

Carla Collicelli – Fondazione Censis

STILI DI CONSUMO TRA RISCHIO E PIACERE

PERUGIA, 28 GENNAIO 2011

Il Rapporto Censis 2010

- **Assuefazione e resistenza** rispetto alla crisi economico-finanziaria
- **Sregolazione pulsionale**
- **Egoismo autoreferenziale e narcisistico**
- Una **società piatta** è in balia della **proliferazione dell'offerta**
- Mancano “**il desiderio e la legge**” per riprendere un ciclo di sviluppo e di armonia (desublimazione degli archetipi)
- La **verticalizzazione maschilista del potere** continua ad imperversare
- Molti hanno perso **la fiducia** nel lavoro, nella politica, nelle istituzioni
- Sembra esservi dinamismo economico solo nei **pagamenti obbligati** e nella **cementificazione del territorio**
- Dal punto di vista sociale tengono solo le **reti del welfare familiare** e della **criminalità organizzata**

◎ **Giuseppe De Rita** (3 dicembre 2010)

- ◎ “Non riusciamo più a individuare un dispositivo di fondo (centrale o periferico, morale o giuridico) che disciplini comportamenti, atteggiamenti, valori. Si afferma così una diffusa e inquietante sregolazione pulsionale, con comportamenti individuali all'impronta di un egoismo autoreferenziale e narcisistico: negli episodi di violenza familiare, nel bullismo gratuito, nel gusto apatico di compiere delitti comuni, nella tendenza a facili godimenti sessuali, nella ricerca di un eccesso di stimolazione esterna che supplisca al vuoto interiore del soggetto, nel ricambio febbrile degli oggetti da acquisire e godere, nella ricerca demenziale di esperienze che sfidano la morte”.

◎ **Massimo Gramellini** (4 dicembre 2010)

- ◎ “Sulle macerie morali del turboconsumismo, la cui crescita dopata ha ucciso i desideri, l'inconscio dei nipoti sembra paralizzato da un eccesso apparente di libertà e dall'assenza di punti di riferimento”.

◎ **Massimo Recalcati** (7 dicembre 2010)

- ◎ “La terza stagione, quella ipermoderna, realizza il godimento illimitato come unica possibile forma di legge”

La società densa

- ◎ Lo stallo della mobilità
- ◎ Gli egoismi e le rabbie (rendita e furbizia)
- ◎ Le paure e le emotività
- ◎ Il disagio da mix di cause
- ◎ Il rischio come pericolo (la società del rischio)
- ◎ Lo spaesamento (l'altrove e il qui)
 - l'altrove - la delocalizzazione produttiva
 - l'Europa e l'Euro
 - il qui - gli immigrati
 - l'individualismo

Disagio, malessere, povertà

*La povertà è stata
ed è*

- **materiale**
- **relazionale**
- **immateriale**
- **istituzionale**
- **multidimensionale**
-

Lavoro e stress

In Europa diminuiscono le ore lavorate...

- ⦿ Riduzione dell'orario lavorativo: dal 19% al 14% chi lavora più di 48 ore settimanali
- ⦿ Gli uomini lavorano più ore: solo il 10% lavora meno di 35 ore settimanali, contro il 36% delle donne
- ⦿ **...ma aumentano i ritmi e lo stress**
- ⦿ Solo il 21% non lavora mai in fretta
- ⦿ Ed il 19% non lavora sotto pressione

Una società onnivora e della sperimentazione continuata

- ⊙ Espansione e differenziazione dei consumi
- ⊙ Consumi di lusso e *low cost*
- ⊙ Frammentazione sociale e individui isolati
- ⊙ Trasgressione non più solo come ritualità di trapasso

Stili di vita salutari e consumi rischiosi

- Cresce l'attenzione per gli stili di vita salutari
- Cresce la consapevolezza e l'informazione sui rischi di scorretta alimentazione ed assunzione di sostanze
- Si diffondono nel contempo vari comportamenti a rischio (droghe, velocità, ecc.)

Un panorama articolato

- ⊙ Comportamenti e stili di vita contraddittori
- ⊙ Differenze territoriali (nord, centro, sud; città, piccoli centri)
- ⊙ Differenze generazionali e di genere
- ⊙ Globalizzazione e influenze extra-territoriali
- ⊙ Mobilità, migrazioni

Crisi, sobrietà e temperanza dei consumi

Italiani che reputano irrinunciabili alcuni beni e servizi (1)

