

---

OSSERVATORIO PERMANENTE  
SUI GIOVANI E L'ALCOOL®

---



# **Adolescenti e alcool**

## **Terza indagine nazionale**

**2017**

Diagramma



## Indice

Obiettivi e metodologia dell'indagine	pag. 5
1. Il debutto alcolico: l'assaggio	pag. 7
2. Il primo bicchierino: quando, con chi, dove, in quale occasione, che cosa	pag. 11
3. Con che frequenza e che tipo di bevanda alcolica negli ultimi tre mesi	pag. 18
4. Le abitudini e le motivazioni del bere	pag. 22
5. La tipologia del giovane bevitore	pag. 25
6. La contiguità fisica alle bevande alcoliche	pag. 33
7. L'abuso di alcool	pag. 29
8. Il ruolo dei genitori: protezione indiretta	pag. 35
9. Opinioni, stereotipi ed immagini legate all'alcool	pag. 42
10. Spiegare la frequenza del bere e l'abuso di alcolici attraverso alcuni modelli di equazioni strutturali	pag. 52
Conclusioni	pag. 57

La presente ricerca è stata condotta sotto la responsabilità scientifica di Carlo Buzzi, del *Dipartimento di Sociologia e Ricerca Sociale* dell'Università degli studi di Trento, e sotto la responsabilità organizzativa di Maurizio Tucci, coordinatore dell'indagine annuale sui preadolescenti condotta da *Laboratorio Adolescenza* e da *SIMA-Società Italiana di Medicina dell'Adolescenza* all'interno della quale trova spazio, a scadenza biennale, la ricerca "Giovani ed alcol", che viene realizzata per conto dell'*Osservatorio permanente sui giovani e l'alcool*. Nell'équipe di ricerca Milvia Gennari (*Diagramma*: amministrazione e aspetti operativi), Antonella Volino (trattamento informatico dei dati) e Enzo Loner (analisi multivariate). Il rapporto di ricerca è stato curato da Carlo Buzzi.



## Obiettivi e metodologia dell'indagine

L'Osservatorio permanente sui Giovani e l'alcool ha realizzato la terza edizione dell'indagine nazionale sul consumo e sull'abuso di bevande alcoliche tra i giovani adolescenti italiani. Come le precedenti, la ricerca ha indagato sulla popolazione studentesca iscritta alla terza classe delle scuole secondarie di I grado e il confronto dei dati ottenuti nel 2017 con quelli del 2012 e del 2015 permette l'individuazione dei trend sottostanti ai fenomeni che legano i giovani con il consumo di bevande alcoliche

La popolazione coinvolta è costituita da 1982 studenti frequentanti scuole ubicate in 41 comuni diversi. Nella tabella 1 sono illustrate le caratteristiche strutturali del campione intervistato.

Le aree indagate dal questionario, predisposto *ad hoc* per l'autosomministrazione in classe, hanno toccato le seguenti questioni:

- L'esperienza della prima assunzione di bevanda alcolica
- Frequenza, modalità e motivazioni dell'uso di bevande alcoliche
- L'esperienza dell'abuso di bevande alcoliche
- Atteggiamenti ed opinioni sull'abitudine alle bevande alcoliche
- La famiglia e il ruolo dei genitori
- La facilità di procurarsi bevande alcoliche
- Immagini e simboli legati all'assunzione di bevande alcoliche.

L'analisi presenta i dati – oltre che comparati con quelli degli anni precedenti – articolati per sesso, area geografica e densità abitativa del comune di ubicazione della scuola. Accanto ai dati descrittivi monovariati e bivariati, nel paragrafo sull'abuso viene utilizzato un modello di regressione logistica con variabile dipendente l'essersi ubriacati almeno una volta. Nel paragrafo sulle immagini legate all'alcol un'analisi fattoriale eseguita col metodo delle componenti principali individua tre fattori che costituiscono altrettanti dimensioni culturali. Nel paragrafo finale sono presentati alcuni modelli Lisrel tesi a spiegare più approfonditamente il fenomeno della frequenza del bere e dell'abuso di alcolici tra gli adolescenti.

**TAB.1 Campione intervistato: caratteristiche strutturali**

<b>Caratteri strutturali del campione</b>	<b>N</b>	<b>%</b>
<b>Area geografica</b>		
- <b>Nord Ovest</b>	445	22,4
- <b>Nord Est</b>	376	19,0
- <b>Centro</b>	385	19,4
- <b>Sud</b>	515	26,0
- <b>Isole</b>	263	13,3
<b>Ampiezza comune</b>		
- <b>Fino a 20.000 ab.</b>	854	41,3
- <b>Comuni medio-grandi</b>	807	40,7
- <b>Comuni metropolitani</b>	321	16,2
<b>Sesso</b>		
- <b>Maschi</b>	982	49,5
- <b>Femmine</b>	1000	50,5
<b>Età</b>		
- <b>12 anni</b>	124	6,3
- <b>13 anni</b>	1527	77,0
- <b>14 anni</b>	305	15,4
- <b>15 anni</b>	26	1,3
<b>Totale</b>	<b>1982</b>	<b>100,0</b>

## 1. Il debutto alcolico: l'assaggio

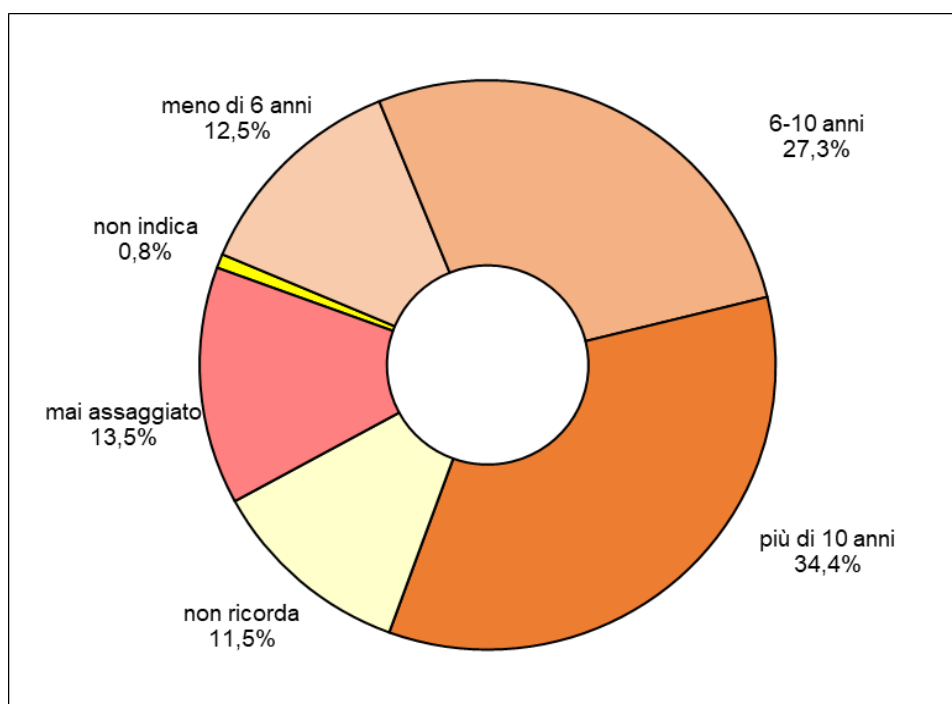
Per meglio approfondire l'evento iniziale che porta un giovane ad avvicinarsi per la prima volta ad una sostanza alcolica, in questa indagine si è differenziato il semplice assaggio dall'aver assunto una quantità significativa di bevanda alcolica. Mentre dunque nelle edizioni precedenti il debutto alcolico veniva individuato con il solo assaggio, nel 2017 oltre al primissimo contatto si è indagato anche sul momento in cui si è bevuto il primo bicchiere (o bicchierino) di una bevanda alcolica.

Circa un giovane 13-14enne ogni sette non ha mai provato, neppure con un piccolo assaggio, una bevanda alcolica (13,5%). Tuttavia per la grande maggioranza dei giovani che frequentano la terza classe delle scuole medie inferiori, l'alcol rimane una sostanza che fa parte dell'esperienza personale. Per un po' più di un terzo degli intervistati il fenomeno non è lontano nel tempo (il 34,4% ha assaggiato alcolici per la prima volta oltre i 10 anni), ma altri giovani spiccano per una maggiore precocità dal momento che circa un quarto (il 27,3%) ha avuto il suo debutto alcolico tra i 6 e i 10 anni e il 12,5% addirittura sotto i sei anni di età (cfr. Fig. 1).

Se sommiamo a queste incidenze l'11,5% che ha bevuto ma non ricorda l'età della prima volta, otteniamo una percentuale totale di giovani che hanno avuto un primo contatto assai consistente (86,5%). Va però notato che questo dato non può certo essere enfatizzato trattandosi di un semplice assaggio magari del tutto casuale e non ripetuto.

Articolando per le variabili strutturali del campione, le ragazze si dimostrano meno precoci dei loro coetanei. Nel complesso, tuttavia, ora come negli ultimi 5 anni, il fenomeno, pur con qualche oscillazione, sembra essere stabile (cfr. Tab. 2).

**FIG. 1 A che età ha assaggiato la prima bevanda alcolica  
(N=1982; valori percentuali)**



**TAB.2 A che età ha assaggiato la prima bevanda alcolica  
(N=1982; valori percentuali)**

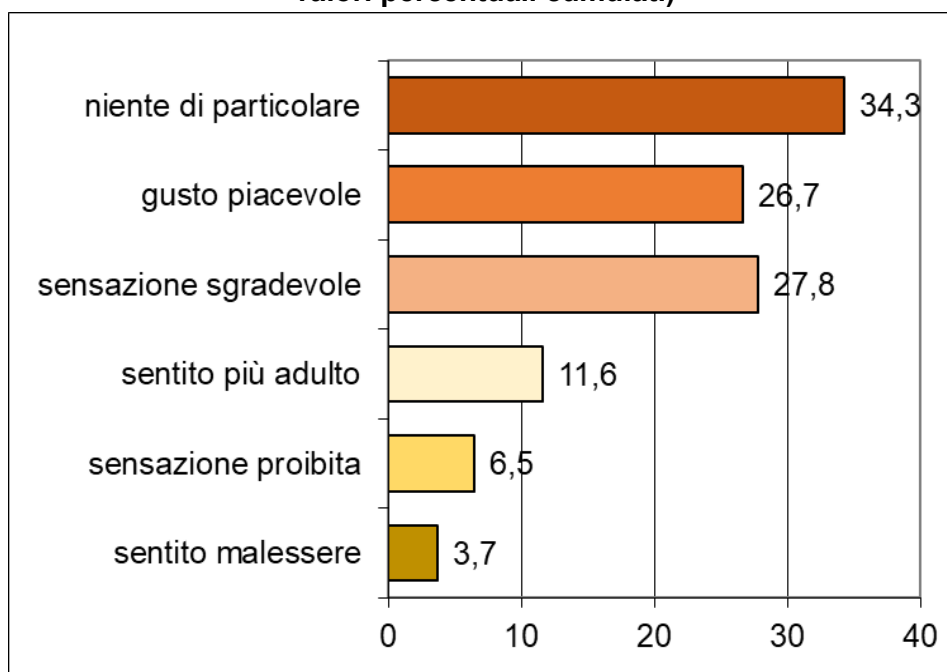
%	Totale 2012	Totale 2015	Totale 2017
<i>Meno di 6 anni</i>	8,2	8,0	<b>12,5</b>
<i>Tra i 6 e i 10 anni</i>	29,5	26,4	<b>27,3</b>
<i>Oltre i 10 anni</i>	41,6	37,8	<b>34,4</b>
<i>Non ricorda l'età</i>	11,1	10,5	<b>11,5</b>
<i>Mai assaggiato alcool</i>	9,4	16,6	<b>13,5</b>
<i>Non indica</i>	0,2	0,6	<b>0,8</b>
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

% 2017	Sesso		Area geografica					Ampiezza comune		
	M	F	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Piccoli	Medio grandi	Metro-politani
<i>Meno di 6 anni</i>	14,8	10,2	13,5	11,7	12,7	10,9	14,4	12,5	12,8	11,5
<i>Tra i 6 e i 10 anni</i>	30,2	24,4	26,9	28,7	28,6	28,9	20,9	26,0	27,8	29,6
<i>Oltre i 10 anni</i>	32,2	36,6	32,3	34,3	36,6	35,5	32,7	36,7	33,3	31,2
<i>Non ricorda l'età</i>	9,6	13,4	10,6	9,6	9,9	11,7	17,9	11,9	11,2	11,2
<i>Mai assaggiato</i>	12,1	14,9	16,0	14,9	11,2	12,6	12,5	12,1	14,3	15,6
<i>Non indica</i>	1,1	0,5	0,7	0,8	1,0	0,4	1,5	0,8	0,7	0,9
<b>Totale</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>



Le percezioni soggettive provate alla prima assunzione di alcol sembrano di per sé significative: la letteratura ha documentato che l'imprinting iniziale può avere effetti sulla futura disponibilità a bere o meno bevande alcoliche. Da questo punto di vista i risultati appaiono in armonia con un certo senso di normalità: la maggioranza del campione afferma infatti di *“non aver provato nulla di particolare”* assaggiando dell'alcol (34,3%), sentimento che si è tuttavia contratto rispetto alle edizioni precedenti dell'indagine; a tal proposito va rimarcato che il confronto non è del tutto puntuale in quanto nelle ricerche precedenti la netta divisione tra *“assaggio”* e *“primo bicchiere bevuto”* non era contemplata tra le domande del questionario. Per quanto riguarda il gusto i pareri positivi (sensazione dell'assaggio valutata *“piacevole”*: 26,7%) sono inferiori, seppur di poco, rispetto a quelli negativi (sensazione ritenuta *“sgradevole”*: 27,8%). Le altre percezioni appaiono meno diffuse: sia quelle che collegano l'esperienza ad una tappa simbolica di crescita (*“mi sono sentito più adulto”*: 11,6%), sia quelle che richiamano alla trasgressione (*“ho avuto la sensazione di fare una cosa proibita”*: 6,5%). Assai pochi coloro che *“si sono sentiti male”* (3,7%) (cfr. Fig. 2).

**FIG. 2 Sensazioni provate assaggiando la prima bevanda alcolica (N=1714; solo chi ha già assaggiato bevande alcoliche: 86,5%; massimo 2 risposte; valori percentuali cumulati)**



Se per i maschi si evidenzia la prevalenza del piacere del gusto, per le femmine, al contrario, è il ricordo sgradevole che accompagna il primo assaggio di una bevanda alcolica. Dal punto di vista territoriale le sensazioni negative legate al gusto appaiono più diffuse nel Centro-Nord del Paese rispetto al Sud e nei piccoli comuni dove la percezione positiva prevale (cfr.Tab. 3).

**TAB. 3 Sensazioni provate assaggiando la prima bevanda alcolica (N=1714; solo chi ha già assaggiato bevande alcoliche: 86,5%; massimo 2 risposte; valori percentuali cumulati)**

<b>%</b>	<b>Totale 2012</b>	<b>Totale 2015</b>	<b>Totale 2017</b>
<i>Niente di particolare</i>	42,7	47,3	<b>34,3</b>
<i>Un senso di piacere (il sapore)</i>	25,3	26,5	<b>26,7</b>
<i>Una sensazione sgradevole</i>	31,1	24,6	<b>27,8</b>
<i>Mi sono sentito più adulto</i>	12,4	7,8	<b>11,6</b>
<i>Ho avuto la sensazione di fare una cosa proibita</i>	6,8	4,9	<b>6,5</b>
<i>Mi sono sentito male</i>	3,0	3,6	<b>3,7</b>

<b>% 2017</b>	<b>Sesso</b>		<b>Area geografica</b>					<b>Ampiezza comune</b>		
	M	F	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Piccoli	Medio grandi	Metro-politani
<i>Niente di particolare</i>	34,2	34,4	30,1	32,5	37,1	37,1	33,9	34,9	34,1	33,2
<i>Un senso di piacere (il sapore)</i>	28,9	24,4	26,3	24,7	25,2	30,2	25,2	30,5	23,4	24,3
<i>Una sensazione sgradevole</i>	26,1	29,5	33,3	30,0	24,9	24,7	26,1	26,2	30,1	26,2
<i>Mi sono sentito più adulto</i>	11,7	11,4	15,6	11,9	11,1	10,9	6,5	11,3	11,1	13,3
<i>Ho avuto la sensazione di fare una cosa proibita</i>	5,9	7,1	6,2	6,6	5,9	6,9	7,0	6,7	6,8	5,2
<i>Mi sono sentito male</i>	3,8	3,5	4,0	2,5	3,8	3,9	4,4	3,7	1,9	4,8

## **2. Il primo bicchierino:**

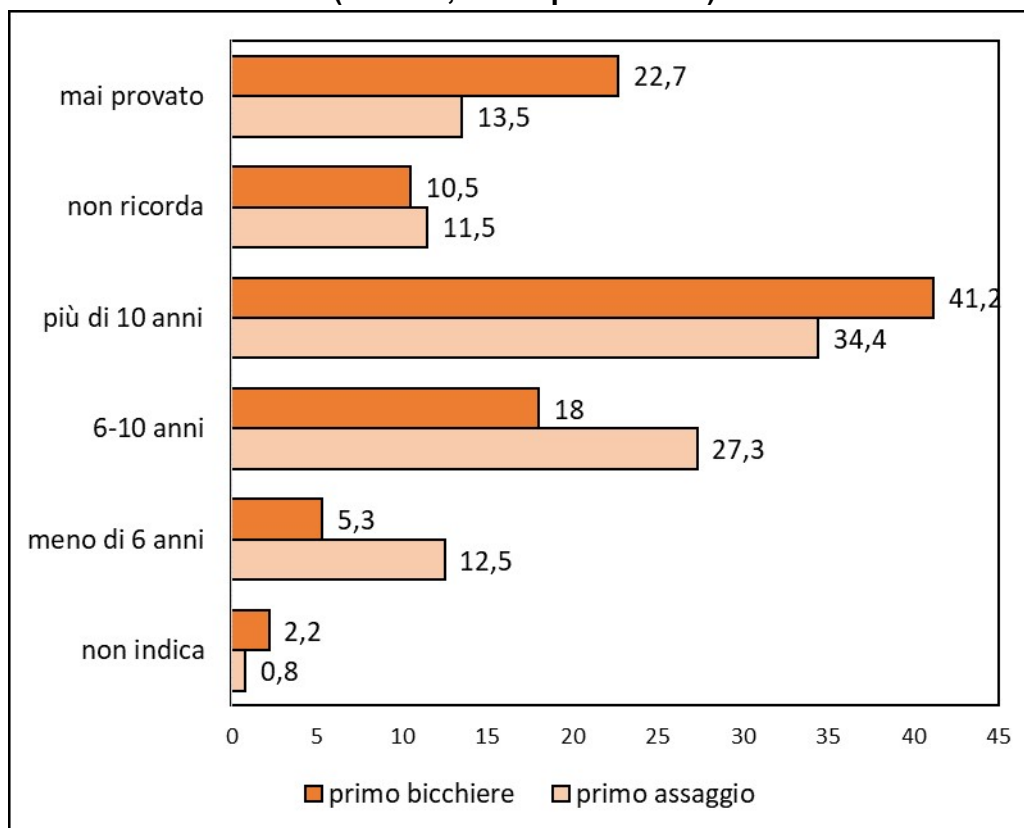
### **quando, con chi, dove, in quale occasione, che cosa**

Dopo aver osservato l'età del primissimo contatto con l'alcol e le sensazioni che da quel contatto ne sono derivate, possiamo ad analizzare quando si è verificata la prima assunzione vera e propria, ovvero la prima volta che un giovane ha bevuto un bicchiere (o un bicchierino, a seconda della sostanza) di una bevanda alcolica. I dati son ben diversi, a conferma che la distinzione tra "primo assaggio" e "primo bicchiere" è necessaria dal punto di vista metodologico. Ad esempio se solo il 13,5% degli studenti delle medie inferiori non ha mai assaggiato una bevanda alcolica, la percentuale sale al 22,7% se focalizziamo l'attenzione su chi non ha mai sperimentato l'assunzione di una quantità significativa di bevanda alcolica (dunque circa un 10% del campione intervistato, pur avendolo assaggiato non ha mai bevuto veramente dell'alcol) (cfr. Fig.3).

