
OSSERVATORIO PERMANENTE
SUI GIOVANI E L'ALCOOL®



Adolescenti e alcool

Indagine nazionale

2015

Diagramma

Indice

Obiettivi e metodologia dell'indagine	pag. 5
1. Il debutto alcolico	pag. 7
2. Le abitudini alle bevande alcoliche	pag. 14
3. La tipologia del giovane bevitore	pag. 19
4. L'abuso di alcool	pag. 24
5. La contiguità alle bevande alcoliche	pag. 29
6. Il ruolo dei genitori: protezione indiretta	pag. 32
7. Opinioni, stereotipi ed immagini legate all'alcool	pag. 36
8. Primo approfondimento: un modello di regressione logistica sull'essersi ubriacato o meno	pag. 45
9. Secondo approfondimento: una analisi fattoriale delle componenti principali sulle immagini legate all'alcol	pag. 47

La ricerca è condotta sotto la responsabilità scientifica di Carlo Buzzi (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 dalla Società Italiana di Pediatria). Nell'équipe di ricerca Milvia Gennari (Diagramma: amministrazione e aspetti operativi), Antonella Volino (trattamento informatico dei dati). Il rapporto di ricerca è stato curato da Carlo Buzzi.

Obiettivi e metodologia dell'indagine

A distanza di tre anni dall'ultima ricerca nazionale, l'*Osservatorio permanente sui Giovani e l'alcool* ha promosso un secondo studio sul consumo e sull'abuso di bevande alcoliche tra i giovani italiani attraverso un'indagine quantitativa sulla popolazione studentesca iscritta alla terza classe delle scuole secondarie di I grado. La ricerca, condotta nel 2015, ha permesso di tracciare un quadro descrittivo del vissuto, degli atteggiamenti, delle percezioni e dei comportamenti adolescenziali riguardo al consumo e all'abuso di bevande alcoliche stimandone la diffusione. I risultati sono stati puntualmente confrontati con quelli ottenuti nella ricerca analoga del 2012 che ha utilizzato uno strumento di rilevazione e un campione simile.

La popolazione coinvolta era costituita da 2156 studenti frequentanti scuole ubicate in 45 comuni diversi. Nella tabella 1 sono illustrate le caratteristiche strutturali del campione intervistato.

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

- L'esperienza della prima assunzione di bevanda alcolica
- La frequenza del contatto con bevande alcoliche
- L'esperienza dell'abuso di bevande alcoliche
- La facilità di procurarsi bevande alcoliche
- Il ruolo dei genitori
- Atteggiamenti ed opinioni sull'abitudine alle bevande alcoliche
- Immagini e simboli legati all'assunzione di bevande alcoliche.

L'analisi descrittiva presenta i dati, oltre che comparati con quelli del 2012, articolati per sesso, area geografica e densità abitativa del comune di ubicazione della scuola. Nel paragrafo finale è presentato un modello di regressione logistica teso a spiegare alcune cause dell'abuso

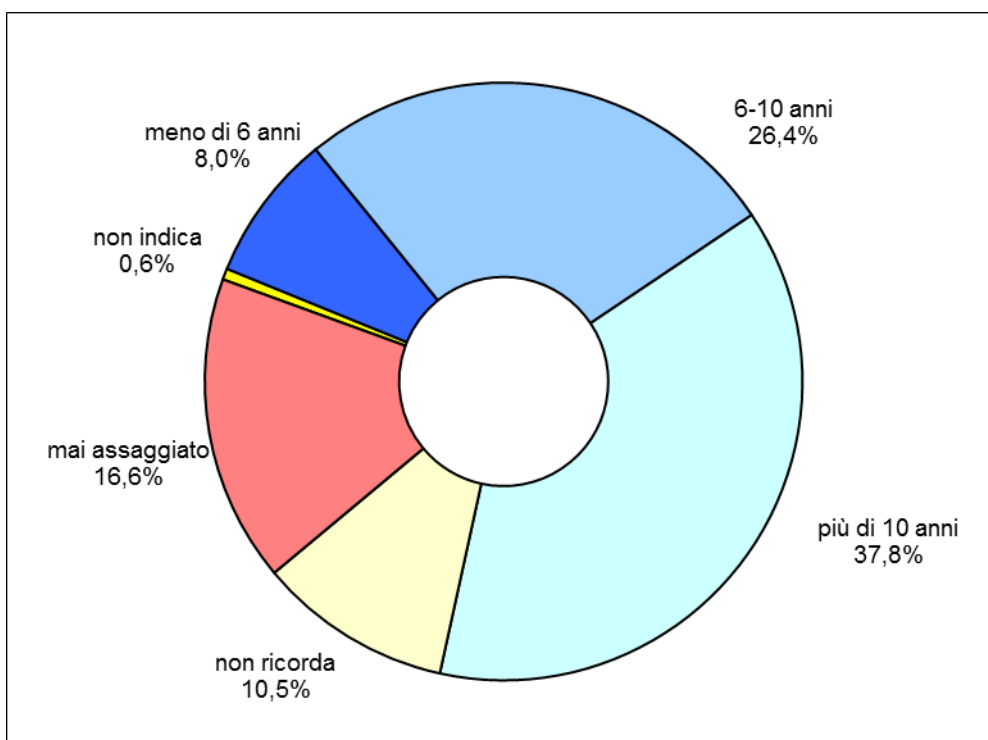
TAB.1 Campione intervistato: caratteristiche strutturali

Caratteri strutturali del campione	N	%
Area geografica		
- Nord Ovest	531	24,6
- Nord Est	377	17,5
- Centro	401	18,6
- Sud	575	26,7
- Isole	272	12,6
Ampiezza comune		
- Fino a 20.000 ab.	921	42,7
- 20.000-100.000 ab.	668	31,0
- 100.000-500.000 ab.	294	13,6
- Oltre 500.000 ab	273	12,7
Sesso		
- Maschi	1103	51,2
- Femmine	1050	48,7
- Non indicato	3	0,1
Età		
- 12 anni	154	7,1
- 13 anni	1599	74,2
- 14 anni	347	16,1
- 15 anni	42	1,9
- 16 anni	7	0,3
- Non indicato	7	0,3
Totale	2156	100,0

1. Il debutto alcolico

Circa un giovane 13-14enne ogni sei non ha mai provato una bevanda alcolica (16,6%). Rispetto al 2012 si registra pertanto un notevole incremento della quota di adolescenti che non si sono mai accostati all'alcol dal momento che tre anni fa la loro consistenza era pari al 9,0%. Tuttavia nel complesso, ora come nel recente passato, per la grande maggioranza dei giovani che frequentano la terza classe delle secondarie di primo grado, l'alcol rimane una sostanza che fa parte dell'esperienza personale. Per un po' più di un terzo degli intervistati il fenomeno è relativamente vicino nel tempo (il 37,8% ha bevuto alcolici per la prima volta oltre i 10 anni), ma altri giovani si distinguono per una maggiore precocità dal momento che circa un quarto (il 26,4%) ha avuto il suo debutto alcolico tra i 6 e i 10 anni e l'8,0% addirittura sotto i sei anni di età (cfr. Fig. 1).

**FIG. 1 A che età ha bevuto la prima bevanda alcolica
(N=2156; valori percentuali)**



Se sommiamo a queste incidenze il 10,5% che ha bevuto ma non ricorda l'età della prima volta, otteniamo una percentuale totale di bevitori cospicua (82,7%). Va specificato che questo dato non può certo essere enfatizzato trattandosi di un semplice assaggio magari del tutto casuale e non ripetuto e che comunque la tendenza è decrescente in quanto nel 2012 la percentuale superava il 90%. Articolando per le variabili strutturali del campione, le ragazze si dimostrano meno precoci dei loro coetanei e soprattutto appaiono più lontane dalla prima esperienza (un quinto delle femmine non ha mai provato alcol contro un settimo dei maschi). (cfr. Tab. 2).

TAB.2 A che età ha bevuto la prima bevanda alcolica (N=2156; valori percentuali)

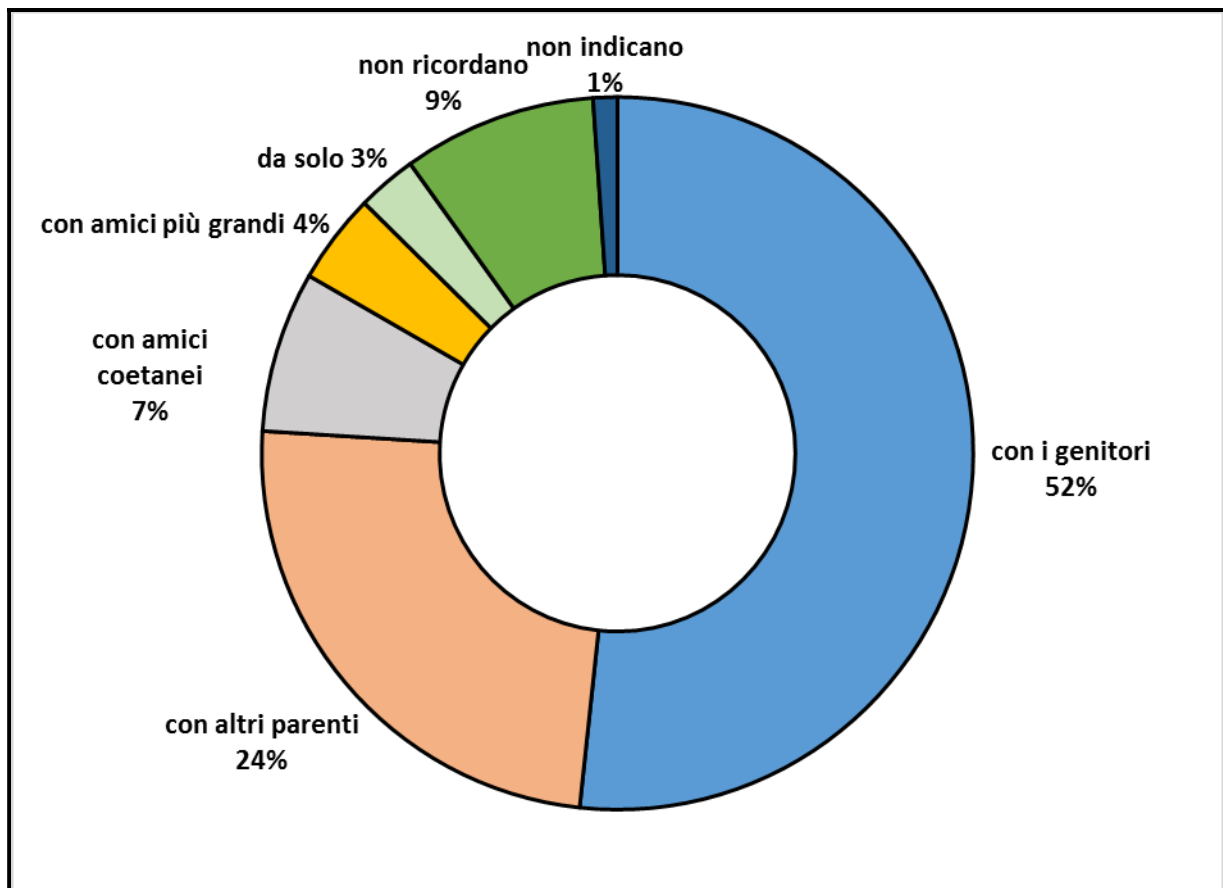
%	Totale 2012	Totale 2015	Sesso	
			Maschi	Femmine
<i>Meno di 6 anni</i>	8,2	8,0	10,3	5,5
<i>Tra i 6 e i 10 anni</i>	29,5	26,4	29,0	23,6
<i>Oltre i 10 anni</i>	41,6	37,8	35,9	40,0
<i>Non ricorda l'età</i>	11,1	10,5	10,6	10,5
<i>Mai assaggiato alcool</i>	9,4	16,6	13,6	19,7
<i>Non indica</i>	0,2	0,6	0,5	0,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

%	Area geografica					Ampiezza comune			
	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Fino 20m	20- 100m	100- 500m	Oltre 500m
<i>Meno di 6 anni</i>	8,3	8,2	7,0	9,6	5,1	8,4	8,4	7,5	6,2
<i>Tra i 6 e i 10 anni</i>	25,8	27,6	30,7	24,7	23,2	25,7	25,1	27,2	30,8
<i>Oltre i 10 anni</i>	37,1	36,3	37,7	37,6	42,3	37,9	38,0	38,4	36,6
<i>Non ricorda l'età</i>	10,9	10,3	10,0	9,7	12,5	10,4	10,2	11,9	10,3
<i>Mai assaggiato alcool</i>	17,3	17,5	14,0	17,7	15,4	17,2	17,5	14,6	14,7
<i>Non indica</i>	0,6	0,0	0,7	0,7	1,5	0,4	0,7	0,3	1,5
Totale	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.2) vede la presenza di adulti, per lo più genitori (51,7%) ma anche altri parenti (24,3%); nel complesso questa dimensione riguarda il 76,0% dei casi ed appare dunque di gran lunga prevalente. Meno diffusa è l'esperienza vissuta in compagnia di

amici, coetanei (7,3%) o più grandi (4,1%), che caratterizza complessivamente l'11,4% del campione. Marginale l'incidenza di chi si avvicina per la prima volta all'alcol in solitudine (2,7%). 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, appare largamente minoritaria. Interessante notare che rispetto a tre anni fa il ruolo del gruppo dei pari sia ulteriormente diminuito (cfr. Tab.3).

FIG.2 Con chi hai bevuto la prima volta alcolici
(N=1798; solo chi ha già provato bevande alcoliche: 83,4%; valori percentuali)



TAB. 3 Con chi hai bevuto la prima volta alcolici
(N=1798; solo chi ha già provato bevande alcoliche: 83,4%; valori percentuali)

%	Totale 2012	Totale 2015	Sesso	
			Maschi	Femmine
<i>Senza la presenza di adulti</i>	19,9	14,1	14,7	13,4
<i>Con la presenza di adulti</i>	73,0	76,0	74,9	77,3
<i>Non ricorda, non indica</i>	7,1	9,9	10,3	9,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

%	Area geografica					Ampiezza comune			
	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Fino 20m	20- 100m	100- 500m	Oltre 500m
<i>Senza la presenza di adulti</i>	11,0	12,0	14,5	17,8	15,2	16,9	12,7	12,4	10,3
<i>Con la presenza di adulti</i>	80,9	79,4	75,6	71,9	70,9	73,7	76,9	77,3	79,4
<i>Non ricorda, non indica</i>	8,1	8,6	9,9	10,3	13,9	9,4	10,4	10,4	10,3
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

La “normalità” dell’evento, che sembra essere sottolineato dalla presenza adulta, trova conferma nella circostanza nella quale i giovani hanno bevuto la loro prima bevanda alcolica. Il 39,8% di chi si è accostato all’alcol lo ha fatto durante un pasto a casa o al ristorante. Vi è comunque un’ampia quota di giovani che associa l’evento ad una ricorrenza o ad un momento speciale (28,7%), una festa (11,6%), una vacanza (2,8%). Come dire che per il 43,1% del campione il debutto alcolico è avvenuto in circostanze particolari, esterne alla quotidianità.

