



LE OPPORTUNITÀ DELLA MOVIDA

**Andare oltre la deriva circense di centri e
luoghi storici delle città italiane**

Sintesi dei principali risultati

La numerazione di tabelle, tavole e figure riproduce quella del testo integrale



Indice

Prefazione	1
La città buona è la città relazionale, e la Movida non può non esserci	3
La Movida come opportunità, convinzione diffusa e prevalente tra gli italiani	8
Il coinvolgimento quantitativo degli italiani nella fruizione serale e/o notturna dei luoghi pubblici	11
Il coprifuoco non abita qui	12
Perché si esce la sera e/o la notte	15
I protagonisti della Movida	16
Un approfondimento sui popoli abituali della sera e/o della notte e della Movida	19
I centri storici delle città italiane: la frequenza serale e/o notturna	20
Il rapporto degli adolescenti con l'alcol, una criticità sociale urgente	22
Ulteriori dati sul rapporto con l'alcol	24
Una lettura trasversale dei risultati relativi ai casi di Milano, Roma e Catania	26

Prefazione

La lettura di questo Rapporto fa giustizia di tanti luoghi comuni che si sono via via affermati intorno al fenomeno della Movida. Anzitutto è importante aver messo a fuoco che siamo dinanzi ad una questione complessa che non può essere derubricata semplicisticamente ad emergenza di ordine pubblico. La Movida, al contrario, richiama i temi della relazionalità, della qualità della vita, della fruizione dei centri storici, della forza creativa dello spazio urbano prima ancora che quelli economici della produzione di reddito e lavoro nelle città terziarizzate. E neppure bisogna trascurarne le valenze in termini di attrattività turistica di cui le notti bianche rappresentano l'estensione materiale e simbolica giacché nel turismo, talvolta, si vende la veglia anziché il sonno.

Ma non possiamo tacere sul fatto che è ormai lungo l'elenco delle città dove il centro storico è teatro di conflitti, anche intensi, tra una pluralità di interessi ed esigenze che rinviano a diverse potenziali vocazioni dei luoghi. Proprio la vocazione circense dei centri storici, così viene definita nel rapporto, fa anche da incubatore a comportamenti devianti, a volte illegali, che generano delicati problemi di gestione dell'ordine pubblico e che rendono difficile la coesistenza delle diverse esigenze che si trovano a convergere negli stessi luoghi.

Lo studio traccia, con l'onestà di chi è chiamato a leggere i fenomeni sociali senza preconcetti, le traiettorie di queste degenerazioni fino a ricondurle dentro un concetto di mala movida che si sviluppa e si affianca alla buona movida.

Qui emergono con forza le “patologie” correlate all’abuso del consumo di bevande alcoliche, alla moltiplicazione di luoghi di consumo “scarnificati” sotto il profilo commerciale e di servizio, alla mancanza di un sistema che non è solo di controllo ma anzitutto di regolazione.

Raccogliamo, con un sentimento di disincanto, le evidenze dello studio che, devo ricordare, non è il frutto della teoria ma dell’osservazione sul campo delle reali dinamiche di ciò di cui stiamo parlando. Con disincanto perché siamo stati spesso, come pubblici esercizi, messi sul banco degli imputati, per lo più in solitudine, nonostante i nostri continui richiami alle responsabilità condivise ed alla deriva generata da scelte di politica commerciale e del territorio profondamente sbagliate perché incapaci di

comprendere che la complessità non si governa a colpi di ordinanze “creative” ma con un disegno coerente che mette ogni cosa al posto giusto.

Abbiamo pensato, insieme al SILB-Associazione Italiana Imprese di Intrattenimento da Ballo e di Spettacolo, di stimolare una riflessione su un tema di grande attualità per uscire dagli spazi angusti della cronaca che quasi sempre fanno scattare il riflesso condizionato della difesa d’ufficio e alzano muri di incomunicabilità tra tutte le parti in campo.