Bere un bicchiere/bicchierino è un evento che si verifica per la prima volta tra i 10 e i 13 anni (41,2%), in misura molto minore tra i 6 e i 10 anni (18,0%) e assai raramente, ma non per questo fenomeno non preoccupante, al di sotto dei 6 anni (5,3%). Questi dati, ricordiamolo, vanno valutati con cautela derivando da dichiarazioni soggettive degli intervistati e non sono soggetti a controllo oggettivo, consideriamo inoltre che una percentuale non irrilevante di giovani non ricorda o non indica l'età di assunzione del primo bicchiere di bevanda alcolica (12,7%).

Una maggiore precocità del bere caratterizza i maschi rispetto alle femmine, i giovani delle Isole e del Sud rispetto a quelli delle regioni settentrionali. Nel contempo il non aver mai bevuto un bicchiere di sostanza alcolica è più frequente nelle ragazze (25,4%), nei giovani del Nord-ovest (26,8%) e del Nord-est (25,5%), nei residenti nelle città medio-grandi (26,9%) (cfr. Tab.4).

**FIG. 3 Età nella quale ha assaggiato la prima bevanda alcolica comparata all'età del primo bicchiere (N=1982; valori percentuali)**



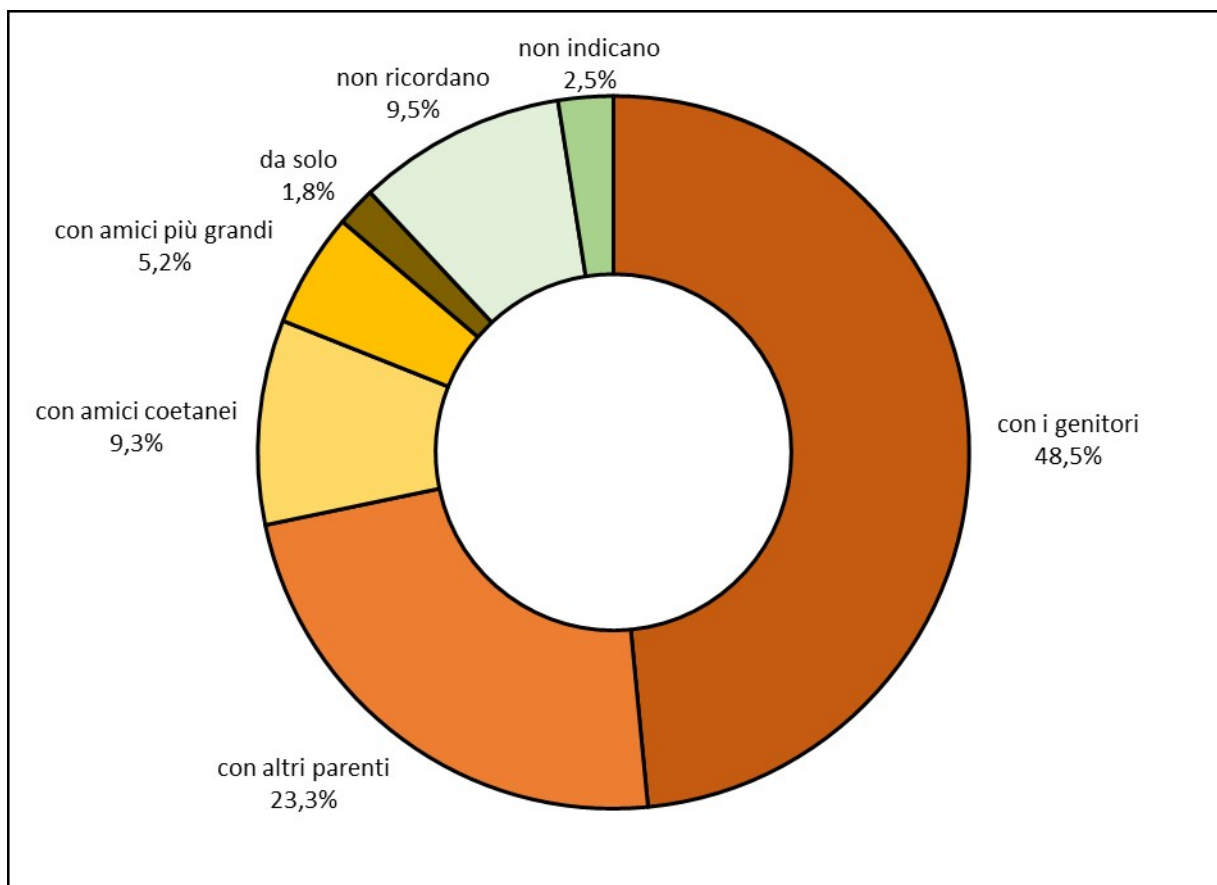
**TAB.4 A che età ha bevuto il primo bicchiere di bevanda alcolica (N=1982; valori percentuali)**

% 2017	Sesso		Area geografica					Ampiezza comune		
	M	F	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Piccoli	Medio grandi	Metro-politani
<b>Meno di 6 anni</b>	7,3	3,3	3,6	5,1	4,9	4,9	9,9	5,3	5,2	5,6
<b>Tra i 6 e i 10 anni</b>	21,2	14,9	18,3	16,8	19,7	18,6	15,6	19,2	15,4	21,5
<b>Oltre i 10 anni</b>	40,5	41,9	40,0	40,7	42,9	42,3	39,5	43,1	40,4	38,3
<b>Non ricorda l'età</b>	8,5	12,5	8,8	9,6	10,4	10,3	15,2	10,1	10,8	10,9
<b>Mai bevuto</b>	20,0	25,4	26,8	25,5	20,3	21,7	17,4	19,5	26,9	21,2
<b>Non indica</b>	2,4	2,0	2,5	2,4	1,8	2,1	2,3	2,9	1,4	2,5
<b>Totale</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Il contesto relazionale nel quale si concretizza la prima esperienza alcolica (cfr. Fig.4 e Fig.5) vede la presenza di adulti, per lo più genitori (48,5%) ma anche altri parenti (23,3%); nel complesso questa dimensione riguarda il 71,8% dei casi ed appare dunque di gran lunga prevalente. Meno diffusa è l'esperienza vissuta in compagnia di

amici, coetanei (9,3%) o più grandi (5,2%), che caratterizza complessivamente il 14,5% del campione. Marginale l'incidenza di chi si avvicina per la prima volta all'alcol in solitudine (1,8%). La gran parte dei giovani si accostano pertanto alle bevande alcoliche in ambiente familiare. Ciò certamente toglie alla prima esperienza quell'alone di trasgressività che si avrebbe se l'iniziazione si realizzasse nel gruppo degli amici, ma quest'ultima eventualità, come abbiamo notato, pur significativa appare largamente minoritaria (cfr. Tab.5).

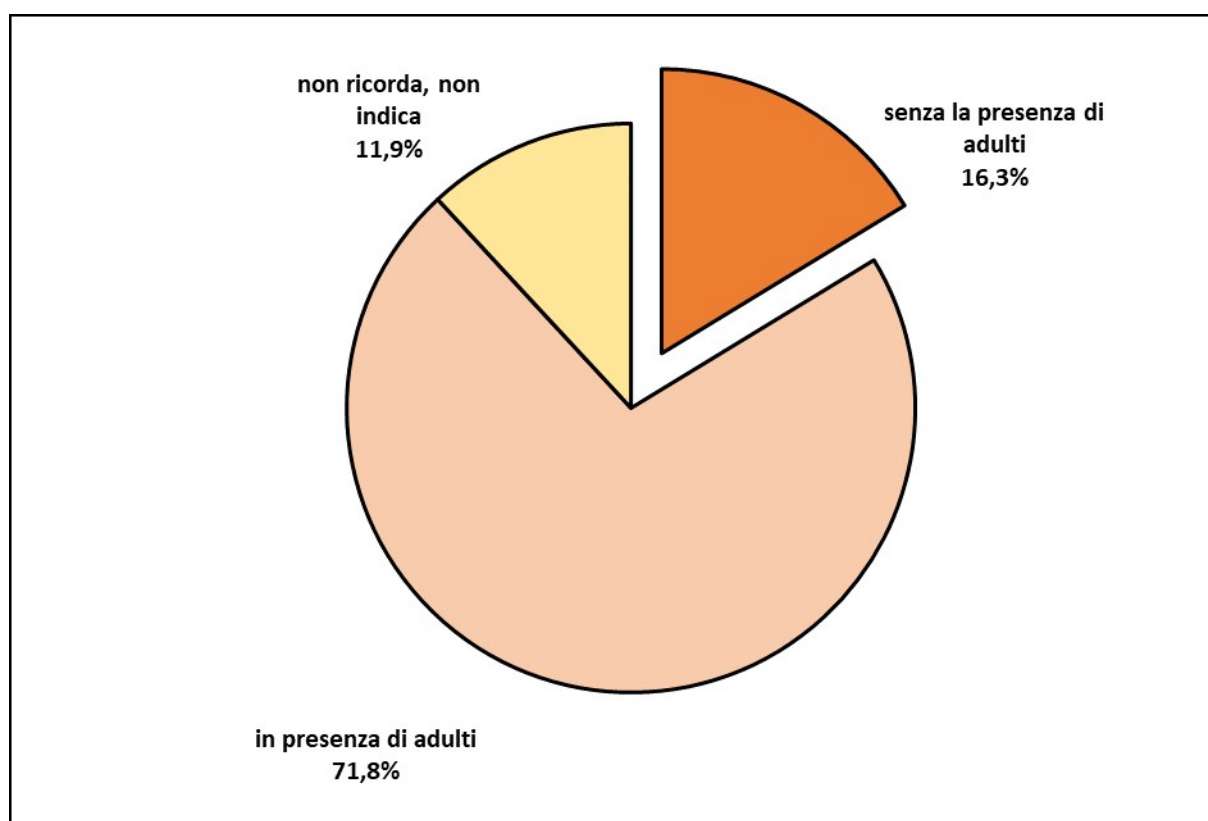
**FIG.4 Con chi ha bevuto la prima volta un bicchiere di una bevanda alcolica (N=1531; solo chi ha già bevuto un bicchiere di bevanda alcoliche: 77,3%; valori percentuali)**



**TAB. 5 Con chi ha bevuto la prima volta un bicchiere di una bevanda alcolica (N=1531; solo chi ha già bevuto un bicchiere di bevanda alcoliche: 77,3%; valori percentuali)**

% 2017	Sesso		Area geografica					Ampiezza comune		
	M	F	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Piccoli	Medio grandi	Metro-politani
<i>Con i genitori</i>	40,9	47,9	54,6	56,1	45,9	50,4	29,5	48,5	50,3	43,9
<i>Con altri parenti</i>	21,0	25,6	23,5	20,0	27,7	22,3	22,6	22,4	24,1	23,7
<i>Con amici coetanei</i>	10,1	8,6	6,8	9,6	6,8	9,4	16,1	9,4	9,0	9,9
<i>Con amici + grandi</i>	5,5	4,8	5,9	1,4	6,2	4,0	9,7	5,5	4,7	5,1
<i>Da solo</i>	2,7	0,8	1,5	1,1	2,9	1,5	1,8	1,7	1,4	2,8
<i>Non ricorda con chi</i>	8,8	10,3	5,6	8,9	8,5	9,7	17,5	9,3	8,5	12,6
<i>Non indica</i>	2,9	2,0	2,2	2,9	2,0	2,7	2,8	3,1	2,0	2,0
<b>Totale</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

**FIG.5 Presenza o assenza di adulti con il primo bicchiere di una bevanda alcolica (N=1531; solo chi ha già bevuto un bicchiere di bevanda alcoliche: 77,3%; valori %)**



La “normalità” dell’evento, che sembra essere sottolineata dalla presenza adulta, trova conferma nella circostanza nella quale i giovani hanno bevuto la loro prima bevanda alcolica. La maggioranza di chi si è accostato all’alcol lo ha fatto a casa

propria (37,8%) o al ristorante (19,3%); meno diffusi i casi in cui l'evento si sia realizzato in casa di altri (15,0%) o in un luogo all'aperto (5,4%). L'occasione del "primo bicchiere" sembra associarsi ad una ricorrenza o ad un momento speciale, quindi al classico brindisi (46,6%), ad una festa tra amici (10,6%), ad una vacanza (5,0%). Come dire che per quasi i due terzi del campione il debutto alcolico è avvenuto in circostanze particolari, esterne alla quotidianità (e ciò si conferma anche se si osserva che solo nel 21,7% dei casi il primo bicchiere sia stato bevuto in concomitanza di un pasto normale (cfr. Tab.6).

Articolando per le variabili strutturali si pongono significative differenze non tanto sul dove quanto sulle occasioni nelle quali si è bevuto per la prima volta. Si può ad esempio notare come i maschi siano introdotti alle bevande alcoliche durante i pasti più frequentemente delle femmine, le quali si avvicinano all'alcool con maggiore probabilità durante speciali ricorrenze quali compleanni o altro (cfr. Tab.7 e Tab.8).

**TAB. 6 Dove e in quale occasione hanno bevuto la prima volta un bicchiere di una bevanda alcolica (N=1531; solo chi ha già bevuto: 77,3%; valori percentuali)**

<b><i>Dove e in quale occasione hanno bevuto il primo bicchiere</i></b>	<b><i>%</i></b>
<b><u>Dove hanno bevuto</u></b>	
- <b><i>A casa</i></b>	37,8
- <b><i>A casa d'altri</i></b>	15,0
- <b><i>Al ristorante, pizzeria, bar</i></b>	19,3
- <b><i>In un luogo aperto</i></b>	5,4
- <b><i>In altro luogo</i></b>	8,6
- <b><i>Non ricorda dove</i></b>	11,1
- <b><i>Non indica</i></b>	2,9
<b><i>Totale</i></b>	100,0
<b><u>In quale occasione hanno bevuto</u></b>	
- <b><i>Durante un pasto normale</i></b>	21,7
- <b><i>Ad un brindisi in una occasione speciale</i></b>	46,6
- <b><i>Ad una festa</i></b>	10,6
- <b><i>In gita scolastica</i></b>	0,9
- <b><i>In vacanza</i></b>	5,0
- <b><i>Non ricorda in quale occasione</i></b>	12,3
- <b><i>Non indica</i></b>	2,9
<b><i>Totale</i></b>	100,0

**TAB. 7 Dove ha bevuto la prima volta un bicchiere di una bevanda alcolica (N=1531; solo chi ha già bevuto bevande alcoliche: 77,3%; valori percentuali)**

% 2017	Sesso		Area geografica					Ampiezza comune		
	M	F	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Piccoli	Medio grandi	Metro-politani
<i>In casa</i>	37,2	38,3	34,3	40,4	41,7	39,7	30,4	38,1	38,1	36,0
<i>In casa d'altri</i>	15,2	14,9	17,6	12,5	15,6	14,4	14,7	13,1	15,8	18,6
<i>Al ristorante, bar</i>	18,5	20,1	21,3	20,7	18,2	19,4	15,7	19,3	18,5	20,9
<i>All'aperto</i>	6,0	4,8	4,6	4,6	6,2	4,7	7,8	4,9	5,4	6,7
<i>In altro luogo</i>	10,4	6,6	10,2	9,6	5,9	7,2	11,1	10,2	7,8	5,9
<i>Non ricorda dove</i>	9,6	12,7	9,3	9,3	9,8	11,7	17,1	10,8	12,0	9,9
<i>Non indica</i>	3,2	2,5	2,8	2,9	2,6	3,0	3,2	3,6	2,4	2,0
<b>Totale</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

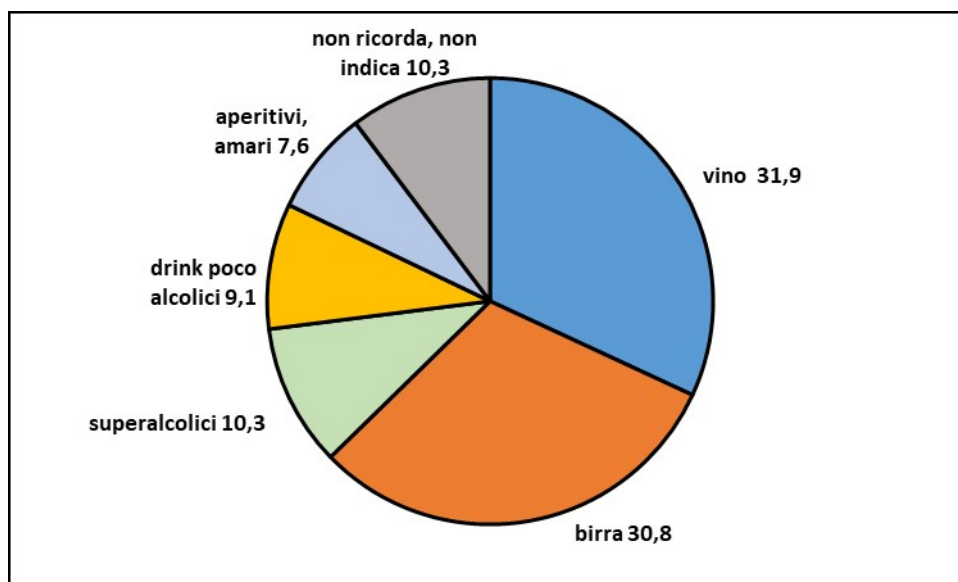
**TAB. 8 In quale occasione ha bevuto la prima volta un bicchiere di una bevanda alcolica (N=1531; solo chi ha già bevuto bevande alcoliche: 77,3%; valori percentuali)**

% 2017	Sesso		Area geografica					Ampiezza comune		
	M	F	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Piccoli	Medio grandi	Metro-politani
<i>Durante un pasto</i>	24,2	19,0	23,8	23,9	20,8	22,3	15,7	22,2	20,2	23,7
<i>Ad un brindisi</i>	42,2	51,2	45,7	46,4	51,5	46,9	40,6	45,8	50,0	40,7
<i>Ad una festa</i>	11,6	9,5	7,7	8,6	11,4	11,2	15,2	10,9	10,5	9,9
<i>In gita scolastica</i>	1,3	0,5	0,9	0,4	1,0	0,5	2,3	0,6	1,2	1,2
<i>In vacanza</i>	5,9	4,2	9,6	5,4	2,9	3,5	3,7	4,7	4,7	6,7
<i>Non ricorda dove</i>	11,7	13,0	9,6	12,1	10,4	12,4	19,4	12,2	11,5	14,6
<i>Non indica</i>	3,2	2,5	2,8	3,2	2,0	3,2	3,2	3,6	1,9	3,2
<b>Totale</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Ma qual è la bevanda “iniziatrice”? Vino e birra si suddividono in parti quasi uguali circa i due terzi, il che non sorprende se si considera che il “rosso” o il “bianco” durante i pasti e i “frizzanti” durante i brindisi da una parte e le birre sia durante i pasti a casa e in pizzeria che nelle feste con gli amici dall'altra siano le sostanze che meglio si accompagnano al cibo. Non limitata è però la presenza di superalcolici (10,3%), dei soft-drink (9,1%) e degli aperitivi (7,6%), categoria quest'ultima comprendente anche digestivi ed amari (cfr. Fig.6). Le differenze maggiori si riscontrano nelle circoscrizioni geografiche dove nel Nord e nel Centro Italia prevale il vino e lo spumante mentre nel sud e nelle Isole la birra (cfr. Tab.9).