Articolando per genere si può notare come i maschi siano introdotti alle bevande alcoliche durante i pasti più frequentemente delle femmine, le quali si avvicinano all’alcol con maggiore probabilità durante speciali ricorrenze o momenti speciali (cfr. Tab. 4).

TAB. 4 Dove hai bevuto la prima volta alcolici
(N=1798; solo chi ha già provato bevande alcoliche: 83,4%; valori percentuali)

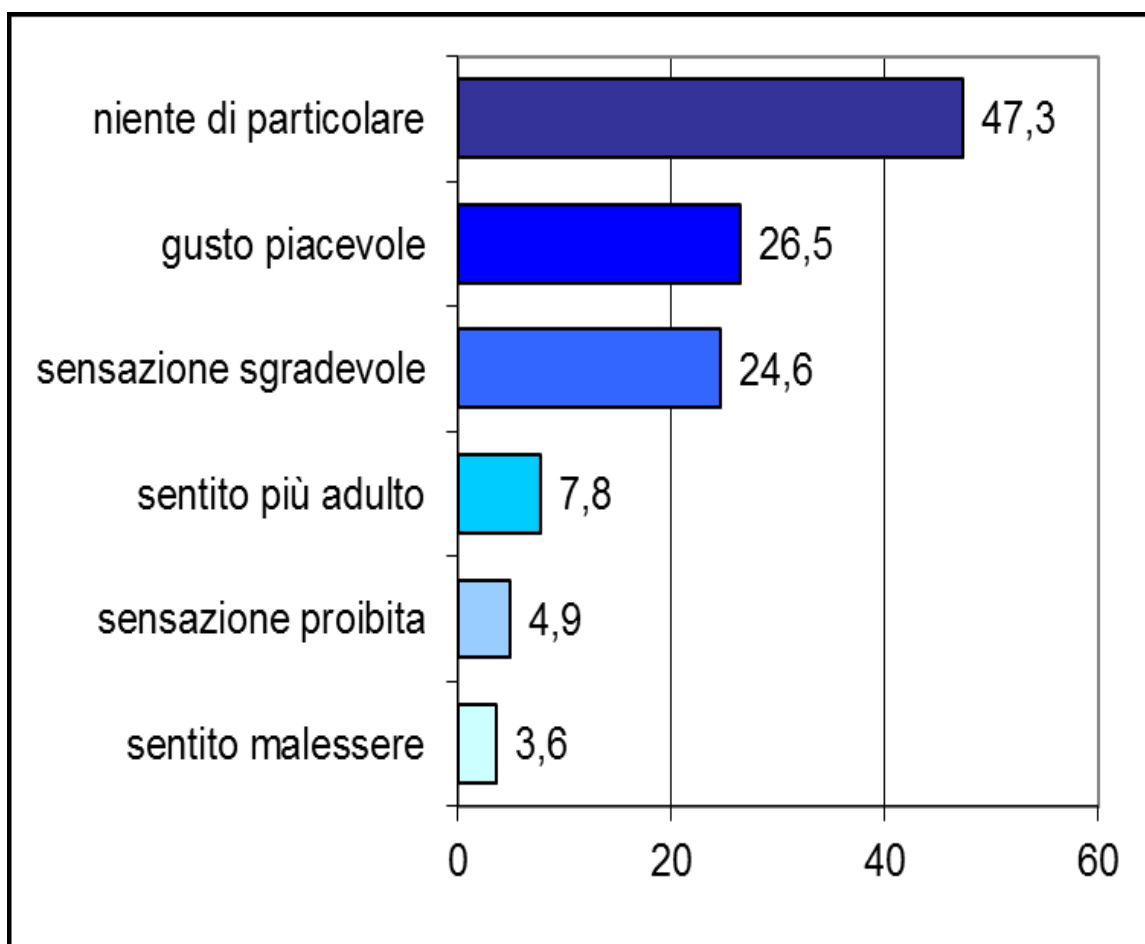
%	Totale 2012	Totale 2015	Sesso	
			Maschi	Femmine
<i>Durante un pasto a casa o al ristorante</i>	39,0	39,8	43,9	35,2
<i>In una occasione speciale</i>	31,6	28,7	25,1	32,9
<i>A una festa</i>	9,3	11,6	11,4	11,9
<i>A casa di amici o a casa con amici</i>	6,9	5,8	5,7	5,9
<i>In vacanza</i>	3,6	2,8	2,3	3,4
<i>In altre situazioni</i>	3,0	1,5	1,9	0,8
<i>Non ricorda, non indica</i>	6,3	9,8	9,7	9,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

%	Area geografica					Ampiezza comune			
	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Fino 20m	20-100m	100-500m	Oltre 500m
<i>Durante un pasto a casa o al ristorante</i>	41,0	42,7	35,6	41,4	36,6	38,0	42,8	38,7	39,9
<i>In una occasione speciale</i>	30,5	29,3	32,2	23,9	29,1	29,8	26,7	29,5	29,2
<i>A una festa</i>	8,0	9,3	11,9	15,9	12,6	11,9	11,1	10,8	12,9
<i>A casa di amici o a casa con amici</i>	6,0	5,2	6,1	4,4	8,7	6,0	6,2	5,2	4,7
<i>In vacanza</i>	4,6	2,3	2,0	2,7	1,7	1,8	2,9	3,6	5,2
<i>In altre situazioni</i>	1,8	0,3	1,8	1,7	1,3	1,7	1,3	2,0	0,4
<i>Non ricorda, non indica</i>	8,2	10,9	10,5	9,9	10,0	10,7	9,1	10,4	7,7
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Accanto agli aspetti contestuali, quali il *dove* e il *con chi* l'evento si è realizzato, la ricerca ha raccolto anche elementi motivazionali, ovvero le percezioni soggettive provate alla prima assunzione di una bevanda alcolica. Da questo punto di vista i risultati appaiono in armonia con quel senso di normalità prima evidenziato: la maggioranza del campione afferma infatti di "*non aver provato nulla di particolare*" assaggiando dell'alcol (47,3%), sentimento che si è ulteriormente diffuso rispetto al 2012. Per quanto riguarda il gusto i pareri positivi (sensazione valutata "*piacevole*": 26,5%) superano, seppur di poco, quelli negativi (sensazione ritenuta "*sgradevole*": 24,6%); tre anni fa era il contrario. Le altre percezioni appaiono minoritarie: sia quelle che collegano l'esperienza ad una tappa simbolica di crescita ("*mi sono sentito più adulto*": 7,8%), sia quelle che richiamano alla trasgressività ("*ho avuto la sensazione*

di fare una cosa proibita”: 4,9%). Assai limitata la quota di chi “si è sentito male” (3,6%) (cfr. fig. 3). Se per i maschi la prevalenza del piacere del gusto è evidente, per le femmine è la sgradevolezza a segnare il ricordo del 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 alle Isole (cfr.Tab. 5).

FIG. 3 Sensazioni provate assaggiando la prima bevanda alcolica (N=1798; solo chi ha già provato bevande alcoliche: 83,4%; massimo 2 risposte; valori percentuali)



TAB. 5 Sensazioni provate assaggiando la prima bevanda alcolica (N=1798; solo chi ha già provato bevande alcoliche: 83,4%; massimo 2 risposte; valori percentuali)

% due risposte max	Totale 2012	Totale 2015	Sesso	
			Maschi	Femmine
<i>Niente di particolare</i>	42,7	47,3	46,7	48,2
<i>Un senso di piacere (il sapore)</i>	25,3	26,5	31,4	21,1
<i>Una sensazione sgradevole</i>	31,1	24,6	20,6	29,3
<i>Mi sono sentito più adulto</i>	12,4	7,8	9,7	5,7
<i>Ho avuto la sensazione di fare una cosa proibita</i>	6,8	4,9	4,6	5,1
<i>Mi sono sentito male</i>	3,0	3,6	3,4	3,8

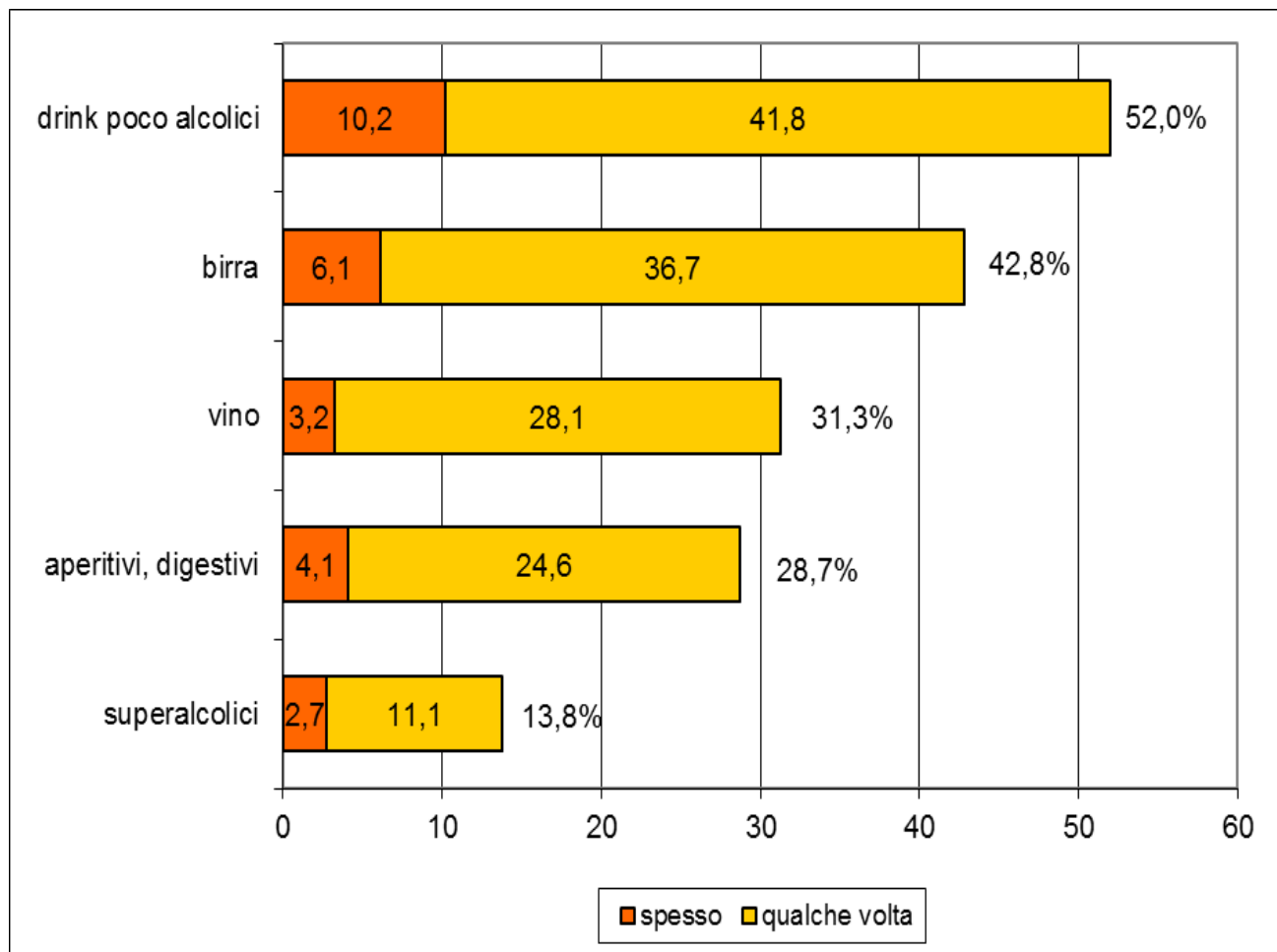
% due risposte max	Area geografica					Ampiezza comune			
	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Fino 20m	20-100m	100-500m	Oltre 500m
<i>Niente di particolare</i>	44,9	46,6	47,3	47,4	53,0	47,7	47,4	45,8	47,6
<i>Un senso di piacere (il sapore)</i>	25,7	23,5	25,2	30,1	25,7	26,1	26,7	23,9	30,5
<i>Una sensazione sgradevole</i>	29,6	28,6	28,2	18,2	17,8	23,9	24,9	28,7	26,6
<i>Mi sono sentito più adulto</i>	8,2	7,1	5,8	9,3	7,8	7,2	9,7	10,8	3,4
<i>Ho avuto la sensazione di fare una cosa proibita</i>	5,9	3,2	5,2	4,2	6,1	8,8	3,6	5,9	3,9
<i>Mi sono sentito male</i>	4,3	2,9	2,9	4,2	2,6	3,4	2,9	3,2	6,0

2. Le abitudini alle bevande alcoliche

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 e in particolare distinguendo per tipo di bevanda. In una ideale classifica di consumo i *drink* a basso contenuto alcolico, indicati dal 52,0% degli studenti, si pongono al primo posto, seguiti ad una certa distanza dalla birra (42,8%). Il vino (31,3%) e gli aperitivi-digestivi-amari (28,7%) vengono consumati da quote inferiori di studenti. I superalcolici mostrano un'incidenza ancora inferiore coinvolgendo poco più di un giovane ogni sette (13,8%). Rispetto a tre anni fa si registra un arretramento consistente di consumo per tutte le bevande. Come può essere osservato dal grafico 4, 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 10,2% che beve frequentemente *soft drink*, il 6,1% birra, il 4,1% una bevanda del gruppo degli aperitivi-digestivi, il 3,2% vino, il 2,7% superalcolici.

Le ragazze bevono molto meno dei loro coetanei maschi (soprattutto birra e vino) e quando lo fanno il loro consumo assume le caratteristiche dell'occasionalità. Nel Sud e nelle Isole la frequenza di consumo appare più accentuata rispetto al Nord, così come nei centri più piccoli rispetto a quelli più grandi (cfr. tab. 6).