	Val. % (2)	V.a. (in migliaia)
Spese sanitarie private per dentista, visite mediche specialistiche, ecc.	85,8	40.273
Le attività extrascolastiche dei figli (attività sportive, inglese, ecc.)	74,7	2.688
Utilizzo della moto	59,8	3.342
L'uso del cellulare	58,7	26.800
Almeno una vacanza all'anno (minimo di una settimana)	53,7	21.165
Utilizzo dell'automobile	50,0	17.840
Gli alimenti che di solito compongono la propria dieta	47,9	23.223
Spese per attività sportive e per <i>fitness</i>	47,8	10.142
Parrucchiere, estetista	41,0	17.785
Spese legate ad hobby personali di qualsiasi tipo	35,9	9.309
Un week end ogni tanto fuori	34,6	11.465
Pranzare/cenare al ristorante, almeno una volta al mese	33,6	11.955
Acquisto di almeno alcuni capi di abbigliamento (abiti, scarpe, borse) di qualità e/o firmati	25,1	8.476

(1) Viene considerato irrinunciabile un bene/servizio per il quale gli intervistati dichiarano che in questa fase spenderanno nella stessa misura o in misura maggiore

(2) Val. % sugli utilizzatori effettivi del bene/servizio

L'interferenza dei modelli e della comunicazione: il rifugiarsi nel disimpegno

- ⊙ **Virtualità**
- ⊙ **Feticismo del “vedere”**
- ⊙ **Indistinta allucinazione**
- ⊙ **Allentarsi delle connessioni**
- ⊙ **Fatuità**

Convivere nella *mega-cities*

L'intrattenimento,
motore dello sviluppo urbano

- ***Pluralità di stimoli***
- ***Miscela composita***
- ***Politica dell'offerta e dell'effimero***

“Fuori casa” e relazionalità dei consumi

- ◉ **Consumo per piacere**
- ◉ **Luoghi culto di “consumo-divertimento”**
- ◉ **Dimensione relazionale e sociale dei consumi**
- ◉ **Convivialità familiare**
- ◉ **Destutturazione dei pasti tradizionali**
- ◉ **Ristoranti, ristorazione scolastica e ferroviaria**
- ◉ **Giovani e *happy hour***
- ◉ ***Low-slow food***

La domenica degli italiani

Inverno

Estate

Mattina

- * Riposo (48,6%)
- * Lavoro domestico (31,8%)
- * Spiritualità (27%)

- * Riposo (38,2%)
- * Turismo (25,6%)
- * Lavoro domestico (20,8%)

Pomeriggio

- * Relazioni familiari e/o amicali (42,5%)
- * Televisione, radio (39,2%)
- * Riposo (18,2%)

- * Relazioni familiari e/o amicali (37,1%)
- * Turismo (32,9%)
- * Televisione, radio (18,4%)

Sera

- * Televisione, radio (62,1%)
- * Relazioni familiari e/o amicali (24,4%)
- * Consumi culturali fuori casa (19,6%)

- * Televisione, radio (33,7%)
- * **Divertimento (33,4%)**
- * Relazioni familiari e/o amicali (32,4%)

La domenica degli adolescenti

Inverno

Estate

Mattina

- * Riposo (72,6%)
- * Spiritualità (27,2%)
- * Lettura e riflessione (12,9%)

- * Riposo (46,7%)
- * Turismo (28,1%)
- * Spiritualità (15,1%)

Pomeriggio

- * Relazioni familiari e/o amicali (56,6%)
- * Televisione, radio (33,7%)
- * Riposo (14,8%)