**FIG.6** Quale tipo di bevanda alcolica con il primo bicchiere  
(N=1531; solo chi ha già bevuto bevande alcoliche: 77,3%; valori percentuali)



**TAB. 9** Quale tipo di bevanda alcolica con il primo bicchiere alcolica  
(N=1531; solo chi ha già bevuto bevande alcoliche: 77,3%; valori percentuali)

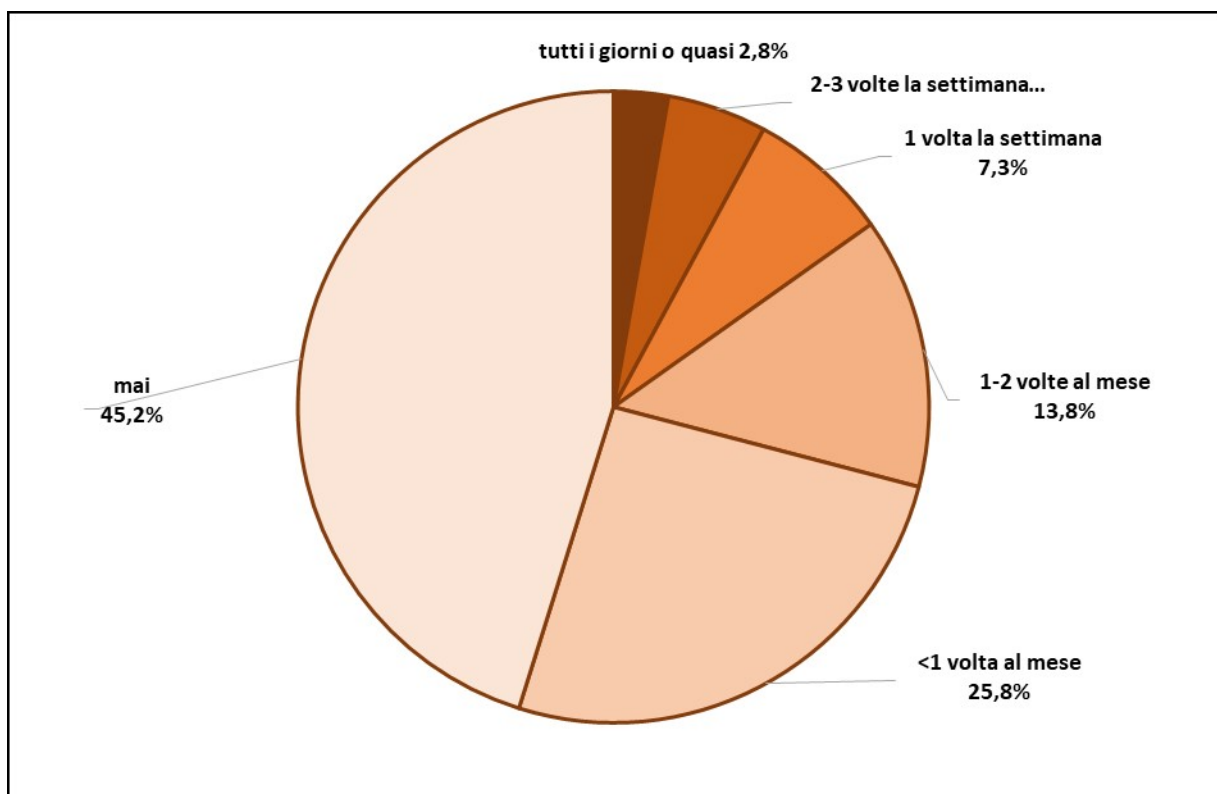
% 2017	Sesso		Area geografica					Ampiezza comune		
	M	F	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Piccoli	Medio grandi	Metro-politani
<b>Vino</b>	32,5	31,4	39,5	36,1	33,9	30,5	15,2	34,0	29,3	32,4
<b>Birra</b>	31,7	29,8	28,4	28,9	26,1	34,2	36,9	28,1	33,6	31,6
<b>Superalcolici</b>	11,6	9,0	12,3	11,4	11,7	6,7	10,6	10,3	8,8	13,8
<b>Drink poco alcolici</b>	9,6	8,7	6,5	8,2	10,1	9,9	11,5	9,9	9,0	7,5
<b>Aperitivi, amari</b>	6,2	9,0	4,9	5,4	7,8	8,4	12,4	6,3	9,5	6,7
<b>Non ricorda quale</b>	5,7	10,3	6,2	7,1	8,5	8,2	10,6	8,6	7,6	7,1
<b>Non indica</b>	2,7	1,9	2,2	2,9	2,0	2,0	2,8	2,9	2,2	0,8
<b>Totale</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

### 3. Con che frequenza e che tipo di bevanda alcolica negli ultimi tre mesi

La ricerca ha dunque confermato come molti giovani entrino in contatto con l'alcol assai precocemente. Il che non vuol dire che abbiano contratto un'abitudine al consumo. Andiamo pertanto ad analizzare i livelli di fruizione al momento dell'intervista in termini di frequenza e in particolare distinguendo per tipo di bevanda.

Osservando la Figura 7 che illustra la frequenza di assunzione di alcol negli ultimi tre mesi spicca all'attenzione che il gruppo più numeroso (45,2%) è costituito da coloro che non hanno bevuto alcolici (a sua volta distinto da un 24,6% che in assoluto non hanno mai bevuto alcol e un 20,6% che pur avendo già avuto occasione di berlo ciò non è accaduto negli ultimi tre mesi). Un quarto quasi esatto è costituito da giovani che hanno bevuto una o al massimo due volte in 90 giorni. I consumatori più frequenti sono coloro che hanno bevuto 1-2 volte al mese (13,9%), una volta la settimana (7,3%), più volte la settimana (7,9%).

**FIG.7** Frequenza con cui hanno bevuto bevande alcoliche negli ultimi tre mesi (N=1982; valori percentuali)



La frequenza calcolata sugli ultimi tre mesi subisce una forte influenza dalle variabili strutturali. I maggiori bevitori (almeno una volta alla settimana) sembrerebbero i maschi rispetto alle femmine, i giovani delle Isole più di quelli del Centro-sud e questi ultimi più di quelli del Nord, i giovani delle città metropolitane e quelli dei comuni minori rispetto a quelli che risiedono in città intermedie. Se si osservano le frequenze di chi invece non ha mai bevuto negli ultimi tre mesi i caratteri anagrafico-territoriali si invertono (cfr. Tab.10).

**TAB. 10** Frequenza con cui hanno bevuto bevande alcoliche negli ultimi tre mesi (N=1982; valori percentuali)

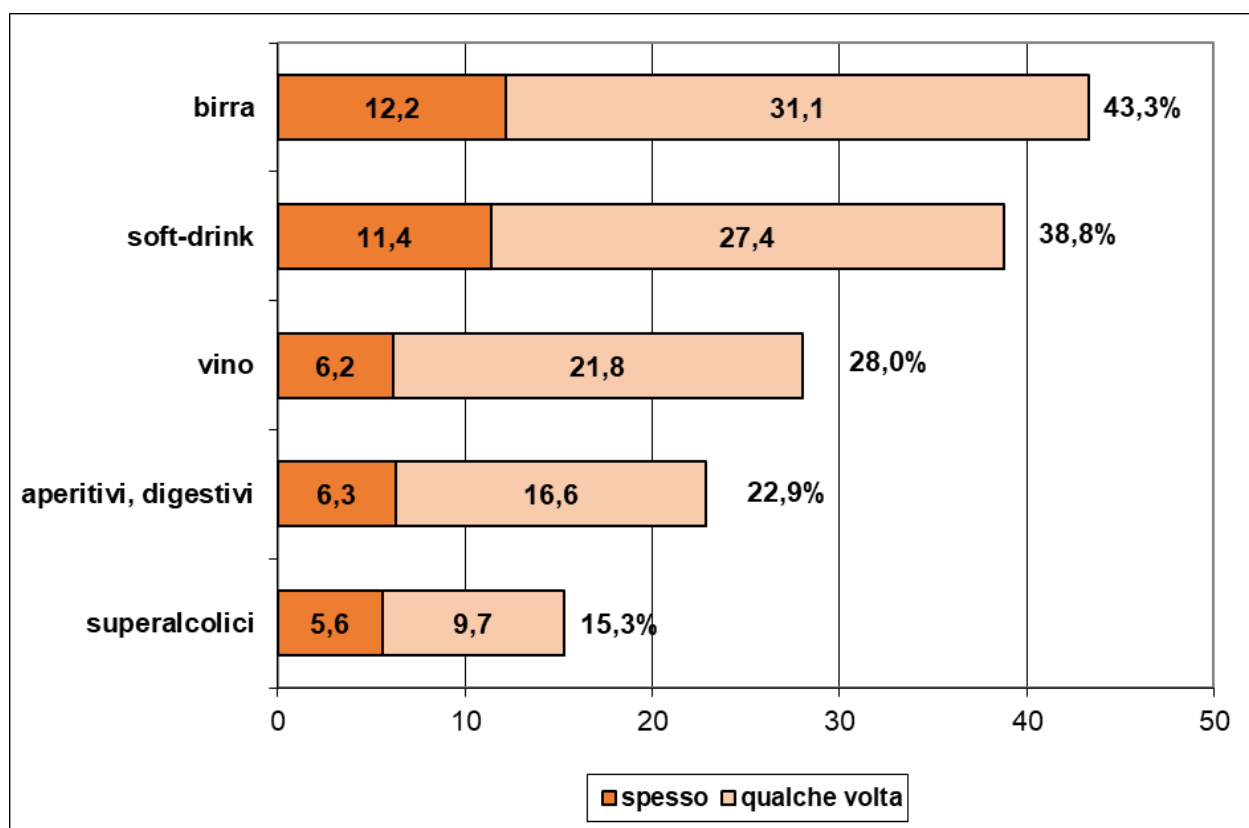
% 2017	Sesso		Area geografica					Ampiezza comune		
	M	F	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Piccoli	Medio grandi	Metro-politani
<b>Tutti i giorni o quasi</b>	3,4	2,2	2,0	1,6	3,1	2,9	4,9	2,7	2,0	5,0
<b>2-3 volte alla sett.</b>	5,5	4,7	3,4	3,7	3,9	5,1	11,8	5,9	4,7	4,1
<b>1 volta alla sett.</b>	9,1	5,5	7,0	5,3	7,8	8,2	8,0	7,9	6,6	7,5
<b>1-2 volte al mese</b>	16,1	11,8	13,3	15,2	12,0	17,1	9,9	15,6	12,3	13,7
<b>Meno 1 v. al mese</b>	23,9	27,2	20,1	23,9	30,9	27,2	25,1	26,1	24,8	24,3
<b>Nessuna volta</b>	38,8	46,9	51,9	47,6	40,5	37,0	37,6	39,1	47,2	43,7
<b>Non indica</b>	3,1	1,7	2,3	2,7	1,8	2,5	2,7	2,7	2,4	1,7
<b>Totale</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Ma che tipo di bevanda alcolica viene più frequentemente bevuta? In una ideale classifica di consumo negli ultimi tre mesi la birra, con il 43,3% di assuntori, si pone al primo posto. La percentuale è calcolata sul totale di coloro che negli ultimi 90 giorni hanno bevuto un qualche tipo di alcolico. Seguono le bevande a basso contenuto alcolico, i cosiddetti *soft-drink*, indicati dal 38,8% degli studenti. Il vino segue ad una certa distanza (28,0%), gli aperitivi-digestivi-amari (22,9%) vengono consumati da quote inferiori di studenti. I superalcolici mostrano un'incidenza ancora più bassa coinvolgendo il 15,3%. Come può essere osservato dalla Figura 8, che articola l'intensità di consumo per ogni bevanda, la fruizione appare più occasionale ("qualche volta") che abituale ("spesso"); tuttavia tra i consumatori ricorrenti troviamo un 12,2% che beve frequentemente birra, l'11,4% *soft drink*, il 6,3% una bevanda del gruppo degli aperitivi-digestivi, il 6,2% vino, il 5,6% superalcolici.

Il confronto con le edizioni precedenti assume un valore puramente tendenziale non essendo possibile una comparazione puntuale per alcune disomogeneità nello strumento di rilevazione, i dati sono comunque esposti nella prima parte della tabella 11 che mostra una certa stabilità nelle preferenze di consumo, pur se la birra ha sopravanzato, nel 2017, i *soft-drink*.

Lasciamo al lettore l'analisi delle differenze di consumo per genere, area geografica e ampiezza comune che in qualche caso risultano significativamente difformi (cfr. tab. 11).

**FIG. 8** Frequenza consumo bevande alcoliche per tipo  
(N=1130; solo chi ha bevuto bevande alcoliche negli ultimi tre mesi: 57,0%; valori percentuali)



**TAB. 11 Frequenza consumo bevande alcoliche per tipo**  
(N=1130; solo chi ha bevuto bevande alcoliche negli ultimi tre mesi: 57,0%; valori percentuali)

<b>%</b>	<b>Totale 2012</b>	<b>Totale 2015</b>	<b>Totale 2017</b>
<b>Birra</b>			
- spesso	9,5	6,1	12,2
- qualche volta	45,2	36,7	31,1
- raramente, mai	44,8	55,8	52,9
<b>Soft Drink</b>			
- spesso	17,2	10,2	11,4
- qualche volta	41,9	41,8	27,4
- raramente, mai	40,0	46,4	57,2
<b>Vino</b>			
- spesso	4,2	3,2	6,2
- qualche volta	39,0	28,1	21,8
- raramente, mai	56,0	67,0	68,2
<b>Aperitivi, digestivi, amari</b>			
- spesso	5,6	4,1	6,3
- qualche volta	32,9	24,6	16,6
- raramente, mai	60,7	69,9	73,1
<b>Superalcolici</b>			
- spesso	3,7	2,7	5,6
- qualche volta	19,7	11,0	9,7
- raramente, mai	75,7	84,9	80,9

\* Il complemento a 100 all'interno di ciascuna cella è dato dalle non risposte

<b>% 2017</b>	<b>Sesso</b>		<b>Area geografica</b>					<b>Ampiezza comune</b>		
	M	F	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Piccoli	Medio grandi	Metro-politani
<b>Birra</b>										
spesso	10,4	14,3	12,5	8,1	10,0	10,5	23,2	12,4	10,8	15,0
qualche volta	33,6	28,2	31,0	24,9	28,4	34,0	36,6	32,6	30,1	28,9
raramente, mai	52,2	53,7	52,8	61,9	68,1	51,9	37,2	50,5	52,3	54,4
<b>Soft Drink</b>										
spesso	12,5	10,2	13,0	7,6	8,3	12,3	16,5	11,0	10,8	13,9
qualche volta	28,5	26,2	25,5	28,4	26,6	29,9	25,0	28,8	26,8	25,0
raramente, mai	54,8	59,9	57,4	58,9	61,6	54,0	54,8	55,2	58,6	59,4
<b>Vino</b>										
spesso	7,7	4,5	4,2	1,5	5,7	9,3	9,1	6,9	4,7	7,8
qualche volta	24,4	18,8	24,5	17,8	21,8	23,8	18,9	21,1	22,4	22,2
raramente, mai	64,1	72,9	67,6	75,7	69,0	63,3	68,9	67,4	69,2	68,4
<b>Aperitivi</b>										
spesso	5,8	6,8	6,9	4,1	3,9	5,6	12,8	5,9	5,6	8,9
qualche volta	16,7	16,6	15,7	14,2	20,1	16,4	16,5	17,5	14,1	20,0
raramente, mai	73,4	72,7	73,7	76,7	72,5	73,7	67,7	71,8	76,5	68,9
<b>Superalcolici</b>										
spesso	6,2	4,9	5,6	3,0	3,9	3,4	15,2	4,0	5,6	10,0
qualche volta	10,7	8,7	9,3	10,7	7,4	10,2	11,6	12,4	7,1	8,3
raramente, mai	79,3	82,7	81,4	81,2	85,1	82,7	70,2	79,1	83,6	80,0

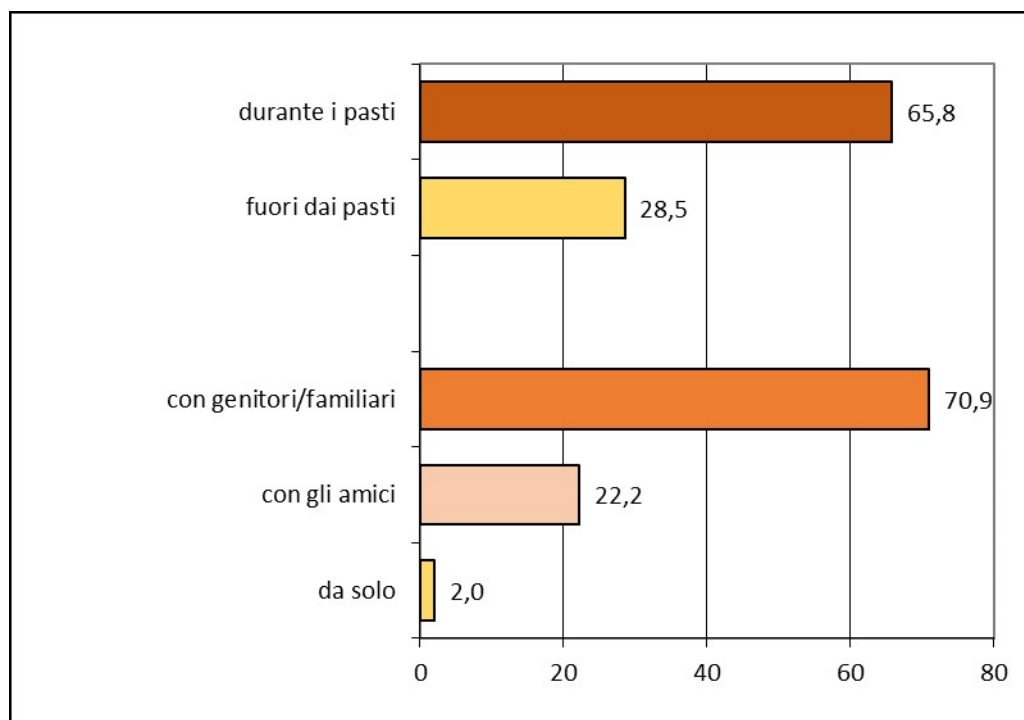
\* Il complemento a 100 all'interno di ciascuna cella è dato dalle non risposte

#### 4. Le abitudini e le motivazioni del bere

I luoghi e i momenti in cui si bevono bevande alcoliche mostrano come innanzitutto il consumo si realizza più frequentemente durante i pasti (65,8%). Questo collegarsi con l'alimentazione ridimensionerebbe pertanto la valenza trasgressiva del fenomeno. Tuttavia dobbiamo tenere in considerazione che un significativo 28,5% beve alcol al di fuori dei pasti. Considerando che si tratta di tredicenni il dato segnala un evidente potenziale trasgressivo. Tanto più che se il 70,9% beve in compagnia (e dunque sotto il controllo) di genitori o familiari, il 22,2% lo fa con amici all'interno del proprio gruppo dei pari e il 2,0%, certamente il dato più preoccupante, sembra avere l'abitudine di bere da solo (cfr. Fig.9).

Il confronto fra generi mostra una quasi perfetta omologazione tra maschi e femmine mentre, articolando per variabili territoriali, abitudini anticipatorie rispetto all'età si notano tra i giovani residenti nelle Isole o in città metropolitane (cfr. Tab.12).

