... secondo me, farlo assaggiare a tavola a dosi minime, poi serve alle feste e in altre situazioni a non esagerare, dici: "Vabbè l'ho già assaggiato", hai già l'esperienza insomma.*

In merito all'atteggiamento dei **genitori**, da un lato c'è chi ritiene che un atteggiamento troppo permissivo nei confronti delle bevande alcoliche sia da correggere, dall'altro si sottolinea come anche un atteggiamento eccessivamente proibizionista possa avere un effetto controproducente.

**P 4: Torino 16-17 anni - 4:10**

*Alessia: volevo aggiungere che, oltre questa legge qua, forse dovrebbe anche cambiare un attimo la mentalità dalla parte dei genitori, perché noi iniziamo anche a bere prima, ma io conosco molte famiglie in cui i figli bevono durante il pasto e non gli dicono niente i genitori. Io se mi presento la sera e apro davanti ai miei una bottiglia di birra, loro mi guardano male, perché non vogliono che beva. Molte famiglie invece su questo non gli importa molto del fatto che sia minorenni o maggiorenne, quindi secondo me dovrebbe cambiare un po' l'ottica da parte dei genitori*

*Sara: [...] penso che non abbia senso bandire l'alcol dai tavoli quando si mangia, anche quando c'è un minorenni [...] anche perché a volte genitori troppo severi dicono: "No, assolutamente no", e quindi ottengono: "Ok mi ha detto di no, beviamo solo per dargli fastidio".*

*Chiara: io anche la penso così. Ovviamente i genitori non è che debbano comprare le bottiglie di alcol ai figli, però anche vietare eccessivamente, o genitori troppo severi con i figli poi ottengono le cose opposte.*

E' inoltre diffusa una certa consapevolezza sul fatto che l'informazione e l'educazione possano non essere sufficienti. A volte l'**esperienza personale** conta più di tutto: gli episodi in cui si è esagerato e si sono sperimentati i lati negativi del bere possono essere infatti molto istruttivi. I giovani sottolineano dunque come l'approccio per prove ed errori (Østergaard, 2009), possa essere utile a individuare il proprio limite e a imparare a non superarlo.

**P 2: Salerno 23-25 anni - 2:57**

*Francesco: Anche perché 'a finale sono esperienze che vengono fatte e, come si dice, a volte finché non si prova una cosa sulla tua pelle ma come ha detto lui: sapevo che faceva male ma fino a che non sono andato in ospedale non mi è importato. Quindi io credo che sia giusto che se ne parli, che si faccia capire tutti i vari danni e tutte le cose, ma 'a finale credo che sia anche giusto che si beva, cercando di essere moderati ma forse finché non arrivi a un limite o a un qualcosa la moderazione forse è difficile averla.*

**P 3: Salerno 16-17anni - 3:10**

*Marco: in prima persona! Infatti, diciamo che adesso, che significa da un anno, quasi non bevo perché dopo questa esperienza. In pratica ad agosto, dell'anno scorso, avevo esagerato, sono stato talmente male. Dico 14 ore a vomitare, dalle 6 di mattina che sono tornato a casa fino a mezzogiorno del giorno dopo. Avevo bevuto in spiaggia al falò. Mia mamma prima si è preoccupata e poi mi ha fatto capire la situazione. E comunque mi è servito...*

*In sintesi, i giovani, scettici sull'utilità di nuove misure di controllo e di nuovi divieti che si volessero introdurre per via normativa, ritengono che:*

- sia necessario applicare effettivamente le leggi esistenti, con più controlli e serie misure di enforcement
- sia opportuno aumentare l'informazione, prima di tutto a scuola (con metodi attivi, con la peer education, nei percorsi curricolari)
- la socializzazione graduale all'alcol in famiglia sia efficace in termini di prevenzione
- le esperienze di ubriacatura siano da considerarsi una fase naturale della crescita e spesso utili a individuare il proprio limite

## CAPITOLO 4 – RIFLESSIONI CONCLUSIVE

### 1. Discussione

I dati raccolti attraverso i diversi metodi impiegati – questionario strutturato, blog, focus group – ci offrono dei risultati coerenti, che rappresentano un quadro piuttosto chiaro di come i giovani italiani si pongono di fronte alle leggi in tema di alcol e di come si porrebbero di fronte all'introduzione di nuove restrizioni.

Possiamo affermare che tra i giovani c'è in generale un buon livello di conoscenza delle norme. Questo vale in particolare per il tema alcol e guida – risultato che non stupisce, sia perché è stato oggetto di numerose campagne e iniziative di prevenzione (Rolando et al., 2010), sia perché è quello che riguarda più da vicino i giovani, specialmente quelli che hanno l'età per guidare, i quali, in effetti, risultano più informati. Norme che non hanno una ricaduta immediata nella vita dei giovani, come quelle che regolano la pubblicità, sono ovviamente meno note.

Gli intervistati non solo dimostrano di conoscere le regole formali, ma, senza distinzione di età né di provenienza geografica, nella stragrande maggioranza dei casi, dichiarano anche di condividerle, in modo particolare le ragazze. Anche in questo caso i giudizi più nettamente favorevoli sono quelli che riguardano la guida in stato di ebbrezza: basti pensare che la quasi totalità dei rispondenti è d'accordo con il divieto di guida in stato di ebbrezza (97,8%), con la condanna per reato penale di chi, in stato di alterazione, abbia provocato un incidente grave (94,4%), e con l'obbligatorietà per i locali di mettere a disposizione degli etilometri gratuiti (95%). I giudizi sono maggiormente diversificati, tuttavia sempre nella stragrande maggioranza dei casi favorevoli (> 80%), per quanto riguarda l'età minima per acquistare alcolici nei negozi e per consumarli nei locali pubblici.

