

Gli Alcopops

articolo divulgativo pubblicato sul numero 103 (inverno 2004) della rivista dei farmacisti ticinesi VIVERE A TEMPO PIENO - per gentile concessione dell'editore

Sono bevande alcoliche concepite appositamente per i giovani. Cioè una vergogna !

Negli scorsi mesi abbiamo parlato molto di canapa. Lo imponeva l'attualità, con il dibattito politico a Berna sulla proposta del Consiglio Federale di abolire la punibilità penale per chi consuma hashish e marijuana e, in Ticino, con quella sacrosanta operazione di ripristino della legalità nota con il nome "Indoor". L'attenzione da parte di tutti nei confronti di questa droga è diventata alta e questo è un bene, perché la canapa continua ad essere consumata indipendentemente dalle operazioni di polizia, dai processi che si stanno celebrando e dalla ... scarsa volontà del Parlamento di affrontare davvero il problema. Ma la preoccupazione principale per chi si occupa di giovani e di prevenzione delle dipendenze non è costituita dalla canapa, bensì da una sostanza molto più radicata nella nostra cultura e facilmente accessibile: l'alcol.

In Svizzera il 40% dei ragazzi di 15/16 anni e il 26% delle ragazze consuma qualcosa di alcolico almeno una volta ogni settimana. Circa 60mila (!) allievi di scuola media affermano di essersi già ubriacati almeno due volte. Addirittura, in prima media 3 ragazzi su 100 hanno già preso la sbronza due volte. Questi dati molto crudi e significativi provengono da una vasta inchiesta realizzata nel corso del 2002 dall'Istituto svizzero di prevenzione dell'alcolismo e altre tossicomanie. La stessa inchiesta ha pure messo in evidenza come si stia rapidamente diffondendo fra i giovani un nuovo tipo di bevanda alcolica: gli "alcopops". L'industria ha scoperto che i ragazzi e soprattutto le ragazze consumano molto di più se la bevanda alcolica ha un sapore dolce, se ha un colore invitante e se la presenza e il gusto dell'alcol sono mascherati. Ha quindi concepito appositamente per loro queste miscele di superalcolici (come la vodka o il gin) con limonate o altre bibite dal sapore dolce e gradevole, vendute in lattine o in bottiglie. Ed è stato subito un successo: nel 2002 ne sono state vendute nel nostro Paese qualcosa come 39 milioni di confezioni. Si calcola che circa 10 milioni di bottiglie siano state consumate da giovani di età inferiore ai 18 anni. Gli alcopops sono di gran lunga la bevanda alcolica preferita dalle ragazze; i ragazzi invece preferiscono ancora la birra, ma di poco. L'importante aumento del consumo di questi prodotti, in particolare fra gli adolescenti, è preoccupante e va anche messo in relazione con l'aumento delle sbronze fra i giovani. Il loro tenore alcolico è solitamente del 5-6%, ma il sapore dolce di queste bevande dissimula la presenza di alcol, con il rischio di berne una quantità eccessiva in un breve lasso di tempo. E soprattutto, con queste bevande è stata rimossa quella barriera che teneva lontani i giovanissimi dall'alcol, ovvero il fatto che le bevande alcoliche non fossero buone di gusto.

Mentre i rappresentanti dell'industria dell'alcol continuano - ipocritamente - ad affermare che le loro nuove bevande alcoliche premiscelate sono destinate solo ad un pubblico adulto, come alternativa al vino e alla birra, tutti gli specialisti sono concordi nell'affermare che la concezione di queste bevande indica chiaramente che esse mirano ai giovani. I fabbricanti non fanno solo una pubblicità classica agli alcopops, bensì sviluppano concetti di marketing specifici. Qualificato come "fun", "fresh" e "cool", presentato in confezioni appariscenti e con nomi alla moda, il prodotto si adatta alle tendenze e trova rapidamente la sua collocazione sul mercato giovanile. E' in occasione di feste, serate e manifestazioni frequentate dai giovani che sono presenti sistematicamente le più recenti bevande "in", che spesso saranno disponibili in negozio solo in un secondo tempo. Gli adulti vengono a sapere dell'esistenza di queste bevande molto tempo dopo i giovani. Non si può non sottolineare la vergognosa contraddizione con lo spirito della nostra legislazione, che si prefigge di proteggere la gioventù dall'alcol con limitazioni alla pubblicità e mediante il divieto di vendita degli alcopops ai minori di 18 anni.

Giovan Maria Zanini
farmacista cantonale aggiunto