**FIG. 9 Quando e con chi si beve più frequentemente alcol (N=1531; solo chi ha già bevuto bevande alcoliche: 77,3%; valori percentuali)**



\* Il complemento a 100 all'interno in ciascuno dei due gruppi di barre è dato dalle non risposte

**TAB. 12 Quando e con chi si beve più frequentemente alcol**  
**(N=1531; solo chi ha già bevuto bevande alcoliche: 77,3%; valori percentuali)**

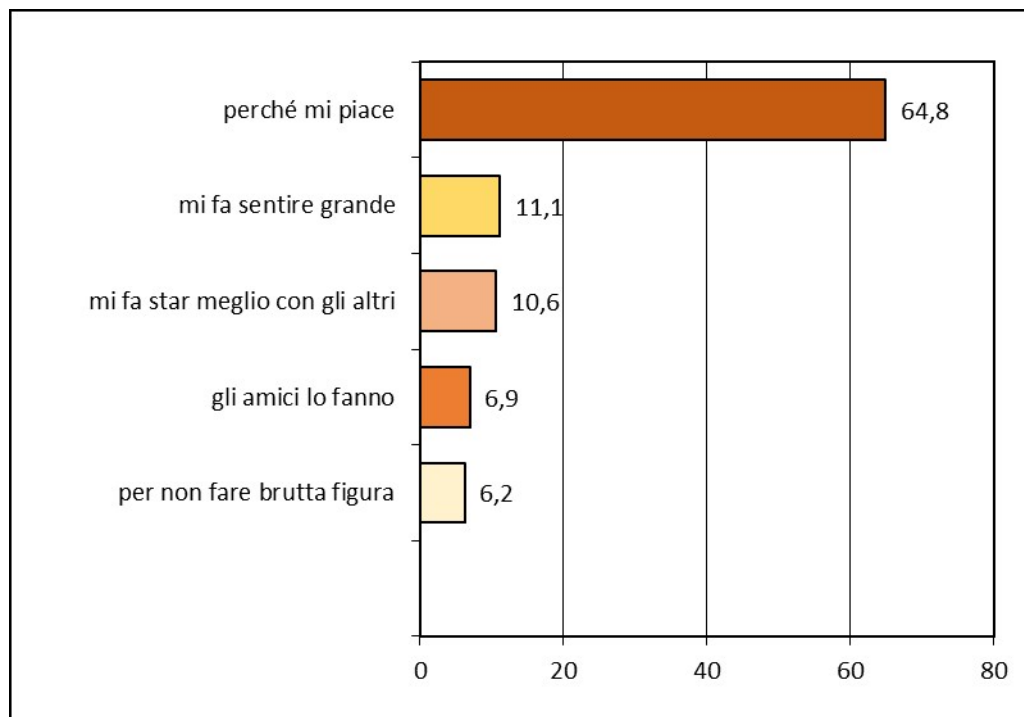
% 2017	Sesso		Area geografica					Ampiezza comune		
	M	F	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Piccoli	Medio grandi	Metro-politani
<b>Quando</b>										
• Prevalentemente durante i pasti	65,2	66,5	65,1	66,4	70,0	71,5	49,8	66,3	67,5	60,9
• Prevalentemente fuori dai pasti	28,7	28,3	29,9	26,4	24,4	23,6	43,8	28,2	26,4	34,0
<b>Con chi</b>										
• Con genitori/familiari	69,6	72,3	72,5	72,1	76,9	72,5	55,3	68,5	73,4	71,5
• Con amici	22,8	21,6	21,3	19,3	16,6	21,3	36,9	23,5	19,7	24,5
• Da solo/a	2,5	1,3	2,5	1,8	2,0	1,2	2,8	1,9	2,4	1,2

\* Il complemento a 100 all'interno di ciascuna cella è dato dalle non risposte

La consuetudine del bere tra amici lontano dai pasti appare dunque un comportamento presente, seppur minoritario, tra i tredicenni italiani. Un fenomeno certamente già conosciuto e rilevato anche nelle edizioni precedenti delle indagini condotte dall'Osservatorio. Tuttavia nella presente ricerca ci sembra che il fenomeno sia stato evidenziato e quantificato in modo più rigoroso.

I motivi sottostanti al bere si riassumono in una convinzione, non sappiamo quanto consapevole o frutto di una razionalizzazione secondaria: *“bevo perché mi piace”* affermano quasi i due terzi di chi beve. L'altro terzo si disperde in motivazioni apparentemente diverse *“mi fa sentire grande”*, *“mi fa star meglio con gli altri”*, *“perché gli amici del gruppo lo fanno”*, *“per non fare la figura di quello che non beve”* che sono tutte riconducibili ai processi identitari, di crescita e di appartenenza al gruppo che si accompagnano con il bere in compagnia al di fuori dei pasti (cfr. Fig.10).

**FIG. 10 Motivi per i quali beve**  
(N=1531; solo chi ha già bevuto bevande alcoliche: 77,3%; valori percentuali)

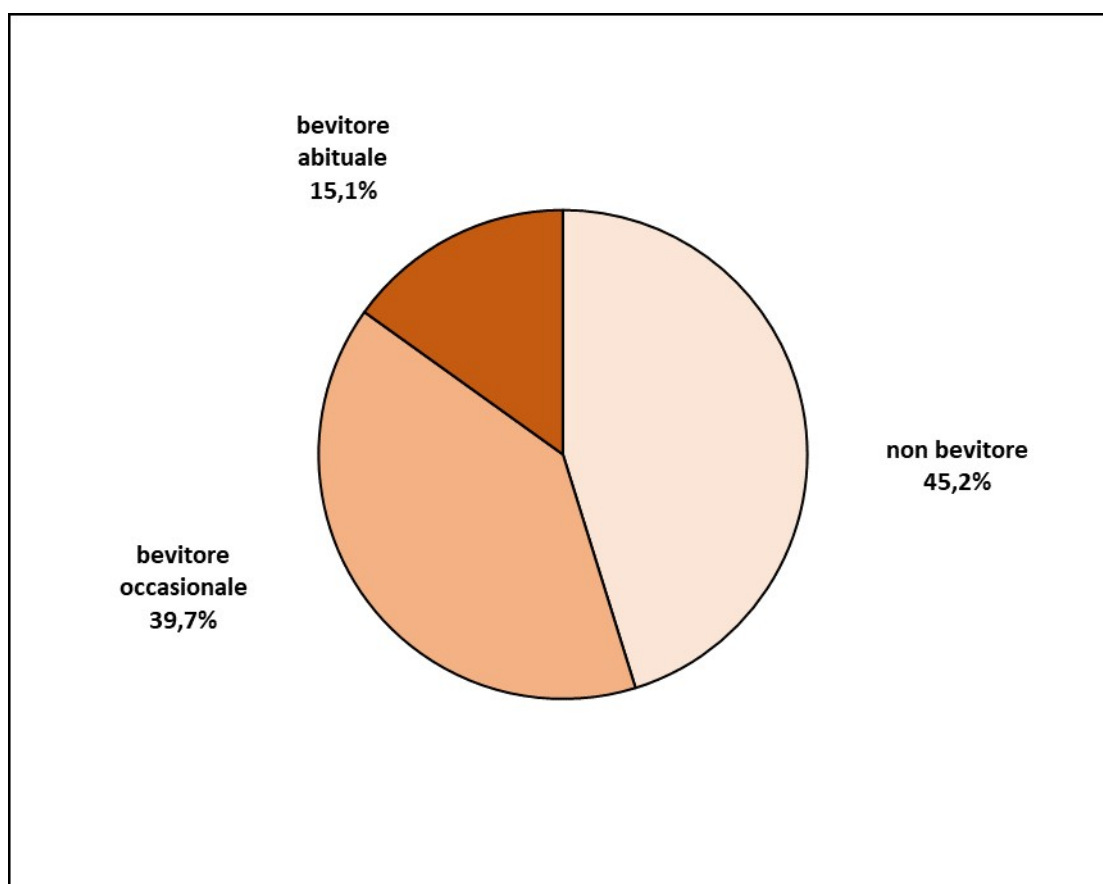




## 5. La tipologia del giovane bevitore

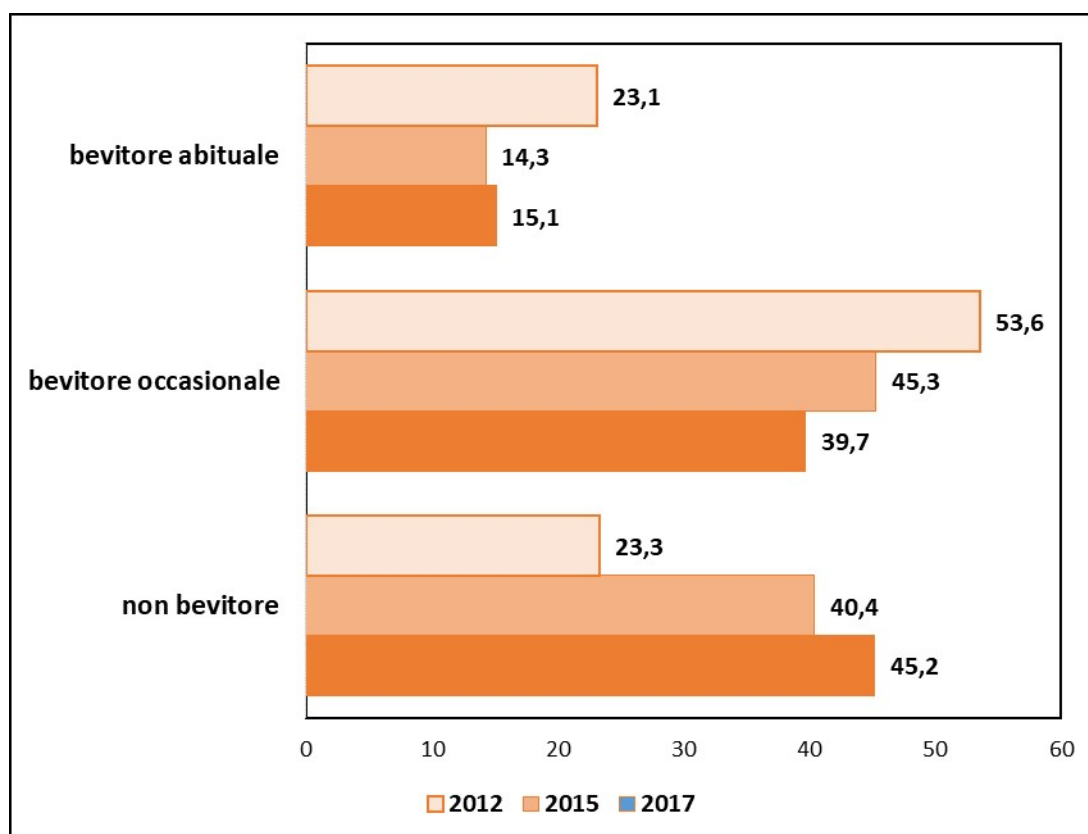
Come nelle precedenti edizioni, con i dati dell'indagine è stata costruita una tipologia del consumo di alcolici individuando i *non bevitori* tra i giovani che non hanno mai assaggiato dell'alcol oppure che, pur avendo avuto un'esperienza passata, al momento dell'intervista dichiaravano di non aver bevuto alcuna bevanda alcolica negli ultimi tre mesi. Nel complesso quasi la metà del campione (45,2%) la possiamo considerare non consumatrice. I *bevitori occasionali* sono stati identificati per il fatto che il consumo di bevande avvenga solo al massimo un paio di volte al mese, questi sono circa i due quinti dei giovani studenti intervistati (39,7%). Il 15,1%, invece, è costituito da coloro che bevono almeno una volta alla settimana ma anche con frequenze maggiori, e che dunque sono stati classificati come *bevitori abituali* (cfr. Fig.11).

**FIG. 11 Tipologia del giovane bevitore**  
(campione complessivo N=2128\*; valori percentuali)



La comparazione tra i dati rilevati dalla ricerca attuale e quelli del 2012 e del 2015 mostra notevoli scostamenti nella tipologia, pur con l'avvertenza di considerare i dati come indicativi poiché nell'ultima edizione è stato adottato un metodo più preciso per definire la tipologia. Rispetto al 2015 i *non bevitori* aumentano di 4,8 punti percentuali mentre nel contempo si riducono i *bevitori occasionali* (- 5,6 punti percentuali), i *bevitori abituali* mostrano un piccolo rialzo (+ 0,8 punti percentuali). Se il confronto viene effettuato con l'indagine del 2012 la contrazione della diffusione precoce del bere appare invece evidente (cfr. Fig. 12).

**FIG. 12 Tipologia del giovane bevitore: confronto 2012-2017**  
(campioni complessivi; valori percentuali)



L'abitudine del bere appare condizionata dal genere non tanto per il comportamento occasionale quanto per quello abituale nel quale i maschi sopravanzano significativamente le femmine (17,3% contro 12,4%). Anche l'area geografica incide in modo significativo: i giovani meridionali e soprattutto gli isolani mostrano livelli di abitudine assai superiori ai loro coetanei dell'Italia del Nord. L'ampiezza del comune sembra avere invece un'influenza minore (cfr. Tab. 13).

**TAB. 13 Tipologia del giovane bevitore  
(campione complessivo N=1982; valori percentuali)**

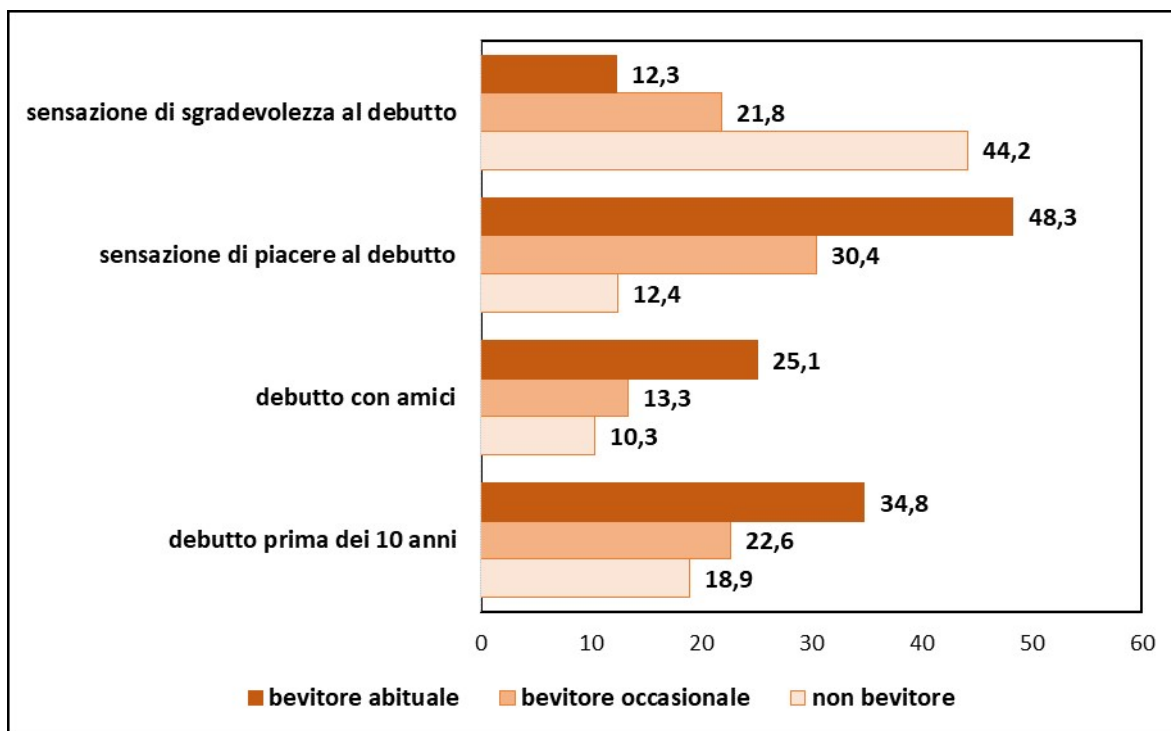
% 2017	Sesso		Area geografica					Ampiezza comune		
	M	F	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Piccoli	Medio grandi	Metro-politani
<b>Bevitore abituale</b>	17,9	12,4	12,4	10,6	14,8	16,1	24,7	16,4	13,3	16,5
<b>Bevitore occasionale</b>	40,2	39,2	34,1	39,4	42,9	44,9	35,0	42,5	37,3	38,3
<b>Non bevitore</b>	41,9	48,4	53,5	50,0	42,3	39,0	40,3	41,1	49,4	45,2
<b>Totale</b>	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Una domanda di ricerca interessante è se l'abitudine al bere sia correlata con il modo con cui si sia verificato il debutto al consumo alcolico. In altre parole se "la prima volta" abbia la sua importanza. Osservando la Figura 9, che incrocia la tipologia del giovane bevitore con alcune caratteristiche della prima assunzione notiamo interessanti divergenze. Particolare è il differente impatto al contatto gustativo con la sostanza: i non bevitori (solo ovviamente quelli che hanno comunque assaggiato almeno una volta una bevanda alcolica) ricordano una sensazione di sgradevolezza (44,2%), tra i bevitori occasionali questa impressione negativa si dimezza (21,8%) per diventare marginale tra i bevitori abituali (12,3%) i quali, per contro, ricordano una sensazione piacevole (48,3%) percezione assai rara tra i non bevitori (12,4%). E' evidente che in questi ricordi potrebbero agire processi di razionalizzazione secondaria a conferma *ex post* della scelta effettuata (del bere o del non bere), tuttavia rimane l'ipotesi che l'*imprinting* iniziale possa giocare la sua parte.

D'altra parte sembra anche significativo con chi si è realizzata l'iniziazione: almeno un quarto dei bevitori abituali, così definiti dal bere almeno una volta la settimana, ha avuto la prima esperienza con gli amici (25,1%), contro un decimo di coloro che non bevono (10,3%). E' come dire che chi debutta nel gruppo di pari ha maggiori

probabilità di bere abitualmente in seguito. Infine è possibile notare la precocità del debutto sembra influenzare le abitudini successive: fa riflettere il fatto che tra i bevitori abituali il 34,8% ha provato una bevanda alcolica prima dei 10 anni contro il 18,9% dei non bevitori

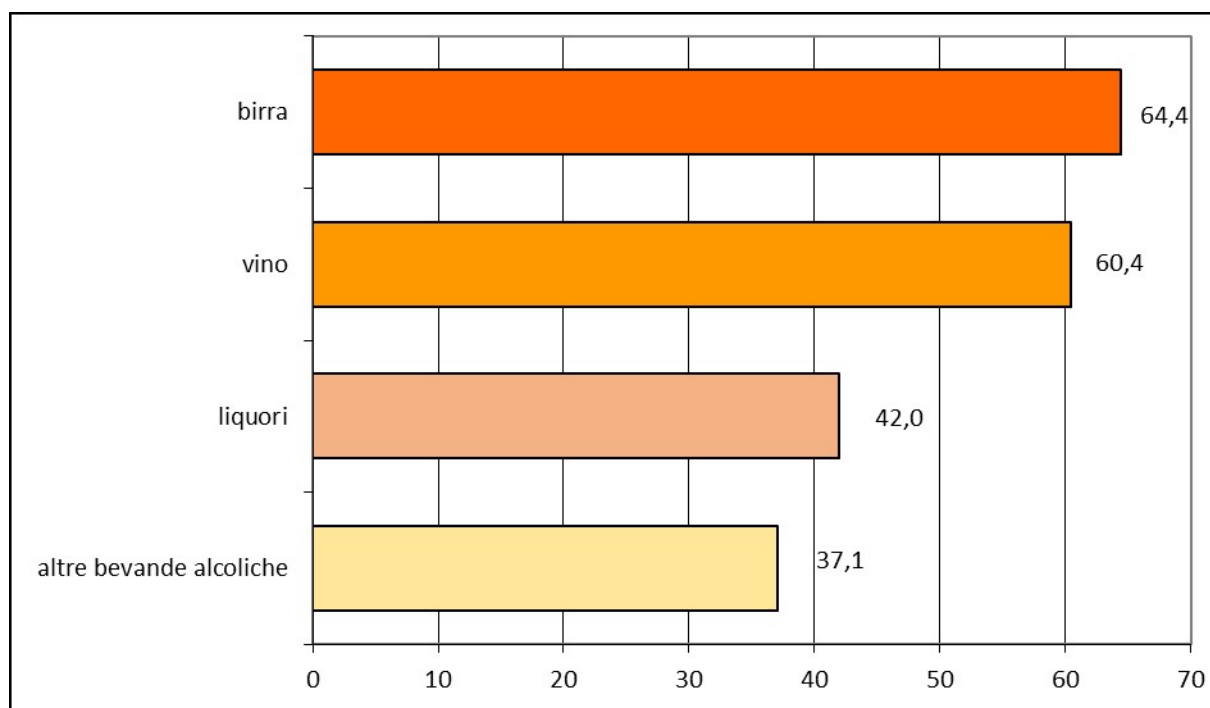
**FIG. 9 Tipologia del giovane bevitore con alcune caratteristiche relative alla prima assunzione (solo chi ha già provato bevande alcoliche; valori percentuali)**



## 6. La contiguità fisica alle bevande alcoliche

La facilità oppure la difficoltà di procurarsi delle bevande alcoliche è una condizione che rimuove o rafforza la presenza di un ostacolo oggettivo al bere. La principale fonte di accesso agli alcolici è verosimilmente la casa dei propri genitori o quella dei propri amici, ma non possono essere esclusi altri canali quali l'acquisto mediato da un compagno più grande o l'acquisto diretto (ancorché proibito trattandosi di minorenni). I risultati della ricerca, anche se ci parlano di percezioni più che di situazioni concretamente osservate (cfr. Fig. 10), mostrano che la possibilità di procurarsi della birra (64,4%) o del vino (60,4%) è assai consistente, per i superalcolici gli ostacoli sono maggiori ma tuttavia possono essere agevolmente superati da una quota quasi pari a due giovani ogni cinque (42,0%).

