

RASSEGNA STAMPA QUOTIDIANA SU VINO, BIRRA ED ALTRI ALCOLICI
A cura di Alessandro Sbarbada, Guido Dellagiacomà, Roberto Argenta

PERCHE' NON PROViamo AD ORGANIZZARE QUALCOSA DI SIMILE PER IL MESE DI APRILE,
MESE DELLA PREVENZIONE?
L'AICAT AVREBBE PROPRIO BISOGNO DI QUALCHE NUOVA ENTRATA!!!

GAZZETTA.IT

Stareste un mese senza alcol? In Australia ci provano... con ottimi risultati

07 Febbraio 2013

Howard Ralley e Josh Comer hanno deciso di dare ai loro compatrioti un buon motivo per non bere con un sito Internet dedicato e il supporto di altri "astemi per 28 giorni". Così, ci si rimette in forma e si fa anche beneficenza

«Beviamo dopo il lavoro, alle partite di football, durante le festività e nel weekend. Beviamo per celebrare, consolare e celebrare. E allora salute! O forse no». Così Howard Ralley e Josh Comer hanno deciso di dare agli australiani un buon motivo per smettere. Almeno per un mese. FebFast è la «pausa per una causa»: 28 giorni per mantenere una delle promesse più comuni per l'anno nuovo e donare in beneficenza il denaro non speso in alcolici. Perché se proprio devi scegliere un mese per rinunciare a bere, perché non optare per quello più corto?

Ma quanto si può risparmiare in quattro settimane rinunciando a vino, birra e cocktail vari? Basta andare sul sito del progetto (febfast.org.au) e provare il Bartab-O-Meter per fare il conto (sul sito è in dollari australiani) del piccolo gruzzoletto che si può mettere da parte in un mese alcol-free. E magari iscriversi per donarlo a due associazioni che aiutano i giovani a rischio dipendenze e le famiglie con problemi legati al consumo di droga (sono già stati raccolti quasi 350 mila euro).

Se i benefici per la salute (il 67 per cento di chi ha già provato la "cura" FebFast ha notato diminuzione dello stress, miglioramenti nella qualità del sonno e nella memoria, perdita di peso), per la vita sessuale (il 70 per cento delle persone non trova attraente chi ha bevuto, inoltre l'alcol non è amico delle performance a letto) e per il portafoglio non annullano il richiamo delle tentazioni, unirsi alla community aiuta a vincerle. Quando il venerdì sera ci si sentirà chiedere perché al bar si ordini solo un mocktail (tra l'altro sul sito c'è un'ottima ricetta per il virgin mojito, il martini al cioccolato e altri drink analcolici), ci si potrà sempre consolare dando un'occhiata ai cinguettii degli altri FebFaster. «Primo finesettimana da sobrio completato grazie a FebFast. Non ditelo a nessuno, ma non è stato così male! E mi sento piuttosto bene oggi», twitta Jessica Taylor da Melbourne. C'è chi sembra non fare nessuna fatica, come Meg Who («Sto alla grande quando mi alzo presto per andare a fare un corsa e vedo la gente ciondolare fuori dai nightclub. Godetevi i postumi della sbornia!»), e chi, vedi Alana Lowes (scrittrice, presentatrice ed ex concorrente di Master Chef Australia), cerca supporto: «Un weekend è andato... Voi come siete sopravvissuti?».

C'è anche chi si sbizzarrisce con i consigli: la blogger Eva (joyandeva.com), per esempio, propone di sostituire lo shaker con una bomboletta spray e sfogare la propria vena creativa con un po' di sana street art, mentre Xavier Toby suggerisce di stracciare gli amici a poker con i propri riflessi lucidi (magari dopo essersi rovesciato addosso della birra, per dare loro l'impressione di non essere affatto sobrio). E chi proprio non resiste a non concedersi un aperitivo post lavoro, può mettersi in pace con la coscienza facendo una donazione extra (19 o 38 euro) e comprando un Time Out Pass. Come ha fatto ChrisinOz: «Quinto giorno di dieta. Secondo di FebFast. Mi sono fatto solo una birra da domenica. E ho perso quasi un chilo e mezzo», twitta... e, nonostante la piccola ricaduta, aggiunge un ashtag significativo: #vincitore. E voi cosa aspettate a mettervi in gioco?