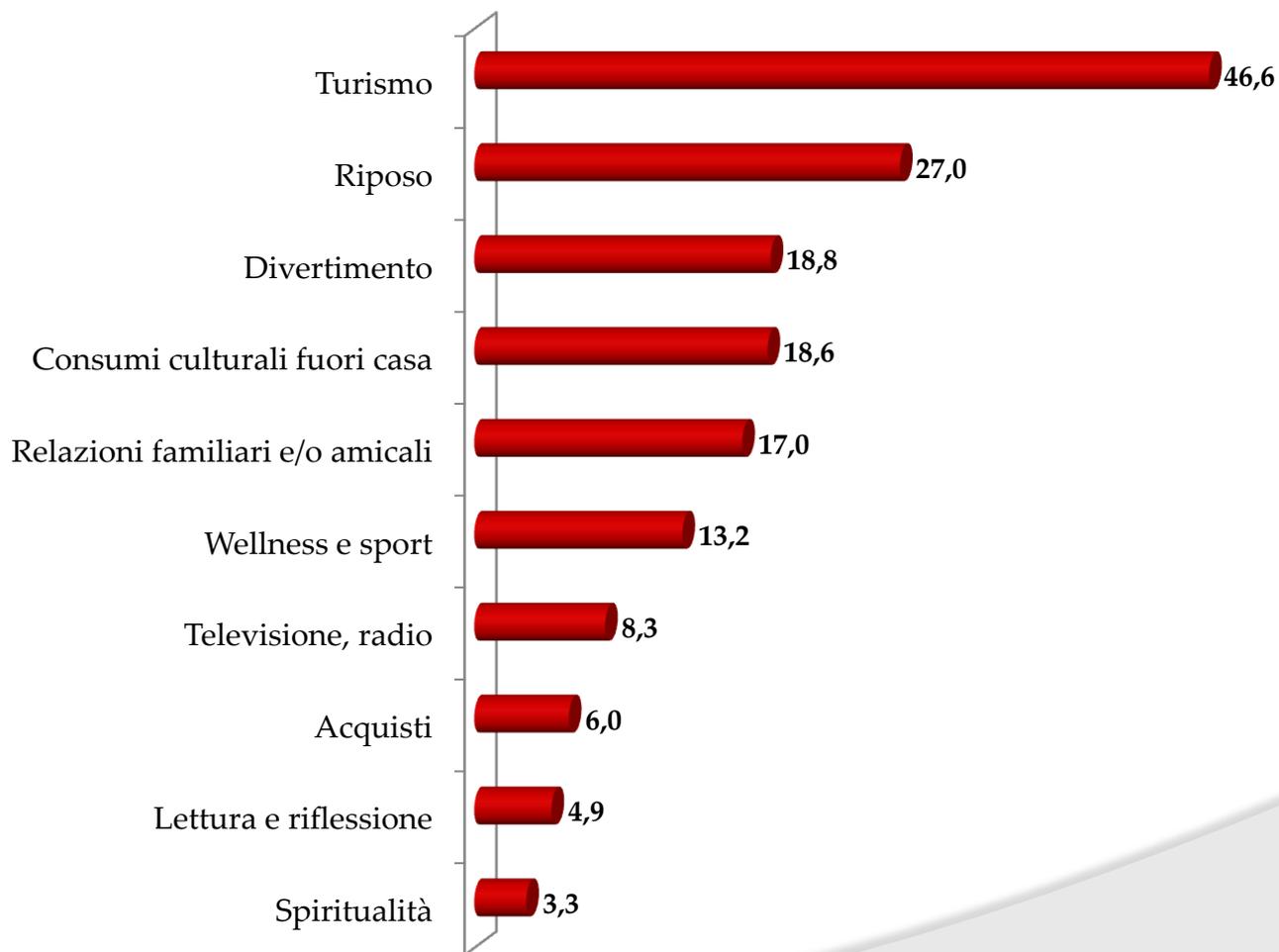
- * Relazioni familiari e/o amicali (36%)
- * Turismo (32,1%)
- * **Divertimento (20%)**

Sera

- * Televisione, radio (57,9%)
- * Consumi culturali fuori casa (28,8%)
- * Relazioni familiari e/o amicali (23,2%)

- * **Divertimento (58%)**
- * Relazioni familiari e/o amicali (34,4%)
- * Consumi culturali fuori casa (27,6%)