**FIG. 10** Possibilità di procurarsi bevande alcoliche  
(campione complessivo N=1982; valori percentuali riferiti ai sì)



Comparando le tre edizioni dell'indagine si nota un notevole aumento della facilità di disporre potenzialmente di alcolici qualsiasi sia il tipo (cfr. Tab. 14). Rimane tuttavia da dimostrare che l'agevole accesso agli alcolici si correli in modo significativo con il bere. Abbiamo pertanto messo in relazione questi fenomeni. Dalla tabella 15 si

evinces che i bevitori abituali abbiano una facilità assai maggiore a procurarsi birra, vino o liquori rispetto ai bevitori occasionali, e questi rispetto ai non bevitori. Dunque la vicinanza si associa al bere.

**TAB. 14. Possibilità di procurarsi bevande alcoliche  
(campione complessivo N=1982; valori percentuali riferiti ai sì)**

<b>%</b>	<b>Totale 2012</b>	<b>Totale 2015</b>	<b>Totale 2017</b>
<b>Birra</b>	54,9	50,1	<b>64,4</b>
<b>Vino</b>	45,3	42,9	<b>60,4</b>
<b>Liquori</b>	28,0	25,6	<b>42,0</b>
<b>Altri alcolici</b>	30,1	29,1	<b>37,1</b>

<b>% 2017</b>	<b>Sesso</b>		<b>Area geografica</b>					<b>Ampiezza comune</b>		
	M	F	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Piccoli	Medio grandi	Metro- politani
<b>Birra</b>	63,3	65,4	63,8	63,6	64,4	65,2	64,3	65,8	62,7	64,5
<b>Vino</b>	57,3	63,5	61,0	61,7	63,9	61,2	51,3	62,0	58,2	61,7
<b>Liquori</b>	40,5	43,5	42,5	43,4	41,1	43,5	37,6	45,5	38,8	40,5
<b>Altri alcolici</b>	37,7	36,6	38,6	39,7	38,2	33,2	37,3	40,0	35,3	36,4

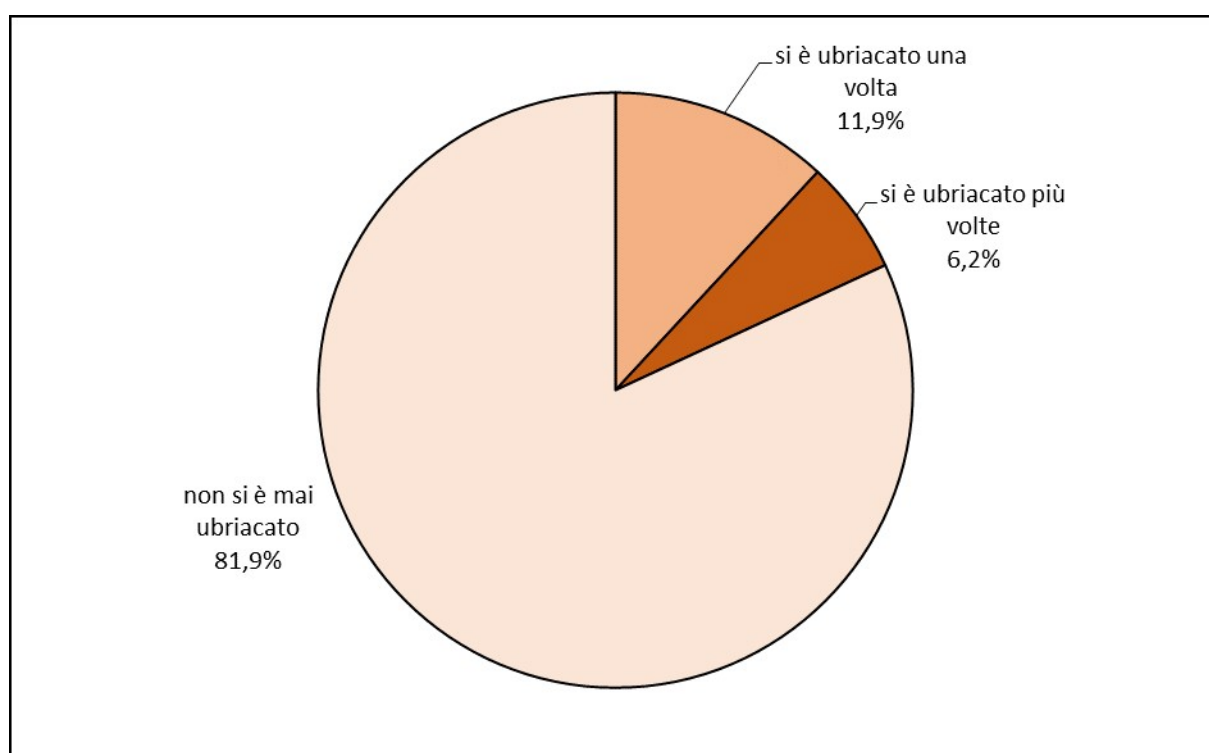
**TAB. 15 Facilità di procurarsi alcolici per tipologia del giovane bevitore  
(campione complessivo N=1982; valori percentuali riferiti ai sì)**

<b>% Facilità di procurarsi alcolici</b>	<b>Tipologia del giovane bevitore</b>		
	Non bevitore	Bevitore occasionale	Bevitore abituale
<b>Birra</b>	52,6	73,1	84,6
<b>Vino</b>	51,9	67,3	75,5
<b>Liquori</b>	33,1	45,9	62,9
<b>Altri alcolici</b>	24,6	41,6	67,5

## 7. L'abuso di alcool

Il 18,1% dei giovani intervistati si è ubriacato almeno una volta mostrando un trend costante leggera diminuzione dal 2012 (19,9%) e continuato nel 2015 (18,5%). Nonostante ciò l'abuso di alcol continua a far parte del vissuto di una significativa minoranza di giovani già nelle prime fasi dell'adolescenza (cfr. Fig.11). Tra chi si è ubriacato, il 30,2% ha volutamente ricercato tale esperienza mentre l'accadimento è capitato per caso, dunque in modo non voluto, al 59,9%; il 9,9% non risponde (cfr. Fig. 12). Le differenze tra maschi e femmine vedono i primi (21,5%) più esposti delle seconde (14,6%), mentre dal punto di vista territoriale i giovani delle Isole (23,9%) toccano la punta massima di abuso contro un'incidenza assai minore (15,6%) dei giovani del Nord-Ovest che mostrano il tasso più basso (cfr.Tab.16).

**FIG. 11 Si sono ubriacati**  
(campione complessivo; N=1856; valori percentuali)

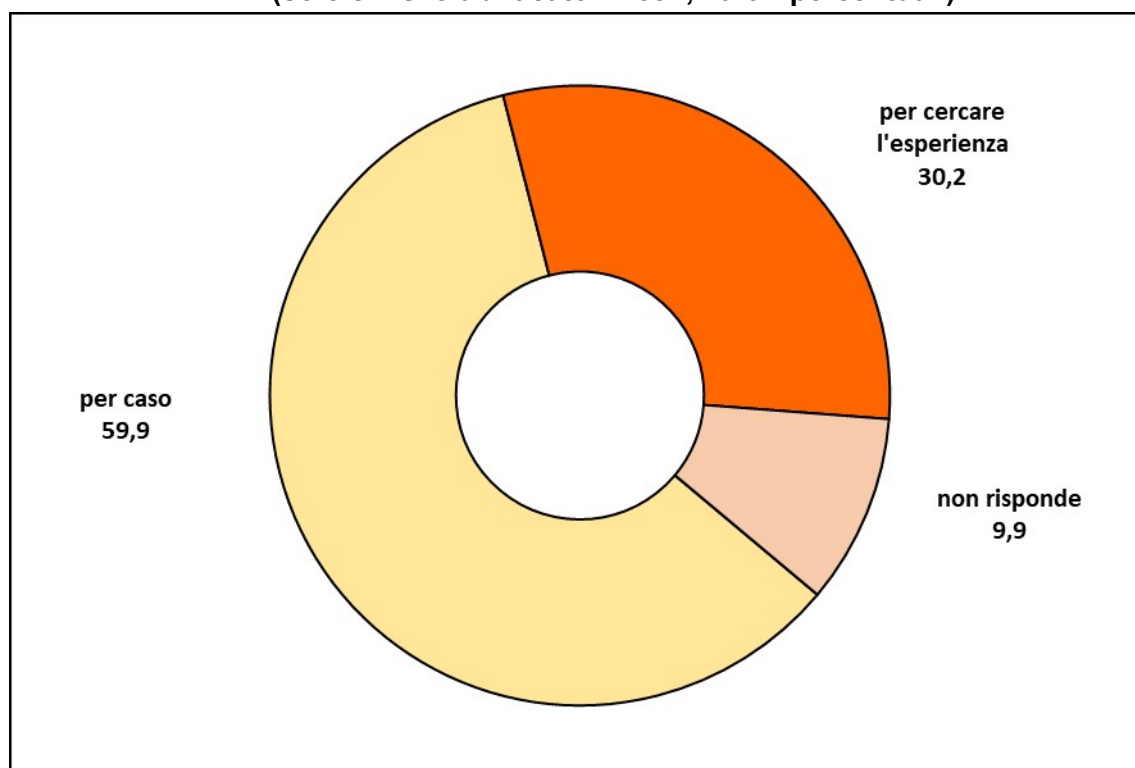


**TAB. 16 Si sono ubriacati**  
(campione complessivo; N=1856; valori percentuali)

<b>%</b>	<b>Totale 2012</b>	<b>Totale 2015</b>	<b>Totale 2017</b>
<i>Si, una volta</i>	13,1	13,7	<b>11,9</b>
<i>Si, più volte</i>	6,8	4,8	<b>6,2</b>
<i>Non indica</i>	1,4	1,6	<b>1,7</b>
<i>No mai</i>	78,6	79,9	<b>80,2</b>
<b>Totale</b>	100,0	100,0	<b>100,0</b>

<b>% 2017</b>	<b>Sesso</b>		<b>Area geografica</b>					<b>Ampiezza comune</b>		
	M	F	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Piccoli	Medio grandi	Metro-politani
<i>Si, una volta</i>	14,0	9,8	9,7	10,6	13,0	12,4	14,4	12,4	11,0	12,5
<i>Si, più volte</i>	7,5	4,8	5,9	5,1	6,2	5,4	9,5	6,9	5,2	6,5
<i>No mai</i>	78,5	85,4	84,4	84,3	80,8	82,1	76,0	80,7	83,8	81,0
<b>Totale</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

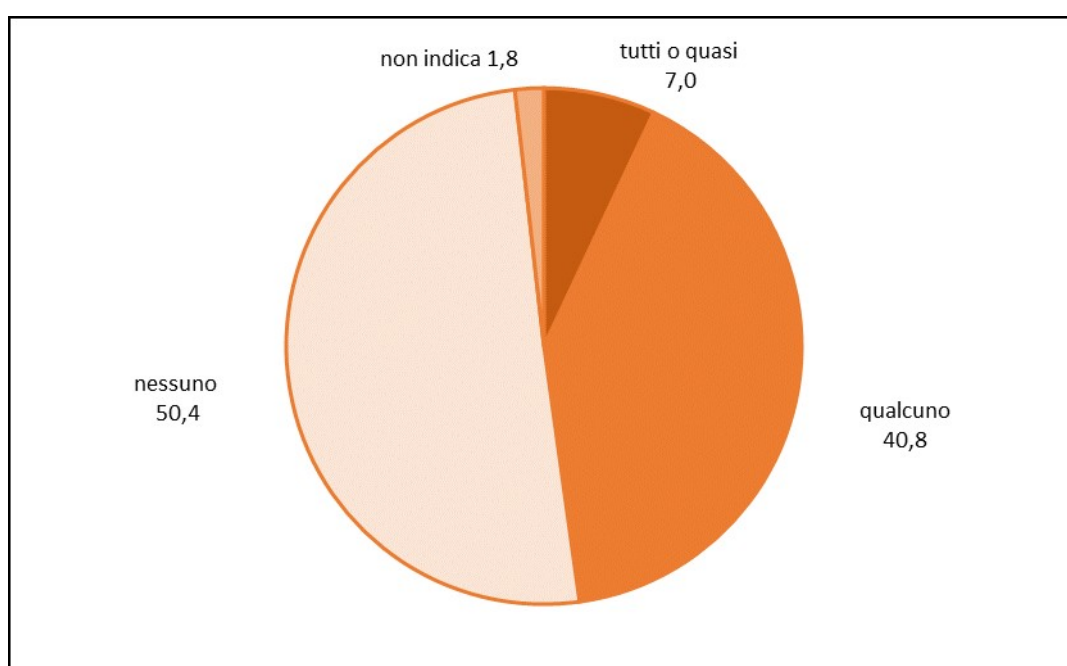
**FIG. 12 Circostanza nella quale si sono ubriacati**  
(solo chi si è ubriacato N=392; valori percentuali)





Se spostiamo l'attenzione dal singolo giovane intervistato al gruppo dei pari di riferimento l'esposizione al fenomeno si amplia vistosamente riguardando il 47,8% dei casi. Nel 7,0% dei gruppi l'eccesso coinvolge la gran parte dei membri, nel 40,8% solo qualcuno di essi (cfr. Fig. 13). Questi dati segnalano pertanto come la diffusione della contiguità all'eccesso alcolemico non appaia marginale. In questo caso il genere mostra che le ragazze sembrano essere maggiormente inserite in gruppi dove è presente l'abuso rispetto ai coetanei maschi (cfr. Tab. 17).

**FIG. 13 Amici del gruppo che si sono ubriacati almeno una volta (N=1982; valori percentuali)**



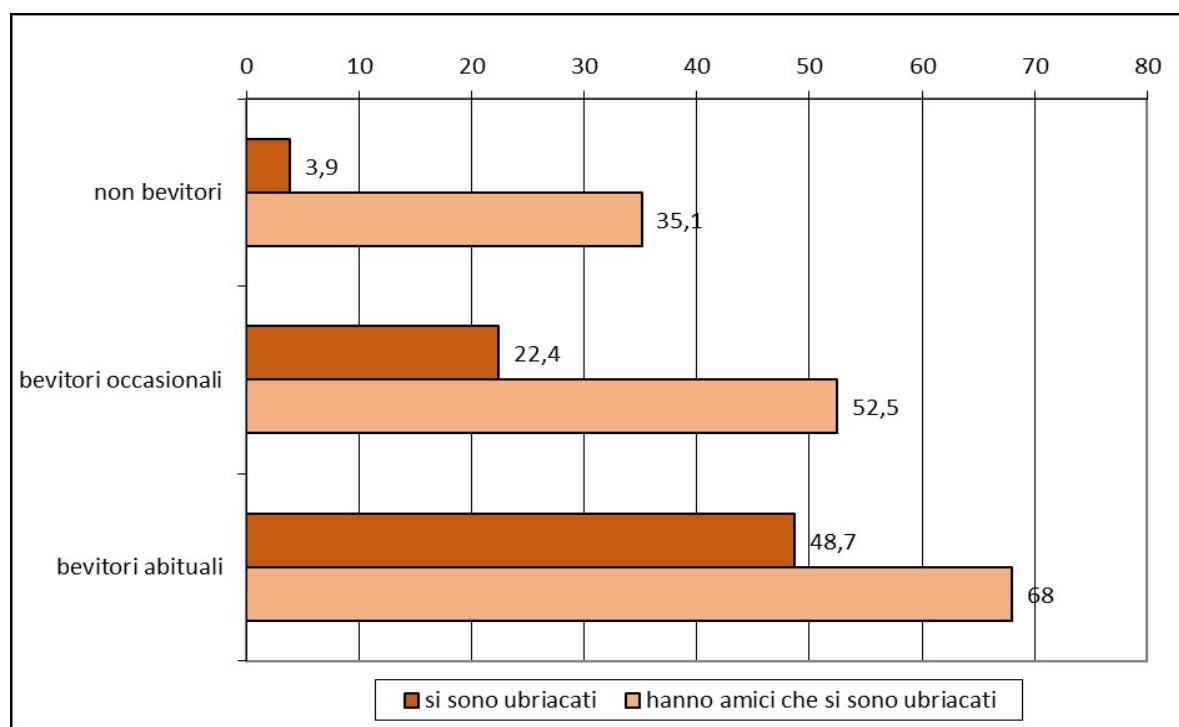
**TAB. 17. Amici del gruppo che si sono ubriacati almeno una volta (N=1982; valori percentuali)**

%	Totale 2012	Totale 2015	Totale 2017
<i>Tutti o quasi</i>	8,7	8,0	7,0
<i>Qualcuno</i>	46,1	36,8	40,8
<i>Nessuno</i>	44,1	52,4	50,4
<i>Non indica</i>	1,1	2,8	1,8
<b>Totale</b>	100,0	100,0	100,0

% 2017	Sesso		Area geografica					Ampiezza comune		
	M	F	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Piccoli	Medio grandi	Metro-politani
<b>Tutti o quasi</b>	6,9	7,1	6,8	4,5	8,6	4,1	14,4	6,8	6,7	8,4
<b>Qualcuno</b>	38,2	43,4	38,6	44,4	41,0	42,9	35,0	44,5	38,0	38,0
<b>Nessuno</b>	52,9	47,9	52,4	49,7	47,5	51,5	49,8	47,2	53,4	51,1
<b>Non indica</b>	2,0	1,6	2,3	1,3	2,9	1,6	0,8	1,5	1,9	2,5
<b>Totale</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

L'essersi ubriacati almeno una volta o avere amici che l'hanno fatto risultano fenomeni fortemente correlati con la tipologia del giovane bevitore. Se prendiamo l'esperienza personale tra i non bevitori, considerando ovviamente quelli che hanno comunque sperimentato in passato il consumo alcolico, l'abuso assume valori marginali (3,9%), tra i bevitori occasionali l'incidenza è assai consistente arrivando al 22,4%, e diventa elevatissima tra i bevitori abituali (48,7%). Se puntiamo l'attenzione sul gruppo dei pari, le distanze rimangono elevate: 35,1% di amici che si sono ubriacati per i non bevitori, 52,5% per quelli occasionali e ben il 68,0% per quelli abituali. Una rappresentazione complessiva dei fenomeni è illustrata in figura 14.

**FIG. 14 Si sono ubriacati personalmente o hanno amici del gruppo che si sono ubriacati almeno una volta per tipologia del giovane bevitore (%)**



Dal momento che l'esperienza di essersi ubriacati dipende da fattori che potrebbero risultare correlati tra loro (ad esempio chi beve birra potrebbe essere più portato ad ubriacarsi per il fatto che procacciarsi birra è facile), è stata condotta un'analisi più approfondita utilizzando modelli di regressione logistica i cui risultati vengono sinteticamente presentati in tabella 18. Nel modello sono state inserite le tre variabili strutturali (sesso, area geografica e ampiezza comune), la partecipazione o meno dei genitori nella prima esperienza di consumo alcolico, la presenza o meno di amici del gruppo che si sono ubriacati, la frequenza (spesso, qualche volta, raramente, mai) con cui si beve vino, birra, aperitivi, superalcolici o *soft drink*, la facilità o meno di procurarsi vino, birra, superalcolici o altri alcolici. La variabile dipendente è l'essersi ubriacato almeno una volta.

L'unica variabile strutturale significativa è il genere (esser maschio rende più probabile l'eccesso), area geografica e ampiezza del comune hanno uno scarso effetto.

