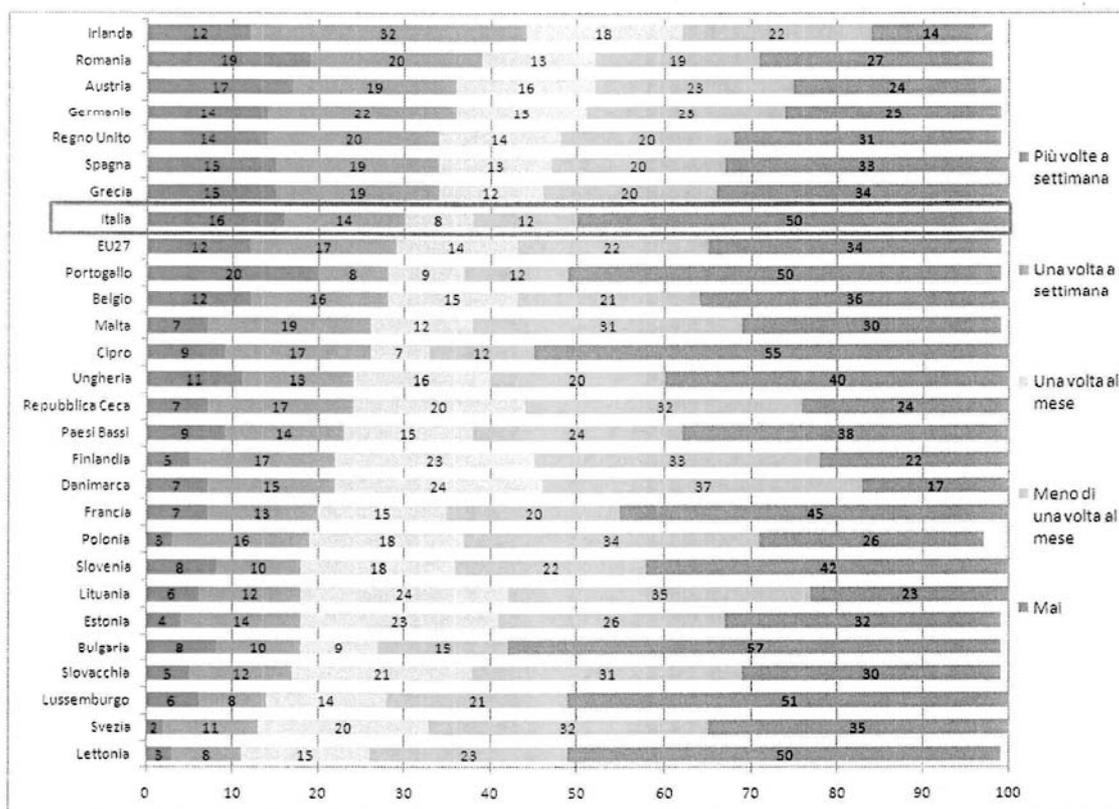


**Graf. 3- BINGE DRINKING (in percentuale) (“QUANTE VOLTE NEGLI ULTIMI 12 MESI HAI BEVUTO 5 O PIÙ DRINKS IN UN’UNICA OCCASIONE ?”) - ANNO 2009**



Fonte: Elaborazioni Osservatorio Nazionale Alcol CNESPS e WHO CC Research on Alcohol su dati Special Eurobarometer 331-72.3.

La consapevolezza del rischio di danni sociali quali difficoltà coniugali, perdita di produttività lavorativa, scarso rendimento scolastico o violenza sulle strade appare tra gli italiani leggermente più bassa del dato medio europeo, che è comunque molto alto e denota una consapevolezza elevata. In Italia la maggior consapevolezza si riscontra per la violenza sulle strade (94%), la più bassa per le difficoltà coniugali (87%).