FIG. 4 Frequenza consumo bevande alcoliche per tipo
(N=1798; solo chi ha già provato bevande alcoliche: 83,4%; valori percentuali)



**TAB. 6 Frequenza consumo bevande alcoliche per tipo
(N=1798; solo chi ha già provato bevande alcoliche: 83,4%; valori percentuali)**

%	Totale 2012	Totale 2015	Sesso	
			Maschi	Femmine
Soft Drink				
- spesso	17,2	10,2	12,9	7,1
- qualche volta	41,9	41,8	43,0	40,5
- mai	40,0	46,4	42,4	51,1
Birra				
- spesso	9,5	6,1	7,8	4,3
- qualche volta	45,2	36,7	41,0	31,7
- mai	44,8	55,8	46,6	62,9
Vino				
- spesso	4,2	3,2	5,2	0,8
- qualche volta	39,0	28,1	33,8	21,8
- mai	56,0	67,0	59,2	76,0
Aperitivi, digestivi, amari				
- spesso	5,6	4,1	5,9	2,0
- qualche volta	32,9	24,6	26,7	22,4
- mai	60,7	69,9	65,9	74,4
Superalcolici				
- spesso	3,7	2,7	3,7	1,5
- qualche volta	19,7	11,0	13,1	8,5
- mai	75,7	84,9	81,6	88,7

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

% due risposte max	Area geografica					Ampiezza comune			
	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Fino 20m	20- 100m	100- 500m	Oltre 500m
Soft Drink									
- spesso	7,7	5,1	9,6	16,1	10,4	10,9	11,1	8,8	7,3
- qualche volta	44,6	39,5	38,8	40,4	47,0	42,3	41,7	39,8	42,5
- mai	46,7	54,0	51,0	41,2	39,6	45,3	45,4	50,6	48,1
Birra									
- spesso	3,9	1,6	4,3	12,1	7,0	6,7	7,3	4,8	3,0
- qualche volta	35,8	30,2	31,9	42,9	41,3	39,3	38,1	31,1	30,5
- mai	59,5	67,2	63,2	42,7	49,1	52,7	52,8	63,3	64,8
Vino									
- spesso	1,6	1,0	3,8	5,1	4,8	3,0	4,5	2,0	2,1
- qualche volta	26,2	25,7	29,9	32,6	23,5	30,1	27,9	27,9	22,3
- mai	71,1	72,3	65,8	59,8	68,7	65,4	65,5	69,3	73,4
Aperitivi, digestivi, amari									
- spesso	2,7	2,6	4,6	5,5	4,8	3,4	4,9	5,6	2,6
- qualche volta	24,8	17,4	21,7	31,3	24,8	27,9	24,0	21,1	19,3
- mai	71,5	79,1	73,0	60,9	67,8	67,4	69,3	72,5	76,4
Superalcolici									
- spesso	1,6	0,6	3,2	4,2	3,9	3,0	3,4	2,4	0,4
- qualche volta	10,7	9,0	9,6	13,1	12,6	12,1	10,2	11,6	8,6
- mai	87,2	89,4	86,7	80,3	80,9	83,6	84,6	85,3	89,3

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

I luoghi e i momenti in cui si bevono bevande alcoliche mostrano come innanzitutto il consumo si realizza in casa durante i pasti (40,7%) oppure fuori casa ma sempre durante i pasti (26,1%), od anche a casa di amici sempre mangiando (9,6%). Queste abitudini ridimensionano molto il fenomeno perché il consumo alcolico durante l'alimentazione perde la sua valenza trasgressiva. Ricordando che stiamo parlando di minori, questa invece si segnala, ma con incidenze più basse, quando si beve lontano dai pasti con amici fuori casa (22,1%), in casa di amici (7,3%) oppure anche in casa propria (7,2%). Il confronto fra generi mostra una maggiore inclinazione maschile a bere in casa durante i pasti, mentre non si notano differenze se puntiamo l'attenzione sulla dimensione potenzialmente trasgressiva, ovvero quando si beve lontano da pranzi o cene (cfr. Tab. 7). Le figure 5 e 6 offrono una visione sintetica dei luoghi e dei momenti di consumo.

TAB. 7 Luoghi e momenti dove si beve alcol
(N=1798; solo chi ha già provato bevande alcoliche: 83,4%; massimo 2 risposte; valori percentuali)

% due risposte max	Totale 2012	Totale 2015	Sesso	
			Maschi	Femmine
<i>In casa durante i pasti</i>	45,1	40,7	44,4	36,7
<i>In casa fuori pasto</i>	6,8	7,2	7,6	6,7
<i>Fuori casa durante i pasti</i>	31,2	26,1	26,8	25,4
<i>Fuori casa con amici fuori pasto</i>	25,1	22,1	21,6	22,8
<i>A casa di amici durante i pasti</i>	9,4	9,6	8,8	10,4
<i>A casa di amici fuori pasto</i>	7,2	7,3	7,9	6,8

% due risposte max	Area geografica					Ampiezza comune			
	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Fino 20m	20-100m	100-500m	Oltre 500m
<i>In casa durante i pasti</i>	42,6	36,7	38,3	43,1	41,3	40,2	42,5	36,3	42,9
<i>In casa fuori pasto</i>	7,3	10,3	6,1	6,3	6,5	6,8	7,1	7,6	8,6
<i>Fuori casa durante i pasti</i>	26,2	22,5	26,4	28,8	25,2	23,5	27,2	32,3	25,8
<i>Fuori casa con amici fuori pasto</i>	21,4	21,2	22,6	23,0	21,7	24,8	20,7	21,5	17,1
<i>A casa di amici durante i pasti</i>	10,9	7,4	9,3	9,7	10,0	9,3	9,6	8,4	11,6
<i>A casa di amici fuori pasto</i>	8,7	8,0	4,6	7,8	7,0	8,8	6,0	5,6	7,7

FIG. 5 Luogo del consumo di bevande alcoliche
(N=1798; solo chi ha già provato bevande alcoliche: 83,4%; valori percentuali)

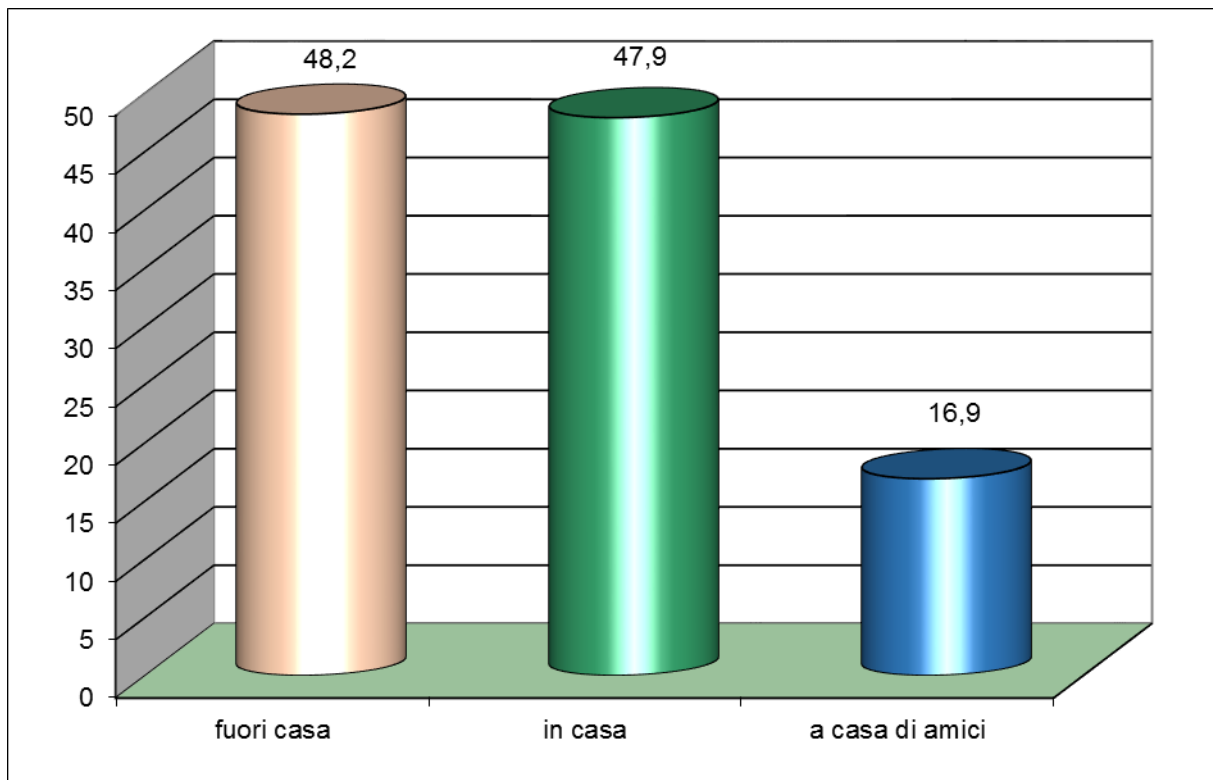
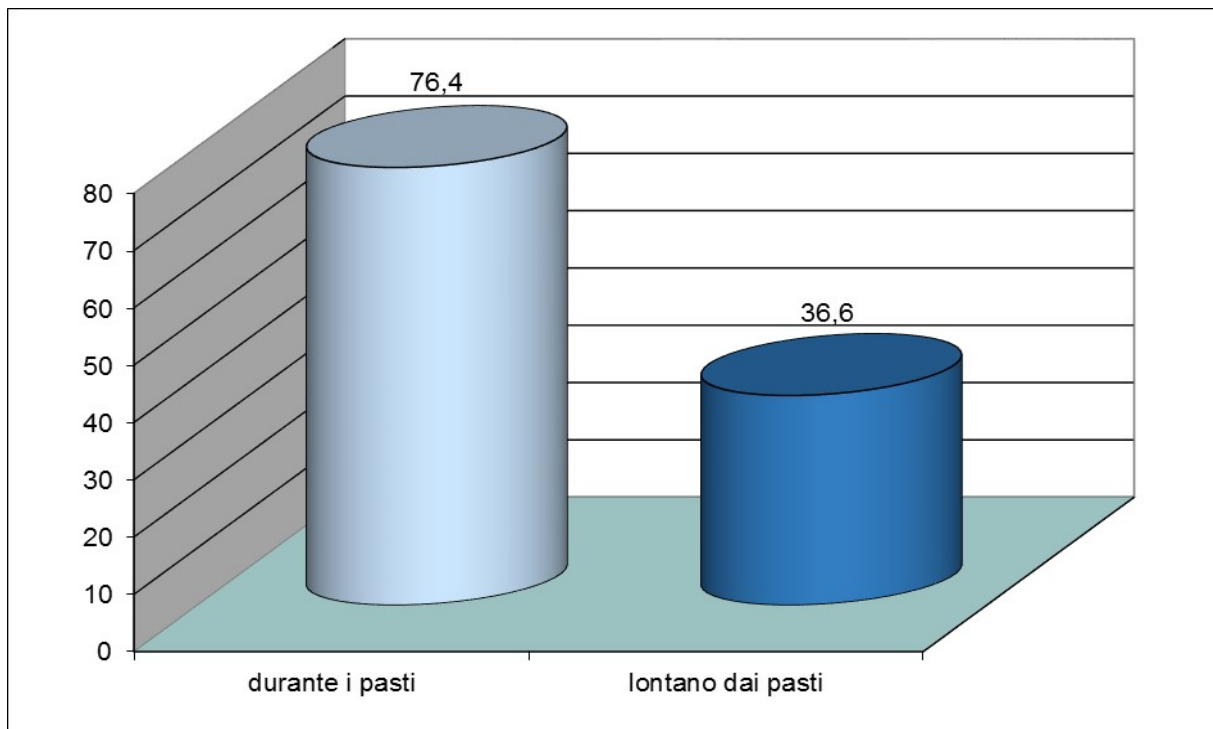


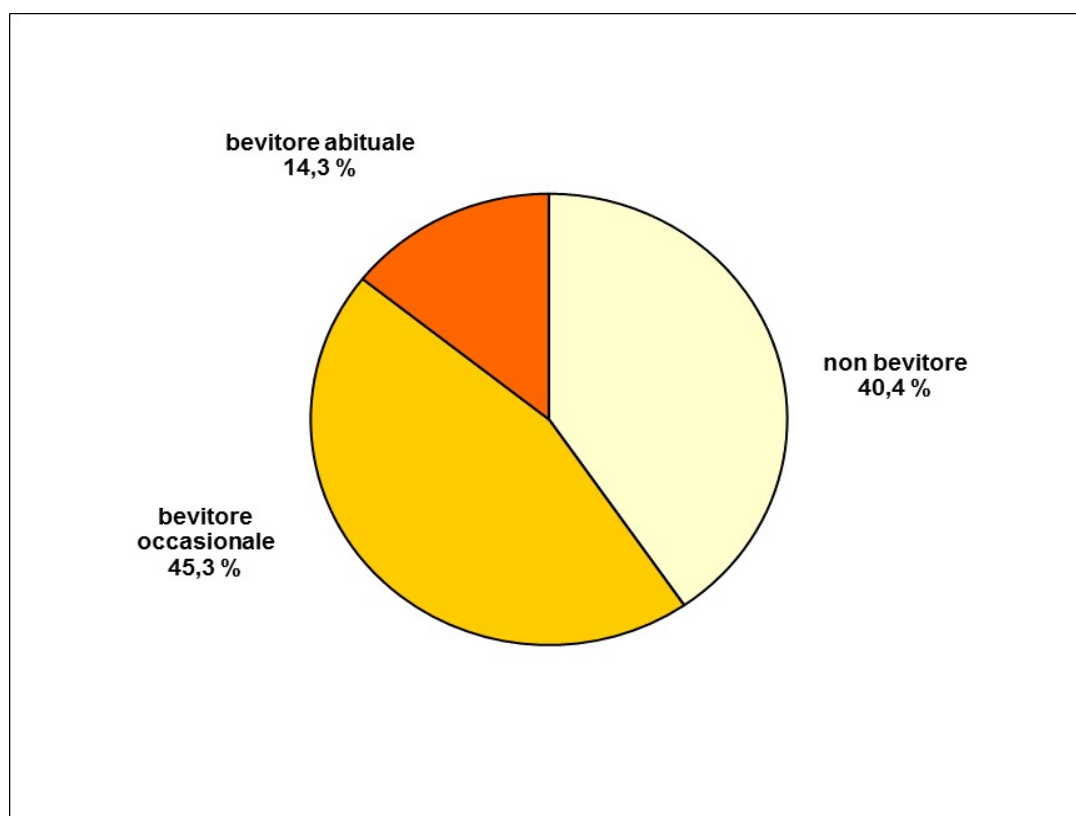
FIG. 6 Momento del consumo di bevande alcoliche
(N=1798; solo chi ha già provato bevande alcoliche: 83,4%; valori percentuali)



3. La tipologia del giovane bevitore

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 (vedi Tab. 2) oppure che, pur avendo avuto un'esperienza passata, al momento dell'intervista dichiaravano di non bere alcuna bevanda alcolica (vedi Tab. 6). Nel complesso i due quinti (40,4%) del campione rientra nella categoria degli astemi. I *bevitori occasionali* sono stati identificati per il fatto che il consumo di uno o più tipi di bevande avvenga solo "qualche volta", questi sono meno della metà (45,3%) dei giovani studenti intervistati. Il 14,3%, invece, è costituito da coloro che bevono "spesso" almeno una bevanda alcolica, e che dunque sono stati classificati come *bevitori abituali* (cfr. Fig. 7).