Anche altri tra i fattori considerati sembrano non esercitare un'influenza rilevante sull'esperienza dell'abuso di alcolici: in particolare scarsa relazione ha qualunque frequenza con cui si bevono o meno gli aperitivi e i *soft drink* ed anche il vino (se si esclude il non bere *mai* vino che allontana l'evento dell'eccesso) e l'aver bevuto *qualche volta* o *raramente* superalcolici (in questo caso sono invece significative le frequenze estreme ovvero il berli *spesso* oppure *mai*); bere birra è sempre significativo qualunque sia la frequenza: con *spesso* la probabilità di ubriacarsi si alza, con *qualche volta*, *raramente* o *mai* si abbassa. La facilità di procacciarsi vino, birra o liquori non ha alcuna relazione positiva o negativa rispetto all'ubriacarsi.

Due altri fattori considerati appaiono avere una influenza importante (ed indipendente) sul fenomeno. A parità di tutte le altre condizioni, l'aver bevuto la prima volta una bevanda alcolica con i genitori rende l'eccesso meno probabile. Al contrario l'aver quasi tutti gli amici del gruppo dei pari che hanno sperimentato l'abuso di alcol rende oltremodo probabile che anche i rispondenti lo abbiano nel loro bagaglio esperienziale (ma avere solamente qualche amico che si sia ubriacato – e ancor più ovviamente non avendone neanche uno – è una condizione che allontana l'eccesso).

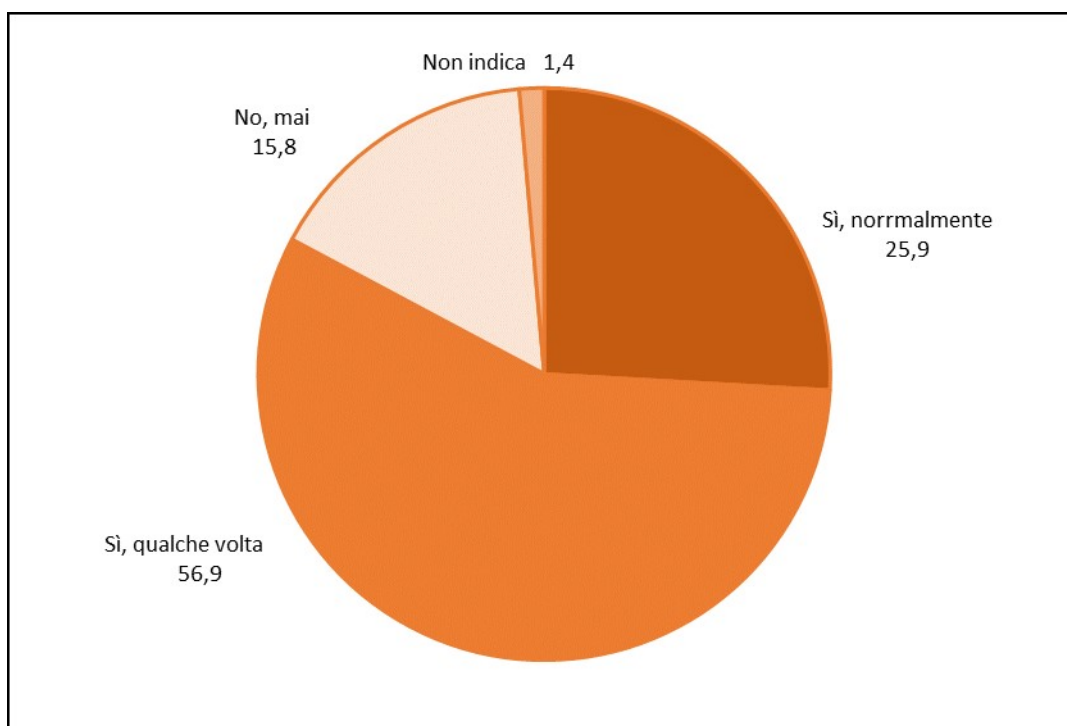
**TAB. 18. Modello di regressione logistica sull'essersi ubriacato o meno  
(0 = mai ubriacato, 1 = una o più volte ubriacato; N = 1588)**

Pseudo-R <sup>2</sup> : Cox e Snell = 0.243, Nagelkerke = 0.379	Coeff. $\beta$	E.S.	Wald $\chi^2$ (d.f.)	Sig.	Exp(B) (odds ratio)
<b>Sesso (rif. Femmine)</b>					
<b>Maschi</b>	0,579	0,158	13,422 (1)	0,000	1,785
<b>Area geografica (rif. Isole)</b>					
Nord Ovest	0,159	0,294	0,294 (1)	0,588	1,173
Nord.Est	0,266	0,303	0,774 (1)	0,379	1,305
Centro	0,390	0,290	1,808 (1)	0,179	1,477
Sud	0,098	0,287	0,117 (1)	0,733	1,103
<b>Ampiezza comuni (rif. Oltre 500mila abitanti)</b>					
0-20.000	-0,092	0,242	0,145 (1)	0,703	0,912
20.000-100.000	-0,089	0,264	0,114 (1)	0,736	0,915
100.000-500.000	-0,045	0,382	0,014 (1)	0,906	0,956
<b>Era coi genitori prima esperienza di bevanda alcolica (rif. no)</b>					
<b>Sì</b>	-0,583	0,159	13,475	0,000	0,558
<b>Presenza amici del gruppo che si sono ubriacati (rif. quasi tutti)</b>					
<b>Nessuno</b>	-2,001	0,278	51,971 (1)	0,000	0,135
<b>Qualcuno</b>	-0,963	0,258	13,951 (1)	0,000	0,382
<b>Frequenza con cui si beve vino (rif. Spesso)</b>					
Qualche volta	-0,371	0,360	1,060 (1)	0,303	0,690
Raramente	-0,473	0,361	1,720 (1)	0,190	0,623
<b>Mai</b>	-0,785	0,369	4,529 (1)	0,033	0,456
<b>Frequenza con cui si beve birra (rif. Spesso)</b>					
Qualche volta	-0,572	0,266	4,640 (1)	0,031	0,564
Raramente	-0,808	0,294	7,561 (1)	0,006	0,446
<b>Mai</b>	-1,272	0,304	17,480 (1)	0,000	0,280
<b>Frequenza con cui si beve aperitivi (rif. Spesso)</b>					
Qualche volta	-0,557	0,377	2,176 (1)	0,140	0,573
Raramente	-0,338	0,371	0,829 (1)	0,362	0,713
<b>Mai</b>	-0,671	0,367	3,346 (1)	0,067	0,511
<b>Frequenza con cui si beve superalcolici (rif. Spesso)</b>					
Qualche volta	-0,024	0,454	0,003 (1)	0,958	0,977
Raramente	-0,693	0,438	2,503 (1)	0,114	0,500
<b>Mai</b>	-1,139	0,435	6,866 (1)	0,009	0,320
<b>Frequenza con cui si beve soft drink (rif. Spesso)</b>					
Qualche volta	-0,089	0,262	0,116 (1)	0,733	0,915
Raramente	-0,279	0,291	0,921 (1)	0,337	0,756
<b>Mai</b>	-0,500	0,278	3,238 (1)	0,072	0,606
<b>Possibilità di procurarsi birra (rif. No)</b>					
<b>Sì</b>	0,305	0,220	1,915 (1)	0,166	1,356
<b>Possibilità di procurarsi vino (rif. No)</b>					
<b>Sì</b>	0,122	0,207	0,349 (1)	0,555	1,130
<b>Possibilità di procurarsi liquori (rif. No)</b>					
<b>Sì</b>	0,140	0,183	0,586 (1)	0,444	0,869
<b>Possibilità di procurarsi altri alcolici (rif. No)</b>					
<b>Sì</b>	0,069	0,181	0,146 (1)	0,702	1,072
Costante	2,718	0,675	16,211 (1)	0,000	15,156

## 8. Il ruolo dei genitori: protezione indiretta

Abbiamo visto come nella metà dei casi i genitori fossero presenti all'iniziazione alcolica di figli. Del resto bere vino o birra durante i pasti è nelle abitudini del nostro Paese: circa un quarto dei genitori bevono normalmente alcolici, ben oltre la metà consumano alcol in modo non costante ma non lo escludono dalla dieta. Genitori "astemi" sono una ridotta minoranza (cfr. Fig.15). Dunque i giovani a casa trovano modelli di consumo alimentare che ammettono, se non tutti i giorni, con una certa frequenza la bevanda alcolica. Ciò influenza i comportamenti dei figli: se osserviamo la tabella 19 appare evidente come i "bevitori abituali" abbiano genitori che bevono regolarmente ai pasti in percentuale più consistente (un po' più che doppia) di quanto non ne abbiano i "non bevitori". Nel contempo chi non beve ha molta più probabilità di avere genitori astemi di chi invece beve. Tuttavia se correliamo le abitudini in famiglia con comportamenti di consumo eccessivo di alcol da parte dei figli non troviamo alcuna relazione significativa.

**FIG. 15** Gli adulti della famiglia bevono alcolici durante i pasti  
(N=1982; valori percentuali)



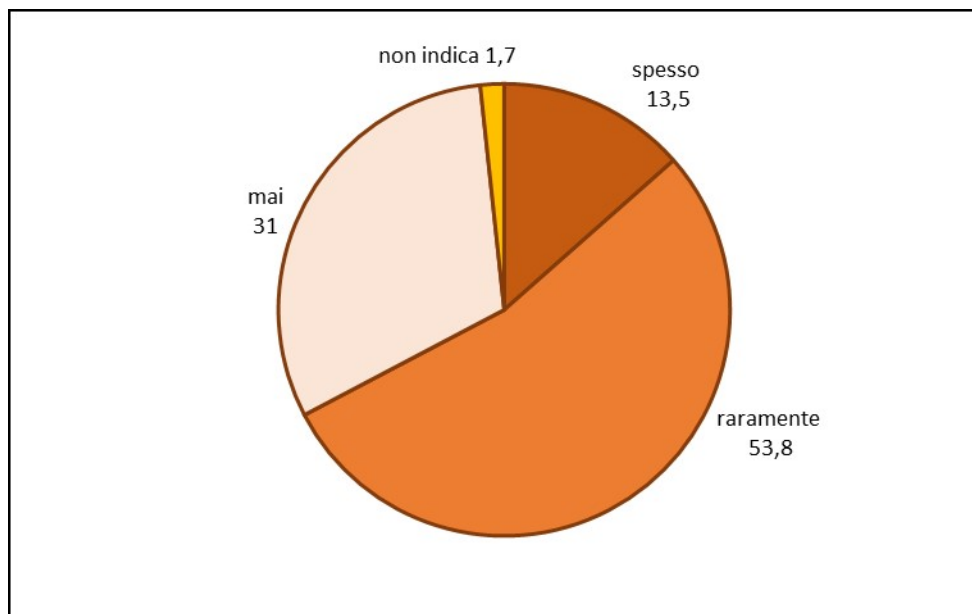
**TAB. 19 Adulti della famiglia bevono alcolici durante i pasti per tipologia del giovane bevitore (campione complessivo N=1982; valori percentuali riferiti ai sì)**

% <i>Adulti della famiglia bevono alcolici ai pasti</i>	<i>Tipologia del giovane bevitore</i>		
	Non bevitore	Bevitore occasionale	Bevitore abituale
<i><b>Sì, normalmente</b></i>	18,9	29,6	39,9
<i><b>Sì, qualche volta</b></i>	58,9	59,1	50,3
<i><b>No, mai</b></i>	22,2	11,3	9,8
<i><b>Totale</b></i>	100,0	100,0	100,0

In questa situazione complessiva di vicinanza, almeno potenziale, all'alcol, cosa dicono i genitori? Parlano con i loro figli e le loro figlie del consumo di alcolici? L'argomento sembra non particolarmente presente nelle discussioni familiari: se le famiglie che trattano frequentemente coi figli il problema dei rischi legati all'eccesso alcolico sono una minoranza (il 13,5% ovvero una su sette), la maggioranza lo ha fatto raramente e in modo occasionale (53,8%) e vi è anche una quota cospicua di genitori (31,0%) che non ha mai affrontato la questione (cfr. Fig.16). Rispetto alle edizioni precedenti sembrerebbe che il dialogo intergenerazionale sia addirittura in flessione (cfr. Tab.20).

Tra chi ne ha parlato, i messaggi dei genitori (o meglio il significato dei messaggi percepito dai figli) appaiono contrastanti ancorché abbastanza equidistribuiti: ad esempio, il 35,2% riferisce che i genitori sostengano che l'alcol non faccia male purché si consumi con moderazione, il 33,1% delle famiglie eserciterebbero una pressione sui figli affinché si convincano che in giovane età non si dovrebbe bere alcol, il 29,5% sosterebbe con i loro figli che non si dovrebbe mai bere alcol perché fa sempre male (cfr. Tab.21).

**FIG. 16. Hanno parlato con i genitori di consumo di alcol  
(campione complessivo N=1982; valori percentuali)**



**TAB. 20. Hanno parlato con i genitori di consumo di alcol  
(campione complessivo N=1982; valori percentuali)**

%	Totale 2012	Totale 2015	Totale 2017
<i>Mai</i>	26,2	28,9	31,0
<i>Raramente</i>	53,7	52,9	53,8
<i>Spesso</i>	19,4	16,6	13,5
<i>Non indica</i>	0,7	1,6	1,7
<b>Totale</b>	100,0	100,0	100,0

% 2017	Sesso		Area geografica					Ampiezza comune		
	M	F	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Piccoli	Medio grandi	Metro-politani
<i>Mai</i>	33,9	28,1	29,1	28,5	31,9	29,9	38,4	28,8	32,7	32,4
<i>Raramente</i>	50,4	57,2	56,4	55,6	52,7	53,4	49,4	56,0	51,9	53,0
<i>Spesso</i>	13,6	13,4	12,6	14,4	13,2	15,7	9,9	13,9	13,9	11,8
<i>Non indica</i>	2,0	1,3	1,8	1,6	2,1	1,0	2,3	1,3	1,6	2,8
<b>Totale</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

**TAB. 21. Cosa dicono i genitori ai figli sul consumo di alcol  
(solo coloro che hanno parlato coi genitori N=1368; valori percentuali)**

<b>%</b>	<b>Totale 2012</b>	<b>Totale 2015</b>	<b>Totale 2017</b>
<b>-Non si dovrebbe mai bere a prescindere dall'età perché fa sempre male</b>		31,6	<b>29,5</b>
<b>-Bambini ed adolescenti non dovrebbero mai bere perché fa male</b>	<i>Non rilevato</i>	31,1	<b>33,1</b>
<b>-Non fa male purché si faccia con moderazione</b>		26,6	<b>35,2</b>
<b>-Altro</b>		10,7	-
<b>Totale</b>		<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

<b>% 2017</b>	<b>Sesso</b>		<b>Area geografica</b>					<b>Ampiezza comune</b>		
	M	F	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Piccoli	Medio grandi	Metro-politani
<b>-Non si dovrebbe mai bere a prescindere dall'età perché fa sempre male</b>	27,1	31,6	29,6	30,1	22,5	33,5	30,2	28,3	29,5	32,7
<b>-Bambini ed adolescenti non dovrebbero mai bere perché fa male</b>	34,4	32,0	34,1	31,2	32,4	32,7	36,4	31,6	34,1	35,0
<b>-Non fa male purché si faccia con moderazione</b>	35,9	34,5	34,4	36,1	41,6	33,2	29,0	38,3	33,5	30,4
<b>-Altro</b>	2,6	1,9	1,9	2,6	3,4	0,6	4,3	1,8	2,9	1,8
<b>Totale</b>	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

I genitori sembrano parlare più frequentemente di consumo di bevande alcoliche con i figli che bevono abitualmente (cfr. Tab.22) oppure che hanno avuto esperienze di eccesso tanto di essersi ubriacati una o più volte (cfr. Tab. 23). Con tutta probabilità l'intervento genitoriale si massimizza quando madri e padri si accorgono che il figlio o la figlia abbiano abitudini che non escludono la contiguità con la bevanda alcolica. Nel complesso il ruolo diretto dei genitori nel processo di responsabilizzazione dei figli di fronte all'alcol sembrerebbe piuttosto modesto. Tuttavia abbiamo visto che la



presenza dei genitori nel debutto alcolico dei figli e il fatto che il bere con i genitori durante i pasti sia una consuetudine diffusa assumono una valenza protettiva che si proietta nel tempo svolgendo pertanto una importante funzione indiretta sulle abitudini dei figli.

**TAB. 22 Hanno parlato con i genitori di consumo di alcol per tipologia del giovane bevitore (%)**

<b>% Hanno parlato con i genitori</b>	<b>Tipologia del giovane bevitore</b>		
	Non bevitore	Bevitore occasionale	Bevitore abituale
<b>Mai</b>	41,7	25,6	16,7
<b>Raramente</b>	46,8	60,6	62,9
<b>Spesso</b>	11,5	13,7	20,4
<b>Totale</b>	100,0	100,0	100,0

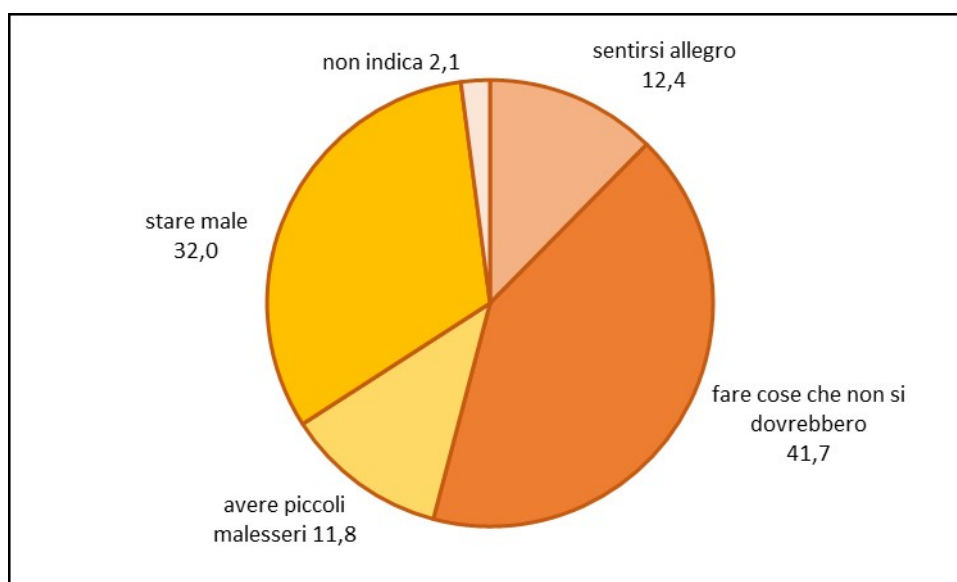
**TAB. 23 Hanno parlato con i genitori di consumo di alcol per tipologia del giovane bevitore (%)**

<b>% Hanno parlato con i genitori</b>	<b>Si sono ubriacati?</b>		
	No mai	Sì una volta	Sì più di una volta
<b>Mai</b>	34,4	20,0	15,0
<b>Raramente</b>	53,2	62,2	60,8
<b>Spesso</b>	12,4	17,8	24,2
<b>Totale</b>	100,0	100,0	100,0

## 9. Opinioni, stereotipi ed immagini legate all'alcol

Il punto di partenza è il significato dell'essere ubriaco" dato dai giovani (cfr. Fig.17). Una accezione positiva ("sentirsi allegri") è citata da una minoranza (il 12,4%), il resto insiste sulla salute (dal limitativo "avere piccoli malesseri", 11,8%, al più significativo "star male", 32,0%) oppure sul comportamento disdicevole ("fare cose che non si dovrebbero", 41,7%). Si delinea dunque il senso stigmatizzante che la maggior parte dei giovani attribuisce a chi abusa di alcol.