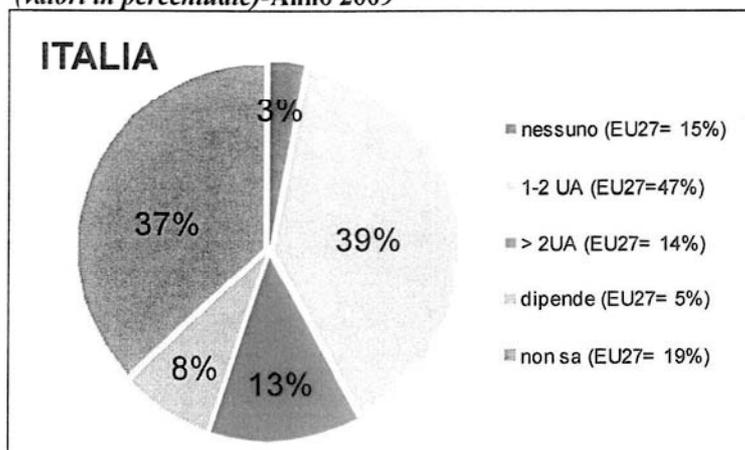
L'indagine *Special Eurobarometer 331-72.3* ha rivelato in particolare che nel nostro Paese c'è una conoscenza molto bassa del limite legale di alcolemia per la guida di autoveicoli; nessuno degli italiani intervistati ha saputo dare una risposta corretta e ben il 64% non ha saputo dare alcuna risposta, a fronte di una media europea di mancate risposte pari al 37%.

Anche alla domanda su quanti bicchieri (unità alcoliche standard) possano essere assunti 2 ore prima di guidare, solo il 52% degli italiani ritiene che non si dovrebbe guidare dopo aver bevuto da una a due bevande alcoliche, contro il 61% della media europea. Inoltre solo il 3% degli italiani pensa che nessun livello di consumo alcolico sia sicuro per la guida, contro il 15% della media europea (graf. 4).

L'indagine europea ha indagato anche sul sostegno dei cittadini dell'U.E. alle politiche sull'alcol. In particolare è stato chiesto agli intervistati se ritenessero che gli individui

**Graf. 4 -“DOPO QUANTI BICCHIERI (UNITÀ ALCOLICHE ) CONSUMATI IN DUE ORE UNA PERSONA NON DOVREBBE GUIDARE? ”**

*(valori in percentuale)-Anno 2009*



Fonte: Elaborazioni Osservatorio Nazionale Alcol CNESPS e WHO CC Research on Alcohol su dati Special Eurobarometer 331-72.3.

siano abbastanza responsabili da proteggersi dai danni alcol-correlati oppure che le autorità pubbliche abbiano il dovere di intervenire in merito.

L'Italia è risultata essere il Paese con la percentuale più alta di persone favorevoli all'intervento pubblico (66%), seguita da Ungheria (65%) e Portogallo (56%), a fronte di una media europea del 43% .

Rispetto alla media degli altri Paesi dell'U.E. in Italia si riscontra inoltre un maggiore consenso sul divieto di guida per i giovani conducenti e neopatentati con un livello alcolemico superiore a 0,2 g./l. (77% vs 73%), sulla utilità dissuasiva dei controlli casuali del tasso di alcolemia da parte della Polizia stradale (90% vs 83%), sulla utilità di vietare la pubblicità di bevande alcoliche rivolta ai minori (84% vs 77%), di vendere e somministrare alcolici ai minori di 18 anni (91% vs 89%), di inserire sulle bottiglie di bevanda alcolica avvertenze sui rischi del bere per le donne in gravidanza e i conducenti di veicoli (88% vs 79%), di inserire nelle pubblicità delle bevande alcoliche avvertenze rivolte alle donne in gravidanza e ai conducenti di veicoli (91% vs 82%).

### **I consumi e i modelli di consumo nella popolazione generale**

Nel corso del 2009 ha consumato almeno una bevanda alcolica il 68,5 % degli italiani di età superiore ad 11 anni (36 milioni e 549 mila persone), con prevalenza notevolmente maggiore tra gli uomini (81%) rispetto alle donne (56,9%).

Per entrambi i sessi la prevalenza dei consumatori non registra differenze significative nel corso degli ultimi 3 anni (graf. 5).

I consumatori di vino nel 2009 sono pari al 54% della popolazione di più di 11 anni con una marcata differenza di genere (Maschi=67,5%; Femmine=41,3%). Non si registrano variazioni statisticamente significative delle percentuali di consumatori di vino tra il 2008 ed il 2009 ad eccezione degli uomini 11-18enni in cui si rileva un incremento di 4,2 punti percentuali.