Spero che il Rapporto contribuisca alla individuazione di soluzioni praticabili che guardino in avanti chiamando in causa la responsabilità di tutti, in sintonia con una idea condivisa del significato e del ruolo del centro cittadino rispetto agli obiettivi della comunità e dei suoi componenti.

*Lino Enrico Stoppani
(Presidente Fipe)*

La città buona è la città relazionale, e la Movida non può non esserci

Sono oltre 29 milioni gli italiani che ogni tanto escono la sera, più di 22 milioni quelli che frequentano i centri storici del proprio comune o dei comuni limitrofi, *quasi 19 milioni gli italiani che si recano, le volte in cui escono, nei luoghi della Movida.*

Inoltre, ogni settimana almeno una volta 15,6 milioni di persone escono la sera o la notte, 8,4 milioni frequentano i centri storici del proprio comune o di comuni limitrofi, *4,3 milioni si recano nei luoghi della Movida* e 6,1 milioni nelle ore serali e/o notturne escono *anche* per andare in pub, discoteche, discobar, enoteche, ecc.

Sono numeri da fenomeni di massa, ampi, capillari, coinvolgenti che animano i centri e i luoghi storici delle città italiane.

La Movida, come fruizione collettiva di luoghi ed esercizi pubblici nelle ore serali e più ancora notturne, ne è componente significativa, una delle modalità in cui si esprime questa diffusa, radicata e trasversale vitalità dello stare insieme, della convivialità, della voglia di vivere le proprie relazioni e il tempo libero fruendo delle opportunità offerte da spazi ed esercizi pubblici in determinate porzioni del territorio urbano.

A partire dalla vibrante Madrid postfranchista, per lungo tempo, il termine Movida ha evocato l'idea di veri e proprio distretti urbani della creatività e del buonvivere, luoghi della città (spesso i centri storici) in cui esercizi e spazi pubblici operano come crocevia di relazioni, incontri, scambi che incentivano una esplosione di creatività e concreti progetti d'impresa dal cinema alle arti figurative alla moda alle nuove tecnologie, migliorando la qualità della vita e il *brand* globale della città.

La Movida quindi viene percepita come una grande risorsa per rendere la città vibrante, vissuta, profondamente umana, in grado di generare valore sociale, oltre che economico, e di operare come magnete di turisti e talenti.

In Italia il termine Movida ha però subito uno slittamento semantico verso una connotazione negativa e nei media è ormai il convitato di pietra in occasione di episodi di cronaca nera, peraltro non sempre ad essa riconducibili; nella rappresentazione mediatica essa evoca gli eccessi nel consumo di alcol e stupefacenti, le tante pratiche antisociali

(dall'inquinamento acustico, a forme di vandalismo e di illegalità), in sintesi la pressione antropica incontrollata su porzioni del territorio urbano (di solito, luoghi e centri storici) che rende prigionieri i residenti e di fatto vandalizza il contesto.

Riassume inoltre quasi paradigmaticamente patologie sociali dell'eccesso e della sregolatezza che fanno paura e che in molti dei luoghi della Movida sembrano beneficiare di una terra franca dove regna una sorta di sospensione della legalità e dei controlli.

La enfasi negativa dei media è certo distorsiva rispetto a fenomeni che, come si è rilevato, sono positivi, di massa e coinvolgono milioni di cittadini, tuttavia è indubbio che i media sono un prisma che deforma solo in parte, perché una torsione del fenomeno reale in Italia si è indubbiamente consumata.

Oggi i luoghi della Movida sono infatti il teatro di un sua degenerazione patologica che è una *sorsa di tumore della Movida*, che va tenuto distinto da essa anche se vi è profondamente interconnesso: è la *MalaMovida*, forse il nemico più viscerale e distruttivo della Movida come opportunità virtuosa, perché fa da microclima ad episodi di cronaca nera spesso eclatanti che provocano una richiesta emotiva di misure drastiche, spettacolari, il cui solo effetto è quello di blindare, spegnere e quindi uccidere le nostre città.