Non sempre però i comportamenti dichiarati risultano coerenti con conoscenze e opinioni sulla bontà delle leggi. Questi risultati confermano le più generali riflessioni sulla possibile distanza tra le dichiarazioni di principio (rafforzate dalla situazione di rispondenti a un questionario, ancorché anonimo) e l'agire concreto. Agire in cui si operano scelte sì orientate dalle norme, ma sempre anche frutto della coscienza giuridica (Kutschinskyz, 1973; Favretto, 2016) e delle circostanze e situazioni contingenti, in cui possono prevalere definizioni favorevoli alla violazione delle norme o anche solo la messa in atto di comportamenti diversi da quelli su cui in via di principio si dichiara di essere d'accordo. E' il caso della guida e del ricorso all'etilometro solo se reperibile gratuitamente.

Così, mentre per quanto riguarda la guida, le violazioni riguardano una minoranza di intervistati – seppure non trascurabile – il divieto di acquistare bevande alcoliche nei negozi e di consumare alcolici nei pubblici esercizi prima dei 18 anni risulta essere disatteso dalla maggior parte dei giovani, soprattutto se maschi (rispettivamente il 73% e l'80% dei rispondenti dichiara di avere violato queste regole almeno una volta nella vita) o facilmente aggirato (il 76% dichiara di avere acquistato tramite terzi). I dati sono in linea con quanto rilevato dalla ricerca europea ESPAD (Kraus et al., 2016) in cui l'81% ragazzi italiani di 15-16 anni dichiara che sia facile o piuttosto facile procurarsi bevande alcoliche, in linea con la media europea (78%).

Le motivazioni di questa discrepanza in tema di *underage drinking* sono diverse. Innanzitutto il divieto di consumo per i minori risulta dissonante con le regole informali, che prevedono un graduale avvicinamento al bere in famiglia ben prima dei diciotto anni (Beccaria, 2016; Rolando et al., 2012). E' naturale dunque che un comportamento approvato dai genitori e più in generale dalla società – e che loro stessi ritengono protettivo rispetto i consumi eccessivi - non risulti cogente quanto un divieto, quale la guida in stato di ebbrezza, spesso all'attenzione della cronaca e oggetto di pubblica riprovazione (Rolando et al., 2014, Beccaria et al., 2015). E' noto infatti che le norme sociali possono influenzare i comportamenti più di quelle formali (Akers, 1992). Soprattutto quando si tratta di norme giuridiche imposte "importando" orientamenti maturati in contesti socio-culturali diversi,

come nel caso che stiamo discutendo, che vede i modelli di politiche del nord Europa imporsi ad altri contesti.

L'elevato tasso di violazione della legge sulla vendita e somministrazione di alcolici a minori da parte dei gestori dei locali o dei negozi, che si può spiegare con la scarsità di controlli e sanzioni, è molto chiaramente percepita dai giovani, tanto che rispetto ad altri sembrano essere meno frequenti le tipiche strategie di aggiramento delle norme, come ad esempio il ricorso a maggiorenni per l'acquisto di bevande alcoliche.

La percezione della scarsità dei controlli risulta confermata dall'esperienza diretta: infatti solo il 2% del campione della ricerca quantitativa è stato soggetto a controlli e sanzioni, quasi esclusivamente rivolti a soggetti di sesso maschile residenti nel nord Italia e relativi al livello di alcolemia alla guida e al disturbo della quiete pubblica. Si coglie qui la rilevanza della distinzione tra "diritto sulla carta" e "diritto in azione" entrata a far parte pienamente dell'esperienza quotidiana dei cittadini (Chambliss and Seidman, 1987). Leggi severe rimaste ineffettive, non applicate, che dunque possono essere violate e/o non risultano efficaci (Prina, 2016b).

Bere prima dei diciott'anni finisce così per essere descritto dai giovani come un comportamento normalizzato. E' proprio l'insufficiente livello di applicazione delle norme vigenti – come risulta esplicitamente dai focus group e dal blog - a influenzare maggiormente in senso negativo le opinioni dei giovani riguardo all'opportunità di introdurre nuove misure restrittive. Considerato che già attualmente è la norma più violata, va da sé che questa generalizzata sfiducia nei confronti di eventuali modifiche legislative riguarda in primis l'innalzamento della soglia di età consentita per bere, ma riguarda anche la riduzione dei punti e degli orari di vendita e di somministrazione delle bevande alcoliche. Infatti, anche coloro che ammettono in linea di principio la bontà di un'ipotetica nuova misura, ritengono che di fatto non verrebbe osservata e che, pertanto, perderebbe la sua utilità. Non solo, ma – anche sulla base delle proprie esperienze in situazioni analoghe o all'estero – ipotizzano diversi modi in cui tale norma potrebbe essere aggirata, con il rischio di diventare perfino controproducente.

Ad esempio, secondo molti dei partecipanti ai focus group, una riduzione degli orari in cui è consentito bere non solo non farebbe bene all'economia, ma non sarebbe neppure efficace dal punto di vista della prevenzione degli episodi di ubriachezza, anzi, potrebbe avere addirittura un effetto boomerang, inducendo i giovani a fare abbondanti scorte di alcolici per continuare a bere anche dopo l'orario di chiusura dei locali. Così come un aumento della tassazione, e dunque un incremento dei prezzi delle bevande alcoliche, potrebbe indurre i ragazzi e le ragazze non già a bere di meno, ma a comprare alcolici di qualità più scadente nei supermercati. E il divieto di bere alcolici in luoghi pubblici potrebbe indurre a consumare in luoghi appartati dove i comportamenti eccessivi sfuggirebbero a qualunque tipo di controllo e – in caso di bisogno - di soccorso.

