

Alcol e giovani. Alcol e responsabilità sociale delle imprese. Questi sono i due aspetti che una delle aziende leader nel settore della produzione di birra, insieme all'Università Lumsa di Roma e con il patrocinio del Ministero della Gioventù, ha coniugato nella creazione del forum on line per combattere l'abuso delle sostanze alcoliche.
([Ornella Esposito](#))



Il problema dell'abuso di alcol tra i giovani è una vera e propria piaga sociale, come affermano gli studi di settore in campo nazionale ed europeo.

Dall'indagine multiscopo del 2008 condotta dall'Istat, emerge che nel nostro paese: <<nella fascia tra i 18-24 anni, la prevalenza dei consumatori di sostanze alcoliche di entrambi i sessi (70,7%) supera quella della popolazione generale (69,9%). Il 13,2% dei ragazzi e il 4,4% delle ragazze hanno praticato il *binge drinking* ossia l'assunzione di oltre 6 alcolici in una sola serata. Un ragazzo su 5 e 1 ragazza su 10 bevono secondo modalità a rischio. La tipologia di rischio prevalente nelle fasce giovanili è il consumo fuori pasto (31,7% tra i maschi e 21,3% tra le femmine)>>.

Da tempo ormai si è diffusa tra le imprese (grandi, piccole e medie) il concetto della responsabilità sociale ossia l'importanza di seguire un codice di comportamento etico nel processo di produzione sia dal punto di vista della salubrità e del giusto trattamento dei dipendenti, sia del rispetto dell'ambiente e del non sfruttamento di persone e cose. Alcune imprese non si sono limitate ad assumere comportamenti rispettosi (peraltro imposti dalle recenti leggi o dal

boicottaggio dei consumatori) e non lesivi, ma hanno scelto di assumere un ruolo attivo verso alcune problematiche sociali, in questo caso il problema dell'abuso di alcol.

Proprio per questo l'azienda Birra Peroni e il gruppo SabMiller di cui fa parte, in collaborazione con l'Università Lumsa di Roma, hanno dato vita ad una piattaforma di comunicazione on line (www.parliamoneforumalcol.it) che affronta il tema del rapporto degli italiani con le bevande alcoliche, e raccoglie informazioni relative alle motivazioni e allo stile di assunzione dell'alcol che verranno poi elaborate dalla cattedra di Psicologia del Lavoro della Lumsa ed i cui risultati saranno messi a disposizione del mondo scientifico.

Come si legge sul sito ufficiale, l'azienda Birra Peroni è consapevole dei danni causati dal consumo irresponsabile dell'alcol, e intende promuovere in maniera concreta la cultura dello stare bene bevendo attraverso il finanziamento di progetti di prevenzione all'utilizzo nocivo delle bevande alcoliche.

L'iniziativa è lodevole (come quella di altre grandi aziende come per es.: la Chicco, la Vodafone, la Nestlè, etc), ma sono necessarie alcune riflessioni in merito all'autenticità delle buone intenzioni del mondo profit. La prima è che esistono delle direttive ben precise (tra le più recenti ISO 2600) le quali impongono alle aziende di adeguarsi a determinati standard per così dire "etici". Sarebbe lecito domandarsi come si comporterebbero le aziende se tale normativa non esistesse (basta studiarne la storia e già avremmo delle prime risposte). La seconda riflessione è che le aziende hanno fatto di necessità virtù, e ciò che è considerato in linguaggio economico un vincolo, è stato trasformato in ritorno di immagine; in poche parole molte aziende utilizzano l'etica come forma di pubblicità per dare una visione positiva di sé il cui scopo ovviamente è quello di aumentare le vendite senza, tuttavia, che l'etica sia la vera sostanza dei comportamenti aziendali.

Come discernere le imprese veramente etiche da quelle solo di facciata? Studiando la storia dell'impresa, osservandone i comportamenti sul lungo periodo, la loro coerenza nel tempo e l'investimento continuativo di risorse economiche per cause di carattere sociale e ambientale.

Per il momento l'iniziativa di Birra Peroni ci piace, perché investire soldi in progetti di contrasto all'abuso di alcol è sempre una buona iniziativa, nel frattempo osserveremo con occhi vigili e sul lungo periodo i comportamenti aziendali di uno dei colossi nazionali della produzione di birra.