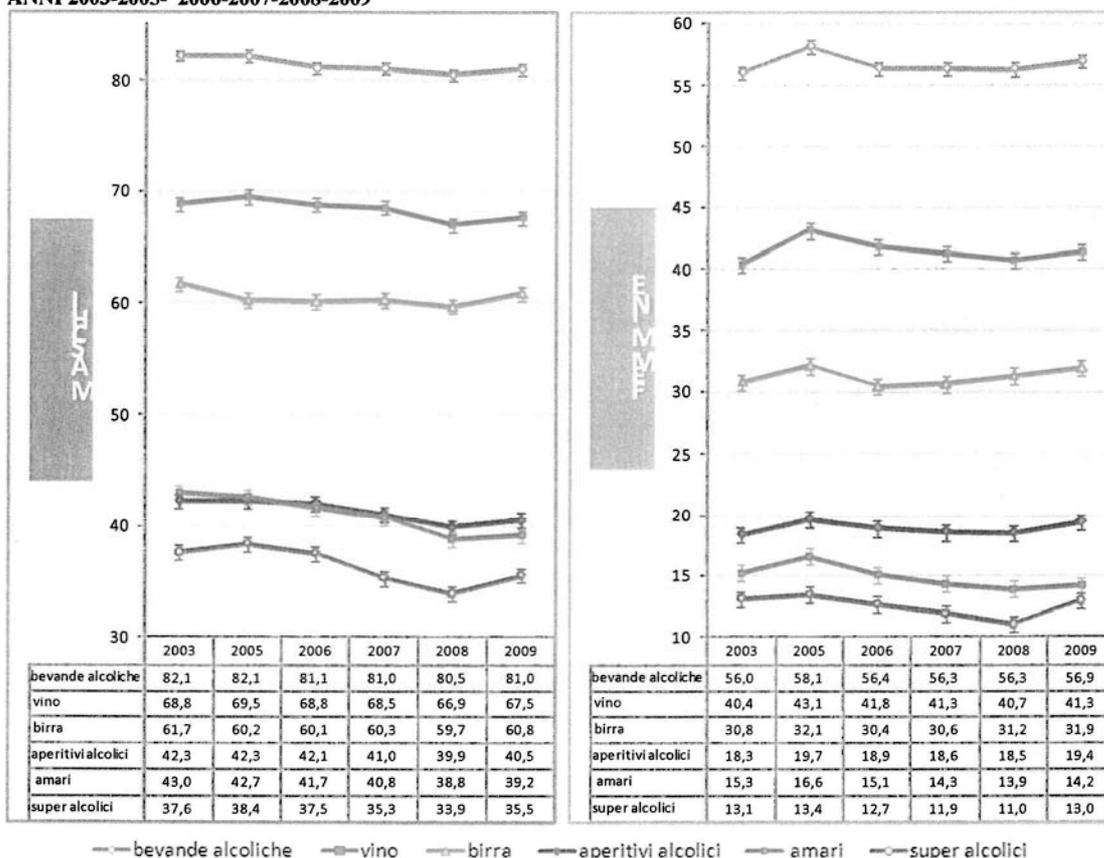
I consumatori di birra nel 2009 sono il 45,9% della popolazione; gli uomini consumatori di birra risultano il doppio circa delle consumatrici di birra (60,8% vs 31,9%).

Gli aperitivi alcolici risultano essere consumati nel 2009 dal 29,6% della popolazione di 11 anni e più (Maschi=40,5%; Femmine=19,4%).

Gli amari risultano essere consumati nel 2009 dal 26,2% (Maschi=39,2%; Femmine=14,2%) della popolazione.

Rispetto all'anno 2008 non si registrano variazioni statisticamente significative delle percentuali di consumatori di birra, aperitivi alcolici e amari in nessuna classe di età considerata.

