

Un bicchiere di troppo

Autor(en): **Barana, Sandro**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Actio : una rivista per la Svizzera italiana**

Band (Jahr): **95 (1986)**

Heft 9: **Dietro le quinte del benessere**

PDF erstellt am: **22.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-972653>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern. Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

INCHIESTA

Alcoolismo e Terzo Mondo

Un bicchiere di troppo

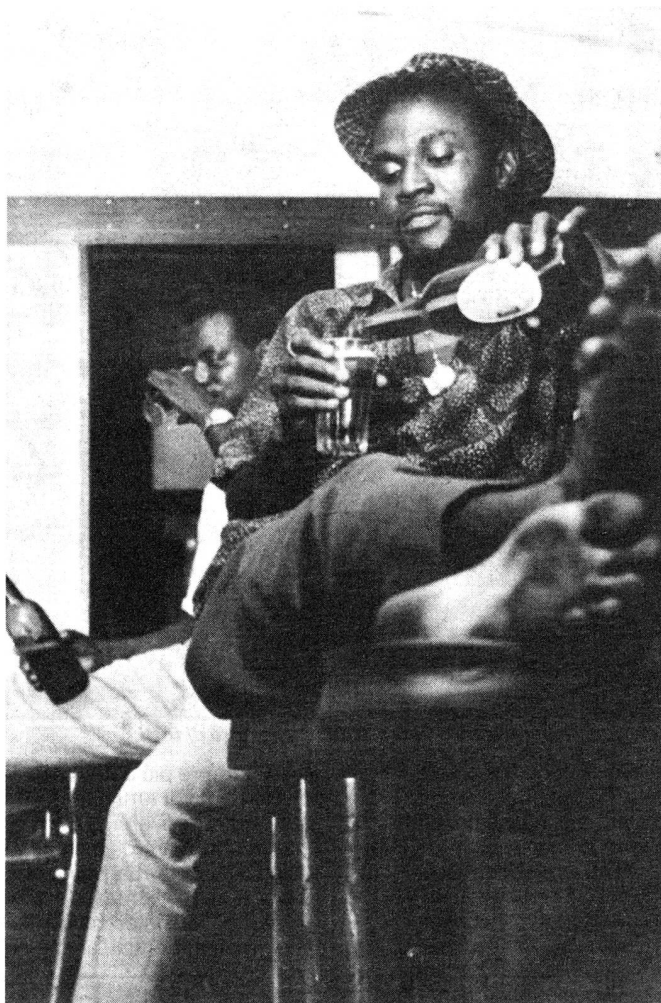
Sandro Barana

Uno studio dell'Organizzazione mondiale della sanità (OMS), una delle sottoorganizzazioni dell'ONU, ha messo in relazione per la prima volta le strutture economiche con il consumo di prodotti alcoolici. Benché portato a termine nel gennaio del 1983 questo rapporto è stato subito tolto dalla circolazione dalla stessa OMS; i motivi di questa decisione sono da attribuire alle pressioni delle nazioni maggiori produttrici di spirituosità. Ora, finalmente, lo studio è stato pubblicato. L'OMS rivela che l'alcoolismo è diventato un prodotto di esportazione alla ricerca di mercati sempre più vasti. Come il Terzo mondo, che si trova un nuovo ostacolo nel già difficile cammino verso lo sviluppo.

L'Africa, per esempio

Da pochi anni gli studiosi si sono calati sul significato dei rapporti tra fattori socio-economici e consumo, comportamento nel bere, e problemi legati all'alcoolismo. Gettare uno sguardo sull'Africa può servire per capire meglio le conseguenze di questa correlazione. Percorrendo la storia delle culture africane si può constatare come l'alcool, sotto forma di succhi fermentati, sia stato un prodotto sempre presente nel mondo tribale. Un prodotto la cui utilizzazione restava confinata al periodo del raccolto e per festività ben precise. Le società tradizionali avevano regole molto severe: l'alcool poteva essere consumato soltanto alla sera, dopo il lavoro. Le donne in età di procreare erano escluse da questo rito, così come i giovani; bere alcool era perciò un'attività sociale, mantenuta con prodotti locali, regolata dalle stagioni. I casi di alcoolismo che toccavano pochi anziani delle tribù non portavano conseguenze negative di portata significativa. La colonializzazione ha poi mutato radicalmente le strutture sociali a ogni livello, con le logiche ripercussioni che questo comporta sul comportamento delle popolazioni rispetto all'alcool.