**FIG. 17. Cosa significa "essere ubriaco"?**  
(campione complessivo N=1982; valori percentuali)



Se i comportamenti sono influenzati da opinioni, atteggiamenti, informazioni, valori, in altre parole dal contesto motivazionale nel quale un giovane si trova inserito, è però scontato che un individuo agisca sempre in modo coerente e logico. Abbiamo pertanto messo in relazione le cause che, secondo gli intervistati, spingono un adolescente a bere sostanze alcoliche (cfr. Fig.18 e Tab.24) e in seguito collegato queste opinioni alla tipologia del giovane bevitore (cfr. Tab.25).

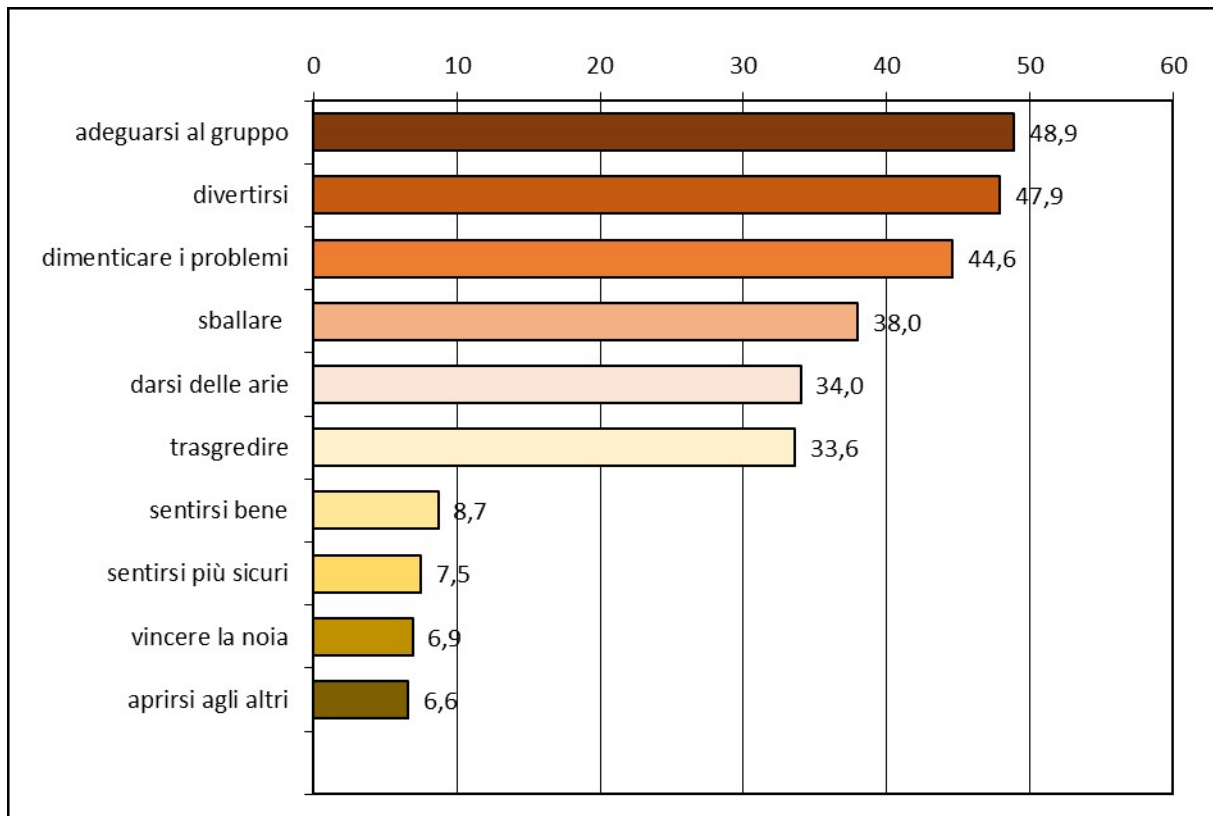
La graduatoria che emerge delle motivazioni che portano i giovani a bere alcolici appare differenziata ma, sulle dieci proposte sul questionario, solo sei raccolgono indicazioni sufficientemente significative, e di queste ben cinque assumono una

valenza negativa. Le due ragioni che prevalgono riguardano la dimensione espressiva: da una parte si beve per “*adeguarsi al gruppo*” dei pari (48,9%), dall'altra per “*divertirsi*” (47,8%, quest'ultima è l'unica motivazione priva di palese disapprovazione). Poco più distante emerge la dimensione esistenziale e l'alcol viene indicato quale strumento di *coping*, ovvero come strategia per fronteggiare le avversità: il 44,6% sostiene infatti che il consumo si giustifica per “*dimenticare i problemi*”.

Occupano una posizione centrale in un ideale *ranking* di elementi che favoriscono il consumo tre motivazioni che appartengono in modo tipico alla cultura adolescenziale: lo “*sballo*” (38,0%), il “*darsi delle arie*” (34,0%) come manifestazione di ricercato prestigio nel gruppo, e la “*trasgressione*” (33,6%). Le dimensioni sottostanti a queste motivazioni presentano numerose sfumature: si va da una pulsione che origina dalla tensione all'*addiction* (e che nei casi più estremi dà luogo al fenomeno del *binge drinking*), alla sottile euforia data dall'opposizione alle regole che il mondo adulto cerca di imporre alle giovani generazioni, all'impertinenza di chi sta attraversando una fase di passaggio e di crescita e che pertanto vuol dimostrare di essere “grande” e indipendente.

Le altre motivazioni della scala proposta presentano incidenze modeste, segno che non trovano il consenso di gruppi numerosi di giovani: “*sentirsi bene*” (8,7%), “*sentirsi più sicuri*” (7,5%), “*vincere la noia*” (6,9%), “*aprirsi agli altri*” (6,6%). Da osservare che alcune di queste, che le potremmo considerare come fattori residuali, hanno valenze positive, o almeno non palesemente negative. Notiamo infine che questa gerarchia motivazionale, pur con qualche oscillazione percentuale, non muta l'ordine dei suoi elementi costitutivi nelle tre edizioni dell'indagine.

**FIG. 18 I principali motivi che spingono un adolescente a bere alcolici (campione complessivo N=1982; valori percentuali fino a tre risposte)**



Di un certo interesse anche le risposte declinate per genere: le femmine enfatizzano il significato del bere come modalità di adeguamento al gruppo oppure come strategia di *coping*, i maschi indicano con maggiore intensità la voglia di sballare alla radice del consumo di alcolici (cfr. Tab.24).

La tipologia del giovane bevitore influisce su alcune motivazioni in modo evidente. Ad esempio i non bevitori giustificano il bere con la spinta ad *adeguarsi al gruppo*. Al contrario i bevitori abituali puntano ad indicare il *divertimento* e lo *sballare* quali cause alla base del consumo di bevande alcoliche e in molti rifiutano l'idea che ci sia una spinta conformistica o imitativa legata al consumo alcolico. Il gruppo dei bevitori occasionali sostengono posizioni intermedie: *divertirsi* ma anche *adeguarsi al gruppo* (cfr. Tab.25).

**TAB. 24. I principali motivi che spingono un adolescente a bere alcolici (campione complessivo N=1982; valori percentuali fino a tre risposte)**

<b>% Motivi che spingono a bere alcolici</b>	<b>Totale 2012</b>	<b>Totale 2015</b>	<b>Totale 2017</b>
<i>Adeguarsi al gruppo</i>	45,1	46,8	<b>48,9</b>
<i>Divertirsi</i>	49,5	43,3	<b>47,9</b>
<i>Dimenticare i problemi</i>	38,4	37,9	<b>44,6</b>
<i>Sballare</i>	36,4	30,0	<b>38,0</b>
<i>Darsi delle arie</i>	38,5	32,5	<b>34,0</b>
<i>Trasgredire</i>	26,4	26,4	<b>33,6</b>
<i>Sentirsi bene</i>	8,0	8,0	<b>8,7</b>
<i>Sentirsi più sicuro</i>	7,8	6,9	<b>7,5</b>
<i>Vincere la noia</i>	6,9	4,5	<b>6,9</b>
<i>Aprirsi agli altri</i>	5,6	5,3	<b>6,6</b>

<b>% 2017</b>	<b>Sesso</b>		<b>Area geografica</b>					<b>Ampiezza comune</b>		
	M	F	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Piccoli	Medio grandi	Metro-politani
<i>Adeguarsi al gruppo</i>	45,8	52,0	51,5	47,3	50,7	52,6	37,3	46,4	52,5	46,7
<i>Divertirsi</i>	46,7	49,1	47,2	45,5	48,3	46,2	55,5	48,5	45,2	53,2
<i>Dimenticare i problemi</i>	39,5	49,5	38,2	46,3	48,1	45,6	45,6	44,2	43,0	49,5
<i>Sballare</i>	41,5	34,7	41,5	31,9	30,9	42,9	41,8	37,8	38,0	38,6
<i>Darsi delle arie</i>	34,1	33,8	30,3	35,1	37,7	35,5	30,4	35,4	33,2	32,1
<i>Trasgredire</i>	31,7	35,5	39,7	43,4	32,5	28,7	20,5	32,7	37,2	27,1
<i>Sentirsi bene</i>	9,2	8,3	9,3	9,8	8,1	7,6	9,5	10,1	8,3	5,6
<i>Sentirsi più sicuro</i>	6,5	8,5	7,7	9,8	6,5	7,2	6,1	7,5	8,1	6,2
<i>Vincere la noia</i>	7,7	5,1	5,6	5,6	8,1	5,2	8,8	5,6	7,6	5,6
<i>Aprirsi agli altri</i>	7,9	5,1	5,2	8,0	4,7	7,4	7,6	6,8	6,8	5,0

Da ultimo è stata inserita una lista di affermazioni sull'alcool e sul suo consumo allo scopo di evidenziare le conoscenze e gli atteggiamenti dei giovani adolescenti. Alcune di queste affermazioni, sulle quali gli intervistati dovevano esprimere l'accordo o il disaccordo, rientravano nel campo delle opinioni personali, altre avevano un fondamento oggettivo, alcune erano palesemente false, altre ancora proponevano veri e propri stereotipi culturali. Possiamo ordinare le affermazioni sottoposte a giudizio per dimensione e livello di consenso (cfr. Tab.26).

**TAB. 25. I principali motivi che spingono un adolescente a bere alcolici per tipologia del giovane bevitore (campione complessivo N=1982; valori percentuali fino a tre risposte)**

% Motivi che spingono a bere alcolici	Tipologia del giovane bevitore		
	Non bevitore	Bevitore occasionale	Bevitore abituale
<i>Adeguarsi al gruppo</i>	58,3	48,6	28,7
<i>Divertirsi</i>	42,1	53,8	56,8
<i>Dimenticare i problemi</i>	46,9	44,3	43,6
<i>Sballare</i>	32,9	41,0	51,2
<i>Darsi delle arie</i>	28,9	32,8	22,5
<i>Trasgredire</i>	37,7	32,6	28,7
<i>Sentirsi bene</i>	5,7	11,1	12,8
<i>Sentirsi più sicuro</i>	7,1	8,7	6,9
<i>Vincere la noia</i>	5,0	4,8	12,1
<i>Aprirsi agli altri</i>	7,2	5,9	6,9

L'affermazione in assoluto più condivisa è che *l'alcool rende violenti* (72,5%) e che quindi ponga problemi sul lato relazionale e comportamentale. Altre affermazioni trovano il sostegno di una forte maggioranza dei rispondenti: *bere alcolici è sempre dannoso per la salute* (69,1%) e *le bevande alcoliche in piccole quantità non danneggiano la salute* (64,8%); apparentemente sembrano due concetti opposti, eppure un discreto numero di giovani li condivide entrambi, come dire che, se è vero che l'alcol non è salutare, berne moderatamente non incide troppo. Tra queste due affermazioni se ne infrappone un'altra veicolata anche da ricorrenti campagne di prevenzione all'incidentistica stradale e dalle disposizioni di legge: *è pericoloso guidare dopo avere bevuto anche un solo bicchiere di birra o vino* (66,5%).

Altre affermazioni maggioritarie introducono un orientamento teso a confrontare la minor pericolosità dell'alcol con quella di altre sostanze psicotrope: *l'alcol è meno dannoso della droga* (60,9%); oppure fanno riferimento a convincimenti assai diffusi – *la birra è meno dannosa degli altri alcolici* (60,8%) e *le bevande alcoliche allungate fanno meno male* (55,3%) – ma poco veritiere se non commisurate con la quantità di bevanda assunta.

Il ridimensionamento dei pericoli dell'abuso è comunque sopra la metà dei consensi (*"ubriacarsi ogni tanto non è grave, purché non diventi un'abitudine"*: 52,7). Altre dimensioni, comunque minoritarie, sono quelle che evidenziano alcuni stereotipi ricorrenti come l'opinione che *"una ragazza ubriaca dà più fastidio di un ragazzo ubriaco"* (37,1%); o quelle che sottendono una forte sottovalutazione del rischio: *"se una persona sopporta bene l'alcool, significa che l'alcool non gli/le fa male"* (10,5%).

Declinando per genere le ragazze appaiono nel complesso più orientate all'accordo con affermazioni stigmatizzanti rispetto ai loro coetanei tuttavia, se si escludono alcuni casi specifici, le distanze non sono forti.

**TAB. 26. Accordo con alcune affermazioni**  
(campione complessivo N=1982; valori percentuali di accordo)

<b>%</b>	<b>Totale 2012</b>	<b>Totale 2015</b>	<b>Totale 2017</b>
<i>L'alcool rende violenti</i>	80,4	78,0	<b>72,5</b>
<i>Bere alcolici è sempre dannoso per la salute</i>	66,5	71,2	<b>69,1</b>
<i>E' pericoloso guidare dopo avere bevuto anche un solo bicchiere di birra o vino</i>	62,5	61,6	<b>66,5</b>
<i>Le bevande alcoliche in piccole quantità non danneggiano la salute</i>	65,1	64,1	<b>64,8</b>
<i>L'alcol è meno dannoso della droga</i>	58,9	57,1	<b>60,9</b>
<i>La birra è meno dannosa degli altri alcolici</i>	62,5	56,4	<b>60,8</b>
<i>Le bevande alcoliche allungate con acqua fanno meno male</i>	54,2	55,9	<b>55,3</b>
<i>Ubriacarsi ogni tanto non è grave, purché non diventi un'abitudine</i>	55,3	45,9	<b>52,7</b>
<i>Una ragazza ubriaca dà più fastidio di un ragazzo ubriaco</i>	35,7	37,1	<b>32,7</b>
<i>Se una persona sopporta bene l'alcool, significa che l'alcool non gli/le fa male</i>	10,9	10,5	<b>13,3</b>

<b>% 2017</b>	<b>Sesso</b>		<b>Area geografica</b>					<b>Ampiezza comune</b>		
	M	F	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Piccoli	Medio grandi	Metro-politani
<b>L'alcool rende violenti</b>	70,6	74,3	71,8	72,6	73,8	74,4	67,7	71,7	74,0	70,7
<b>Bere alcolici è sempre dannoso per la salute</b>	64,4	73,8	67,7	68,9	68,1	72,2	67,3	68,0	69,8	70,4
<b>E' pericoloso guidare dopo avere bevuto anche un solo bicchiere di birra o vino</b>	64,1	68,9	64,3	67,0	66,8	71,5	59,3	65,3	67,4	67,3
<b>Le bevande alcoliche in piccole quantità non danneggiano la salute</b>	63,0	66,5	67,9	61,4	62,3	67,0	63,5	64,4	66,3	62,0
<b>L'alcol è meno dannoso della droga</b>	62,7	59,1	58,5	63,3	61,8	61,9	58,2	60,0	63,2	57,6
<b>La birra è meno dannosa degli altri alcolici</b>	61,4	60,3	61,4	65,4	58,7	59,4	59,3	60,1	62,6	58,6
<b>Le bevande alcoliche allungate con acqua fanno meno male</b>	54,2	56,5	54,2	58,5	55,1	55,0	54,0	55,5	56,1	53,0
<b>Ubriacarsi ogni tanto non è grave, purché non diventi un'abitudine</b>	48,4	56,9	52,6	55,3	51,7	48,9	57,8	55,6	47,7	57,3
<b>Una ragazza ubriaca dà più fastidio di un ragazzo ubriaco</b>	34,5	31,0	27,1	33,8	27,5	37,3	39,5	35,6	31,7	27,7
<b>Se una persona sopporta bene l'alcool, significa che l'alcool non gli/le fa male</b>	14,3	12,3	10,2	10,9	12,5	14,8	20,2	13,9	11,5	15,9



Nella tabella 27 si mostrano infine le differenze interne alla tipologia del giovane bevitore. Tra i bevitori abituali gli aspetti negativi del consumo vengono minimizzati e quelli positivi enfatizzati, emerge poi un chiaro tentativo di giustificare in svariati modi il bere alcolici riducendone i potenziali pericoli.

**TAB. 27. Accordo con alcune affermazioni per tipologia del giovane bevitore (campione complessivo N=1982; valori percentuali)**

%	Tipologia del giovane bevitore		
	Non bevitore	Bevitore occasionale	Bevitore abituale
<i>L'alcool rende violenti</i>	76,5	76,0	61,0
<i>Bere alcolici è sempre dannoso per la salute</i>	73,7	71,8	57,6
<i>Le bevande alcoliche in piccole quantità non danneggiano la salute</i>	62,8	67,1	73,2
<i>E' pericoloso guidare dopo avere bevuto anche un solo bicchiere di birra o vino</i>	70,2	66,8	63,6
<i>L'alcol è meno dannoso della droga</i>	60,2	64,5	61,5
<i>La birra è meno dannosa degli altri alcolici</i>	56,7	67,1	64,7
<i>Le bevande alcoliche allungate con acqua fanno meno male</i>	50,5	60,6	62,9
<i>Ubriacarsi ogni tanto non è grave, purché non diventi un'abitudine</i>	46,0	57,5	66,3
<i>Una ragazza ubriaca dà più fastidio di un ragazzo ubriaco</i>	29,2	36,9	36,3
<i>Se una persona sopporta bene l'alcool, significa che l'alcool non gli/le fa male</i>	10,1	14,0	22,7

L'analisi descrittiva degli atteggiamenti dei giovani adolescenti sul consumo alcolico ha mostrato come le opinioni lì espresse fossero piuttosto disomogenee, diversi sembrerebbero infatti i modelli di riferimento sottostanti. Un'analisi fattoriale chiarisce meglio la questione: i tre fattori individuati delineano altrettanti modi di vivere il proprio rapporto con l'alcol.

Dal punto di vista tecnico l'analisi dei fattori è stata eseguita secondo il metodo delle componenti principali con rotazione *varimax*. La varianza totale spiegata è pari al 39%. I risultati dei punteggi fattoriali sono presentati nella tabella 28.

- Il primo fattore – quello dei “Fondamentalisti” – individua una posizione oltremodo critica verso l'alcol che non ammette eccezioni: è sempre dannoso alla salute (e neppure la modica quantità protegge dai rischi), rende violenti, causa di incidenti e comportamenti irrazionali in virtù dei suoi effetti psicotropi.
- Il secondo fattore – quello dei “Giustificazionisti” – appare correlato con elementi tesi a sminuire la presupposta dannosità del bere e del suo abuso comparando l'alcol con sostanze ritenute più pericolose, come ad esempio la droga, o proponendo una graduatoria interna alle bevande alcoliche, come la birra ritenuta meno nociva alla salute. Inoltre si fa strada la convinzione che l'aggiunta di acqua diminuisce l'effetto potenzialmente dannoso dell'alcol.
- Il terzo fattore – quello, per utilizzare un neologismo, dei “Sottovalutativisti” – segnala invece un orientamento acriticamente positivo legato al consumo alcolico: *“se una persona sopporta bene l'alcol vuol dire che non gli fa male”*, affermazione che si collega ad una normalità che include come del tutto accettabile anche qualche eccesso: *“ubriacarsi ogni tanto non è grave purché non diventi un'abitudine”*. Si nega la violenza collegata ed emerge un orientamento maschilista che vede l'ubriachezza fenomeno meno accettabile in una donna.

Verosimilmente da queste dimensioni discende una tipologia del modo con cui le nuove generazioni si accostano al variegato mondo delle bevande alcoliche con atteggiamenti, convinzioni e comportamenti peculiari ad essa associati.