**Graf. 5 - PREVALENZA DI CONSUMATORI DI ALCOLICI PER GENERE (IN PERCENTUALE)  
ANNI 2003-2005- 2006-2007-2008-2009**

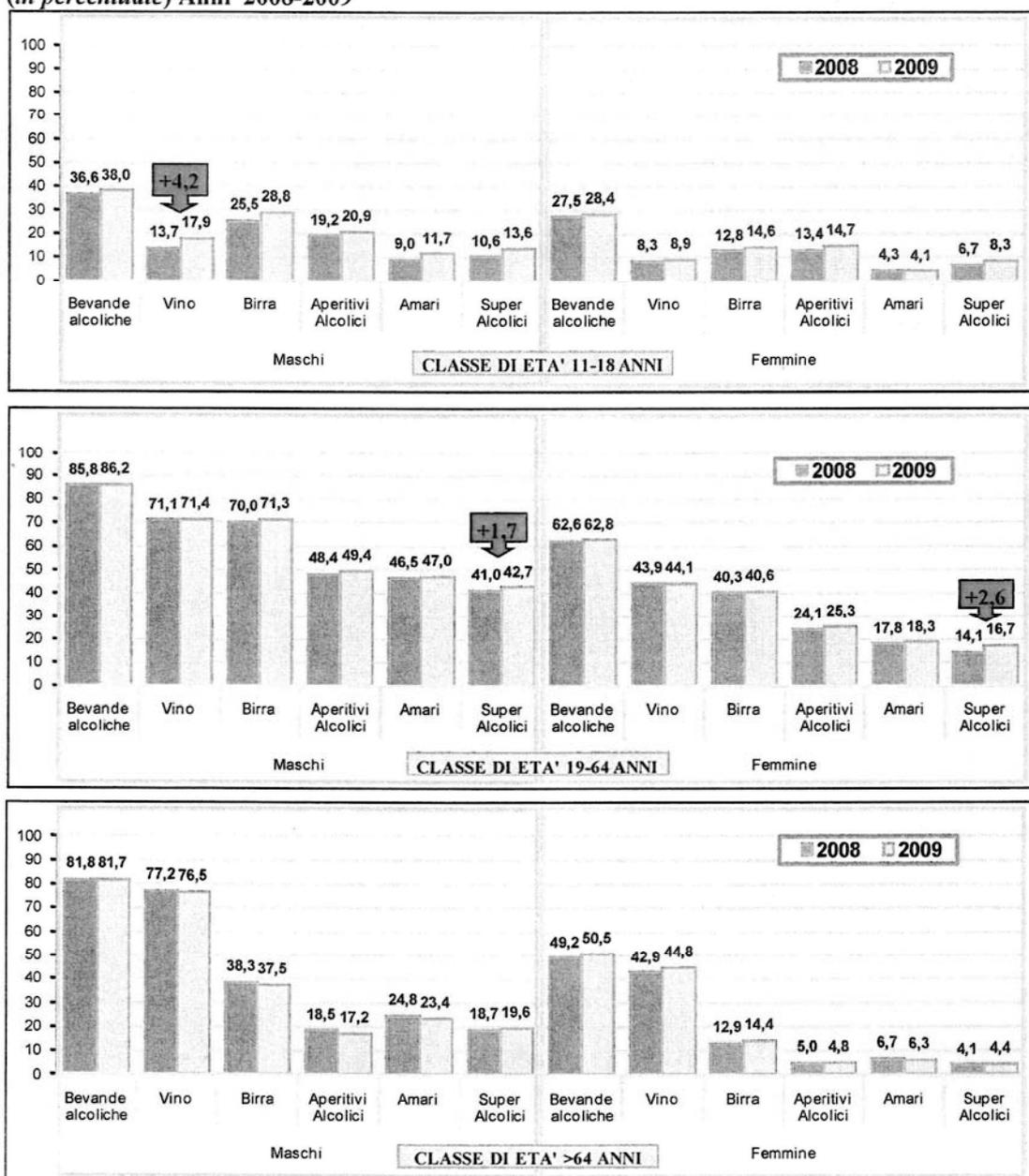


Fonte: Elaborazioni Osservatorio Nazionale Alcol CNESPS e WHO CC Research on Alcohol su dati dell'Indagine Multiscopo sulle famiglie - Aspetti della vita quotidiana. Anno 2004-2006-2007-2008-2009-2010

I liquori e i super alcolici risultano essere consumati nel 2009 dal 23,8% della popolazione di 11 anni e più, con una marcata differenza di genere; tale percentuale sale infatti al 35,5% tra gli uomini e scende a 13,0% tra le donne. I consumatori di questo tipo di bevanda sono aumentati rispetto alla precedente rilevazione (2008) di 1,6 punti percentuali tra gli uomini e di 2 punti percentuali tra le donne.