Valentina Ravizza

L'ANGOLO DELLA RICERCA

MEDIASET.IT

Allarme degli esperti: "Lo sballo alcolico è sempre più di moda tra i giovanissimi"

Il primo bicchiere a dodici anni. Il problema riguarda il 15% dei maschi

7.2.2013 - L'apprendistato alcolico si fa in famiglia, con il primo bicchierino consumato nel tinello già a dodici anni. All'iniziazione domestica segue l'abbuffata alcolica fuori casa. Per gli esperti in Italia è allarme binge drinking, termine anglosassone per definire l'assunzione compulsiva di alcol. Preoccupano, infatti, i dati emersi alla presentazione del primo Country Report Italia 2013, una fotografia sullo stato di salute degli italiani.

Obiettivo sballo - A scattare l'istantanea, l'Associazione di iniziativa parlamentare e legislativa per la Salute e la Prevenzione in collaborazione con l'Osservatorio nazionale sulla salute dell'Università Cattolica di Roma.

Secondo l'analisi, non solo ci si avvicina all'alcol in età precoce, ma va sempre più di moda, il binge drinking che coinvolge il 15,1 per cento dei maschi e il 3,9 per cento di donne. Si tratta dell'assunzione di grandi quantità di bevande alcoliche, anche più di cinque, in un intervallo di tempo abbastanza breve. L'obiettivo di questa pratica è lo sballo immediato.

Troppo alcol in Nord Italia - In generale il consumo elevato di alcolici è tra gli scorretti stili di vita ancora molto diffusi nel nostro Paese, e la prevalenza di consumatori a rischio negli adulti (19-64 anni) presenta un notevole svantaggio maschile (20,5% contro 5,3%), mentre i consumi maggiori si registrano soprattutto nelle regioni settentrionali.

LA LEGGE VIETA LA VENDITA E LA SOMMINISTRAZIONE DI BEVANDE ALCOLICHE AI MINORI DI 18 ANNI.

Se un esercente vende o somministra una bevanda alcolica ad un minore di 16 anni verrà punito con l'art. 689 del Codice Penale; se invece il minore ha tra i 16 ed i 18 anni, verrà punito ai sensi del nuovo articolo 14-ter della legge 125 del 2001.

ITALIAOGGI.IT

Vendita o somministrazione? Alcol comunque vietato ai minori

Di Marilisa Bombi

La vendita per il consumo sul posto, ovvero la somministrazione, di bevande alcoliche è sanzionata ai sensi dell'art. 689 del codice penale, se eseguita nei confronti dei minori di 16 anni e, ai sensi del nuovo articolo 14-ter della legge 125 del 2001, così come introdotto dal decreto legge n. 158/2012, se eseguita nei confronti di minori di età compresa tra i 16 e i 18 anni. È questa la posizione ufficiale del Ministero dello sviluppo economico (risoluzione n. 18512 del 4 febbraio 2013) e del ministero dell'interno (parere 557/PAS/U/001628/12000.ca(1) del 30 gennaio 2012), pubblicate nel sito istituzionale del Mise lunedì scorso. (*)

La questione è stata posta in relazione ai dubbi interpretativi connessi al significato giuridico dei termini vendita e somministrazione che il legislatore sembrerebbe aver usato, nel tempo, in senso non univoco. A tale proposito, il Viminale ritiene che il termine vendita comprenda anche quello di somministrazione. Ciò in quanto una interpretazione più restrittiva sarebbe del tutto illogica, non plausibile e in contrasto con la ratio stessa del dl 158/2012, inteso a promuovere più alti livelli di salute attraverso il contrasto di fattori di rischio per i giovani, tra i quali l'assunzione di alcol.

Degno di rilievo, peraltro, è il fatto che con la citata nota il ministero dell'interno afferma che il nuovo art. 14-ter della legge 125/2001 si applica anche alla vendita di alcolici per asporto ai minori di qualunque età. Tale precisazione denota un'inversione di rotta rispetto quanto dallo stesso affermato un paio di anni fa (Risoluzione 24 marzo 2009, prot. n. 557/PAS.3854.12000A(1)). Tale nota chiariva, infatti, che laddove il codice penale punisce la somministrazione di bevande alcoliche ai minori di 16 anni, si deve intendere che è punita anche la vendita al minuto.

Del resto «somministrazione», per il codice penale e per la legge in generale, equivale a minuta vendita. Non a caso l'art. 730 del medesimo codice penale, punisce chi «vende o somministra tabacco a persona minore degli anni quattordici» e l'articolo 25 del rd 2316/1934, punisce con una sanzione amministrativa chi somministra o vende tabacco ai minori di anni 16.