Come già evidenziato a proposito della soglia di età consentita per bere, il dissenso nei confronti dell'introduzione della maggior parte dei divieti ipotizzati va letto anche nell'ottica della loro dissonanza con le norme sociali (Akers, 1992). Ad esempio, alla luce dei focus group, l'ampia presenza (70,4%) nel questionario di opinioni negative sul divieto di consumare in luoghi pubblici – già introdotto in alcuni comuni italiani – si spiega anche con il fatto che bere all'aperto, passeggiando sul lungomare o nelle piazze, è considerato alla stregua di un diritto, un'abitudine così diffusa, gradevole e innocua che non v'è ragione, per i giovani, di metterla in discussione. In questa posizione è evidente una non piena consapevolezza dei problemi di inquinamento acustico causati dagli assembramenti davanti ai locali nei luoghi della cosiddetta movida che si verificano in molte città (Nastasi and Rizzi, 2013), mentre viene sottolineato che un divieto del genere sarebbe in contraddizione con l'obiettivo, ampiamente condiviso nell'ambito della promozione della salute, di rivitalizzare la vita sociale nelle piazze e nelle strade (Beccaria et al., 2011).

L'adesione dei giovani alle norme di tipo informale (Rolando et al., 2014 ; Rolando and Katainen, 2014) risulta confermata dai frequenti riferimenti, durante i focus group, al divieto sociale di bere da soli, al fatto che il periodo delle ubriacature rappresenti una fase di immaturità nella carriera di un giovane bevitore e al diverso giudizio attribuito da un lato al vino e alla birra – considerate bevande in qualche modo non nocive, specialmente se consumate durante i pasti – e i superalcolici, giudicati invece bevande pericolose e di cattiva qualità. L'attaccamento a quella che viene definita dagli stessi intervistati la "nostra cultura" del bere giustifica anche il 49% di pareri contrari all'affissione di etichette di *warning* sulle bottiglie di alcolici. Le ragioni del dissenso possono essere comprese alla luce delle opinioni di alcuni partecipanti ai focus group, che la definiscono un'ipotesi inopportuna, offensiva nei confronti della nostra tradizione e dannosa per l'immagine di un prodotto di qualità sul mercato.

Una terza argomentazione di fondo che contribuisce a creare un'opinione generalmente scettica rispetto all'introduzione di nuove misure restrittive, è la convinzione da parte di molti intervistati che vietare non sia utile ma controproducente, in quanto aumenterebbe agli occhi degli adolescenti il fascino del proibito e contribuirebbe a modificare, enfatizzandone gli effetti psicotropi, l'immagine di una sostanza che nella nostra cultura rappresenta per tradizione un alimento. Da questo punto di vista, le misure restrittive sarebbero meno o per nulla efficaci proprio rispetto al target che è più al centro delle preoccupazioni dell'opinione pubblica e del legislatore, cioè quello dei giovanissimi (Beccaria and Rolando, 2015). Gli intervistati sono infatti consapevoli che un certo grado di sperimentazione e di infrazione delle regole poste dal mondo adulto è conforme e anche funzionale allo sviluppo (Bonino, 2005), dunque non sarebbe efficace né opportuno cercare di arginare questi comportamenti semplicemente inasprendo le leggi. Sul piano dell'offerta, inoltre, aumentare i prezzi o vietare il consumo dopo certi orari o in certi luoghi favorirebbe – se non il mercato nero – la bassa qualità, la vendita nei chioschi da asporto, i comportamenti degli esercenti meno rispettosi delle regole.

Se la maggior parte delle proposte ha raccolto opinioni negative, soprattutto tra i maschi, va però segnalato che una netta maggioranza dei giovani sarebbe favorevole all'estensione del divieto di mettersi alla guida con un tasso alcolemico diverso da 0 a tutte le età – a conferma del fatto che la guida è l'argomento su cui i giovani sono più sensibili – e al ritiro della licenza ai gestori che somministrano alcolici a minorenni o a persone già ubriache, indice di una certa severità di giudizio nei confronti della mancata osservanza delle regole da parte del mondo adulto.

Va inoltre considerato che nelle interviste di gruppo - laddove cioè ne hanno avuto la possibilità - i giovani non si sono limitati a criticare le proposte avanzate, né hanno negato i rischi legati al bere ma hanno spontaneamente avanzato delle proposte alternative più efficaci, a loro giudizio, dei divieti. Anche in questo caso i dati qualitativi sono coerenti con quelli quantitativi, che indicano un ampio grado di fiducia dei giovani nell'utilità delle iniziative di informazione e sensibilizzazione, in particolare quelle basate sui principi della peer education (Croce et al., 2014), mentre mostrano un certo grado di consapevolezza dei limitati effetti di un approccio paternalistico o che fa leva sulla paura.

## 2. Conclusioni

In conclusione possiamo affermare che i giovani dimostrano una discreta conoscenza delle norme che regolano il consumo di bevande alcoliche e che generalmente rispettano quelle relative alla guida, tema sul quale sono più sensibili, mentre tendono ad aggirare il divieto di vendita e somministrazione di alcol a minori in luoghi pubblici, che risulta ampiamente disatteso anche dai gestori dei locali, soprattutto nelle regioni meridionali dove vi sono anche meno controlli.

La violazione delle norme vigenti e il diffuso disaccordo nei confronti di ulteriori misure restrittive – fatta eccezione per il tema della guida – vengono imputati dai giovani stessi a tre principali ordini di

ragioni: l'insufficiente livello di *enforcement*, la discordanza tra i divieti formali e le norme informali, l'inefficacia di un approccio proibizionista, specialmente nei confronti dei più giovani.

Su un piano più generale, ossia di come i risultati della ricerca si collocano in riflessioni più ampie in merito ad atteggiamenti e comportamenti presenti nell'universo giovanile e ai rapporti con gli adulti (e con le norme che – attraverso le istituzioni politiche e amministrative – sono espressione dei loro intenti regolativi) diversi sono gli spunti di rilevante interesse.