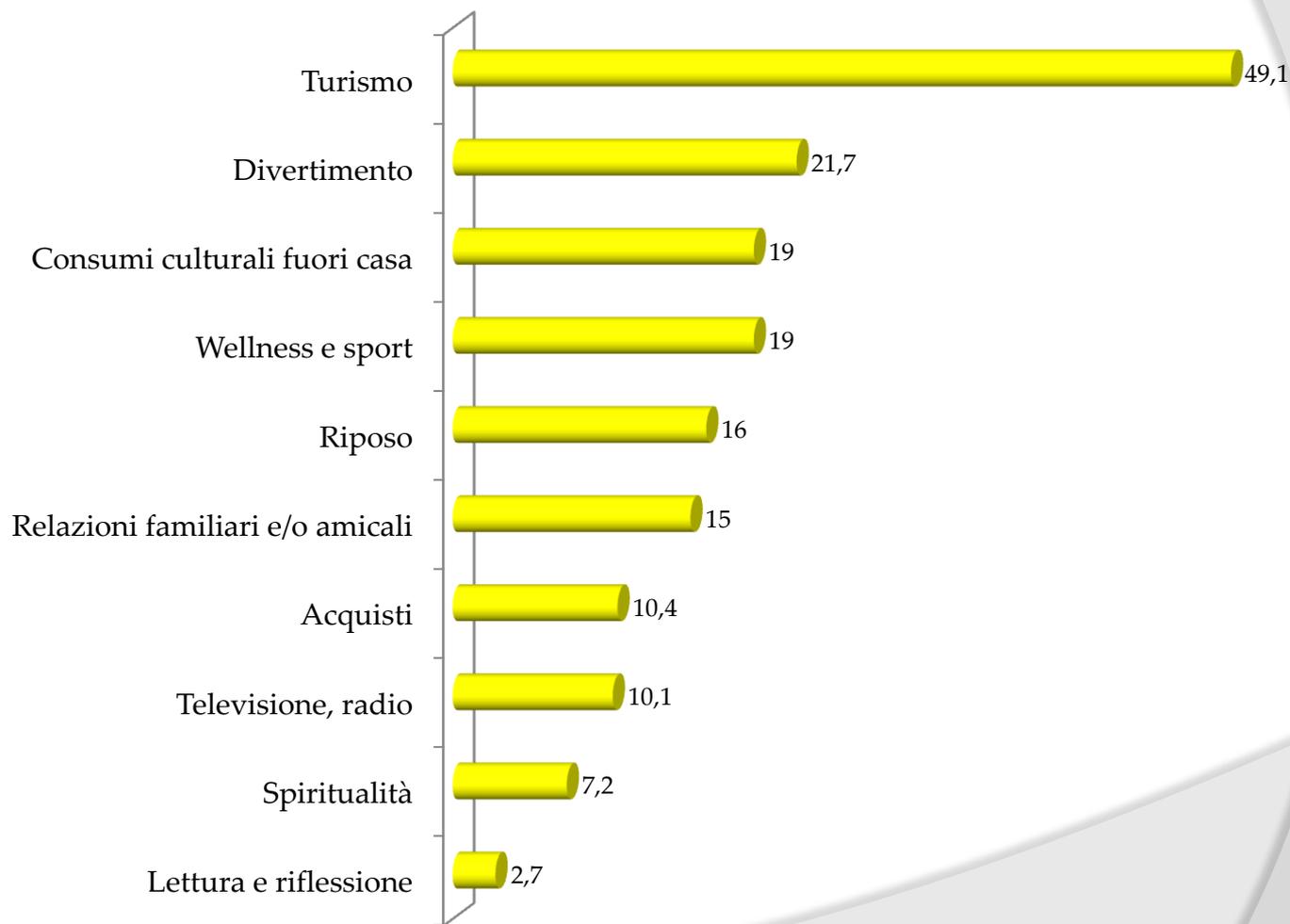
La domenica che gli italiani vorrebbero



I totali non sono uguali a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2004

La domenica che gli adolescenti vorrebbero



I totali non sono uguali a 100 perché erano possibili più risposte

Fonte: indagine Censis, 2004

Alcol: culture “asciutte” e culture “bagnate”

Cultura “asciutta”

I paesi del nord Europa hanno tradizionalmente un modello di consumo alcolico più rarefatto nel tempo, con consumi fuori-pasto e nei week-end, eccessi di tipo trasgressivo, più consumo di birra e superalcolici

Culture “asciutte” e culture “bagnate”

Cultura “bagnata”

I paesi del Mediterraneo hanno tradizionalmente un modello di consumo alcolico più regolare, con consumi durante i pasti, una ritualità conviviale socialmente accettata, una cultura secolare del vino