(*) NOTA: Ecco la conclusione di una nota del Ministero dello Sviluppo Economico, Dipartimento per l'impresa e l'internazionalizzazione, Direzione Generale per il mercato, concorrenza e consumatori, vigilanza e normativa tecnica, Divisione IV Promozione della Concorrenza:

Si sottolinea pertanto che secondo l'interpretazione che pare più aderente allo spirito e al tenore delle nuove disposizioni, la vendita per il consumo sul posto (somministrazione) di bevande alcoliche è sanzionata ai sensi dell'articolo 689 del Codice Penale se eseguita nei confronti di minori di anni 16 e ai sensi del nuovo articolo 14-ter della legge 30 marzo 2001, nr.125, se eseguita nei confronti di minori di età compresa tra i 16 ed i 18 anni: tale ultima disposizione si applica anche alla vendita di alcolici per asporto ai minori di qualunque età.

IL DIRETTORE GENERALE Gianfrancesco Vecchio

L'O.M.S. LO HA SEMPRE SOSTENUTO

ANSA

Salute: aumento prezzi alcol 10% riduce morti di un terzo

07 febbraio, 13:43

ROMA, 7 FEB - Basta un aumento del 10% del prezzo degli alcolici per far diminuire di un terzo le morti legate all'alcolismo. Lo afferma uno studio della canadese Victoria University pubblicato da Addiction, secondo cui invece ad un aumento dei punti vendita corrisponde una maggiore mortalità.

I ricercatori hanno analizzato gli effetti degli aumenti nei prezzi degli alcolici decisi dalla regione canadese del British Columbia nel 2001 insieme alla quasi contemporanea privatizzazione delle rivendite decise da una singola provincia.

Le morti sono state divise in 'completamente attribuibili all'alcol', come le forti intossicazioni, 'acute', cioè causate da incidenti in cui l'alcol era una forte componente, e 'croniche', dovute cioè a malattie di lungo termine come la cirrosi o i tumori del fegato: "Aumentando i prezzi del 10% - scrivono gli autori - le morti del primo gruppo diminuiscono del 32%, e i primi effetti si vedono già dopo un anno". Secondo lo studio anche le morti 'croniche' iniziano a diminuire dopo due o tre anni, mentre per quelle 'acute' l'effetto non è stato riscontrato. Un aumento del prezzo dell'1%, sottolineano i ricercatori, fa diminuire le morti totali di più del 3%, mentre un aumento delle rivendite del 10% aumenta le vittime totali del 2%: "È evidente - afferma Tim Stockwell, uno degli autori - che nonostante la pubblica opinione pensi il contrario persino i forti bevitori riducono il consumo se il prezzo dell'alcol aumenta".

FORSE SAREBBE BENE AVERE ANCHE DEI BARMAN CHE "VENDONO CONSAPEVOLMENTE" NEL RISPETTO DELLE LEGGI

ALCOLNEWS.IT

Perugia: nascono i bar col bollino "Giovani, bevete consapevolmente"

Fonte: Lanazione.it 6 febbraio 2013

Il progetto europeo che coinvolge i locali umbri

L'obiettivo è quello di mirare alla riduzione dei reati nelle aree urbane e nello specifico alla riduzione dei reati minori legati ad alcol e consumo di sostanze stupefacenti

Perugia - Nascono i bar con il «bollino blu», quelli che avranno il personale in grado di contenere il consumo di alcol tra i giovani, quelli che vengono chiamati «bar consapevoli». Il Comune, infatti, ha ottenuto un importante finanziamento di 377mila euro nell'ambito di uno dei principali programmi europei di prevenzione e di lotta contro l'uso e l'abuso di alcol. Un progetto che ha una durata di 24 mesi e guarda con particolare attenzione alla criminalità giovanile attraverso la realizzazione di un partenariato transnazionale tra enti pubblici, enti privati e privato sociale.

L'obiettivo è quello di mirare alla riduzione dei reati nelle aree urbane e nello specifico alla riduzione dei reati minori legati ad alcol e consumo di sostanze stupefacenti. Il concetto alla

base del progetto è di affrontare il problema dell'uso e abuso di alcol e di droghe da parte di giovani e giovanissimi agendo sul lato della domanda, ossia affiancando agli interventi di carattere repressivo e di controllo, che operano principalmente sul lato dell'offerta, nuove azioni di prevenzione e mediazione che riducano la richiesta di alcol e sostanze psicotrope da parte dei consumatori.