Essi riguardano, ad esempio l'evidente ambivalenza tra l'alto grado di severità nei giudizi riferiti agli altri e l'estesa indulgenza verso sé stessi o la distanza tra affermazioni di accordo con le norme ufficiali e le pratiche che di frequente le aggirano o violano. Il riferimento ai comportamenti relativi ai consumi di bevande alcoliche appare coerente con le riflessioni teoriche in ordine al nesso non lineare tra conoscenze/opinioni sulle norme e scelte di comportamento che sono sempre operate in contesti relazionali e situazionali nei quali molti e diversi sono i fattori che le condizionano. Ma certamente vi si può trovare anche un tassello di una situazione più diffusa richiamata da molti osservatori in merito al rapporto che gli individui nella società contemporanea (e in quella italiana in modo particolare) intrattengono con le regole e le leggi. E rimandano a quanto ricordato in introduzione a proposito di alcuni tratti delle società post-moderne con una esaltazione piena dell'individualismo che rende i vincoli normativi sempre più come intralcio alla propria affermazione e ai propri interessi e che assiste a una profonda crisi della legalità, ossia il diffuso venir meno di attaccamento morale e di adesione pratica alle norme (Prina, 2003).

Ora, se i giovani non sono estranei a questo orientamento culturale, la ricerca ci fa vedere in modo chiaro quanto siano evidenti, ai loro occhi, le responsabilità di adulti, soprattutto se titolari di ruoli, nella mancata applicazione di norme che tutti ritengono sensate e potenzialmente efficaci. Con la forte, implicita, sottolineatura della necessità di una coerenza di atteggiamenti e comportamenti praticati che solamente se fatta propria da tutti può non solo rendere efficaci le norme specifiche, ma anche creare un clima diffuso di adesione morale alle stesse. E soprattutto può ri-fondare una fiducia nelle istituzioni e nelle stesse regole come strumento per la convivenza.

Una seconda sottolineatura: a fronte dell'immagine spesso distorta dei giovani contemporanei come individui autocentrati e disinteressati a quanto li circonda, la ricerca ci mostra una acuta sensibilità per i comportamenti che producono danni ad altri e una crescente consapevolezza delle proprie responsabilità ad esempio nella guida. E a fronte dell'immagine dei giovani di oggi come sempre più problematici di quelli di un tempo, ci restituisce la sensazione della persistenza di una capacità di orientamento e di equilibrio che, se sembra smarrirsi in certe fasi (magari sempre più precoci), si ricupera, nella grande maggioranza dei casi, appena superata la fase dell'adolescenza e della prima giovinezza. Ne sono probabilmente fattori favorevoli la cultura di fondo della relazione con le bevande alcoliche che caratterizza la società italiana (anche nel suo rinnovarsi in direzione dell'esaltazione della qualità) e una certa tenuta del tessuto familiare e relazionale nei processi di socializzazione (sicuramente maggiore che in altri paesi) (Beccaria, 2016; Rolando et al., 2012). A dimostrazione di quanto l'esito della socializzazione normativa sia un qualche cosa di complesso dove si intrecciano – e vengono rielaborati costantemente dai destinatari dei messaggi, ispirando di conseguenza i loro specifici comportamenti – il piano delle regole informali e dei significati culturali e quello delle norme formali (Rolando and Katainen, 2014).

Di questo processo in direzione dell'equilibrio è anche fattore favorente – se è lecito avanzare una ipotesi su cui merita ancora riflettere e lavorare – proprio un quadro normativo che non stigmatizza in maniera eccessiva abusi e eccedenze (proprie soprattutto della fase di maturazione adolescenziale), che appare in qualche modo ancora "tollerante", evitando i noti processi di etichettamento ed esclusione che lungi dal risolvere le situazioni problematiche le "fissa" in categorie stigmatizzate rendendo i processi di ricerca di equilibrio adulto più complessi quando non impossibili.



L'esigenza di una considerazione particolarmente attenta a quanto produrrebbero norme nuove (di orientamento proibizionista) anche sotto quest'ultimo profilo (posto che venissero effettivamente e rigorosamente applicate, cosa su cui è lecito dubitare) si impone. Come resta forte, anche all'esito di questo lavoro, la convinzione che sia indispensabile lavorare su piani diversi, intrecciando l'elaborazione e l'applicazione di regole chiare, coerenti e condivise con l'impegno per la crescita di consapevolezza e senso di responsabilità dei ragazzi e dei giovani, valorizzando le molte esperienze positive che si sono sviluppate in questi anni.

Ma soprattutto ponendo il tema del rapporto con le bevande alcoliche (come con altre sostanze e beni di consumo) in un orizzonte di senso, da costruire e rinnovare costantemente. Orizzonte di senso che investe la crescita delle nuove generazioni, i rapporti tra adulti e giovani, i valori meritevoli di essere coltivati, i bisogni individuali da rispettare, l'importanza della ricerca del benessere e della salute in tutte le sue dimensioni, le relazioni sociali e l'equilibrio tra diritti e doveri che in quelle relazioni deve sempre essere costruito.