Cos'è la *MalaMovida* e come si è arrivati alla situazione attuale in cui essa rischia di scacciare e uccidere la Movida? Al cuore della *MalaMovida* c'è il connubio nefasto tra una domanda infinitamente elastica verso l'alto di alcolici, soprattutto di giovani e adolescenti, e una offerta incontrollata di vendita degli alcolici da parte di operatori spregiudicati che si concentrano in via esclusiva su questa attività, con format semplificati all'osso, quasi sempre veri e propri *take away*.

E' così che la vendita di alcolici si pone come il perno di alcune unità di vendita ibride che giocano tra le maglie delle regole con una vera e propria induzione al consumo di alcolici, attraverso un aggressivo dumping nei prezzi di vendita e senza alcuna verifica su età o eventuale sobrietà degli acquirenti.

I take away come unità di vendita intensa di ogni tipo di bevande alcoliche, insieme agli ambulanti abusivi riassumono paradigmaticamente un'offerta che insegue, quasi bracca la domanda di alcolici (ad esempio, con prezzi molto bassi) incentivandola a crescere senza limiti.

Il connubio nefasto che agevola il consumo incontrollato di alcolici è il pilastro primo della *MalaMovida*, che poi è fatta anche di conseguenti eccessi e comportamenti antisociali; la concentrazione delle persone e, in alcuni contesti, anche di esercizi pubblici, attività commerciali e di imprese artigiane alimentari (pizzerie d'asporto, kebab, ecc.) fa il resto, e l'esito è l'occupazione coatta di porzioni del territorio urbano che invece di generare valore socioeconomico e sicurezza, finisce per produrre entropia, paura e voglia di farla finita con ogni modalità di fruizione degli spazi pubblici.

E' la *MalaMovida* il cuore del problema, ed essa sempre più scaccia la *buona Movida* che, invece, aldilà del martellamento mediatico su eccessi, trasgressioni incontrollate e illegalità, nella percezione maggioritaria degli italiani è considerata come *una straordinaria opportunità per le comunità e le città* perché essenziale nel creare contesti in cui può trovare risposta la domanda di relazioni che è il vero vettore della buona qualità della vita, oltre che il volano per un *brand* attrattivo, forte, coinvolgente.

Il presente testo contiene la sintesi dei principali risultati di una ricerca realizzata dalla Fondazione Censis su incarico della *Federazione Italiana Pubblici Esercizi* (FIPE) che mediante un pacchetto articolato di attività qualiquantitative della ricerca sociale, inclusi casi di studio con attività di campo a Milano, Roma e Catania, per la prima volta in Italia offre un quadro ampio e dettagliato delle fenomenologie della Movida con una interpretazione di risorse, criticità e soprattutto possibili uscite in avanti rispetto alla pericolosa conflittualità, a volte incattivita, che oggi connota i rapporti tra i vari *stakeholder*, dagli esercenti ai residenti agli amministratori locali.

Bisogna partire però da un assunto decisivo in questa fase: vivere le città, solcare le loro strade, averle piene di persone che fruiscono giorno e notte di spazi ed esercizi pubblici è un obiettivo desiderabile per una buona qualità della vita e per la crescita economica; le città relazionali sono quelle in cui si vive meglio, le più sicure, le più attrattive.

Le città blindate, spente, custodialiste, prive o con pochissimi contesti pubblici in cui coltivare la relazionalità sono regressive, insicure, più facilmente prede di subculture di strada votate all'illegalità. E non rende certo migliori le città il ricorso estemporaneo da parte di tante amministrazioni comunali a ordinanze repressive che cercano soluzioni creative per rispondere all'emotività collettiva legata magari ad un singolo episodio di cronaca.

L’alternativa non può essere tra il caos incontrollato della *MalaMovida* e l’assetterità blindata di città spente, piegate alla sola logica produttivista che confina le relazioni tra persone dentro le reti familiari e gli spazi privati.

La relazionalità è il cuore del buonvivere, tanto più oggi che i contesti urbani, per ragioni sociodemografiche e culturali presentano *baratri di solitudine* e anche per questo esprimono una domanda potenziale di relazionalità molto alta.