Sme-city (questo il nome dell'iniziativa) ha ottenuto il massimo del finanziamento pari al 90 per cento del costo complessivo delle azioni e corrispondente alla somma di 377.555 euro. Il Comune ne è capofila. La mediazione sociale prevede la partecipazione attiva degli attori chiave attraverso quattro filoni principali d'azione: mediazione, recupero degli offender, ricerca, disseminazione. Il passaggio principale è quello della mediazione che consiste nella creazione della rete dei «bar consapevoli», con la formazione dei gestori e del personale dei bar che aderiranno, nonché la promozione di azioni di sharing attraverso il web.

Il recupero degli offender significa il coinvolgimento dei giovani a rischio all'interno delle azioni di mediazione. La ricerca permetterà di definire un marchio della rete europea dei «bar consapevoli».

(Articolo pubblicato dal CUFRAAD sul sito www.alcolnews.it)

UNA RISORSA PER LA COMUNITA'

IL MATTINO DI PADOVA

"Al-Anon", la forza di lasciare il bicchiere

PIOVE DI SACCO, 06 febbraio 2013 - Storie di cadute e rinascite, drammi ma anche sorrisi ritrovati. Tutto questo è il locale gruppo Alcolisti anonimi "Primo Passo" che ha ricordato in questi giorni il suo diciottesimo anno di presenza nel Piovese. Sono persone che uniscono la loro esperienza, forza e speranza per risolvere un problema comune e aiutare gli altri ad abbandonare la dipendenza dall'alcol. L'unico requisito per diventare membri è il desiderio di smettere di bere. Attualmente a partecipare alle riunioni sono una ventina di persone di varie età, residenti anche fuori zona. C'è chi ha appena iniziato ma anche chi frequenta spassionatamente il gruppo da anni, per una forma di debito morale verso chi gli ha permesso di cambiare il proprio approccio alla vita. Tutti però sottolineano un aspetto: «Nel gruppo si può parlare liberamente» raccontano «senza il rischio e la paura di essere criticati. Si ritrovava una dimensione di ascolto e rispetto ormai rara». Parallelamente agli Alcolisti anonimi opera anche il gruppo familiari "Al-Anon" che invece funge da sostegno per i familiari dell'alcolista e lo si può frequentare indipendentemente dalla scelta di recupero dello stesso. «Il gruppo si riunisce per discutere dei problemi che nascono dalla convivenza con un alcolista» spiegano le persone che ve ne fanno parte, «solo una vera conoscenza del problema, la condivisione di esperienze comuni e la solidarietà permettono di affrontare le difficoltà del vivere con il problema dell'alcolismo tra le mura domestiche». Entrambi i gruppi, aperti e autonomi in quanto si sostengono economicamente grazie ai contributi dei membri, hanno sede a Piovega, nella casa "A. Galuppo" di via della Pace. Le riunioni si tengono tutti i giovedì e sabato dalle 18 alle 20. Info al 328/4021307. Alessandro Cesarato

CONSEGUENZE DEL CONSUMO DI VINO, BIRRA ED ALTRI ALCOLICI

MESSAGGERO VENETO

Ubriaco con la motosega semina il panico

06 febbraio 2013 - di Cristian Rigo Se ne andava tranquillamente a passeggio in centro visibilmente ubriaco in compagnia della sua motosega. Accesa. E con sé aveva anche una tanica di carburante, pronto a rifare il pieno in caso di necessità. Una scena da film dell'orrore che ha provocato il panico tra i pochi passanti che domenica, poco prima delle 18, lo hanno visto in via Paolo Sarpi. Se ne stava seduto fumandosi una sigaretta accanto all'ingresso della gelateria "C'era una volta". Sigaretta nella mano sinistra, motosega nella destra. Allertati dal rumore della motosega, diversi gestori dei bar della via sono usciti dai rispettivi locali e hanno immediatamente chiamato la polizia. L'uomo non sembrava intenzionato ad aggredire nessuno,