Al mondo esistono droghe illegali, che vengono combattute con più o meno impegno dai governi, e droghe legali, che possono venire propagandate e diffuse con il beneplacito e il plauso di chi è al potere. La droga numero uno per diffusione è l'alcool. I problemi posti dall'alcoolismo vengono trattati con riluttanza: alle spalle di questo fenomeno esiste una vera potenza industriale nel mondo intero, con un mercato di 170 miliardi di dollari.



La rivoluzione industriale del diciottesimo secolo aveva imposto alle nazioni europee la ricerca di nuove fonti per le materie prime, paesi che nel contempo potessero rappresentare nuove possibilità di vendita per i propri prodotti. La conquista dell'Africa, accanto a innegabili effetti positivi (medicina, istruzione, sviluppo agrario ad esempio) ha portato anche fenomeni decisamente negativi, come la diffusione di

nuove malattie quali l'alcoolismo. Un vero proprio fiume di acquavite proveniente dai paesi europei ha cominciato a scorrere verso il continente nero contemporaneamente all'espansione del potere delle potenze sui nuovi territori. Nella Costa d'Avorio un contratto del 1843 stabiliva che Luigi Filippo, re di Francia, ottenesse la sovranità sul paese in cambio di 6 barili di acquavite e 4 casse di liquore. Inoltre ogni

anno il re di Francia doveva fornire seicento litri di acquavite. L'importanza della dipendenza della popolazione dall'alcool in Africa è confermata da quanto avvenuto nel 1975, quando il Fronte di liberazione del Mozambico ottenne l'indipendenza del paese dai colonizzatori portoghesi. Uno dei primi provvedimenti del Frelimo fu di distruggere le distillerie clandestine, l'alcoolismo venne considerato un retaggio del colonialismo nocivo allo sviluppo del giovane Stato. Nel 1976, durante i moti di Soweto, i giovani distrussero in particolare negozi e spacci di alcool, considerato uno dei strumenti di oppressione della dittatura bianca per rallentare il cammino verso l'indipendenza della popolazione nera nel Sudafrica razzista.

Con l'espansione del colonialismo cambiarono anche le abitudini dei consumatori africani di alcoolici. Le bottiglie di vetro fecero sì che gli spirituosità potessero essere ottenibili ovunque e in ogni stagione dell'anno. Quello che era un bene di produzione locale divenne un prodotto industriale commercializzato su larga scala. In Africa vennero costruite le prime birrerie per produrre birra europea da immettere su questo nuovo gigantesco mercato. Se il colonialismo servì a introdurre in Africa l'alcoolismo, il processo di indipendenza di questi paesi provocò, salvo poche eccezioni, una ulteriore diffusione della piaga. Con la prospettiva di facili guadagni e senza bisogno di infrastrutture costose, il commercio di vini, birre e liquori importati in grandi quantità cominciò a fiorire subito dopo ottenuta l'indipendenza politica dalle potenze europee. L'alcoolismo si è così diffuso rapidamente persino negli strati sociali più alti dei paesi islamici. Il processo di indipendenza veniva interpretato come la conquista della libertà, la libertà di comportarsi come i precedenti detentori del potere. E di bere come loro.

Sradicati dalle tradizioni etniche

La tribù, la fedeltà, al gruppo etnico originale, rappresentava uno degli elementi più importanti della struttura sociale africana. Una persona poteva esistere soltanto all'interno della famiglia, del villaggio, della tri-



L'alcool è traditore per colui che beve solo.

(Servizio fotografico: OMS/P. Almasy)

... ma anche in compagnia!

bù. Le leggi tribali hanno continuato a regolare il comportamento dei suoi componenti anche sotto le potenze coloniali. Gli strumenti del nuovo colonialismo importati dopo l'ottenimento dell'indipendenza, dei quali l'alcoolismo è parte integrante, stanno rompendo questo equilibrio sociale basato sulle regole tribali. Gli africani stanno così perdendo tutti i contatti con le loro origini socio-culturali. Il lavoratore sfruttato e frustrato si sfoga di sera attaccandosi alla bottiglia, per la quale sacrifica lo scarso salario. La famiglia viene terrorizzata, i bambini lasciano la casa e crescono nelle strade, la criminalità giovanile dilaga a pari passo della prostituzione. Statistiche è difficile ottenerne: a Kinshasa, capitale dello Zaire, ne è stata pubblicata una nel 1981. Il 70 per cento dei poveri cercano rifugio nell'alcool; un terzo del loro reddito viene devoluto per bevande alcoliche. Minatori che hanno lavorato strenuamente nelle miniere sudafricane per 10, fino a di-