Modello “asciutto” e modello “bagnato” oggi

Più bagnati che asciutti

**Si beve tutti i giorni
(Portogallo 47%, Italia 26%,
Spagna 25%)**

**Si beve 4-5 volte a settimana
(Italia 14%, Paesi Bassi 10%,
Portogallo 8%, Spagna 8%)**

Più asciutti che bagnati

**Si beve 2-3 volte a settimana
(Gran Bretagna 33%, Irlanda
29%, Italia 26%)**

**Si beve una volta a settimana
(Irlanda 41%, Francia 28%,
Germania 27%, Italia 17%)**

Eurobarometro 2006

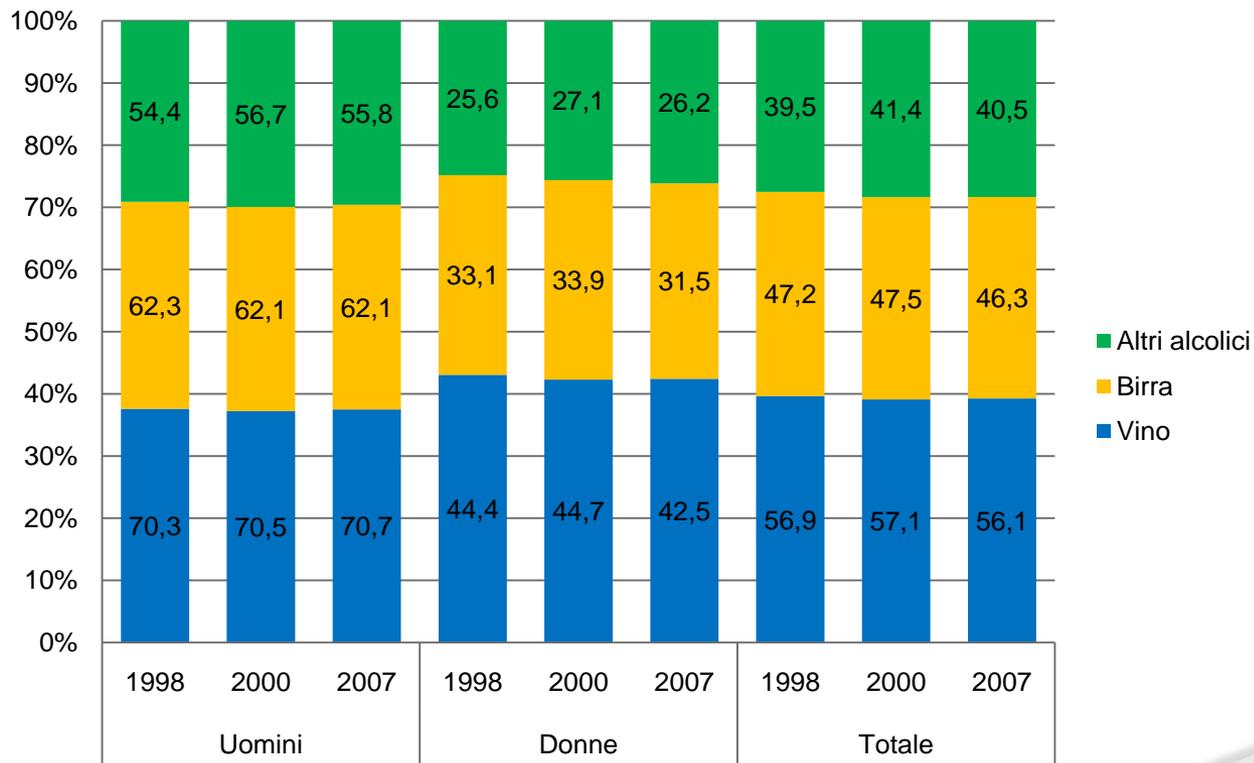
Quale modello del bere oggi in Italia

- ◉ **7,5-8 litri pro-capite all'anno contro gli 11,5 di 30 anni fa**
- ◉ **2 litri in più rispetto al valore raccomandato dall'OMS**
- ◉ **Consumo moderato rispetto ad altri paesi**
- ◉ **Consumo ancora prevalentemente "bagnato"**
- ◉ **Eccessi inferiori agli altri paesi**

Riduzione delle quantità e tipo di bevanda alcolica (litri)

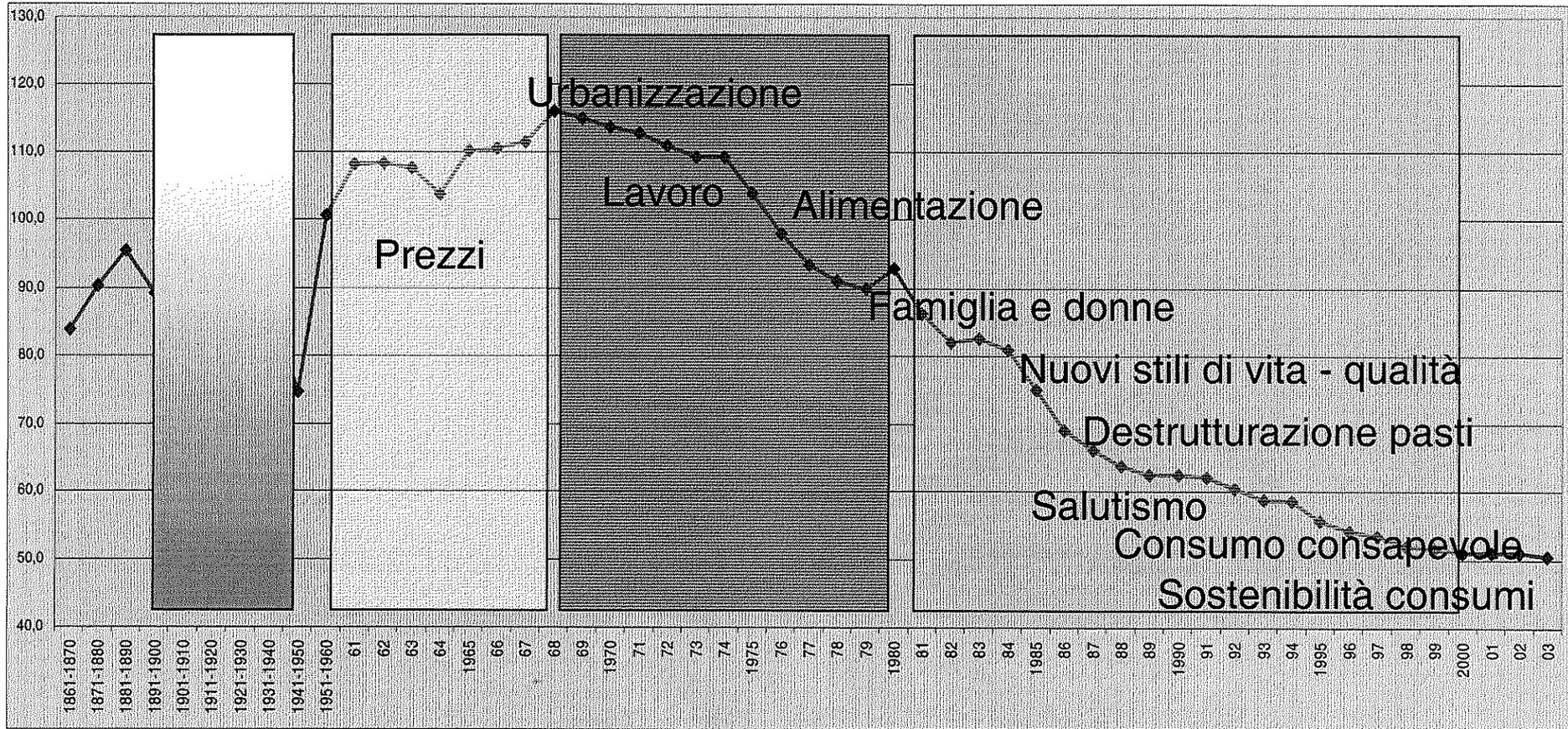
	1881	1971	2003
⊙ Vino	95,2	112,7	50,5
⊙ Birra	0,8	11,0	30,1
⊙ Spiriti	1,7	1,8	0,8
⊙ Alcol puro	13,3	13,6	7,4

