

OPERAZIONE «NASO ROSSO»

Nell'alcol affogano 250mila inglesi E gli italiani li copiano: è allarme giovani

■ Gli inglesi annegano in un mare di alcol: il consumo smodato di bevande alcoliche rischia di provocare 250 mila morti di qui al 2020 solo tra gli abitanti di Inghilterra e Galles: oltre 10 mila morti all'anno. E l'Italia non è da meno: Sono otto milioni e mezzo gli italiani che nel 2009 hanno avuto almeno un comportamento di consumo a rischio per quanto riguarda l'alcol. Questo dice la relazione annuale che il ministero della Salute ha inviato a dicembre al Parlamento: il 15.8% dei connazionali sopra gli 11 anni (6 milioni e 434 mila maschi e 2 milioni e 20 mila femmine) e il fenomeno interessa tutte le fasce di età ma in particolare il 18.5% dei ragazzi e il 15.5% delle ragazze al di sotto dei 16 anni e circa 3 milioni di anziani. Diminuiscono le persone con consumi moderati e quotidiani e al tempo stesso aumentano i consumatori, in particolare giovanissimi e donne, che oltre a vino e birra scelgono anche superalcolici con frequenza occasionale e spesso fuori pasto. Per quanto riguarda il «binge drinking», la modalità di bere di origine nordeuropea che implica il consumo di numerose unità alcoliche in un breve

arco di tempo, ha riguardato nel 2009 il 12.4% degli uomini e il 3.1% delle donne. Ieri a Palazzo Chigi, a Roma, sono stati presentati dal ministro della Gioventù, **Giorgia Meloni**, i primi risultati di «Operazione Naso Rosso», il più importante e vasto progetto di ricerca sui giovani e l'alcol mai realizzato in Italia, di cui il Modavi (Movimento delle Associazioni di Volontariato Italiano), è uno degli enti realizzatori.

ABUSO Aumentano i consumatori di superalcolici e tra questi donne e giovanissimi. Quasi sessantamila i test effettuati

«Abbiamo contribuito a dare continuità al processo educativo e di sensibilizzazione dei giovani sul consumo di alcolici e sull'uso di sostanze stupefacenti. - afferma la presidente del Modavi, Irma Casula -. Per la prima volta in Italia si è assistito ad una campagna informativa svolta sul campo, tra i giovani della fascia d'età che va dai 18 ai 35 anni.