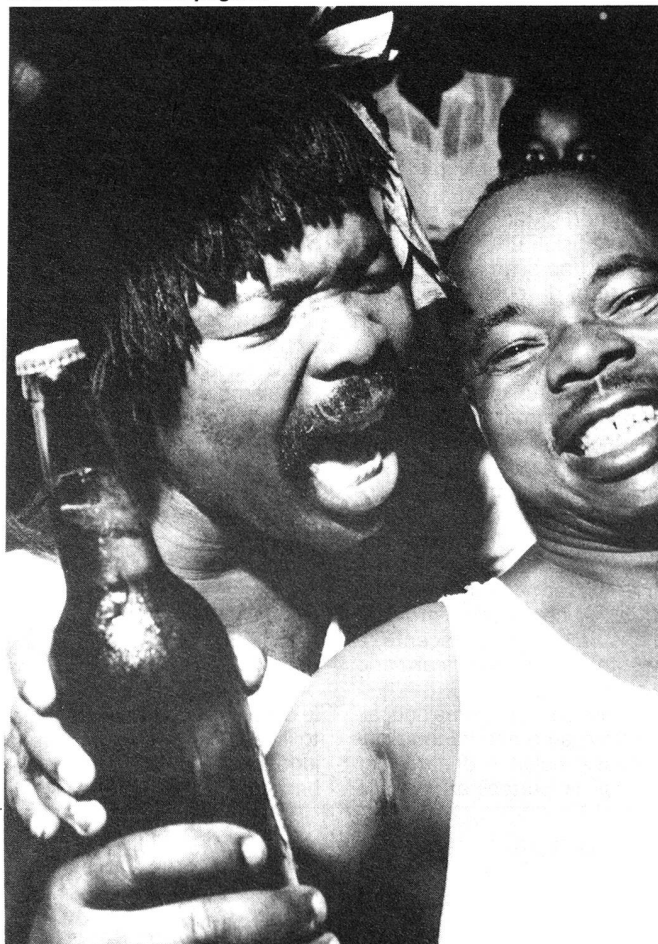
ciotto mesi consecutivi, riportano nelle loro case nel Lesotho o in Mozambico soltanto ancora un quarto del loro stipendio. Il resto è stato speso per liquori.

Le conseguenze dell'alcoolismo per l'economia già precaria di questi stati africani sono di ben maggiore portata rispetto ai paesi industrializzati. Da noi le centinaia di milioni necessari per coprire i costi provocati da questa tossicodipendenza passano inosservati nei bilanci di spese per la salute, assicurazioni sociali e case di disoccupazione. In Africa invece si ripercuotono in maniera ben più significativa sullo standard di vita della popolazione.

La potenza mondiale alcool

L'alcool, o meglio l'industria che produce e commercializza l'alcool, è diventata una potenza mondiale. L'interazione di capitali combinati con le nuove tecnologie e tecniche di vendita sempre più raffinate ha facilitato notevolmente l'accesso

Continua a pagina 31



Continua da pagina 11

all'alcool e la sua distribuzione negli angoli più sperduti del mondo. Negli anni Settanta la recessione economica nei paesi industrializzati aveva indicato una chiara diminuzione nei consumi; questo ha portato i produttori a cercare nuovi mercati in espansione. La ricerca dell'Organizzazione mondiale della sanità ha evidenziato come nei paesi dove il consumo di alcool è per tradizione basso si sia verificata una evoluzione parallela. Nei paesi in via di sviluppo si è verificata una tendenza molto marcata all'urbanizzazione; ottenuta l'indipendenza, nell'interno di questi nuovi stati dall'economia di baratto delle campagne si è passati al commercio con denaro delle città. Di conseguenza si è allargata la possibilità di accesso ai beni di consumo occidentali di un gruppo più numeroso di persone che dispone della necessaria capacità di acquisto. Nel campo degli alcoolici venne così incoraggiata la costruzione di birrerie e distillerie nel Terzo mondo per coprire il mercato di questi paesi. Le grosse industrie produttrici di alcoolici hanno potuto allargare in tal modo le proprie vendite ai due mondi, quello industrializzato e quello in via di sviluppo. Promotrici di questo processo le grosse birrerie, quasi di monopolio, quali la olandese Heineken, la danese Tuborg-Carlsberg e la britannica Guinness. Tra le distillerie brillavano invece i produttori di whisky del Nordamerica e della Gran Bretagna oltre a quelli di cognac in Francia. Questa nuova colonizzazione del Terzo mondo è avvenuto su tre canali: esportazione di merci, esportazione di capitali e vendita di licenze. Effetto logico del processo è un aumento considerevole dell'efficacia nello smercio e nella diffusione dell'offerta di prodotti alcoolici. Dal 1975 al 1980 ad esempio, dei 46 paesi dove la produzione di birra è aumentata di più del 50 per cento 42 sono in via di sviluppo; quanto prodotto è destinato quasi esclusivamente al mercato interno.