L'analisi per classi di età evidenzia che l'aumento dei consumatori di questa bevanda è concentrata nella classe di età 19-64 anni (Maschi +1,7; Femmine +2,6) (Graf.6).

**Graf. 6 - PREVALENZA DI CONSUMATORI DI BEVANDE ALCOLICHE PER GENERE E CLASSE DI ETÀ' (in percentuale) Anni 2008-2009**



Fonte: Elaborazioni Osservatorio Nazionale Alcol CNESPS e WHO CC Research on Alcohol su dati ISTAT- Indagine Multiscopo sulle famiglie - Aspetti della vita quotidiana. Anno 2009-2010

Nel decennio 1999-2009 l'ISTAT ha rilevato, soprattutto nella popolazione più giovane, una forte riduzione della quota di consumatori di solo vino e birra (-50,5% tra 14-17 anni, -31,5% tra 18-24 anni e -14,1% tra 25-44 anni) e un aumento della quota di chi consuma, oltre a vino e birra, altri alcolici quali aperitivi, amari e superalcolici (+18,5% tra 14-17 anni, +12,3% tra 18-24 anni e +1,9% tra 25-44 anni).

Anche per l'anno 2009 l'Indagine Multiscopo ISTAT conferma, analogamente a quanto rilevato fin dal 2006, che tanto fra gli uomini che fra le donne la percentuale di consumatori di bevande alcoliche aumenta all'aumentare del titolo di studio posseduto (tab. 3).

Tra gli uomini le variazioni oscillano tra il 61,8% di chi non possiede alcun titolo di studio e l'88,0% di chi possiede un titolo di studio superiore alla scuola media superiore, mentre tra le donne le percentuali oscillano dal 37,0% di chi non possiede un titolo di studio ed il 72,9% di chi possiede una laurea di dottorato o un diploma universitario.

Tra gli uomini le variazioni oscillano tra il 61,8% di chi non possiede alcun titolo di studio e l'88,0% di chi possiede un titolo di studio superiore alla scuola media superiore mentre tra le donne invece le percentuali oscillano dal 37,0% di chi non possiede un titolo di studio ed il 72,9% di chi possiede una laurea di dottorato o un diploma universitario.

Nel 2009 l'88,2% dei consumatori di sesso maschile ed il 67,9% di quelle di sesso femminile risultano occupati, con percentuali superiori al dato medio nazionale. Tra gli uomini la percentuale più elevata di consumatori si registra tra i lavoratori autonomi o dipendenti (89,2%; 88,0%), e quella più bassa fra chi è mantenuto dalla famiglia (68,3%); fra le donne la percentuale più elevata di consumatrici si registra tra le lavoratrici autonome o dipendenti (rispettivamente 68,0% e 67,7%) e quella più bassa tra le pensionate e le donne mantenute dalla famiglia, in percentuali pressoché identiche. Anche la percezione di godere un buon stato di salute appare correlarsi positivamente alla propensione al consumo, come evidenziato nella rilevazione dell'anno 2008. La percentuale più elevata di consumatori, infatti, dichiara di sentirsi bene (Maschi=83,7%; Femmine=61,5%) o discretamente (Maschi=84,1%; Femmine=56,9%), seguiti da chi si sente molto bene (Maschi=73,7%; Femmine=51,2%); le percentuali più basse di consumatori si registrano invece tra chi dichiara di sentirsi male (Maschi=65,7%; Femmine=42,9%) o molto male (Maschi=56,1%; Femmine=20,6%).

Lo stato civile degli intervistati risulta essere un'ulteriore discriminante del consumo di bevande alcoliche, in particolare in relazione alle differenze di genere. La percentuale più bassa dei consumatori di sesso maschile si registra tra i celibi (71,8%) e tra i vedovi (74,9%) mentre la più alta tra i coniugati (87,2%), seguiti dai separati o divorziati (83,9%); tra le donne invece la percentuale più elevata si registra tra le separate o divorziate (65,4%) seguite dalle coniugate (59,7%), dalle nubili (54,3%) e infine dalle vedove (48,5%).

La correlazione tra il consumo di bevande alcoliche e la corporatura degli intervistati, valutata attraverso l'indice di massa corporea (BMI), evidenzia tra i consumatori di sesso maschile una percentuale di soggetti in sovrappeso o obesi (85,9%) leggermente superiore rispetto ai normopeso (84,4%) mentre un andamento opposto si rileva tra le donne, con una percentuale di consumatrici normopeso (61,6%) molto più alta di quella delle consumatrici in sovrappeso o obese (55,7%).