I consumatori (14 anni e più) per bevanda nel decennio



Istat, Indagine Multiscopo 2007

Consumo di vino in Italia 1861 2003



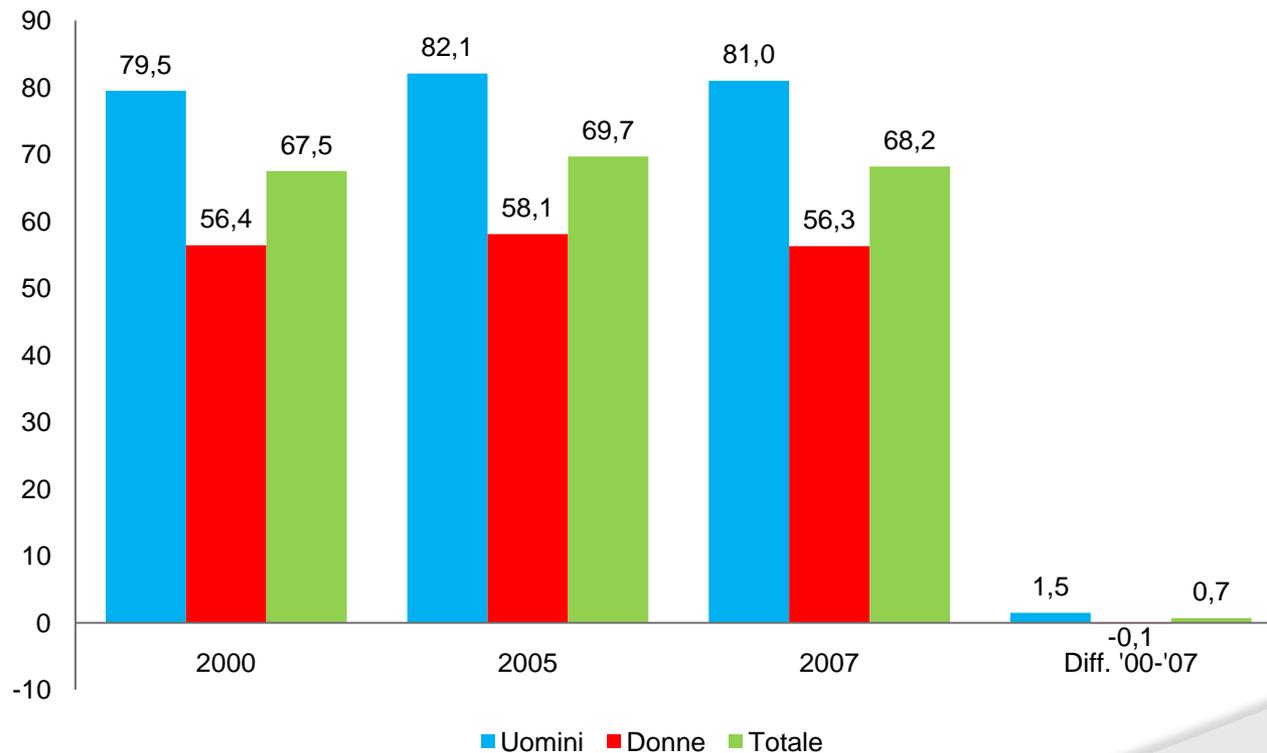
Aumento dei consumatori moderati e *leisure* consapevole