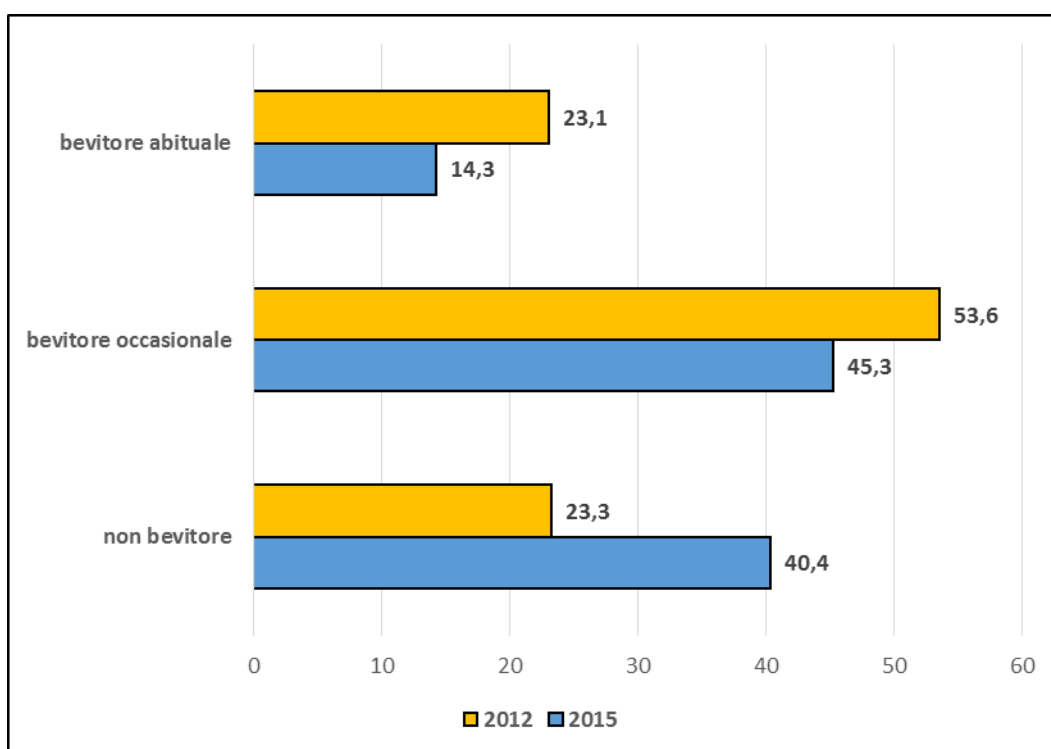
FIG. 7 Tipologia del giovane bevitore
(campione complessivo N=2128*; valori percentuali)



*28 casi sono stati esclusi dalla tipologia poiché mancavano di uno o più dati

La comparazione tra i dati rilevati dalla ricerca e quelli del 2012 mostra notevoli scostamenti nella tipologia: i *non bevitori* aumentano considerevolmente (+17,1 punti percentuali) mentre nel contempo si riducono i *bevitori occasionali* (- 8,3 punti percentuali) e i *bevitori abituali* (- 8,8 punti percentuali). Nel complesso dunque si registra una notevole contrazione nell'esposizione dei giovani 13-14enni al consumo di bevande alcoliche (cfr. Fig. 8).

FIG. 8 Tipologia del giovane bevitore: confronto 2012-2015
(campione complessivo N=2128; valori percentuali)



L'abitudine del bere appare influenzata dal genere. Infatti tra i maschi si concentrano maggiormente coloro che bevono in modo non occasionale e la differenza tra ragazzi e ragazze è più del doppio (19,3% contro 9,0%). Anche l'area geografica incide in modo significativo: ad esempio tra i giovani meridionali il 23,2% è un bevitore abituale mentre i giovani dell'Italia Nord-orientale lo sono assai meno (7,2%) con il

resto dei giovani italiani attestati tra il 10 e il 14%. L'ampiezza del comune ha un'influenza minore ma nelle grandi metropoli il tasso di bevitori abituali è più basso (cfr. Tab. 8).

**TAB. 8 Tipologia del giovane bevitore
(campione complessivo N=2128; valori percentuali)**

%	Totale 2012	Totale 2015	Sesso	
			Maschi	Femmine
Non bevitore	23,3	40,4	33,7	47,4
Bevitore occasionale	53,6	45,3	47,0	43,6
Bevitore abituale	23,1	14,3	19,3	9,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

%	Area geografica					Ampiezza comune			
	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Fino 20m	20- 100m	100- 500m	Oltre 500m
Non bevitore	42,0	48,9	41,9	34,0	36,2	40,1	38,7	44,5	41,0
Bevitore occasionale	47,4	43,9	45,1	42,8	49,1	45,4	45,0	41,1	50,0
Bevitore abituale	10,6	7,2	13,0	23,2	14,7	14,5	16,3	14,4	9,0
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

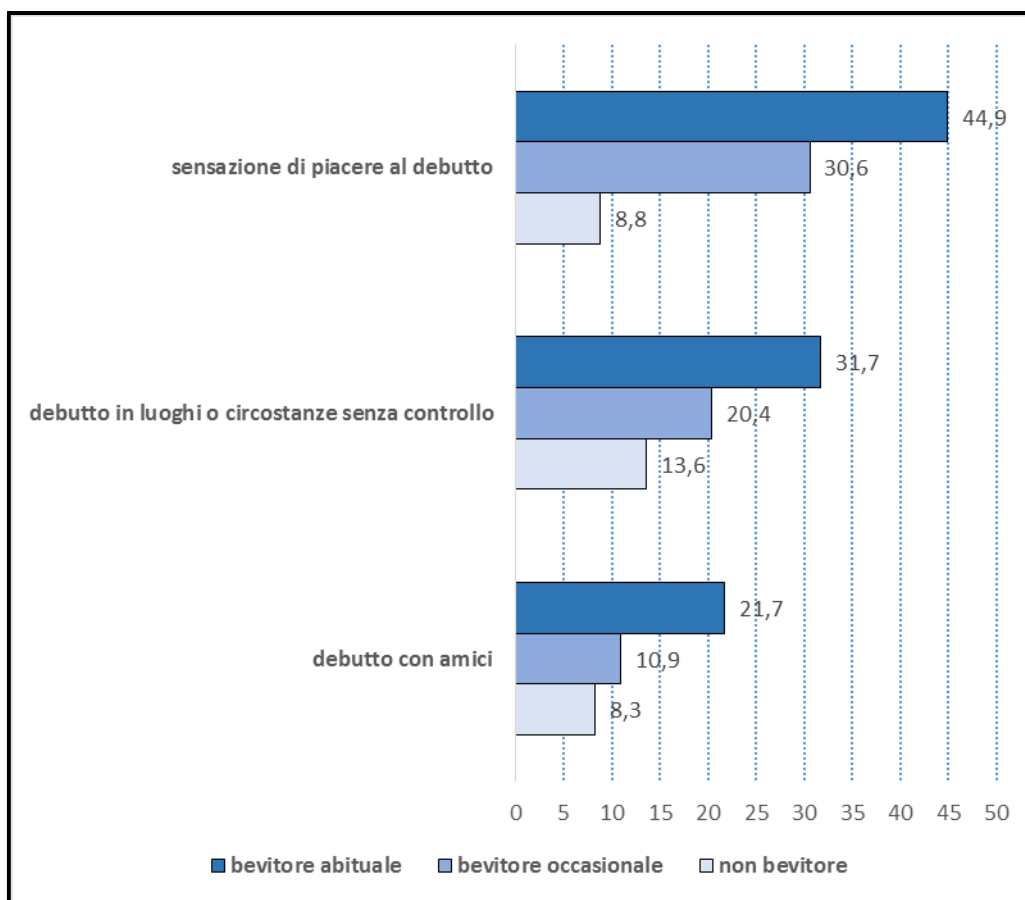
La tipologia sembra anche correlata con il modo con cui si sia verificato il debutto al consumo alcolico. In altre parole "la prima volta" sembra avere la sua importanza. Se infatti osserviamo la tabella 9 che incrocia la tipologia del giovane bevitore con le persone con le quali si è bevuto per la prima volta alcolici notiamo interessanti divergenze. I non bevitori (solo ovviamente quelli che hanno comunque assaggiato almeno una volta una bevanda alcolica) e i bevitori occasionali hanno avuto la loro iniziazione in famiglia rispettivamente per l'82,8% e il 77,8%; invece tra i bevitori abituali questa percentuale scende al 62,9%. Al contrario pochi sono i non bevitori (8,3%) e i bevitori occasionali (10,9%) chi si sono accostati all'alcol la prima volta con gli amici, a differenza di quanto succede tra i bevitori frequenti (21,7%). E' come dire che chi debutta con i genitori ha meno probabilità di bere abitualmente in seguito, mentre chi inizia con i pari ha una discreta probabilità di diventare un consumatore abituale (cfr. Tab. 9). Per concludere il fenomeno del primo bicchiere offerto da mamma o papà avrebbe una funzione (tendenzialmente) protettiva. Anche il luogo o l'occasione della prima assunzione sembra avere un effetto discriminante:

prendendo in considerazione le circostanze potenzialmente più trasgressive o comunque non controllate (“a casa di amici”, “a casa propria con amici”, “durante una festa”, “in vacanza”) tra i non bevitori l’insieme di queste situazioni hanno caratterizzato il 13,6% dei debutti alcolici, tra i bevitori occasionali il 20,4% e tra i bevitori abituali ben il 31,7%. Del resto anche la sensazione provata la prima volta non è ininfluyente sulla condizione successiva dal momento che un senso di piacere viene ricordato solo dall’8,8% dei non bevitori contro il 44,9% dei bevitori abituali e al contrario la sgradevolezza della prima sensazione è affermata dal 39,5% dei non bevitori contro l’11,1% dei bevitori abituali (si veda la figura riassuntiva n.9).

Tab.9 Tipologia del giovane bevitore con chi ha bevuto la prima volta alcolici (solo chi ha già provato bevande alcoliche; valori percentuali)

% Con chi ha bevuto la prima volta	Tipologia del giovane bevitore		
	Non bevitore	Bevitore occasionale	Bevitore abituale
• Con amici coetanei	6,5	7,2	12,8
• Con amici più grandi	1,8	3,7	8,9
Tot senza la presenza di adulti	8,3	10,9	21,7
• Con i genitori	56,7	53,2	41,3
• Con altri parenti	26,1	24,6	21,6
Tot con la presenza di adulti	82,8	77,8	62,9
Non ricorda, altro	8,9	11,3	15,4
Totale	100,0	100,0	100,0

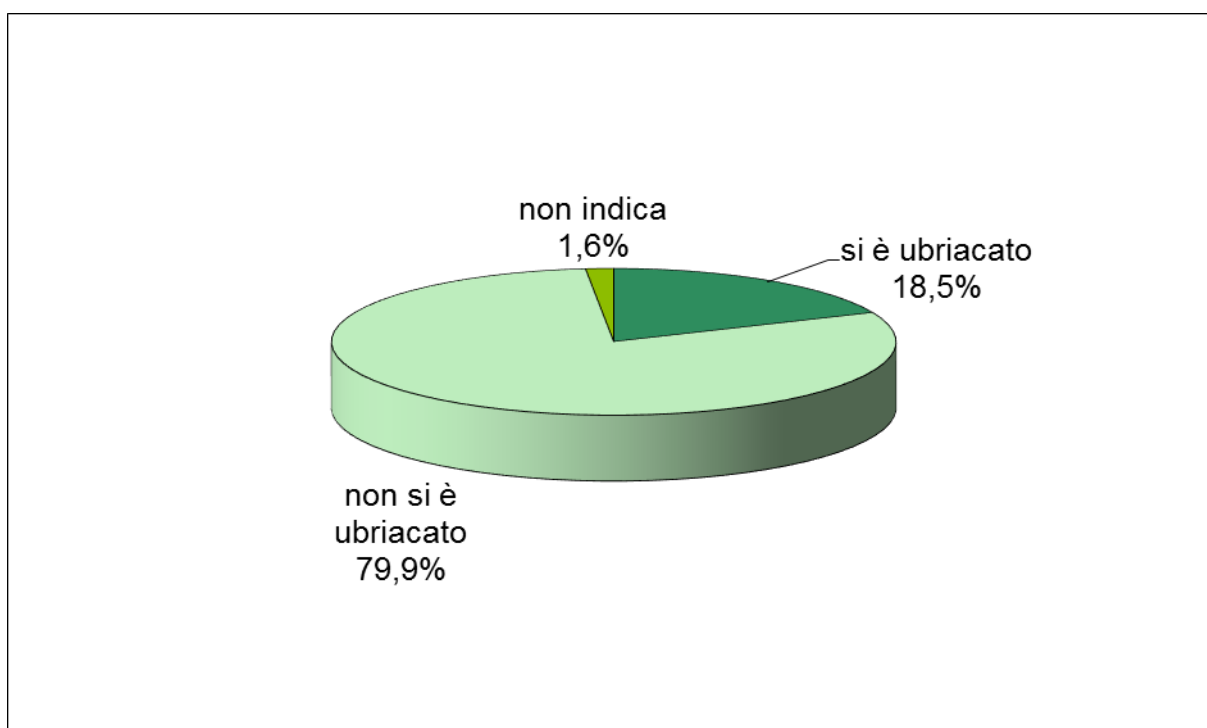
FIG. 9 Tipologia del giovane bevitore con alcune caratteristiche relative alla prima assunzione (solo chi ha già provato bevande alcoliche; valori percentuali)



4. L'abuso di alcool

Il 18,5% dei giovani intervistati si è ubriacato almeno una volta: anche in questo caso il trend riferito al 2012 mostra una flessione, seppur lieve (-1,4%). Nel contempo diminuiscono anche coloro che hanno avuto più di una esperienza che da 6,8% passano al 4,8%. Nonostante ciò l'abuso di alcool continua a far parte del vissuto di una significativa minoranza di giovani già nelle prime fasi dell'adolescenza (cfr. Fig. 10 e Tab. 10). Tra chi si è ubriacato, il 23,5% ha volutamente ricercato tale esperienza mentre per i rimanenti due terzi l'accadimento è capitato per caso, dunque in modo non voluto (cfr. Fig. 11). Le differenze tra maschi e femmine vedono i primi (21,2%) più esposti delle seconde (15,6%), mentre dal punto di vista territoriale i giovani del Sud (23,3%) toccano la punta massima di abuso contro quasi la metà (12,5%) dei giovani del Nord-Est che mostrano l'incidenza più bassa.