La percentuale di consumatori risulta infine correlata con la zona territoriale di residenza ed il sesso degli intervistati. Tra gli uomini non si registrano differenze

statisticamente significative tra i consumatori del Nord e Centro Italia (81,5%-83,0%) mentre le percentuali diminuiscono tra i residenti delle Regioni meridionali (79,8%) con un minimo registrato nelle isole (75,9%). Tra le donne le percentuali più elevate di consumatrici si registrano nell'Italia nord-orientale (64,6%) seguite da quelle relative alle Regioni dell'Italia nord-occidentale (58,9%) e centrale (59,8%); valori minimi si registrano come per gli uomini nelle isole (47,1%) e nelle Regioni dell'Italia meridionale (50,7%).

### **I comportamenti di consumo a rischio**

Per una corretta valutazione del rischio connesso all'assunzione di bevande alcoliche è necessario tener conto di parametri quali le quantità assunte, la frequenza del consumo, la concomitanza con i pasti, la capacità di smaltire l'alcol in relazione al sesso e all'età, la tollerabilità dell'alcol in relazione alle condizioni di salute, l'assunzione di farmaci o altre situazioni, oltre al contesto in cui avviene il consumo di bevande alcoliche.

Tenendo conto di tali parametri si possono individuare alcune categorie di consumatori a rischio il cui monitoraggio è particolarmente importante al fine di valutare gli interventi necessari per contenere i possibili danni per il singolo e la società.

### **I consumatori fuori pasto**

Il consumo di vino o alcolici fuori pasto ha riguardato nel 2009 13.592.018 persone, pari al 25,4% della popolazione di età superiore a 11 anni, con una marcata differenza di genere (Maschi=36,4%; Femmine=15,3%) ma senza variazioni significative rispetto alla rilevazione del 2008. L'analisi per classi di età mostra che la prevalenza aumenta dall'età 11-15 anni fino a raggiungere i valori massimi a 18-24 anni e poi diminuisce nuovamente fino a raggiungere i valori più bassi tra gli ultra 75enni (graf. 7).

Le percentuali di consumatori fuori pasto di sesso maschile risultano superiori a quelle di sesso femminile in tutte le classi di età considerate ad eccezione di quella al di sotto dell'età legale (11-15 anni), dove non si registrano differenze statisticamente significative ed è minimo lo scostamento tra maschi e femmine.

Nell'ultimo decennio l'ISTAT ha rilevato un crescente aumento della quota di consumatori fuori pasto, passati dal 35,2 % al 37,4 % fra i consumatori di età superiore ai 14 anni. Particolarmente elevato è stato nel decennio tale incremento tra le donne, pari secondo l'ISTAT al 23,6%.

### **I consumatori "binge drinking"**

Con l'espressione *binge drinking* si fa riferimento all'abitudine di consumare in un tempo ristretto eccessive quantità di alcol (convenzionalmente 6 o più bicchieri di bevande alcoliche) in una sola occasione. Si tratta di un comportamento mutuato dai Paesi del Nord Europa che si è ormai consolidato nel nostro Paese, prevalentemente tra i giovani ma sempre più anche tra gli adulti, soprattutto tra i maschi.