## Bibliografia

- Akers, R.L., 1992. *Drugs, alcohol, and society*. Wadsworth, Belmont, Calif.
- Bauman, Z., 1998. *Globalization: The human consequences*. Columbia University Press.
- Beccaria, F. (Ed.), 2016. *La rivoluzione del bere. L'alcol come esperienza culturale*. Carocci, Roma.
- Beccaria, F., 2013. *Alcol e giovani: riflettere prima dell'uso*. Giunti.
- Beccaria, F. (Ed.), 2010. *Alcol e generazioni. Cambiamenti di stile e stili in cambiamento*. Carocci, Roma.
- Beccaria, F., Prina, F., 2016. *Sociological Perspectives*, in: *The SAGE Handbook of Drug & Alcohol Studies: Social Science Approaches*. SAGE, London, pp. 30–48.
- Beccaria, F., Rolando, S., 2015. *The Italian politics of alcohol: the creation of a public arena at the end of the XXth century*. *Int. J. Drug Policy* 26, 662–669.
- Beccaria, F., Rolando, S., Caputo, M., Puglisi, M.T., Tomaciello, M.G., 2011. *Salute è partecipare. Riflessioni di metodo e di merito sulla realizzazione dei PePS nel territorio cuneese*. SALUTE E Soc.
- Beccaria, F., Rolando, S., Hellman, M., Bujalski, M., Lemmens, P., 2015. *From Criminals to Celebrities: Perceptions of "the Addict" in the Print Press from Four European Countries from Nineties to Today*. *Subst. Use Misuse* 50, 439–453.
- Becker, H.S., 1963. *Outsiders: studies on the sociology of deviance*. The Free Press, New York.
- Beck, U., 1992. *Risk society: Towards a new modernity*. Sage.
- Blengino, C., 2016. *Cultura giuridica interna e cultura giuridica esterna*. In Cottino A. (a cura di) *Lineamenti di sociologia del diritto*. Zanichelli Editore, Torino.
- Bonino, S., 2005. *Il fascino del rischio negli adolescenti*. Taylor & Francis.
- Botvin, G.J., Griffin, K.W., 2004. *Life skills training: Empirical findings and future directions*. *J. Prim. Prev.* 25, 211–232.
- Chambliss, W.J., 1969. *Crime and the Legal Process*, McGraw Hill, New York.
- Chambliss, W.J., Seidman, R.B., 1987. *Introduzione allo studio del diritto*. Loescher.
- Cittalia – Anci, 2009. *Oltre le ordinanze. I sindaci e la sicurezza urbana*, in

[http://www.cittalia.it/images/file/Indagine\\_Oltre%20le%20ordinanze.pdf](http://www.cittalia.it/images/file/Indagine_Oltre%20le%20ordinanze.pdf)

Cohen, S., 2002. Stati di negazione, Carocci, Roma.

Cottino, A., 1973. Il mercato delle braccia e il problema dell'efficacia della legge. Considerazioni teorico-empiriche. Giappichelli, Torino.

Cottino, A., 1992. L'ingannevole sponda: l'alcol fra tradizione e trasgressione. NIS.

Croce, L., Croce, M., Lavanco, G., Vassura, M., 2014. Prevenzione tra pari. Modelli, pratiche e processi di valutazione. FrancoAngeli.

Elster, J., 1999. Emotion and addiction: Neurobiology, culture, and choice.

Favretto, A.R., 2016. Come si apprendono le norme? La socializzazione normativa e giuridica. In Cottino A. (a cura di) Lineamenti di sociologia del diritto. Zanichelli Editore, Torino.

Foster, J.H., Ferguson, C., 2014. Alcohol "pre-loading": a review of the literature. Alcohol Alcohol 49, 213–226.

Galdi, A., Pizzetti, F., 2012. I sindaci e la sicurezza urbana. Le ordinanze sindacali ei loro effetti. Donzelli Editore.

Giddens, A., 1991. Modernity and self-identity: Self and society in the late modern age. Stanford University Press.

Harrison, P.A., Fulkerson, J.A., Park, E., 2000. The relative importance of social versus commercial sources in youth access to tobacco, alcohol, and other drugs. Prev. Med. 31, 39–48.

Kraus, L., Guttormsson, U., Leifman, H., Arpa, S., Molinaro, S., 2016. ESPAD Report 2015: Results from the European School Survey Project on Alcohol and Other Drugs.

Kutschinsky, B., 1973. The legal consciousness. A survey on research on Knowledge and Opinion about Law, in Podgorecki A., Kaupen W., Van Houtte J., Vinke P., Koutschinsky B. et al., Knowledge and Opinion about Law, Martin Robertson, London, pp. 102-120.

Laffi, S., 2016. Quel che dovete sapere di me. Feltrinelli, Milano.

MacCoun R., Reuter P., 2005. Drug war heresies. Cambridge University Press.

Marshall, B.L., Roberts, K.J., Donnelly, J.W., Rutledge, I.N., 2011. College student perceptions on campus alcohol policies and consumption patterns. J. Drug Educ. 41, 345–358.

Nagin, D.S., 1998. Criminal deterrence research at the outset of the twenty-first century. Crime Justice 1–42.

Nastasi, F., Rizzi, L. 2013. Il “problema” della movida: panoramica sulle azioni messe in atto dalle amministrazioni italiane e all'estero. <http://www.sportellorumoreambientale.it/Public/pdf/GSAA2013-10.pdf>

Østergaard, J., 2009. Learning to become an alcohol user: Adolescents taking risks and parents living with uncertainty. *Addict. Res. Theory* 17, 30–53.

Pilkington, H., 2007. In good company: Risk, security and choice in young people's drug decisions. *Sociol. Rev.* 55, 373–392.

Podgórecki, A., Kaupen, W., Van Houtte, J., Vinke, P., Koutschinsky, B., 1973. Knowledge and Opinion about Law. Martin Robertson, London.

Prina F., 2003, Devianza e politiche di controllo. Scenari e tendenze nelle società contemporanee, Carocci, Roma.

Prina, F., 2010. Le norme sulle bevande alcoliche e la loro applicazione: un bilancio nella prospettiva socio-giuridica. In Prina F. e Tempesta E., I giovani e l'alcool: consumi, abusi, politiche. Una rassegna critica multidisciplinare, numero monografico di Salute e Società, Anno IX, Supplemento al n. 3/2010, Franco Angeli, Milano.

Prina, F., 2016a, L'approccio sociologico al diritto. In Cottino A. (a cura di) Lineamenti di sociologia del diritto. Zanichelli Editore, Torino.

Prina, F., 2016b. I processi di implementazione delle norme: dai diritti di carta ai diritti sostanziali, in Cottino A. (a cura di) Lineamenti di sociologia del diritto, Zanichelli Editore, Torino.