Differenziazione e marketing

L'evoluzione dell'industria dell'alcool fa sì che oggi i produttori di birra non sono impegnati soltanto nella vendita di



Party in Nigeria: il consumo di bibite alcooliche aumenta ad un ritmo pauroso in tutto il mondo.

(Servizio fotografico: OMS/P. Almsy)

birra, e i distillatori non si impegnano soltanto nella distribuzione dei diversi liquori. Queste società che originariamente diffondevano un tipo di bevanda alcoolica si stanno stabilendo anche su altri mercati di alcoolici; in un secondo tempo da diffusori di questi prodotti di «diversificazione» ne diventano anche produttori; in una terza fase la diversificazione è cosa fatta intervenendo su mercati che con i prodotti alcoolici non hanno niente a che fare. Ecco che delle 27 multinazionali produttrici di alcool che nel 1980 hanno realizzato per più di un miliardo di dollari, quasi tutte sono presenti su altri mercati. In particolare è interessante la collaborazione venutasi a creare con i produttori di sigarette che dominano il mercato mondiale. Tra queste si segnalano la Philip Morris, che si è associata alla birreria americana Miller (seconda produttrice mondiale), la Reynolds con la Hublein, la Imperial Group/Courage con il gruppo Rothmans. È evidente che l'arte e l'esperienza acquisita per la diffusione del consumo di sigarette si può facilmente

trasferire su quella di alcoolici. Ne è conseguita la prevista conquista dei mercati del Terzo mondo proprio con la birra. La produzione mondiale di questo prodotto è raddoppiata tra il 1960 e il 1980; nello stesso periodo di tempo questa è quadruplicata nell'America latina, in Asia e in Africa. Nel quadriennio dal 1976 all'80 i paesi in via di sviluppo erano responsabili di un quarto dell'importazione mondiale di birra, che significa per questi paesi una spesa di 200 milioni di dollari, cifra quadruplicatasi nel giro di tre anni.

Il rapporto dell'OMS sottolinea come sul mercato si sia registrata una concentrazione molto marcata, dove pochissime società controllano tutto il mercato mondiale. Le potenze di queste multinazionali è grandissima, il che rende particolarmente difficile la difesa della società dall'alcoolismo con interventi finalizzati e locali. Grazie alla forza raggiunta i produttori di alcoolici non devono rendere conto a nessuno del loro stile di vendita e delle ripercussioni che il loro successo finanziario ha sulla salute pubblica e

di conseguenza sull'economia di interi continenti. Per i loro oppositori non esistono possibilità di replica. Grazie alle gigantesche macchine promozionali e di pubbliche relazioni queste società esercitano una grandissima pressione sui media, con interventi «magici» che mettono a tacere ogni genere di ricerca che li potrebbe mettere in cattiva luce di fronte all'opinione pubblica. Il caso del citato rapporto dell'OMS «Alcoholic Beverages — Dimensions of Corporate Power» ne è un esempio. Dopo due anni di dimenticatoio, è stato finalmente pubblicato nel mondo anglosassone dalla casa Croom Helm. Poche settimane fa, è apparso anche in tedesco presso le edizioni Zebra di Amburgo, con il titolo «Weltmacht Alkohol». Gli autori sono John Cavanagh e Frederick F. Clairmonte, due esperti che hanno deciso di non lavorare più per questa organizzazione dell'ONU. Il perché è comprensibile. □