ma la vista della motosega è stata più che sufficiente per fare scappare la maggior parte dei presenti che hanno portato via immediatamente tutti i bambini. Poco dopo l'uomo si è alzato ed è andato a sedersi in un tavolino del Glass come se niente fosse. Ha spento la motosega, l'ha appoggiata a terra, vicino al tavolino e ha ordinato un bicchiere di vino dopo aver sistemato la tanica sulla bicicletta. Pochi istanti dopo è arrivata la polizia. Gli agenti lo hanno subito riconosciuto. Ernesto Khail, che ha 53 anni e attualmente è seguito da alcuni centri di assistenza, è infatti un volto noto alla Questura soprattutto da quando, a marzo dello scorso, si era presentato in viale Venezia per fare una denuncia. Khail era talmente ubriaco che gli agenti non erano riusciti a capire bene contro chi o cosa volesse presentare denuncia e avevano deciso di riaccomparlo a casa, a Pagnacco. A quel punto, però, Khail ha minacciato gli agenti e ogni tentativo di calmarlo è stato inutile. Una volta all'interno della Volante Khail ha insultato la poliziotta della pattuglia iniziando a tirare calci e pugni fino a quando non è riuscito a rompere il finestrino, da dove ha cercato di uscire mentre l'auto era ancora in corsa. Per questo motivo alla fine Khail era stato arrestato per danneggiamento aggravato, violenza, minaccia e resistenza a pubblico ufficiale oltre che per possesso illegale di armi atte a offendere visto che in tasca teneva anche un coltello. E nello scorso luglio il Tribunale di Udine lo ha condannato a sei mesi di reclusione (pena sospesa) tanto che ancora oggi Khail aveva l'obbligo di firma e doveva presentarsi due volte al giorno alla polizia giudiziaria. Domenica l'uomo è stato accompagnato in Questura, sanzionato per ubriachezza manifesta e denunciato in stato di libertà per disturbo della quiete pubblica e porto di strumenti atti a offendere. L'uomo non ha saputo fornire alcuna spiegazione del suo comportamento e si è visto privare della motosega, posta sotto sequestro insieme alla tanica.

MESSAGGERO VENETO

Abbattono il muro di una casa: due giovani illesi

LATISANA, 06 febbraio 2013 - A parte qualche botta sono usciti praticamente illesi dall'auto distrutta, dopo aver parzialmente abbattuto il muro di recinzione di un condominio. Sono i due giovani di Latisana, di 23 e 24 anni che si trovavano nell'utilitaria che nella notte fra domenica e lunedì è uscita di strada, nella centrale via Egregis Gaspari. Alla guida dell'auto c'era un 23enne del quale non sono state fornite le generalità in quanto trovato positivo all'alcol test, a quanto pare con un valore di tre volte superiore al limite previsto dalla legge. Poco prima delle 3 di notte percorrendo via Egregis Gaspari, da Latisana verso Latisanotta, affrontando la curva che c'è pochi metri prima dell'asilo, il giovane ha perso il controllo dell'auto andando dritto contro al muretto di recinzione di un condominio, centrando anche un palo dell'illuminazione pubblica, dal quale si è staccato il corpo luce. I due giovani sono stati soccorsi da una pattuglia dei Carabinieri della Compagnia di Latisana, in transito proprio in quel momento (la caserma dista un centinaio di metri dal luogo dell'incidente) mentre personale dei Vigili del Fuoco del distaccamento di Lignano Sabbiadoro provvedeva a mettere in sicurezza l'area danneggiata dalla carambola dell'auto. (p.m.)

PROMUOVERE CAMPAGNE SUL BERE MODERATO CONVIENE, ALTRIMENTI NON LO FAREBBERO.

WINENEWS

UNA FESTA PUÒ ESSERE L'OCCASIONE PER ECCEDERE CON L'ALCOL, MA ANCHE UN MOMENTO PER COMUNICARE CON EFFICACIA AI GIOVANI IL CONCETTO DEL CONSUMO MODERATO. ECCO IL CONCEPT DI "RESPONSIBLE PARTY", BY PERNOD RICARD ITALIA & ERASMUS STUDENT NETWORK

Padova - 07 Febbraio 2013, ore 17:19

Responsible Party Una festa può essere l'occasione per eccedere con l'alcol, ma anche un momento per comunicare con efficacia ai giovani il concetto opposto, ovvero quello del consumo moderato. Ecco il concept di "Responsible Party", la campagna europea firmata da Pernod Ricard Italia(*) con l'Erasmus Student Network, che ha ideato il motto "Bevi senza (s)cadere - Drinkin' without fallin". L'appuntamento, dopo la tappa andata in scena a Roma, è a Padova per l'8-9 febbraio (al Factory e al padiglione 8 di PadovaFiere), in due serate dove tra

drink, musica e dj set, saranno distribuiti gadget, questionari di gradimento e alcoltest all'uscita dei locali. Un modo diverso di comunicare il bere responsabile, direttamente nei luoghi di consumo e rendendo protagonisti i principali target della campagna, ovvero i giovani.

(*) NOTA: Pernod Ricard Italia, filiale del Gruppo Pernod Ricard, è attualmente leader sul mercato italiano dei superalcolici!