Rolando, S., Beccaria, F., Ermacora, A., Marinaro, L., 2010. Alcol e guida: la formazione dei “moltiplicatori dell'azione preventiva.” *SALUTE E Soc.*

Rolando, S., Beccaria, F., Tigerstedt, C., Törrönen, J., 2012. First drink: What does it mean? The alcohol socialization process in different drinking cultures. *Drugs Educ. Prev. Policy* 19, 201–212. doi:10.3109/09687637.2012.658105

Rolando, S., Katainen, A., 2014. Images of alcoholism among adolescents in individualistic and collectivistic geographies. *Nord. Stud. Alcohol Drugs* 31, 189–205.

Rolando, S., Törrönen, J., Beccaria, F., 2014. Boundaries between adult and youth drinking as expressed by young people in Italy and Finland. *Young* 22, 227–252.

Sarzotti, C., 2016. La società dei messaggi normativi: dalla pubblicità ai cartelli stradali. In Cottino A. (a cura di) Lineamenti di sociologia del diritto. Zanichelli Editore, Torino.

Scarscelli D. et al., 2011. L'impatto del procedimento ex art. 75. Un'indagine esplorativa su un

campione di consumatori segnalati, in Prina F. (a cura di), Consumo di droghe e sanzioni amministrative. Un bilancio sull'applicazione dell'art. 75 del DPR 309/90. Franco Angeli, Milano, pp. 320.

Schwartz, R.H., Farrow, J.A., Banks, B., Giesel, A.E., 1998. Use of false ID cards and other deceptive methods to purchase alcoholic beverages during high school. *J. Addict. Dis.* 17, 25–33.

Snowdon, C., 2011. *Art of Suppression*. Little Dice, Ripon.

Sykes, G.M., Matza, D., 1957. Techniques of neutralization: A theory of delinquency. *Am. Sociol. Rev.* 22, 664–670.

Timmermans, S., Tavory, I., 2012. Theory construction in qualitative research: From grounded theory to abductive analysis. *Sociol. Theory* 30, 167–186.

van der Sar, R., Brouwers, E.P., van de Goor, I.A., Garretsen, H.F., 2011. The opinion of adolescents and adults on Dutch restrictive and educational alcohol policy measures. *Health Policy* 99, 10–16.

Visser, R.O., Hart, A., Abraham, C., Memon, A., Graber, R., Scanlon, T., 2014. Which alcohol control strategies do young people think are effective? *Drug Alcohol Rev.* 33, 144–151.

Wagenaar, A.C., Toomey, T.L., Murray, D.M., Short, B.J., Wolfson, M., Jones-Webb, R., 1996. Sources of alcohol for underage drinkers. *J. Stud. Alcohol* 57, 325–333.

Witte, K., Allen, M., 2000. A meta-analysis of fear appeals: Implications for effective public health campaigns. *Health Educ. Behav.* 27, 591–615.

**Allegati****1. Questionario****LE LEGGI E L'ALCOL: COSA NE PENSANO I GIOVANI****A) Conoscenza delle norme esistenti in materia di alcol**

1. *A quale età in Italia è possibile acquistare bevande alcoliche in negozi e supermercati?*
  - 14 anni
  - 16 anni
  - 18 anni
  - 21 anni
  - Non so
  
2. *A quale età si possono bere bevande alcoliche in bar o discoteche o altri locali pubblici?*
  - 14 anni
  - 16 anni
  - 18 anni
  - 21 anni
  - Non so
  
3. *Qual è il limite di alcol nel sangue oltre il quale è vietato guidare un'auto per i neopatentati o un motorino per i minorenni?*
  - **0,0 g/l**
  - 0,2 g/l
  - 0,5 g/l
  - 0,8 g/l
  - 1 g/l
  - 1,5 g/l
  - Non so
  
4. *Qual è il limite di alcol nel sangue oltre il quale è vietato guidare trascorsi almeno 3 anni dal conseguimento della patente?*
  - 0,0 g/l
  - 0,2 g/l
  - **0,5 g/l**
  - 0,8 g/l
  - 1 g/l
  - 1,5 g/l
  - Non so
  
5. *Oltre quale livello di alcol nel sangue è prevista la sospensione della patente?*
  - 0,0 g/l
  - 0,2 g/l
  - **0,5 g/l**
  - 0,8 g/l
  - 1 g/l

- 1,5 g/l
- Non so

6. Cosa succede se il guidatore fermato per un controllo si rifiuta di sottoporsi al controllo del tasso alcolemico?

- E' immediatamente portato in ospedale per accertamenti
- Non succede nulla perché non puoi essere obbligato al controllo se non vuoi
- **Viene applicato il massimo delle sanzioni (sospensione patente, confisca del veicolo, arresto...)**
- Non so

7. Commettere un reato da ubriaco...

- è considerata un'attenuante, si ha una riduzione di pena
- è una aggravante per cui si è puniti maggiormente
- essere ubriaco non conta, si è puniti per il reato commesso
- Non so

8. La pubblicità delle bevande alcoliche in Italia...

- è libera, come per qualsiasi prodotto in commercio
- è libera ma solo per alcuni tipi di bevande, per altre è vietata
- è sottoposta a limiti (ad esempio su situazioni o persone rappresentate)
- Non so