FIG. 10 Si sono ubriacati
(campione complessivo; N=2156; valori percentuali)

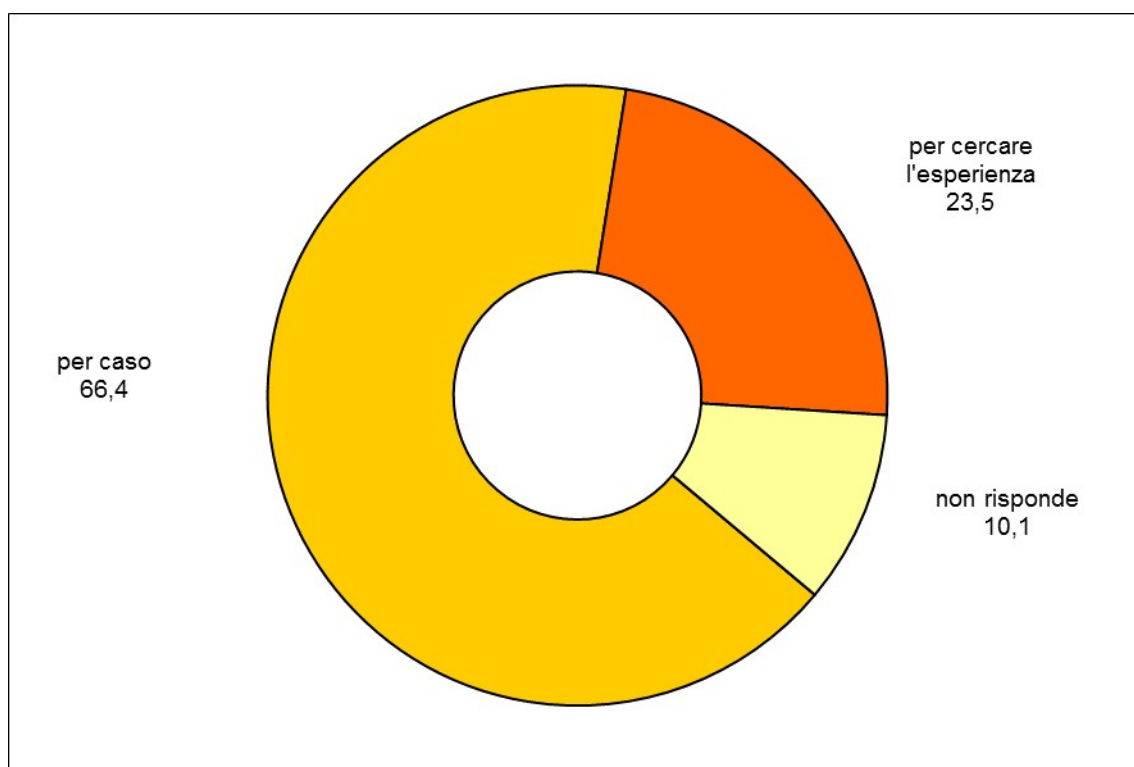


TAB. 10 Si sono ubriacati
(campione complessivo; N=2156; valori percentuali)

% due risposte max	Totale 2012	Totale 2015	Sesso	
			Maschi	Femmine
<i>Sì, una volta</i>	13,1	13,7	15,6	11,6
<i>Sì, più volte</i>	6,8	4,8	5,6	4,0
<i>Non indica</i>	1,4	1,6	1,5	1,7
<i>No mai pur avendo bevuto</i>		63,3	63,7	63,0
	78,6			
<i>No mai non avendo mai bevuto</i>		16,6	13,6	19,7

% due risposte max	Area geografica					Ampiezza comune			
	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Fino 20m	20- 100m	100- 500m	Oltre 500m
<i>Sì, una volta</i>	12,8	8,5	12,7	17,6	15,8	13,4	14,5	14,3	12,1
<i>Sì, più volte</i>	4,5	4,0	4,2	5,7	5,5	5,8	4,6	3,7	3,3
<i>Non indica</i>	1,9	1,3	1,5	1,6	1,8	1,4	1,7	1,7	2,2
<i>No mai pur avendo bevuto</i>	63,5	68,7	67,6	57,4	61,5	62,2	61,7	65,7	67,7
<i>No mai non avendo mai bevuto</i>	17,3	17,5	14,0	17,7	15,4	17,2	17,5	14,6	14,7

FIG. 11 Circostanza nella quale si sono ubriacati
(solo chi si è ubriacato N=434; 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 44,9% dei casi (tuttavia nel 2012 si registrava un 54,8%). Nell'8,0% dei gruppi l'eccesso coinvolge la gran parte dei membri, nel 36,8% solo qualcuno di essi (cfr. Fig. 12). Questi dati segnalano pertanto come la diffusione della contiguità all'eccesso alcolemico non appaia marginale. In questo caso il genere si dimostra scarsamente influente ed anche le distanze territoriali si riducono (cfr. Tab. 11).

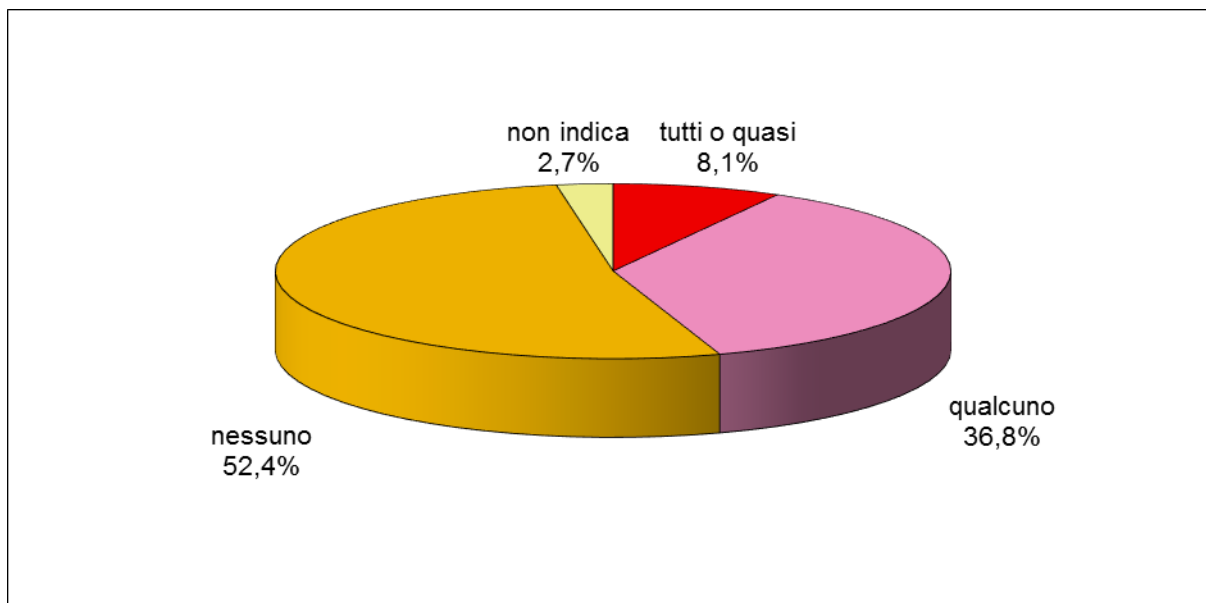
TAB. 11. Amici del gruppo che si sono ubriacati almeno una volta (N=1798; solo chi ha già provato bevande alcoliche: 83,4%; valori percentuali)

%	Totale 2012	Totale 2015	Sesso	
			Maschi	Femmine
<i>Tutti o quasi</i>	8,7	8,0	8,4	7,5
<i>Qualcuno</i>	46,1	36,8	36,5	37,0
<i>Nessuno</i>	44,1	52,4	52,5	52,7
<i>Non indica</i>	1,1	2,8	2,6	2,8
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

%	Area geografica					Ampiezza comune			
	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Fino 20m	20-100m	100-500m	Oltre 500m
<i>Tutti o quasi</i>	7,7	5,5	8,4	9,7	7,4	9,2	7,8	6,4	6,0
<i>Qualcuno</i>	38,0	37,6	35,9	38,1	31,7	38,1	35,6	29,9	42,5
<i>Nessuno</i>	51,9	55,0	52,8	49,5	56,1	50,6	53,4	61,0	47,6
<i>Non indica</i>	2,3	1,9	2,9	2,7	4,8	2,1	3,3	2,8	3,9
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

L'essersi ubriacati o avere amici che l'hanno fatto risultano fenomeni fortemente correlati con la tipologia del giovane bevitore. Se prendiamo l'esperienza personale (cfr. Tab. 12) tra i non bevitori, che hanno comunque sperimentato in passato il consumo alcolico, l'abuso assume valori limitati (8,6%), tra i bevitori occasionali l'incidenza più che si raddoppia arrivando al 19,9%, e diventa sei volte tanto tra i bevitori abituali i quali più della metà hanno ecceduto almeno una volta (53,1%). Se puntiamo l'attenzione sul gruppo dei pari (cfr. Tab. 13), le distanze rimangono elevate: 29,9% di amici che si sono ubriacati per i non bevitori, 46,4% per quelli occasionali e ben il 66,5% per quelli abituali. Per una rappresentazione complessiva dei fenomeni qui illustrati si veda la figura 13.

FIG. 12 Amici del gruppo che si sono ubriacati almeno una volta (N=1798; solo chi ha già provato bevande alcoliche: 83,4%; valori percentuali)



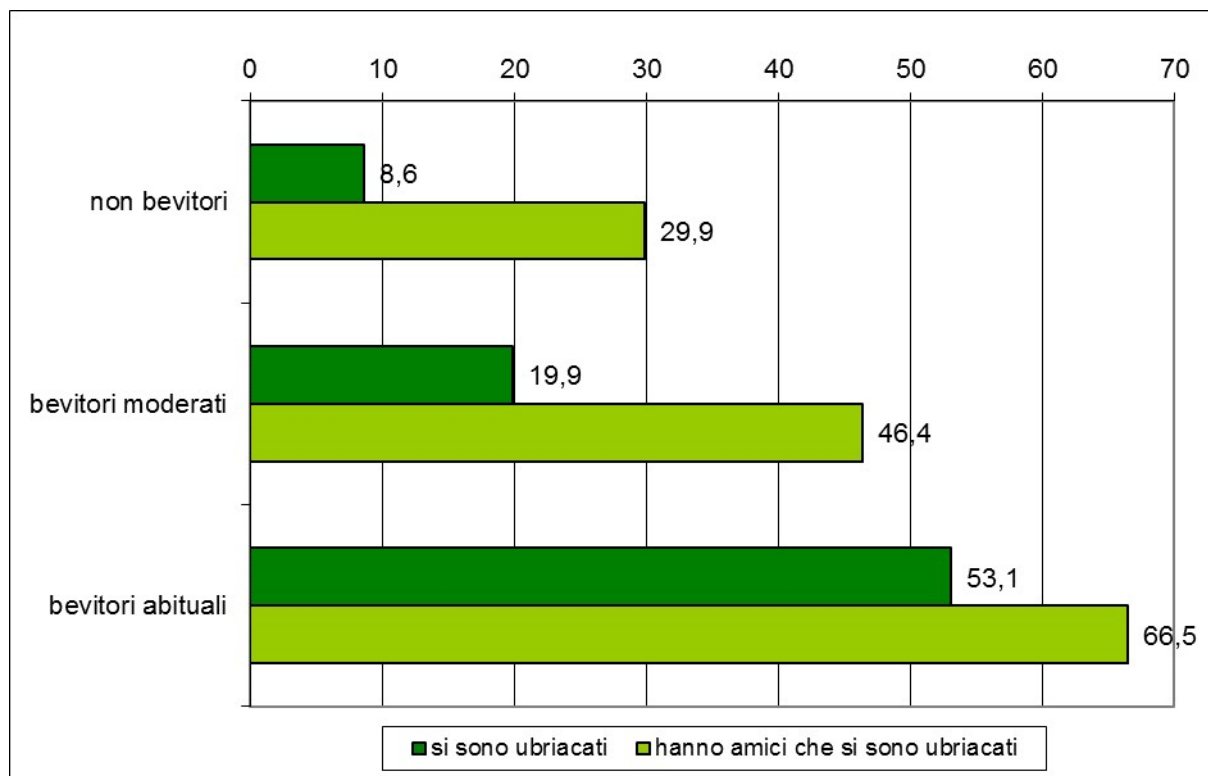
TAB. 12 Si sono ubriacati per tipologia del giovane bevitore (%)

% <i>Si sono ubriacati</i>	<i>Tipologia del giovane bevitore</i>		
	Non bevitore	Bevitore occasionale	Bevitore abituale
<i>Non indica</i>	1,6	0,8	0,7
<i>No, nessuno</i>	89,8	79,3	46,2
<i>Si, qualcuno</i>	8,4	15,1	35,1
<i>Si, quasi tutti</i>	0,2	4,8	18,0
Totale	100,0	100,0	100,0

TAB. 13. Amici del gruppo che si sono ubriacati per tipologia del giovane bevitore (%)