**Tab. 3 - CONSUMATORI (%) DI BEVANDE ALCOLICHE PER CARATTERISTICHE SOCIODEMOGRAFICHE - ANNO 2009**

Variabili socio-demografiche		Consumatori(%)		
		Maschi	Femmine	Totale
<b>Titolo di studio</b> (validi 100%)	Dottorato laurea o diploma universitario	89,2	72,9	80,6
	Diploma scuola media superiore	87,6	65,9	76,8
	Diploma media	79,7	54,8	68,0
	Licenza elementare	69,6	45,1	55,3
	Nessun titolo	61,8	37,0	45,2
	<b>Totale</b>	<b>81,0</b>	<b>56,9</b>	<b>68,5</b>
<b>Condizione professionale</b> (validi 95,9%) (Età>15 anni)	Occupato	88,2	67,9	80,1
	in cerca di occupazione studente o in servizio di leva o civile sostitutivo	74,7	57,3	66,6
	Casalinga		53,0	53,0
	Ritirato dal lavoro o inabile	81,9	54,7	70,0
	Altra condizione	76,9	41,1	53,6
<b>Totale</b>	<b>83,9</b>	<b>58,8</b>	<b>70,9</b>	
<b>Principale fonte di reddito</b> (validi 94,8%) (Età>15 anni)	Da lavoro dipendente	88,0	67,7	79,1
	Da lavoro autonomo	89,2	68,0	83,2
	Pensione	82,6	52,1	66,7
	Indennità provvidenze varie e patrimoniale	74,4	57,9	66,1
	Mantenimento dalla famiglia	68,3	53,9	58,4
<b>Totale</b>	<b>83,0</b>	<b>58,3</b>	<b>70,3</b>	
<b>Percezione dello stato di salute</b> (validi 100%)	Molto bene	73,7	51,2	63,7
	Bene	83,7	61,5	72,7
	Discretamente	84,1	56,9	68,5
	Male	65,7	42,9	51,2
	Molto male	56,1	20,6	35,3
	<b>Totale</b>	<b>81,0</b>	<b>56,9</b>	<b>68,5</b>
<b>Stato civile</b> (validi 100%)	celibe/nubile	71,8	54,3	63,7
	coniugato/a	87,2	59,7	73,4
	separato/a o divorziato	83,9	65,4	74,0
	vedovo/a	74,9	48,5	53,2
	<b>Totale</b>	<b>81,0</b>	<b>56,9</b>	<b>68,5</b>
<b>Indice di massa corporea (BMI)</b> (validi 92,4%)	Sottopeso	73,4	61,2	62,2
	Normopeso	84,4	61,6	70,8
	Sovrappeso/Obesità	85,9	55,7	73,6
	<b>Totale</b>	<b>85,2</b>	<b>59,5</b>	<b>71,8</b>
<b>Ripartizione territoriale</b> (validi 100%)	Italia Nord – Occidentale	81,5	58,9	69,8
	Italia Nord – Orientale	83,0	64,6	73,5
	Italia Centrale	82,5	59,8	70,6
	Italia Meridionale	79,8	50,7	64,7
	Italia insulare	75,9	47,1	61,0
<b>Totale</b>	<b>81,0</b>	<b>56,9</b>	<b>68,5</b>	

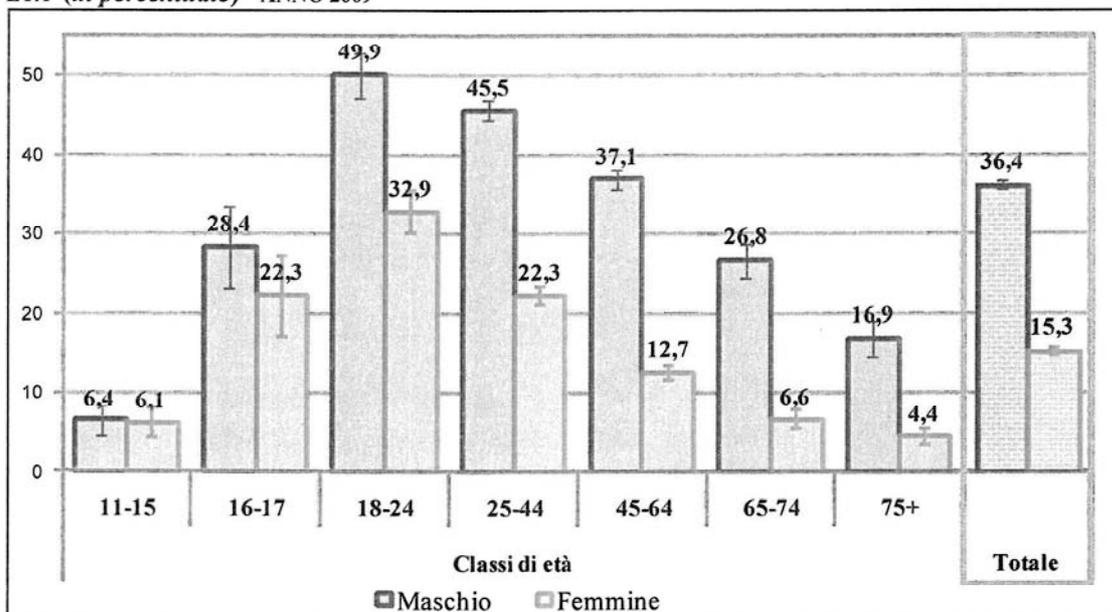
Elaborazioni Osservatorio Nazionale Alcol CNESPS e WHO CC Research on Alcohol su dati ISTAT- Indagine Multiscopo sulle famiglie - Aspetti della vita quotidiana. Anno 2010