## B) Giudizi sulle norme esistenti

9. Come giudichi le leggi esistenti che riguardano il consumo di bevande alcoliche?

	Molto d'accordo	Abbastanza d'accordo	Abbastanza contrario	Molto contrario
Limite d'età in cui è possibile acquistare bevande alcoliche nei negozi e supermercati (da asporto)				
Limite d'età in cui è possibile bere bevande alcoliche nei locali pubblici (bar, pub, discoteche, ...)				
Divieto di vendere alcolici a chi è già ubriaco				
Divieto di guidare motoveicoli o autoveicoli in stato di ebbrezza				
Condanna per reato di omicidio stradale (con pene fino a 12 anni) di chi provoca un incidente grave essendo ubriaco				
Possibilità per i produttori di fare pubblicità alle bevande alcoliche				
Obbligo di presenza di etilometri nei locali pubblici aperti dopo le 24 (gratuiti)				
Obbligo di presenza di etilometri nei locali pubblici aperti dopo le 24 (a pagamento)				
Impegno a informare i ragazzi, nelle scuole, sui danni derivanti dall'alcol				

**C) Comportamenti in relazione alle norme esistenti**

10. Nella tua esperienza ti è capitato di:

	Spesso	Qualche volta	Una volta	Mai
Acquistare bevande alcoliche nei negozi e supermercati anche se non hai o avevi l'età in cui è consentito				
Ottenere bevande alcoliche in locali pubblici (bar, pub, discoteche) anche se non hai o avevi l'età in cui è consentito				
Guidare (motorino, scooter, moto, auto) dopo aver bevuto un po' troppo				
Commettere un reato (es. rissa, lesioni, danneggiamento, furto) dopo aver bevuto un po' troppo				

11. Nella tua esperienza (se sei maggiorenne) ti è capitato di acquistare bevande alcoliche per amici o conoscenti minorenni?

- Sì, spesso
- Sì, qualche volta
- Mai
- Non sono maggiorenne

12. Nella tua esperienza, se sei minorenni o quando eri minorenni, ti è capitato di far acquistare per te bevande alcoliche a un maggiorenne?

- Sì, spesso
- Sì, qualche volta
- Mai

13. Se devi guidare, cerchi di verificare con l'alcoltest se hai superato il tasso alcolico consentito dalla legge?

- Sì, sempre quando ho il dubbio
- Sì, quando c'è un alcoltest a disposizione
- No, solo da solo quando posso guidare
- Non bevo mai quando devo guidare

14. Nella tua vita ti è successo di essere controllato e sanzionato (verbale, multa, denuncia, arresto, ...) per qualche fatto che avesse relazione con l'alcol?

- Sì, una volta
- Sì, più volte
- Mai  (vai alla dom. 17)

14.a Se sì, per quale motivo? (sono possibili più risposte)

- Superamento del tasso alcolemico alla guida
- Coinvolgimento in una rissa
- Acquisto di bevande alcoliche
- Consumo di bevande alcoliche
- Schiamazzi e disturbo della quiete pubblica
- Commissione di un reato
- Altro (specificare) \_\_\_\_\_

14,b Se sì, dopo quella o quelle esperienze come ti sei comportato?

- Da allora ho sempre rispettato le leggi
- Mi è di nuovo capitato di non rispettarle, ma sono stato fortunato, non mi hanno scoperto
- Mi è di nuovo capitato di non rispettarle, ma sono stato attento a non farmi scoprire
- Mi è di nuovo capitato di non rispettarle, e sono stato nuovamente sanzionato

#### D) Giudizi in merito a possibili cambiamenti delle leggi

15. Come valuti le seguenti proposte di cambiamento delle leggi che riguardano il consumo di bevande alcoliche?

Proposta	Molto d'accordo	Abbastanza d'accordo	Abbastanza contrario	Molto contrario
Innalzamento a 21 anni dell'età in cui è possibile acquistare bevande alcoliche nei negozi e supermercati o bere nei locali pubblici (bar, pub, discoteche)				
Innalzamento a 25 anni dell'età in cui è possibile acquistare bevande alcoliche nei negozi e supermercati o bere nei locali pubblici (bar, pub, discoteche)				
Riduzione del numero dei punti vendita di bevande alcoliche e dei giorni e degli orari di vendita				
Riduzione degli orari di somministrazione delle bevande alcoliche nei locali pubblici (ad esempio, non oltre la mezzanotte)				
Ritiro della licenza ai gestori di bar o locali che danno da bere a minorenni				
Ritiro della licenza ai gestori di bar o locali che danno da bere a persone ubriache				
Aumento della tassazione delle bevande a base di alcol per renderne più costoso l'acquisto				
Divieto assoluto per tutti di bere alcolici prima di mettersi alla guida (0,0 g/l di alcolemia)				
Divieto di consumo di bevande alcoliche in spazi pubblici (strade, piazze, all'esterno di bar, pub, ecc.)				
Divieto di offerte promozionali nei locali pubblici (es. "secchielli", paghi 2 prendi 3, "all you can drink", "alcol tour",...)				
Divieto totale di pubblicità delle bevande alcoliche su tutti i mass media (giornali, radio, tv, Internet, social network, cartelloni...) e nei luoghi di consumo e di vendita				
Divieto di altre iniziative di marketing per le bevande alcoliche (sponsorizzazione di eventi, feste, gare sportive, brandizzazione di locali, ecc.)				



Obbligo di etichette informative o scioccanti sulle bottiglie (come per le sigarette)				
---	--	--	--	--

16. Se il costo delle bevande alcoliche dovesse aumentare, cambieresti le tue abitudini?

- Sì, ridurrei i consumi
- Sì, cercherei prodotti meno costosi di quelli che consumo attualmente
- No
- Non so

17. Tu personalmente, come ti comporteresti se entrassero in vigore le seguenti leggi?

Proposta	Rispetterei la legge perché sono convinto sia giusta	Rispetterei la legge solo per paura delle sanzioni	Rispetterei la legge perché le leggi vanno sempre rispettate	Non la rispetterei, trovando il modo di non farmi scoprire	Dipende dalla situazione
Innalzamento dell'età in cui è possibile acquistare bevande alcoliche nei negozi e supermercati					
Innalzamento dell'età in cui è possibile bere alcolici nei locali pubblici (bar, pub, discoteche)					
Divieto di consumo in spazi pubblici (strade, piazze, all'esterno di bar, pub, ecc.)					
Divieto assoluto di bere alcolici prima di mettersi alla guida (0,0 g/l di alcolemia)					