% <i>Amici che si sono ubriacati</i>	<i>Tipologia del giovane bevitore</i>		
	Non bevitore	Bevitore occasionale	Bevitore abituale
<i>Non indica</i>	2,8	1,2	2,0
<i>No, nessuno</i>	67,3	52,4	31,5
<i>Si, qualcuno</i>	27,1	40,9	41,6
<i>Si, quasi tutti</i>	2,8	5,5	24,9
Totale	100,0	100,0	100,0

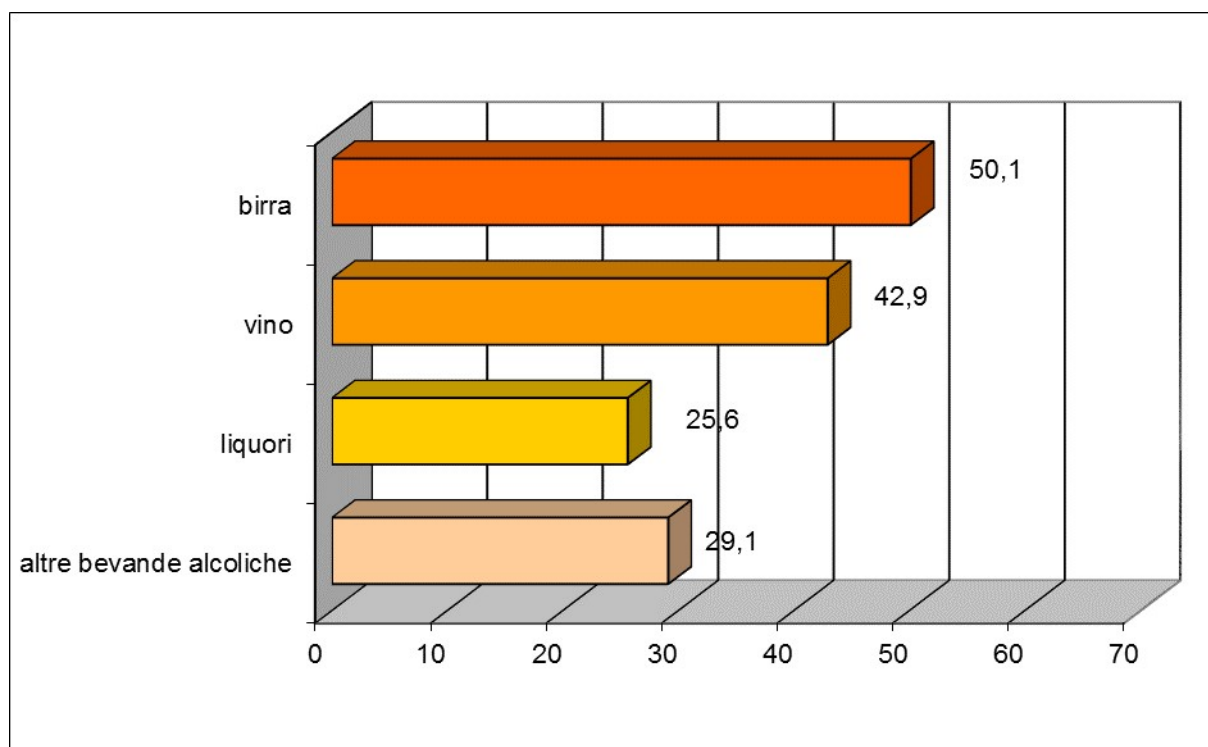
FIG. 13 Si sono ubriacati personalmente o hanno amici del gruppo che si sono ubriacati almeno una volta per tipologia del giovane bevitore (%)



5. La contiguità alle bevande alcoliche

Il poter procurarsi facilmente delle bevande alcoliche è una condizione che ovviamente rimuove alcuni ostacoli oggettivi al bere. La principale fonte di accesso agli alcolici è verosimilmente la casa dei propri genitori o di quelli dei propri amici, ma non possono essere esclusi altri canali quali l'acquisto mediato da un compagno più grande od anche l'acquisto diretto (ancorché proibito trattandosi di minorenni). I risultati della ricerca (cfr. Fig. 14) ci dicono che la possibilità di procacciarsi della birra (50,1%) o del vino (42,9%) è piuttosto consistente, per i superalcolici gli ostacoli sono maggiori ma tuttavia possono essere agevolmente superati da una quota quasi pari ad un giovane ogni quattro (25,6%).

FIG. 14 Possibilità di procurarsi bevande alcoliche
(campione complessivo N=2156; valori percentuali riferiti ai sì)



I maschi mostrano una contiguità leggermente maggiore rispetto alle loro coetanee ma le distanze sulla facilità di procuramento appaiono assai contenute (cfr. Tab. 14). Rimane tuttavia da dimostrare che l'agevole accesso agli alcolici si correli in modo significativo con il bere e con l'eventuale eccesso. Abbiamo pertanto messo in relazione questi fenomeni. Dalla tabella 15 si evince 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 ma anche all'abuso come viene chiaramente evidenziato nella tabella 16.

**Tab. 14 Possibilità di procurarsi bevande alcoliche
(campione complessivo N=2156; valori percentuali riferiti ai sì)**

%	Totale 2012	Totale 2015	Sesso	
			Maschi	Femmine
Birra	54,9	50,1	52,0	48,2
Vino	45,3	42,9	44,2	41,6
Liquori	28,0	25,6	27,7	23,3
Altri alcolici	30,1	29,1	33,2	24,9

%	Area geografica					Ampiezza comune			
	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Fino 20m	20- 100m	100- 500m	Oltre 500m
Birra	48,2	52,0	45,4	54,8	48,5	52,9	52,2	38,8	48,0
Vino	41,8	48,3	42,9	43,1	36,8	45,9	46,3	30,3	37,7
Liquori	23,5	27,9	23,2	28,0	24,6	26,3	29,0	19,7	29,9
Altri alcolici	28,2	31,0	28,7	28,5	29,8	31,7	28,7	23,5	27,1

TAB. 15 Facilità di procurarsi alcolici per tipologia del giovane bevitore (%)

% Facilità di procurarsi alcolici	Tipologia del giovane bevitore		
	Non bevitore	Bevitore occasionale	Bevitore abituale
Birra	34,9	55,6	77,0
Vino	35,5	45,9	54,4
Liquori	17,7	26,0	46,6
Altri alcolici	17,0	31,8	54,8

TAB. 16 Facilità di procurarsi alcolici per essersi o meno ubriacati (%)

% Facilità di procurarsi alcolici	Si sono ubriacati?		
	No mai	Si una volta	Si più di una volta
Birra	49,6	66,4	85,6
Vino	42,8	50,5	63,5
Liquori	23,4	38,0	58,7
Altri alcolici	26,3	45,8	74,0

6. Il ruolo dei genitori: protezione indiretta

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 16,6% ovvero una su sei), la grande maggioranza lo ha fatto raramente e in modo occasionale (52,9%) e vi è anche una quota cospicua di genitori (28,9%) che non ha mai affrontato la questione. Rispetto al 2012 sembrerebbe che il dialogo intergenerazionale sia addirittura in flessione (cfr. Tab. 17). 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 26,6% riferisce che i genitori sostengono che l'alcol non faccia male purché si consumi con moderazione, il 31,1% delle famiglie eserciterebbero una pressione sui figli affinché si convincano che in giovane età non si dovrebbe bere alcol, il 31,6% sosterebbe con i loro figli che non si dovrebbe mai bere alcol perché fa sempre male.

**TAB. 17. Hanno parlato con i genitori di consumo di alcol
(campione complessivo N=2156; valori percentuali)**

%	Totale 2012	Totale 2015	Sesso	
			Maschi	Femmine
<i>Mai</i>	26,2	28,9	30,0	27,7
<i>Raramente, occasionalmente</i>	53,7	52,9	51,1	54,9
<i>Spesso, frequentemente</i>	19,4	16,6	17,1	16,0
<i>Non indica</i>	0,7	1,6	1,7	1,4
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0

%	Area geografica					Ampiezza comune			
	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Fino 20m	20- 100m	100- 500m	Oltre 500m
<i>Mai</i>	30,1	27,9	28,2	28,5	29,8	27,6	27,5	35,0	30,0
<i>Raramente, occasionalmente</i>	53,3	54,1	50,1	53,6	53,3	53,9	56,0	44,6	51,3
<i>Spesso, frequentemente</i>	15,3	17,5	20,2	16,0	13,6	17,0	14,7	18,4	17,6
<i>Non indica</i>	1,3	0,5	1,5	1,9	3,3	1,5	1,8	2,0	1,1
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

**TAB. 18. Cosa dicono i genitori ai figli sul consumo di alcol
(solo coloro che hanno parlato coi genitori N=1533; valori percentuali)**

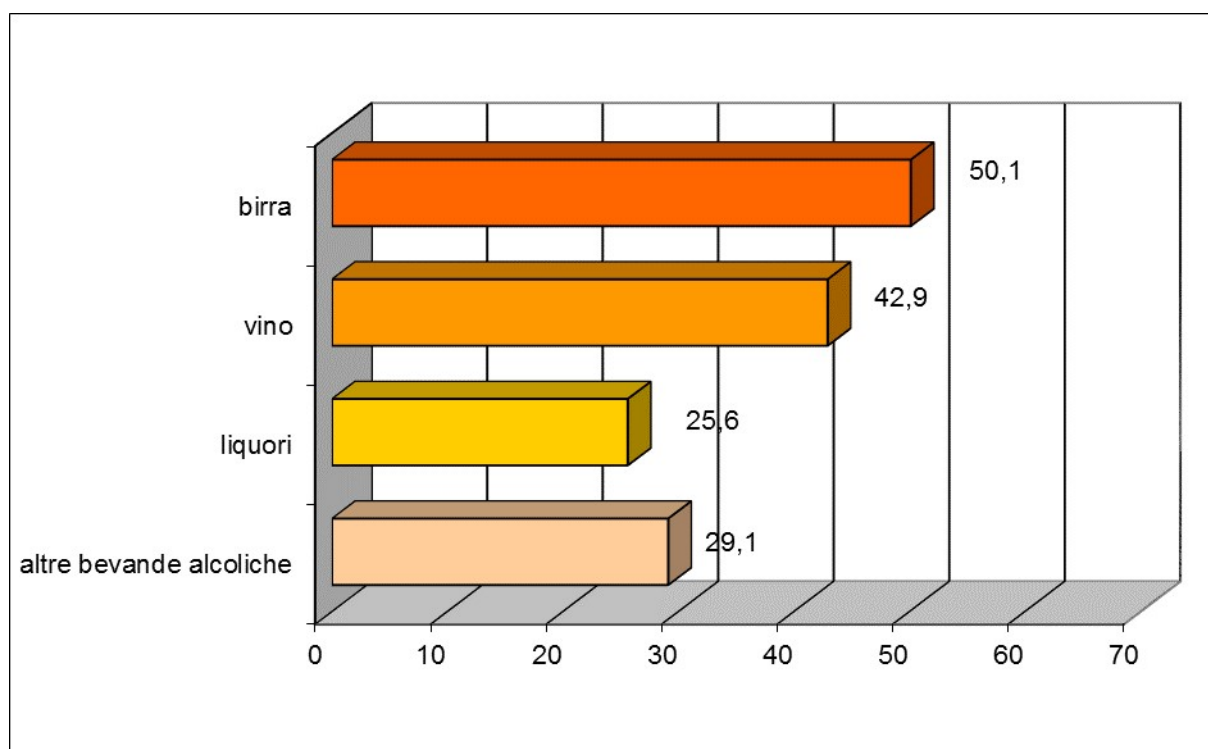
%	Totale 2012	Totale 2015	Sesso	
			Maschi	Femmine
<i>Non si dovrebbe mai bere a prescindere dall'età</i>		31,6	31,0	32,4
<i>Bambini ed adolescenti non dovrebbero mai bere perché fa male</i>	<i>Non rilevato</i>	31,1	31,3	30,8
<i>Non fa male purché si faccia con moderazione</i>		26,6	27,7	25,4
<i>Altro</i>		7,3	6,6	8,0
<i>Non indica</i>		3,4	3,4	3,3
Totale		100,0	100,0	100,0

%	Area geografica					Ampiezza comune			
	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Fino 20m	20-100m	100-500m	Oltre 500m
<i>Non si dovrebbe mai bere a prescindere dall'età</i>	23,5	29,8	28,5	38,2	40,8	33,7	31,6	26,7	29,3
<i>Bambini ed adolescenti non dovrebbero mai bere perché fa male</i>	32,6	27,6	36,5	31,9	23,0	28,8	33,3	30,4	34,0
<i>Non fa male purché si faccia con moderazione</i>	30,7	31,3	25,3	21,9	24,1	27,0	24,8	25,7	30,9
<i>Altro</i>	10,9	9,6	6,6	4,4	4,7	7,6	6,8	11,5	3,1
<i>Non indica</i>	2,4	1,8	3,1	3,6	7,3	2,8	3,5	5,8	2,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

I genitori sembrano parlare più frequentemente di consumo di bevande alcoliche con i figli che bevono abitualmente (cfr. Tab. 19) oppure che hanno avuto esperienze di eccesso tanto di essersi ubriacati una o più volte (cfr. Tab. 20). 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 non sembrerebbe molto significativo. Tuttavia abbiamo visto che

la presenza dei genitori nel debutto alcolico dei figli assume una valenza protettiva che si proietta nel tempo svolgendo pertanto una importante funzione indiretta sulle abitudini dei figli.