- **Riduzione della quantità di alcol consumato rispetto al passato**
- **Meno grandi consumatori tra gli uomini adulti** (*-1,7% per 4 e più unità quotidiane tra 2005 e 2007*)
- **Calo del vino e aumento della birra (nel lungo periodo)**
- **Aumento dei consumatori, specie dei consumatori moderati**
- **Cultura del “bere buono” e più consumo di élite per prodotti di alta qualità** (*meno agricoltura, prezzi più alti e urbanizzazione come fenomeni correlati*)

L'avanzare del modello bagnato e i giovani

- ⊙ **Moda del “fuori-pasto” tra i giovani:
più giovani che consumano fuori
casa e fuori pasto**
- ⊙ **Aumento degli aperitivi**
- ⊙ **Più donne giovani**
- ⊙ **Permanere delle differenze tra nord e
sud**

Aumento dei consumatori sopra gli 11 anni - Anni 2000-2007



Istat, Indagine Multiscopo 2007

Il “fuori pasto” ed il territorio

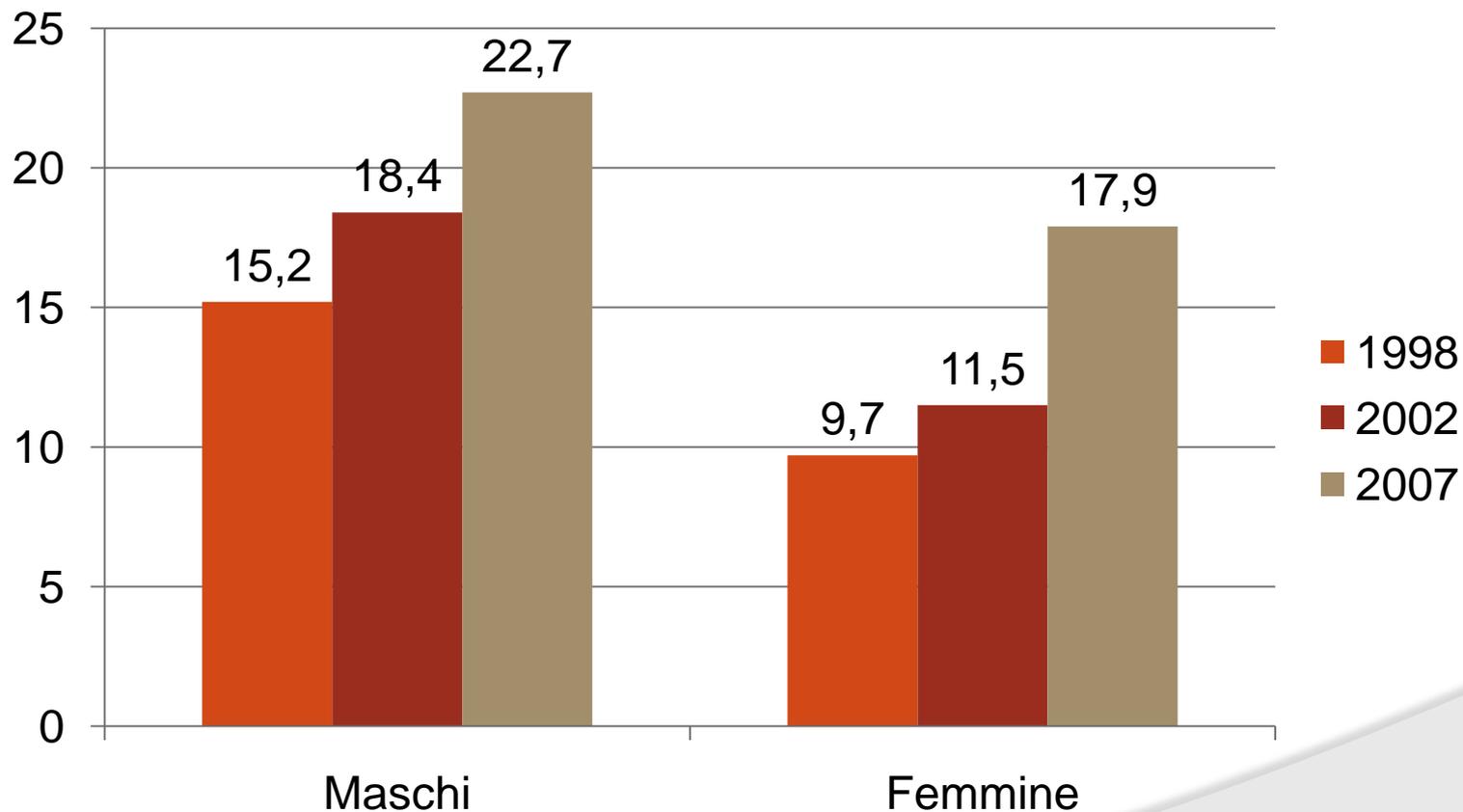
Consumo di alcolici fuori pasto almeno una volta a settimana nel 2007 (%)