18. E come si comporterebbe, secondo te, la maggior parte dei tuoi amici se entrassero in vigore le seguenti leggi?

Proposta	Rispetterebbero la legge perché convinti sia giusta	Rispetterebbero la legge solo per paura delle sanzioni	Rispetterebbero la legge perché le leggi vanno sempre rispettate	Non la rispetterebbero, trovando il modo di non farsi scoprire	Non so
Innalzamento dell'età in cui è possibile acquistare bevande alcoliche					

nei negozi e supermercati					
Innalzamento dell'età in cui è possibile bere alcolici nei locali pubblici (bar, pub, discoteche)					
Divieto di consumo in spazi pubblici (strade, piazze, anche all'esterno di bar, pub, ecc.)					
Divieto assoluto di bere alcolici prima di mettersi alla guida (0,0 g/l di alcolemia)					

19. Quanto pensi che siano utili le seguenti azioni di prevenzione e responsabilizzazione sull'alcol?

	Molto	Abbastanza	Poco	Per nulla
Campagne informative				
Incontri con esperti a scuola				
Iniziative ideate da ragazzi per i coetanei				
Iniziative in ambito sportivo e associativo				
Formazione di baristi, DJ, buttafuori, gestori di locali...				
Iniziative rivolte ai genitori sul bere giovanile				

**I tuoi consumi**

20. Se pensi alle tue abitudini di consumo di bevande alcoliche come ti definisci?

- Astemio
- Bevitore occasionale (2-3 volte al mese o meno)
- Bevitore regolare (almeno una volta alla settimana)
- Bevo quotidianamente (tutti i giorni o quasi)

21. Considerando tutti i tipi di bevande alcoliche, negli ultimi 30 giorni quante volte hai bevuto 5 o più unità alcoliche in un'unica occasione (ad esempio una serata con amici)?

- Mai
- 1
- 2
- 3-5
- 6-9
- 10 o più volte
- Non ricordo

22. Quante volte in vita tua ti sei ubriacato?

- Mai
- 1
- 2
- 3-5
- 6-9
- 10 o più volte
- Non ricordo

#### Dati personali

Genere: F  M

Età: 15-17 anni  18-21 anni  22-25 anni  altro\_\_\_

Occupazione: Studente  Studente/Lavoratore  Lavoratore   
Disoccupato

Titolo di studio: Diploma di scuola media inferiore  
Qualifica professionale (3 anni)  
Diploma (5 anni)  
Laurea triennale  
Laurea specialistica

Provincia di residenza: (menu a tendina)

## 2. Traccia Focus Group: gruppo 16-17 anni

### 1. L'età

Cosa succederebbe, secondo voi, se fosse alzato a 21 o a 25 anni il limite di età (oggi a 18 anni) in cui è possibile acquistare bevande alcoliche (birra, vino, aperitivi, superalcolici, ...) nei negozi e supermercati o bere alcolici nei locali pubblici (bar, pub, discoteche)?

### 2. Gli orari

Cosa pensate succederebbe se i gestori dei locali fossero obbligati a smettere di vendere alcolici a mezzanotte?

Cambiarebbero le vostre abitudini?

### 3. I prezzi

Cosa pensate succederebbe se ci fosse un significativo aumento del costo di tutte le bevande alcoliche? es: Birra alla spina piccola 10 euro, media 15 euro, grande 20 euro.

Cosa cambierebbe nei vostri consumi?

### 4. I luoghi dei divieti

Cosa pensate succederebbe se fosse totalmente vietato il consumo di bevande alcoliche in spazi pubblici (strade, piazze, all'esterno di bar, pub, ecc.)? (con multe anche fino a 1.000 euro)

E cosa cambierebbe nelle vostre abitudini?

### 5. Le etichette

Cosa pensate succederebbe se sulle bottiglie di alcolici fossero applicate immagini o scritte come quelle sulle sigarette, ad esempio "bere alcolici aumenta la probabilità di contrarre il cancro", "bere prima di guidare aumenta il rischio di incidenti stradali", o immagini scioccanti?

Come cambierebbero le vostre abitudini di consumo?

## 3. Traccia Focus Group: gruppo 23-25 anni

### 1. L'età

Cosa succederebbe, secondo voi, se fosse alzato a 21 o a 25 anni il limite di età (oggi a 18 anni) in cui è possibile acquistare bevande alcoliche (birra, vino, aperitivi, superalcolici, ...) nei negozi e supermercati o bere alcolici nei locali pubblici (bar, pub, discoteche)?

E voi, come vi comportereste nel caso fosse cambiata la legge?

### 2. Gli orari

Cosa pensate succederebbe se i gestori dei locali fossero obbligati a smettere di vendere alcolici a mezzanotte?

Cambiarebbero le vostre abitudini?

**3. I prezzi**

Cosa pensate succederebbe se ci fosse un significativo aumento del costo di tutte le bevande alcoliche? es: Birra alla spina piccola 10 euro, media 15 euro, grande 20 euro.

Cosa cambierebbe nei vostri consumi?

**4. I luoghi dei divieti**

Cosa pensate succederebbe se fosse totalmente vietato il consumo di bevande alcoliche in spazi pubblici (strade, piazze, all'esterno di bar, pub, ecc.)? (con multe anche fino a 1.000 euro).

E cosa cambierebbe nelle vostre abitudini?

**5. Le etichette**

Cosa pensate succederebbe se sulle bottiglie di alcolici fossero applicate immagini o scritte come quelle sulle sigarette, ad esempio "bere alcolici aumenta la probabilità di contrarre il cancro", "bere prima di guidare aumenta il rischio di incidenti stradali", o immagini scioccanti?

Come cambierebbero le vostre abitudini di consumo?