FIG. 14 Possibilità di procurarsi bevande alcoliche
(campione complessivo N=2156; valori percentuali riferiti ai sì)



TAB. 19 Hanno parlato con i genitori di consumo di alcol per tipologia del giovane bevitore (%)

% Hanno parlato con i genitori	Tipologia del giovane bevitore		
	Non bevitore	Bevitore occasionale	Bevitore abituale
Mai	35,9	25,0	23,0
Raramente	47,6	58,0	53,1
Spesso	15,0	16,0	23,3
Non indica	1,5	1,0	0,7
Totale	100,0	100,0	100,0

TAB. 20 Hanno parlato con i genitori di consumo di alcol per essersi o meno ubriacati (%)

% Hanno parlato con i genitori	Si sono ubriacati?		
	No mai	Si una volta	Si più di una volta
Mai	29,4	18,3	13,5
Raramente	54,4	59,3	61,5
Spesso	15,2	21,7	24,0
Non indica	1,0	0,7	1,0
Totale	100,0	100,0	100,0

7. Opinioni, stereotipi ed immagini legate all'alcol

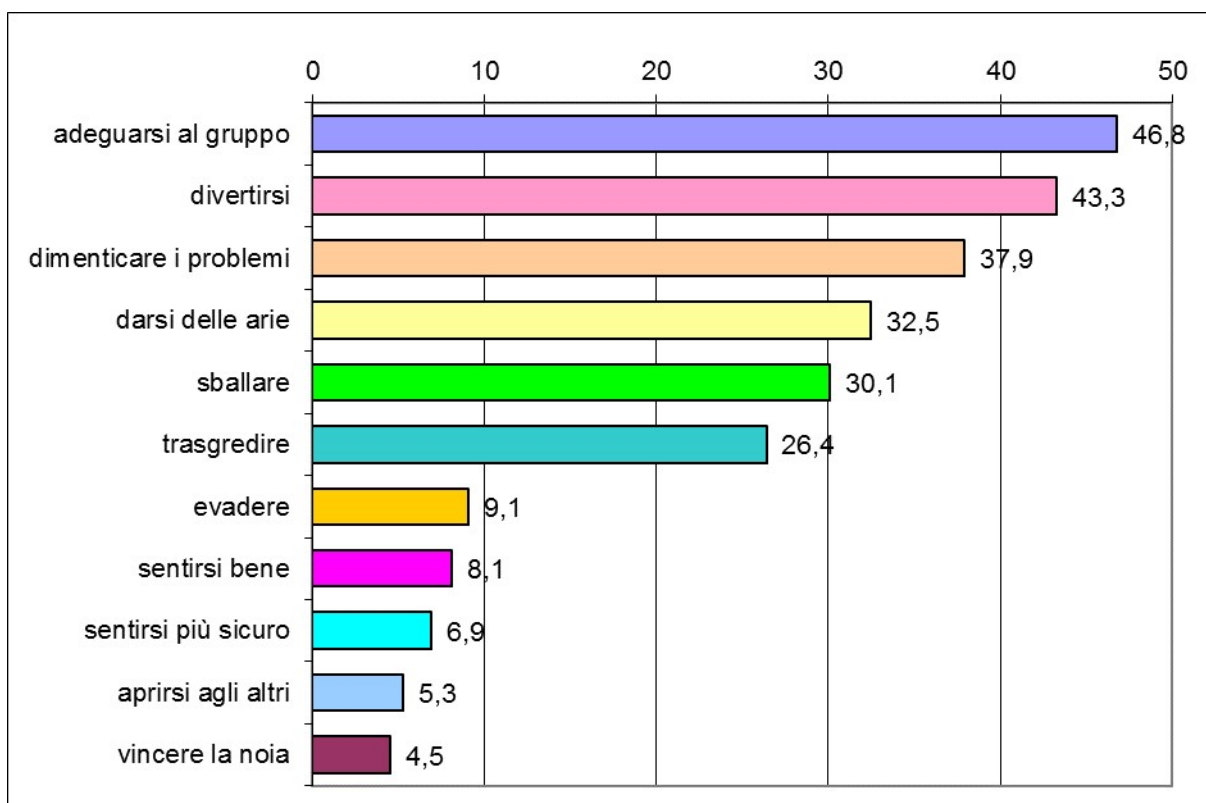
I comportamenti individuali sono influenzati da opinioni, atteggiamenti, informazioni, valori, in altre parole dal contesto motivazionale nel quale un giovane si trova inserito. Quali sono dunque le cause che spingono un adolescente a bere sostanze alcoliche? Lo abbiamo chiesto direttamente ai nostri intervistati ottenendo una graduatoria assai differenziata di motivazioni (cfr. Fig. 15).

Le due ragioni che emergono su tutte riguardano la dimensione espressiva: da una parte si beve per *“adeguarsi al gruppo”* dei pari (46,8%), dall'altra per *“divertirsi”* (43,3%). Poco più distante emerge però la dimensione esistenziale e l'alcol viene indicato quale strumento di *coping*, ovvero come strategia per fronteggiare le avversità: il 37,9% 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: il *“darsi delle arie”* (32,5%) come manifestazione di ricercato prestigio nel gruppo, lo *“sballo”* (30,1%) e la *“trasgressione”* (26,4%). 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. Li potremmo pertanto considerare come fattori residuali: *“evadere”* (9,1%), *“sentirsi bene”* (8,1%), *“sentirsi più sicuri”* (6,9%), *“aprirsi agli altri”* (5,3%), *“vincere la noia”* (4,5%).

FIG. 15 I principali motivi che spingono un adolescente a bere alcolici (campione complessivo N=2156; 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. 21).

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. 22).

TAB. 21. I principali motivi che spingono un adolescente a bere alcolici (campione complessivo N=2156; valori percentuali fino a tre risposte)

%	Totale 2012	Totale 2015	Sesso	
			Maschi	Femmine
<i>Adeguarsi al gruppo</i>	45,1	46,8	40,6	53,2
<i>Divertirsi</i>	49,5	43,3	43,9	42,7
<i>Dimenticare i problemi</i>	38,4	37,9	31,0	45,1
<i>Darsi delle arie</i>	38,5	32,5	31,5	33,6
<i>Sballare</i>	36,4	30,0	33,9	26,0
<i>Trasgredire</i>	26,4	26,4	25,9	26,9
<i>Evadere</i>	11,2	9,0	9,9	8,1
<i>Sentirsi bene</i>	8,0	8,0	8,6	7,1
<i>Sentirsi più sicuro</i>	7,8	6,9	6,3	7,6
<i>Aprirsi agli altri</i>	5,6	5,3	5,6	5,1
<i>Vincere la noia</i>	6,9	4,5	5,4	3,4

%	Area geografica					Ampiezza comune			
	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole	Fino 20m	20- 100m	100- 500m	Oltre 500m
<i>Adeguarsi al gruppo</i>	49,2	53,1	48,6	43,1	38,2	46,7	43,1	51,7	50,6
<i>Divertirsi</i>	42,8	44,6	43,1	41,2	47,1	41,6	46,4	40,1	44,7
<i>Dimenticare i problemi</i>	38,0	44,0	35,4	35,1	38,2	39,3	34,9	38,8	39,2
<i>Darsi delle arie</i>	31,6	33,4	34,2	35,5	30,5	35,0	32,5	27,2	30,0
<i>Sballare</i>	32,4	29,4	27,2	28,4	33,8	29,8	31,0	25,9	33,0
<i>Trasgredire</i>	28,3	28,4	27,7	24,9	21,0	23,2	28,6	28,2	29,3
<i>Evadere</i>	8,9	6,1	9,0	10,4	10,3	9,3	8,8	6,1	11,4
<i>Sentirsi bene</i>	6,7	9,0	4,7	8,7	8,5	7,6	8,1	8,2	8,8
<i>Sentirsi più sicuro</i>	7,5	7,7	6,2	8,0	3,3	6,8	6,4	10,5	4,4
<i>Aprirsi agli altri</i>	3,6	4,5	4,5	6,8	8,1	4,8	4,9	7,5	5,9
<i>Vincere la noia</i>	4,5	3,5	5,5	4,9	3,3	4,8	3,9	6,1	2,9

TAB. 22. I principali motivi che spingono un adolescente a bere alcolici per tipologia del giovane bevitore (campione complessivo N=2128; valori percentuali fino a tre risposte)

% Motivi che spingono a bere alcolici	Tipologia del giovane bevitore		
	Non bevitore	Bevitore occasionale	Bevitore abituale
Adeguarsi al gruppo	56,6	44,8	27,5
Divertirsi	37,6	47,9	46,6
Dimenticare i problemi	36,8	39,5	37,4
Darsi delle arie	38,4	31,2	21,3
Sballare	24,8	30,9	42,6
Trasgredire	27,6	25,8	24,3
Evadere	8,9	7,9	11,8
Sentirsi bene	4,8	10,4	10,2
Sentirsi più sicuro	7,3	6,9	6,2
Aprirsi agli altri	5,1	6,0	3,6
Vincere la noia	3,4	4,6	7,5

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. 23).

L'affermazione in assoluto più condivisa è che *l'alcool rende violenti* (78,0%) 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* (71,2%) e *le bevande alcoliche in piccole quantità non danneggiano la salute* (64,1%); 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. Segue l'accordo per una affermazione 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* (61,6%).

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* (57,1%), e: *è più facile diventare schiavi della droga che dell'alcool* (56,8%); oppure fanno riferimento a convincimenti assai diffusi – *la birra è meno dannosa degli altri alcolici* (56,4%) e *le bevande alcoliche allungate fanno meno male* (55,9%) – ma poco veritiere se non commisurate con la quantità di bevanda assunta. Infine un'altra affermazione – *bere uno o due bicchieri di vino o birra al pasto è una cosa normale* (51,1%) – segnala un accordo sulle quantità moderate con le quali si può consumare una bevanda alcolica.

Il ridimensionamento dei pericoli dell'abuso è sotto la metà dei consensi – *ubriacarsi ogni tanto non è grave, purché non diventi un'abitudine* (45,9%) – e contrasta con convinzioni orientate ad una maggiore prudenza: *quando si bevono bevande alcoliche si è più indifesi, si valutano meno i rischi* (46,7%). Ancor più minoritarie si situano alcuni giudizi assai soggettivi quali *mi piace il sapore delle bevande alcoliche* (37,7%) oppure *dopo aver bevuto un po' ci si sente meglio* (22,1%) o ancora *bere alcolici fa aumentare il coraggio* (18,0%). Altre dimensioni 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 assimilano le sostanze psicotrope all'interno di un contesto dove l'interscambio delle assunzioni viene facilitato: *bere alcolici favorisce il consumo di droghe* (36,4%). Le affermazioni che ottengono minor condivisione fanno riferimento, pur con valenze diverse, al gruppo dei pari e alle relazioni che all'interno si sviluppano: *se sei con amici che bevono devi bere anche tu* (9,1%); *bere alcolici è una dimostrazione di essere "in gamba"* (8,5%); *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 (cfr. Tab. 23).

TAB. 23 Accordo con alcune affermazioni per sesso
(campione complessivo N=2156; valori percentuali di accordo)

% accordo	Totale 2012	Totale 2015	sesso	
			Maschi	Femmine
<i>L'alcool rende violenti</i>	80,4	78,0	75,6	80,7
<i>Bere alcolici è sempre dannoso per la salute</i>	66,5	71,2	67,7	74,8
<i>Le bevande alcoliche in piccole quantità non danneggiano la salute</i>	65,1	64,1	64,4	63,9
<i>E' pericoloso guidare dopo avere bevuto anche un solo bicchiere di birra o vino</i>	62,5	61,6	60,2	63,2
<i>L'alcol è meno dannoso della droga</i>	58,9	57,1	60,8	53,4
<i>E' più facile diventare schiavi della droga che dell'alcool</i>	54,5	56,8	56,8	57,0
<i>La birra è meno dannosa degli altri alcolici</i>	62,5	56,4	57,7	55,3
<i>Le bevande alcoliche allungate con acqua fanno meno male</i>	54,2	55,9	56,6	55,3
<i>Bere uno o due bicchieri di vino o birra al pasto è una cosa normale</i>	59,7	51,1	54,2	47,9
<i>Quando si bevono bevande alcoliche si è più indifesi, si valutano meno i rischi</i>	46,9	46,7	48,1	45,1
<i>Ubriacarsi ogni tanto non è grave, purché non diventi un'abitudine</i>	55,3	45,9	43,2	48,9
<i>Mi piace il sapore delle bevande alcoliche</i>	41,1	37,7	43,0	32,2
<i>Una ragazza ubriaca dà più fastidio di un ragazzo ubriaco</i>	35,7	37,1	38,6	35,5
<i>Bere alcolici favorisce il consumo di droghe</i>	34,2	36,4	33,6	39,3
<i>Dopo aver bevuto un po' ci si sente meglio</i>	33,0	22,1	24,0	20,0
<i>Bere alcolici fa aumentare il coraggio</i>	23,6	18,0	20,3	15,6
<i>Se una persona sopporta bene l'alcool, significa che l'alcool non gli/le fa male</i>	10,9	10,5	11,7	9,3
<i>Se sei con amici che bevono devi bere anche tu</i>	9,4	9,1	11,6	6,4
<i>Bere alcolici è una dimostrazione di essere "in gamba"</i>	10,4	8,5	10,5	6,5

Il panorama delle opinioni si presenta omogeneo con poche eccezioni anche per quanto riguarda l'articolazione per area geografica e per ampiezza del comune (cfr. Tab 24 e 25).