	<i>Uomini</i>	<i>Donne</i>
<i>Nord-ovest</i>	13,5	2,9
<i>Nord-est</i>	17,5	4,4
<i>Centro</i>	10,6	2,3
<i>Sud</i>	7,3	1,1
<i>Isole</i>	8,5	1,6

Istat Multiscopo 2007

Il “fuori pasto” ed i giovani

Giovani di 14-17 anni che consumano alcol fuori-pasto



Più donne

- **Si registra un aumento delle consumatrici nell'ultimo decennio come per gli uomini**
- **Aumenti più consistenti si verificano per le giovani donne (attorno al 50% in 10 anni)**
- **Il “fuori-pasto” delle ragazze giovani aumenta come quello dei ragazzi**

La maggioranza sana

Nessun comportamento a rischio

- ◎ *78,7% dell'intera popolazione*
- ◎ *67,6% degli uomini*
- ◎ *89,0% delle donne*
- ◎ *86,1% dei minori*
- ◎ *89,1% delle minori*

I fattori protettivi delle “culture bagnate”

Fattori tradizionali

- ◉ **Istituzione familiare**
- ◉ **L'alcol fa parte della dieta**
- ◉ **Consumo ai pasti e convivialità**

Nuovi fattori

- ◉ **Luoghi di incontro dei giovani e socialità**
- ◉ **“Tolleranza zero” per l'ubriachezza da parte del gruppo dei pari**
- ◉ **Spostamento dalla quantità alla qualità**
- ◉ **Status sociale (*glamour*)**
- ◉ **Stile di vita sano**

Le preoccupazioni per i danni dell'alcol

Le preoccupazioni per i rischi dell'alcol sono aumentate a seguito di:

- importanza degli *stili di vita* come fattori di rischio per la salute
- peso dei danni da *incidentalità stradale*
- peso degli *incidenti lavorativi*
- crescita del “fuori-pasto”, dello “*sballo*” del *sabato sera*, della *associazione con droghe* sempre più varie, del “*binge drinking*”

Le situazioni di rischio

Più gravi

- ⊙ **8,6% degli uomini che consumano 4 o più Un. Alc. ogni giorno (sopra 50 anni, nord, piccoli centri)**
- ⊙ **15,7% degli uomini e 4,2% delle donne che hanno un consumo non moderato (2-3 Un. Alc. e 1-2 Un. Alc.)**
- ⊙ **3,5% dei minori maschi e 0,9% delle minori (11-17) che hanno un consumo non moderato**
- ⊙ **16.150 incidenti e 721 morti nelle notti di venerdì e sabato in strada (under 24)**

Le situazioni di rischio

Meno gravi

- ⊙ **8% (13,1% degli uomini e 3,1% delle donne) che hanno assunto 6 e più bicchieri in 1 occasione almeno 1 volta nell'anno**
- ⊙ **1% di giovani tra 15 e 19 anni che si sono ubriacati almeno 1 volta nell'anno**

La paura della transizione verso il “modello asciutto”

In una società “liquida” e frammentata, attraversata da paure planetarie e di microsegmento sociale, una particolare ansia è quella legata alla transizione culturale verso il “modello di consumo asciutto” da parte dei giovani e soprattutto delle giovani donne

La percezione del rischio nell'uso di bevande alcoliche tra 15 e 19 anni

	2000	2003	2005
Non disapprovo bere 1-2 bicchieri	74,0	77,0	75,8
Non disapprovo ubriacarsi 1 volta a settimana	20,0	26,5	24,3
Nessun rischio nel bere 4-5 bicchieri spesso	3,0	2,3	3,0

Il disagio collegato allo sballo

- ◉ Debolezza identitaria e carente trasmissione intergenerazionale dei valori
- ◉ Indebolimento dei fattori di protezione spontanea e dei modelli culturali di riferimento
- ◉ Isolamento sociale e lavorativo (casalinghe, pensionati, emarginati, cronici)
- ◉ Precarizzazione, migrazioni, mobilità

Per una sana cultura del bere

- ◎ **Collaborazione con tutti gli *stakeholder*, i moltiplicatori sociali, i gestori di locali e attività connesse, i datori di lavoro**
- ◎ **Prevenzione primaria sistemica, con la collaborazione di tutti i soggetti istituzionali e sociali e rivolta alla cultura di contesto (spettacolo, economia, agricoltura, impresa)**
- ◎ **Collaborazione con le attività preventive di altri abusi**

www.forumbm.it



Dal Forum per la Ricerca Biomedica
il progetto del Censis su sanità, salute e ricerca

COORDINAMENTO SCIENTIFICO: Fondazione Censis tel. 06860911 · fax 0686211367 · censis@censis.it