



2.4.2010

stampato  
comunicato

#### INIZIATIVE DI PREVENZIONE

## ‘C’è modo e modo di essere happy’, al via la campagna contro l’abuso di alcol

*Una trentina gli appuntamenti organizzati nei locali, circoli e scuole di tutta la provincia: nel mirino il consumo problematico di alcolici*

“C’è modo e modo di essere happy. Alcol, il piacere è nei limiti”, è lo slogan della campagna ideata dalle Aziende sanitarie modenesi per il mese dedicato alla prevenzione contro gli abusi di alcolici. L’obiettivo è sensibilizzare i cittadini, i giovani in modo particolare, riguardo ai rischi legati alle nuove modalità di consumo problematico di alcol: l’happy hour, l’aperitivo e il binge drinking (cioè l’assunzione di 5-6 bicchieri di alcolici nello spazio di poche ore, a stomaco vuoto e con lo scopo esplicito di “stonarsi”) sono abitudini diffuse ed estremamente insidiose per la salute, perché possono portare alla nascita di un rapporto di dipendenza vera e propria dall’alcol.

Ecco perché la campagna, attraverso una trentina di appuntamenti organizzati all’interno di circoli giovanili, bar, scuole e altri punti di ritrovo dei ragazzi (il programma completo è sul sito [www.ppsmodena.it](http://www.ppsmodena.it)) in tutta la provincia, si propone di diffondere materiale informativo che spiega i pericoli legati al consumo di sostanze alcoliche. Allo stesso tempo, si insiste sulla possibilità di incontrarsi e di divertirsi nei locali senza il bisogno di alterarsi con l’alcol.

L’iniziativa, sostenuta dalla Conferenza territoriale sociale e sanitaria, è realizzata insieme ai gruppi di auto-aiuto attivi sul territorio provinciale (Alcolisti Anonimi, Associazioni Club Alcolisti in Trattamento, AI-ANON), col coinvolgimento di Comuni, associazioni di volontariato e gestori di locali e in collaborazione con Ordine dei Medici, Ordine dei Farmacisti, Federfarma Modena e Farmacie comunali di Modena S.p.A.



SERVIZIO SANITARIO REGIONALE  
EMILIA-ROMAGNA

Azienda Ospedaliero - Universitaria di Modena  
Azienda Unità Sanitaria Locale di Modena



La scelta di modulare il programma delle iniziative sul fenomeno di happy hour, aperitivo e binge drinking – con la distribuzione nei locali di 10mila cartoline e di 15mila sottobicchieri con il logo della campagna – dipende dalla volontà di incidere sulle nuove forme di consumo di alcolici: “Il modello di uso tradizionale, centrato sull'abitudine di bere vino ai pasti, sta progressivamente cambiando: questa pratica è sempre più sostituita, in particolare fra i giovani, da modelli di consumo di tipo nordico basati sull'assunzione delle bevande alcoliche al di fuori dei pasti e con il fine di raggiungere uno stato di ebbrezza – spiega Claudio Annovi, responsabile del Programma Alcol delle Aziende sanitarie modenesi – L'Osservatorio Nazionale Alcol dell'Istituto Superiore di Sanità ha stimato che, su circa 36 milioni di consumatori, la quota di coloro che assumono bevande alcoliche secondo una “modalità rischiosa o dannosa” è di circa il 25%. Parliamo di 9 milioni di consumatori problematici verso i quali occorrerebbe indirizzare specifici interventi di informazione sanitaria e di valutazione clinica per prevenire e trattare eventuali danni derivanti dal consumo di alcol. Di questi, circa 2 milioni sono giovani di cui almeno 750.000 minorenni”.

### **Per maggiori informazioni**

Sito internet del Programma Promozione della Salute [www.ppsmodena.it](http://www.ppsmodena.it)

*Per informazioni:  
Massimiliano Laviola 334 6394958  
Antonio Pignatiello 334 6394959*