TAB. 24. Accordo con alcune affermazioni per area geografica (campione complessivo N=2156; valori percentuali di accordo)

% accordo	Area geografica				
	Nord ovest	Nord est	Centro	Sud	Isole
<i>L'alcool rende violenti</i>	77,8	81,2	76,8	76,7	78,7
<i>Bere alcolici è sempre dannoso per la salute</i>	72,5	71,6	71,3	70,4	69,1
<i>Le bevande alcoliche in piccole quantità non danneggiano la salute</i>	66,1	65,0	68,6	59,0	63,6
<i>E' pericoloso guidare dopo avere bevuto anche un solo bicchiere di birra o vino</i>	63,1	62,1	63,1	63,1	52,9
<i>L'alcol è meno dannoso della droga</i>	59,3	56,2	56,4	59,8	49,6
<i>E' più facile diventare schiavi della droga che dell'alcool</i>	56,1	54,9	58,6	58,3	52,9
<i>La birra è meno dannosa degli altri alcolici</i>	57,6	53,6	51,9	59,5	58,5
<i>Le bevande alcoliche allungate con acqua fanno meno male</i>	53,5	56,8	62,8	55,1	51,1
<i>Bere uno o due bicchieri di vino o birra al pasto è una cosa normale</i>	53,7	44,6	47,9	55,1	51,5
<i>Quando si bevono bevande alcoliche si è più indifesi, si valutano meno i rischi</i>	50,5	53,8	46,6	41,7	40,1
<i>Ubriacarsi ogni tanto non è grave, purché non diventi un'abitudine</i>	47,5	46,2	42,4	45,7	48,2
<i>Mi piace il sapore delle bevande alcoliche</i>	36,9	36,6	34,7	40,2	39,7
<i>Una ragazza ubriaca dà più fastidio di un ragazzo ubriaco</i>	33,9	35,8	33,4	40,7	42,6
<i>Bere alcolici favorisce il consumo di droghe</i>	33,7	37,1	37,2	36,9	38,6
<i>Dopo aver bevuto un po' ci si sente meglio</i>	24,9	23,1	22,4	20,3	18,4
<i>Bere alcolici fa aumentare il coraggio</i>	16,4	22,3	16,2	17,6	18,8
<i>Se una persona sopporta bene l'alcool, significa che l'alcool non gli/le fa male</i>	7,3	6,9	8,5	15,1	15,1
<i>Se sei con amici che bevono devi bere anche tu</i>	7,9	4,2	8,5	12,0	12,9
<i>Bere alcolici è una dimostrazione di essere "in gamba"</i>	7,0	6,4	7,7	10,1	10,7

**TAB. 25. Accordo con alcune affermazioni per ampiezza comune
(campione complessivo N=2156; valori percentuali di accordo)**

% accordo	Ampiezza comune			
	Fino 20m	20-100m	100-500m	Oltre 500m
<i>L'alcool rende violenti</i>	78,3	78,3	77,6	76,9
<i>Bere alcolici è sempre dannoso per la salute</i>	73,2	70,2	73,8	63,7
<i>Le bevande alcoliche in piccole quantità non danneggiano la salute</i>	62,1	64,5	64,3	70,0
<i>E' pericoloso guidare dopo avere bevuto anche un solo bicchiere di birra o vino</i>	61,7	61,8	62,2	60,4
<i>L'alcol è meno dannoso della droga</i>	54,9	58,2	59,5	59,3
<i>E' più facile diventare schiavi della droga che dell'alcool</i>	54,9	58,2	58,8	57,5
<i>La birra è meno dannosa degli altri alcolici</i>	56,4	57,3	55,1	56,0
<i>Le bevande alcoliche allungate con acqua fanno meno male</i>	53,3	59,0	62,6	50,2
<i>Bere uno o due bicchieri di vino o birra al pasto è una cosa normale</i>	51,8	49,4	49,7	54,6
<i>Quando si bevono bevande alcoliche si è più indifesi, si valutano meno i rischi</i>	46,1	44,9	52,4	46,9
<i>Ubriacarsi ogni tanto non è grave, purché non diventi un'abitudine</i>	48,4	42,4	44,2	48,0
<i>Mi piace il sapore delle bevande alcoliche</i>	39,3	38,5	35,4	32,6
<i>Una ragazza ubriaca dà più fastidio di un ragazzo ubriaco</i>	39,8	36,5	32,3	34,1
<i>Bere alcolici favorisce il consumo di droghe</i>	36,6	36,4	39,5	32,6
<i>Dopo aver bevuto un po' ci si sente meglio</i>	21,6	22,3	23,5	21,6
<i>Bere alcolici fa aumentare il coraggio</i>	18,0	17,7	19,4	17,2
<i>Se una persona sopporta bene l'alcool, significa che l'alcool non gli/le fa male</i>	9,3	12,7	9,2	10,6
<i>Se sei con amici che bevono devi bere anche tu</i>	9,4	9,9	7,1	8,1
<i>Bere alcolici è una dimostrazione di essere "in gamba"</i>	8,9	8,5	9,5	6,2

Nella tabella 26 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. 26. Accordo con alcune affermazioni (per tipologia del giovane bevitore)
(campione complessivo N=2128; valori percentuali di accordo)**

% accordo	Tipologia del giovane bevitore		
	Non bevitore	Bevitore occasionale	Bevitore abituale
<i>L'alcool rende violenti</i>	84,3	75,3	72,1
<i>Bere alcolici è sempre dannoso per la salute</i>	76,4	69,3	65,2
<i>Le bevande alcoliche in piccole quantità non danneggiano la salute</i>	56,3	70,9	67,9
<i>E' pericoloso guidare dopo avere bevuto anche un solo bicchiere di birra o vino</i>	66,2	58,7	60,0
<i>L'alcol è meno dannoso della droga</i>	51,8	60,5	63,6
<i>E' più facile diventare schiavi della droga che dell'alcool</i>	53,0	58,2	65,9
<i>La birra è meno dannosa degli altri alcolici</i>	48,7	61,0	65,6
<i>Le bevande alcoliche allungate con acqua fanno meno male</i>	50,8	59,0	63,3
<i>Bere uno o due bicchieri di vino o birra al pasto è una cosa normale</i>	42,3	55,4	65,6
<i>Quando si bevono bevande alcoliche si è più indifesi, si valutano meno i rischi</i>	47,0	46,3	48,2
<i>Ubriacarsi ogni tanto non è grave, purché non diventi un'abitudine</i>	38,0	48,2	63,0
<i>Mi piace il sapore delle bevande alcoliche</i>	10,8	50,9	72,8
<i>Una ragazza ubriaca dà più fastidio di un ragazzo ubriaco</i>	33,8	38,2	43,9
<i>Bere alcolici favorisce il consumo di droghe</i>	42,3	33,1	30,8
<i>Dopo aver bevuto un po' ci si sente meglio</i>	13,9	24,4	39,7
<i>Bere alcolici fa aumentare il coraggio</i>	12,9	18,4	31,1
<i>Se una persona sopporta bene l'alcool, significa che l'alcool non gli/le fa male</i>	6,3	11,0	21,3
<i>Se sei con amici che bevono devi bere anche tu</i>	2,7	9,1	26,9
<i>Bere alcolici è una dimostrazione di essere "in gamba"</i>	5,5	8,7	16,1

8. Primo approfondimento: un modello di regressione logistica sull'essersi ubriacato o meno

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 26. Nel modello sono state inserite le tre variabili strutturali (sesso, area geografica e ampiezza comune), la partecipazione di altre persone nella prima esperienza di consumo alcolico (con i genitori o con altri), la presenza o meno di amici che si sono ubriacati, la frequenza (spesso, qualche volta, mai) con cui si beve vino, birra, aperitivi, superalcolici o soft drink, la facilità di procurarsi vino, birra, superalcolici o altri alcolici. La variabile dipendente era l'essersi ubriacato almeno una volta anziché no. Le variabili strutturali, e questo in un qualche modo ci sorprende, non sono significative e, accanto a loro, anche altri tra i fattori considerati sembrano non esercitare un'influenza rilevante e indipendente sull'esperienza dell'eccesso: in particolare scarsa relazione ha qualunque frequenza con cui si beve vino e l'aver bevuto *qualche volta* birra, aperitivi e anche superalcolici; così come non significativa è la facilità di procacciarsi vino, birra o liquori. Tutti gli altri fattori considerati appaiono avere una influenza importante (ed indipendente) sull'ubriacatura. Ad esempio, 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). Il bere *spesso* qualsiasi tipo di bevanda alcolica esercita una influenza significativa sulla possibilità che l'evento accada e questo non ci sorprende, come anche appare scontato che chi non beva mai un alcolico, di qualsiasi tipo sia, ha ben poche probabilità di ubriacarsi. Interessante sono i *soft drink* che se bevuti *spesso* si comportano come tutti gli altri alcolici ma se bevuti *qualche volta*, a differenza di birra, aperitivi e liquori, incidono sulla probabilità di non ubriacarsi. Infine la contiguità con bevande alcoliche, o meglio la facilità di

procacciarsi vino, birra, liquori – a parità di tutte le altre condizioni – non esercitano, come detto, alcun effetto incentivante

**TAB. 26. Modello di regressione logistica sull'essersi ubriacato o meno
(0 = mai ubriacato, 1 = una o più volte ubriacato; N = 1697)**

	Coeff. β	E.S.	Wald χ^2 (d.f.)	Sig.	Exp(B) (odds ratio)	1/Exp(B)
Pseudo-R ² : Cox e Snell = 0.234, Nagelkerke = 0.354						
Sig. ***p<0,01; **: p<0,05;						
Sesso (rif. Femmine)						
Maschi	0,000					1,000
Area geografica (rif. Isole)			4,683 (4)	0,321		
Nord Ovest	-0,140	0,237	0,349 (1)	0,555	0,869	1,151
Nord.Est	-0,470	0,271	3,003 (1)	0,083	0,625	1,600
Centro	-0,339	0,252	1,803 (1)	0,179	0,713	1,403
Sud	-0,088	0,229	0,146 (1)	0,702	0,916	1,092
Ampiezza comuni (rif. Oltre 500mila abitanti)			1,649 (3)	0,648		
0-20.000	-0,009	0,233	0,001 (1)	0,970	0,991	1,009
20.000-100.000	0,123	0,242	0,258 (1)	0,612	1,131	0,884
100.000-500.000	0,240	0,280	0,737 (1)	0,391	1,271	0,787
Con chi prima esperienza di bevanda alcolica (rif. Con genitori)						
Con altri	0,718	0,141	25,965 (1)	0,000***	2,051	0,488
Presenza amici del gruppo che si sono ubriacati (rif. quasi tutti)			57,927 (2)	0,000***		
Nessuno	-1,756	0,251	49,110 (1)	0,000***	0,173	5,780
Qualcuno	-0,944	0,239	15,534 (1)	0,000***	0,389	2,571
Frequenza con cui si beve vino (rif. Spesso)			2,306 (2)	0,316		
Mai	-0,113	0,379	0,089 (1)	0,765	0,893	1,120
Qualche volta	0,131	0,372	0,124 (1)	0,725	1,140	0,877
Frequenza con cui si beve birra (rif. Spesso)			21,364 (2)	0,000***		
Mai	-1,090	0,301	13,085 (1)	0,000***	0,336	2,976
Qualche volta	-0,406	0,276	2,174 (1)	0,140	0,666	1,502
Frequenza con cui si beve aperitivi (rif. Spesso)			12,325 (2)	0,002***		
Mai	-0,974	0,329	8,734 (2)	0,003	0,378	2,646
Qualche volta	-0,572	0,331	2,985 (1)	0,084	0,565	1,770
Frequenza con cui si beve superalcolici (rif. Spesso)			25,780 (2)	0,000***		
Mai	-0,827	0,423	3,833 (1)	0,050**	0,437	2,288
Qualche volta	0,140	0,438	0,103 (1)	0,749	1,151	0,869
Frequenza con cui si beve soft drink (rif. Spesso)			9,834 (2)	0,007***		
Mai	-0,525	0,228	5,327 (1)	0,021**	0,591	1,692
Qualche volta	-0,660	0,210	9,834 (1)	0,002***	0,517	1,934
Possibilità di procurarsi birra (rif. Si)						
No	-0,038	0,180	0,044 (1)	0,834	0,963	1,038
Possibilità di procurarsi vino (rif. Si)						
No	-0,001	0,173	0,000 (1)	0,996	0,999	1,001
Possibilità di procurarsi liquori (rif. Si)						
No	0,039	0,183	0,045 (1)	0,831	1,040	0,962
Possibilità di procurarsi altri alcolici (rif. Si)						
No	-0,404	0,169	5,694 (1)	0,017**	0,668	1,497
Costante	2,671	0,638	17,529 (1)	0,000***	14,448	

9. Secondo approfondimento: una analisi fattoriale delle componenti principali sulle immagini legate all'alcol

Nel paragrafo 7 di questo rapporto sono stati descritti i risultati relativamente all'accordo (o al disaccordo) del campione intervistato in merito ad una lista di affermazioni collegabili ad opinioni e atteggiamenti dei giovani adolescenti sul consumo alcolico. Si era avuto modo di sottolineare 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 il metodo di rotazione *varimax*. La varianza totale spiegata è pari al 40,7%. I risultati dei punteggi fattoriali sono presentati nella tabella 28.

- Il primo fattore individua un orientamento positivo legato al consumo alcolico: esso avrebbe funzioni di socialità all'interno del gruppo dei pari, appare connesso a valori di prestigio quali l'essere in gamba ed il coraggio, esprime piacevolezza e benessere, si collega ad una normalità che include come del tutto accettabile anche qualche eccesso.
- Il secondo fattore appare correlato con elementi giustificatori 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 (la birra è meno nociva alla salute).
- Il terzo fattore segnala invece una posizione oltremodo critica verso l'alcol che non ammette eccezioni: dannoso alla salute, causa di incidenti e comportamenti irrazionali in virtù dei suoi effetti psicotropi, veicolo facilitante per entrare in contatto con altre sostanze altrettanto, se non più, pericolose quali la droga.

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
(campione complessivo N=2128)**

	<i>Tipologia del giovane bevitore</i>		
	1° FATTORE	2° FATTORE	3° FATTORE
<i>Se sei con amici che bevono devi bere anche tu</i>	,753	,151	,143
<i>Dopo aver bevuto un po' ci si sente meglio</i>	,687	,188	-,013
<i>Bere alcolici è una dimostrazione di essere "in gamba"</i>	,676	,130	,284
<i>Bere alcolici fa aumentare il coraggio</i>	,671	,087	,199
<i>Se una persona sopporta bene l'alcool, significa che l'alcool non gli/le fa male</i>	,652	,212	,180
<i>Mi piace il sapore delle bevande alcoliche</i>	,579	,291	-,157
<i>Ubriacarsi ogni tanto non è grave, purché non diventi un'abitudine</i>	,452	,259	,080
<i>Bere uno o due bicchieri di vino o birra al pasto è una cosa normale</i>	,407	,310	-,060
<i>Una ragazza ubriaca dà più fastidio di un ragazzo ubriaco</i>	,400	,118	,280
<i>Quando si bevono bevande alcoliche si è più indifesi, si valutano meno i rischi</i>	,308	,183	,160
<i>L'alcol è meno dannoso della droga</i>	,141	,683	,050
<i>La birra è meno dannosa degli altri alcolici</i>	,161	,601	,086
<i>Le bevande alcoliche in piccole quantità non danneggiano la salute</i>	,203	,586	-,021
<i>E' più facile diventare schiavi della droga che dell'alcool</i>	,170	,460	,261
<i>Le bevande alcoliche allungate con acqua fanno meno male</i>	,220	,460	,156
<i>Bere alcolici è sempre dannoso per la salute</i>	,011	,113	,697
<i>L'alcool rende violenti</i>	,008	,221	,680
<i>E' pericoloso guidare dopo avere bevuto anche un solo bicchiere di birra o vino</i>	,142	,016	,610
<i>Bere alcolici favorisce il consumo di droghe</i>	,276	-,027	,572

Metodo estrazione: analisi componenti principali
Metodo rotazione: Varimax con normalizzazione di Kaiser
Varianza totale spiegata: 40,7%

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