**TAB. 28 Analisi Fattoriale sull'accordo con alcune affermazioni (matrice delle componenti rotata; campione complessivo N=1982)**

	<i>Fattori</i>		
	1° fattore	2° fattore	3° fattore
	I FONDAMENT ALISTI	I GIUSTICAZIO NISTI	I SOTTOVALUT ATIVISTI
<i>L'alcool rende violenti</i>	,567	,190	-,274
<i>Bere alcolici è sempre dannoso per la salute</i>	,728	-,045	,026
<i>Le bevande alcoliche in piccole quantità non danneggiano la salute</i>	-,490	,308	-,093
<i>E' pericoloso guidare dopo avere bevuto anche un solo bicchiere di birra o vino</i>	,511	,045	,051
<i>L'alcol è meno dannoso della droga</i>	-,134	,633	,125
<i>La birra è meno dannosa degli altri alcolici</i>	,069	,628	,050
<i>Le bevande alcoliche allungate con acqua fanno meno male</i>	,048	,571	-,004
<i>Ubriacarsi ogni tanto non è grave, purché non diventi un'abitudine</i>	-,047	,127	,533
<i>Una ragazza ubriaca dà più fastidio di un ragazzo ubriaco</i>	,201	,084	,530
<i>Se una persona sopporta bene l'alcool, significa che l'alcool non gli/le fa male</i>	-,113	-,079	,715

Metodo estrazione: analisi componenti principali  
 Metodo rotazione: Varimax con normalizzazione di Kaiser  
 Varianza totale spiegata: 39,0%

## 10. Spiegare la frequenza del bere e l'abuso di alcolici attraverso alcuni modelli di equazioni strutturali

In questo paragrafo finale si prenderanno in esame i fattori che favoriscono il consumo e l'abuso di alcol fra i giovani adolescenti attraverso alcuni modelli di equazioni strutturali<sup>1</sup>, una tecnica molto utilizzata nella ricerca sociale poiché permette di testare teorie e ipotesi. In questo lavoro verranno presentati quattro modelli di equazioni strutturali che tentano di rispondere ad altrettanti interrogativi di ricerca.

Il primo modello analizza *tutti i giovani che hanno partecipato all'indagine*. Lo scopo di tale analisi è soprattutto esplorativo, in quanto cerca di inquadrare il problema ed individuare i principali fattori associati al consumo di alcol fra i giovani.

I modelli successivi confrontano *sottogruppi di rispondenti* per vedere come si realizza l'uso e l'abuso di alcol al variare di alcune caratteristiche strutturali ascritte (il genere), relazionali (la presenza o meno di genitori nel primo assaggio) o temporali (l'età del debutto alcolico).

Le variabili dipendenti utilizzate per la costruzione dei modelli sono:

- FREQUENZA ("In questo periodo con che frequenza bevi bevande alcoliche?");
- ABUSO ("Ti sei mai ubriacato?").

Le variabili indipendenti sono:

- SESSO (maschi e femmine);

Fattori sociali:

- AMICI (risposta "Sì" alla domanda "Nel tuo gruppo ci sono amici che si sono ubriacati almeno una volta?");
- GENITORI (risposta "Con i genitori" alla domanda: "Ricordi con chi eri la prima volta che hai bevuto una bevanda alcolica?");

Fattori contestuali:

- FACILITÀ (risposta "Sì" alla domanda "È possibile per te procurarti qualcuna delle seguenti bevande alcoliche, se lo volessi?". I tipi di alcolici considerati erano: "Birra", "Vino", "Liquori" e "Altre bevande alcoliche");

---

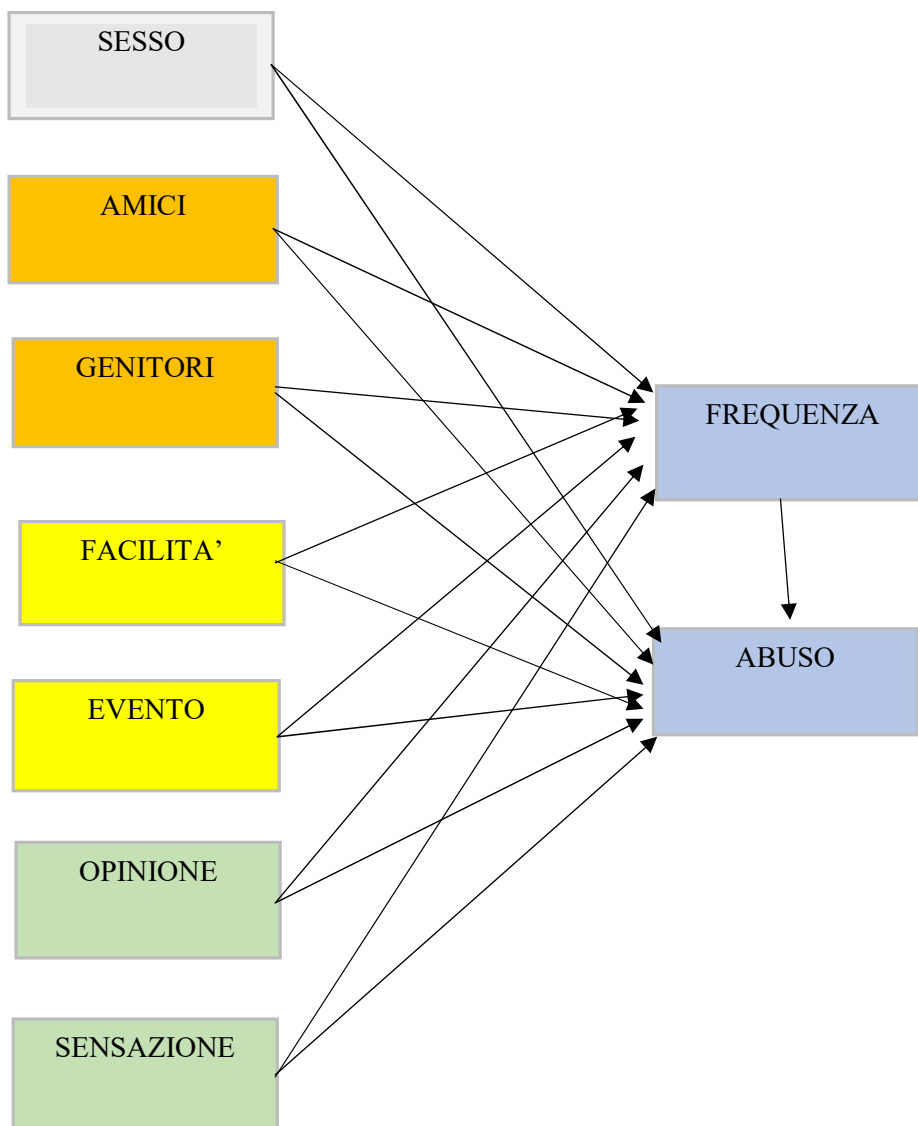
<sup>1</sup> *Lisrel (Linear Structural Equation Modelling)*. Per ulteriori informazioni si veda Jöreskog e Sörbom 1993.

- EVENTO (risposta “In un’occasione speciale (brindisi, festa, gita scolastica, vacanza)” alla domanda “Ricordi in che occasione hai assaggiato per la prima volta una bevanda alcolica?”);

Fattori psicologici:

- OPINIONE (accordo con le opinioni “Se una persona sopporta bene l’alcool, significa che l’alcool non le fa male”, “Ubriacarsi ogni tanto non è grave, purché non diventi un’abitudine”, “Le bevande alcoliche in piccole quantità non danneggiano la salute”);
- SENSAZIONE (risposta: “Un senso di piacere (per il sapore)” alla domanda “Ricordi le sensazioni che hai provato la prima volta che hai assaggiato una bevanda alcolica?”).

Il modello concettuale Lisrel è qui rappresentato graficamente:



Si noti che sia nel grafico precedente che nelle tabelle successive in **azzurro** sono state evidenziate le variabili dipendenti (la frequenza con cui i giovani bevono o abusano di alcolici), in **grigio** la variabile strutturale utilizzata (il sesso), **arancione** le variabili sociali, in **giallo** le variabili contestuali e in **verde** quelle psicologiche.

### Il modello generale del consumo e dell'abuso di alcolici (modello 1)

Per inquadrare il fenomeno in una prospettiva generale, il primo modello, utilizzando tutti i casi, analizza i principali fattori che possono concorrere ad ostacolare o ad innalzare la frequenza del consumo e dell'abuso di bevande alcoliche. L'elaborazione del modello generale si traduce in una serie di equazioni strutturali riassunte nella tabella 29. Per quanto riguarda l'abuso, correlato in modo robusto con la frequenza del bere, il sesso ha un effetto significativo (le ragazze sono meno esposte dei coetanei maschi), inoltre avere amici che si ubriacano, avere avuto un *imprinting* iniziale piacevole, essere convinti che l'alcol non comporti grossi rischi sono tutti fattori che fanno aumentare la probabilità dell'abuso; al contrario il debutto alcolico in presenza dei genitori lo limita.

Tab.29. Primo modello generale. Lisrel estimates (n. = 1660)

		INDEPENDENT VARIABLES							
DEP. VAR.	FREQUENZA	SESSO	FATTORI SOCIALI		FATTORI CONTESTUALI		FATTORI PSICOLOGICI		R <sup>2</sup>
			AMICI	GENITORI	FACILITA'	EVENTO	OPINIONE	SENSAZIONE	
FREQUENZA	-	-0.13**	0.22***	0.07**	0.23***	0.08**	0.08***	0.33***	0.41
ABUSO	0.43***	-0.14***	0.30***	-0.20***	0.03(ns)	0.02(ns)	0.08**	0.13***	0.56

X<sup>2</sup> = 0.0; df = 0; P = 1.00; RMSEA = 0.000 (modello saturo)

#### Come leggere la tabella

La tabella riporta la stima dei parametri strutturali del modello. Tali parametri variano fra  $\pm 1$ , dove +1 indica il massimo del nesso causale in positivo e -1 il massimo in negativo e 0 relazione nulla. Inoltre, dove è riportato il valore "Ns" indica che il parametro non è significativo, vale a dire nullo o vicino allo zero.

Ad esempio, nella seconda riga si può ricostruire l'equazione strutturale della frequenza con cui il giovane beve in misura incontrollata alcolici (*ABUSO*) nel seguente modo:

$$ABUSO = 0,43 * FREQUENZA - 0,14 * SESSO + 0,30 * AMICI - 0,20 * GENITORI + 0,08 * OPINIONE + 0,13 * SENSAZIONE$$

Da ciò si può dedurre che eccedere nel bere è minore per chi ha bevuto la prima volta con i genitori (valore negativo del parametro GENITORI), o per le FEMMINE mentre è maggiore per quanti bevono più spesso (FREQUENZA), per chi ha amici che si ubriacano spesso (AMICI), per chi ha avuto un primo approccio positivo (SENSAZIONE) e per quanti sottovalutano i rischi del bere alcolici (OPINIONE).

Dall'ultima colonna, infine, si nota che questa equazione strutturale riesce a spiegare il 56% (R<sup>2</sup>) della varianza con cui il giovane eccede nel bere.

## Le differenze secondo il sesso (modello 2)

Il secondo modello inquadra i fenomeni del bere e dell'eccesso in relazione al sesso. In questo secondo modello si cercherà di capire se i meccanismi siano simili per i maschi e per le femmine, e quindi vi sia una certa omologazione, oppure se emergono modi specifici secondo il genere. Per fare ciò, il modello replica quello generale all'interno dei gruppi distinti dei maschi e delle femmine, calcolando contemporaneamente i parametri strutturali per ciascun gruppo. I risultati sono riportati nella tabella 30. In sintesi, concentrandoci sull'abuso, maschi e femmine appaiono influenzati dalle stesse variabili: frequenza e gruppo dei pari elevano la probabilità dell'eccesso tuttavia nelle ragazze questi due fattori incidono in modo più consistente; in entrambi i generi la presenza dei genitori nel debutto la riducono.

Tab 30. Secondo Modello: Sesso. Lisrel estimates (n. = M: 826; F: 834).

INDEPENDENT VARIABLES									
DEP. VAR.	GROUPS	FEQUENZA	FATTORI SOCIALI		FATTORI CONTESTUALI		FATTORI PSICOLOGICI		R <sup>2</sup>
			AMICI	GENITORI	FACILITA'	EVENTO	OPINIONE	SENSAZIONE	
FREQUENZA	M	-	0.21***	0.09**	0.23***	0.11***	0.07*	0.33***	0.39
	F	-	0.24***	0.06(ns)	0.24***	0.05(ns)	0.08**	0.33***	0.42
ABUSO	M	0.35***	0.27***	-0.22***	0.01(ns)	0.08(ns)	0.08(ns)	0.14*	0.44
	F	0.53***	0.32***	-0.15**	0.04(ns)	0.08(ns)	0.10*	0.12*	0.71

X<sup>2</sup> = 0.00; df = 0; P = 1.0; RMSEA = 0.000 (Modello saturo)

## Le differenze secondo l'essere o meno con i genitori la prima volta che si beve (modello 3)

Venendo a considerare più da vicino il ruolo esercitato dalle famiglie - e specialmente dalle figure genitoriali nel modellare l'esperienza del bere adolescenziale - il terzo modello intende testare l'ipotesi che la presenza dei genitori la prima volta che il giovane ha bevuto alcolici abbia o meno un effetto deterrente rispetto all'abuso e che quindi rafforzi o affievolisca la convinzione che i consumi in eccesso di alcool non rappresentino una trasgressione. I risultati sono riportati nella tabella 31. La presenza dei genitori rende meno rilevante la frequenza del bere come causa di abuso, tuttavia non sembra avere effetti sul ruolo esercitato dal gruppo dei pari.

Tab 11. Terzo Modello: Genitori. Lisrel estimates (n. = parents: 716; other: 944)

INDEPENDENT VARIABLES										
DEP. VAR.	GROUPS	FREQUENZA	SESSO	FATTORI SOCIALI		FATTORI CONTESTUALI		FATTORI PSICOLOGICI		R <sup>2</sup>
				AMICI	GENITORI	FACILITA'	EVENTO	OPINIONE	SENSAZIONE	
FREQUENZA	Parents	-	-0.15***	0.18***	-	0.21***	-0.10**	0.06(ns)	0.29***	0.29
	Other	-	-0.08**	0.23***	-	0.24***	0.18***	0.06*	0.34***	0.52
ABUSO	Parents	0.30***	-0.11*	0.35***	-	0.06(ns)	-0.05(ns)	0.25***	0.13*	0.47
	Other	0.45***	-0.14***	0.31***	-	0.07(ns)	-0.01(ns)	-0.03(ns)	0.13*	0.60

X<sup>2</sup> = 0; df = 0; P = 1.0; RMSEA = 0.000 (Modello saturo)

#### Cosa cambia in caso di esordio anticipato o meno (modello 4)

Il quarto modello confronta coloro che hanno iniziato a bere giovanissimi (a 10 anni o prima) con quanti hanno iniziato dopo. Per chi ha sperimentato gli alcolici giovanissimo la sensazione iniziale è importante, come sono molto più significative le opinioni che sottovalutano il rischio. La presenza di amici che si sono ubriacati ha anch'essa una funzione di elevare maggiormente l'esposizione all'abuso. Infine la funzione protettiva della famiglia ha meno incidenza rispetto ai giovani che hanno iniziato a bere alcolici in età meno precoce (cfr. Tab. 32).

Tab 32. Quarto Modello. Età della prima esperienza. Lisrel estimates (n. = 6-10 years: 431; 11+: 965).

INDEPENDENT VARIABLES										
DEP. VAR.	GROUPS	FREQUENZA	SESSO	SOCIAL FACTORS		CONTEXTUAL FACTORS		PSYCHOLOGICAL FACTORS		R <sup>2</sup>
				AMICI	GENITORI	FACILITA'	EVENTO	OPINIONE	SENSAZIONE	
FREQUENZA	6-10	-	-0.08(ns)	0.23***	-0.02(ns)	0.23***	0.00(ns)	0.10**	0.27***	0.31
	11+	-	-0.13***	0.22***	-0.08**	0.24***	-0.08**	0.05(ns)*	0.29***	0.31
ABUSO	6-10	0.24***	-0.18***	0.42***	-0.13*	-0.01(ns)	0.11(ns)	0.18***	0.16**	0.57
	11+	0.35***	-0.10*	0.29***	-0.25***	0.04(ns)	-0.12**	0.02(ns)	0.12*	0.48

X<sup>2</sup> = 0.00; df = 0; P = 1.00; RMSEA = 0.000 (Modello saturo)



## Conclusioni

Riassumiamo in dieci punti sintetici i principali risultati emersi dall'indagine.

1. Debutto in famiglia: nella maggioranza dei casi il primo assaggio di bevande alcoliche avviene alla presenza dei genitori, a volte anche in età molto precoce. Successivamente i giovani sperimentano per la prima volta l'assunzione vera e propria di una quantità significativa di bevanda alcolica sempre in ambiente familiare, generalmente in concomitanza con una occasione particolare ma anche durante un pasto normale
2. Effetto sensoriale: il primo assaggio sembra legato al rapporto successivo col bere: qualora l'evento sia stato associato al piacere è più probabile che poi si beva mentre avrebbe un ruolo dissuasivo se la prima sensazione è stata sgradevole
3. Diffusione del bere: grossomodo un po' meno della metà dei giovani 13-14enni non beve mai, i due quinti bevono occasionalmente, un sesto beve abitualmente. Si beve in prevalenza a pasto; birra e *soft drink* prevalgono sulle altre bevande alcoliche
4. Caduta della trasgressività: l'accesso all'alcool come comportamento trasgressivo appare molto limitato dal momento che, come si è visto, il debutto avviene nella normalità della famiglia; chi ha bevuto la prima volta con i genitori sembrerebbe essere meno portato a diventare un bevitore abituale
5. Il gruppo come veicolo verso l'abuso: i bevitori abituali hanno con maggiore frequenza iniziato a bere con gli amici; è tra loro che l'abuso di alcolici diventa più probabile; l'essersi ubriacati riguarda l'esperienza di circa un giovane ogni cinque
6. Lo sballo come concetto positivo: nel complesso la maggioranza degli adolescenti attribuisce una valenza stigmatizzante a chi abusa di alcol; tra i bevitori abituali, tuttavia, lo sballare è visto come una delle motivazioni per cui si bevono alcolici insieme alla motivazione del "divertimento", da ciò si comprende come quasi un terzo di chi si è ubriacato abbia consciamente ricercato l'esperienza; non viene riconosciuta l'importanza dell'adeguamento al gruppo dimensione invece indicata dai non bevitori o dai bevitori occasionali

7. Debolezza socializzativa della famiglia: i genitori parlano molto poco con i loro figli e le loro figlie del bere alcolici; tuttavia l'aver iniziato alla presenza dei genitori sembra avere indirettamente, come abbiamo visto, un effetto protettivo.
8. Facile accesso alle bevande alcoliche: molti giovani non trovano ostacoli alla possibilità di procurarsi alcolici in particolare birra e vino. L'accesso sembrerebbe dunque condizione necessaria seppur non sufficiente all'assunzione di alcolici. Un approfondimento dell'analisi mostra che comunque la vicinanza si associa al bere ma non necessariamente all'eccesso
9. Le tre dimensioni legate al consumo: i tratti culturali che emergono sono divergenti: tendenza a considerare il consumo di alcool come comportamento desiderabile; tendenza a giustificare il bere sminuendo gli effetti negativi; tendenza a stigmatizzare il consumo in ogni sua forma
10. Convergenza tra i generi: le distanze tra maschi e femmine sono assai ridotte mostrando una sostanziale tendenza all'omologazione nei comportamenti e negli atteggiamenti, tuttavia per quanto riguarda i fenomeni di abuso e la frequenza del bere i maschi mantengono valori più alti delle loro coetanee

Diagramma di Milvia Gennari  
via ai Bollerì 20/5 38121 Trento – 0461.828462  
via Ortigara 15 22012 Cernobbio CO – 031 510240  
Diagramma@yahoo.it  
GNNMLV52E44C933Z – IVA: 01169620224