Nel 2009 il 12,4% degli uomini ed il 3,1% delle donne di 11 anni e più ha dichiarato di aver praticato questo comportamento di consumo almeno una volta negli ultimi 12 mesi, con percentuali che variano a seconda del genere e della classe di età della popolazione(graf.8).

Tra gli uomini, il valore si presenta elevato già tra i giovanissimi, raggiunge un picco massimo tra i 18-24enni e poi diminuisce nuovamente, pur rimanendo su valori ragguardevoli, nelle classi di età successive; tra le donne, come per gli uomini, la

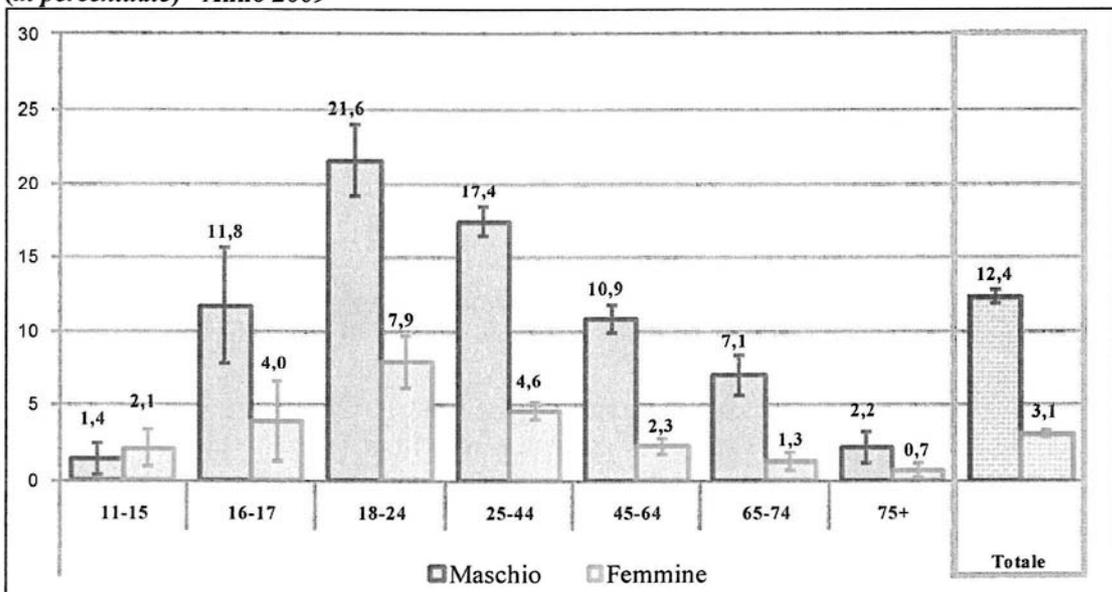
frequenza massima si raggiunge intorno ai 18-24 anni (7,9%) e decresce nuovamente raggiungendo i valori minimi nelle classi di età anziane (>65 anni).

**Graf. 7 - PREVALENZA DI CONSUMATORI DI VINO O ALCOLICI FUORI PASTO PER GENERE E CLASSE DI ETÀ' (in percentuale) - ANNO 2009**



Fonte: Elaborazioni Osservatorio Nazionale Alcol CNESPS e WHO CC Research on Alcohol su dati ISTAT-Indagine Multiscopo sulle famiglie - Aspetti della vita quotidiana. Anno 2010

**Graf. 8 - PREVALENZA DI CONSUMATORI BINGE DRINKING PER GENERE E CLASSE DI ETÀ' (in percentuale) - Anno 2009**



Fonte: Elaborazioni Osservatorio Nazionale Alcol CNESPS e WHO CC Research on Alcohol su dati ISTAT-Indagine Multiscopo sulle famiglie - Aspetti della vita quotidiana. Anno 2010