E la pratica della relazionalità non può essere relegata a problema esclusivamente privato, individuale, che ognuno deve risolvere da sé; richiede contesti, luoghi, spazi adeguati, gradevoli, coinvolgenti, prorelazionali in cui potersi esprimere; il valore della Movida è in primo luogo legato a questa dimensione sociale e relazionale fondamentale, a cui si aggiungono poi i suoi positivi impatti economici e di attrattività.

Sta qui l’ineludibilità della Movida, la necessità di spazi opportunamente organizzati con esercizi pubblici e altri segmenti di offerta che consentano di vivere la città anche fuori dagli orari attivi, di lavoro o studio. C’è una funzione sociale di spazi ed esercizi pubblici che appartiene alla storia delle città non solo italiane, ed è quella di *microclima prorelazionale*, crocevia di incontri, scambi, interazioni che poi sono il motore vero di innovazione socioeconomica.

Movida si, MalaMovida no: questo in estrema sintesi l’obiettivo da perseguire per le nostre città che trova piena condivisione in una maggioranza di italiani per i quali la Movida è una risorsa per le città, una cosa positiva anche per se stessi che amano avere luoghi ove poter vivere in modo conviviale, lo stare insieme anche fuori dai contesti familiari e produttivi.

E poi ci sono i giovani, protagonisti primi ma non esclusivi delle notti, che mostrano di volere coltivare la prossimità relazionale, rifuggendo dalle lusinghe della fruizione individualistica e privata del tempo libero pericolosamente monopolizzata dai nuovi, intriganti *device* tecnologici che inducono fruizione solipsistica del tempo.

Abbattere la *MalaMovida* quindi è il primo obiettivo essenziale e richiede come premessa ineludibile il riportare sotto controllo le sue dinamiche evolutive a partire da dispositivi regolatori che già oggi consentono di governare alcuni dei fattori decisivi che la generano, imponendo il rispetto della tutela della salute (si pensi al recente D.L. Baldazzi sull’alcol) e dei

luoghi di pregio minacciati dalla pressione dell'eccesso di locali, persone, e soprattutto dai comportamenti antisociali associati all'abuso di alcolici.

Occorre un salto di qualità nella governance mediante alcune semplici pratiche:

- rimettendo sotto controllo nelle aree critiche delle città il ritmo di crescita di tutte le imprese che svolgono la medesima attività a prescindere dai sistemi normativi che le regolano, in particolare se trattano bevande alcoliche, mediante criteri autorizzatori che introiettino le esigenze di tutela. La proliferazione dei format di vendita, il libero scorazzare (economicamente remunerativo) senza mai fronteggiare sanzioni adeguate di gestori spregiudicati che giocano al limite della legge cinicamente indifferenti all'impatto sociale della loro azione, è tra le cause primarie della *MalaMovida* e dei suoi effetti nefasti;
- imponendo un sistema di regole, vincoli, sanzioni uguale per chi di fatto svolge attività uguali nel settore della vendita e somministrazione di alcolici, moltiplicando controlli e sanzioni così da evitare che la loro vendita incontrollata diventi fonte di reddito crescente per alcuni operatori spregiudicati e fonte di alti costi sociali e sanitari per i residenti in primis e per la collettività più ampia poi, a causa dei tanti comportamenti antisociali che essa genera, fino alle forme di devianza e microcriminalità;
- promuovendo forme stabili di coinvolgimento attivo degli stakeholder, dai residenti ai gestori e proprietari alle istituzioni locali alle forze dell'ordine alle associazioni locali, perché nessuno si senta escluso e ognuno abbia i contesti in cui far presente punti di vista e argomentazioni, smontando quindi la pericolosa logica della radicalizzazione della conflittualità e del senso di frustrazione da impotenza ed esclusione;
- rendendo i luoghi della Movida epicentro di iniziative, molte delle quali già sperimentate spontaneamente e dal basso dal tessuto associativo e anche da singoli esercenti, che mirano a far maturare la domanda e l'offerta che si esprime nella Movida, secondo logiche di maggiore qualità, responsabilità, stile nei consumi. Un processo già sperimentato in altri ambiti con, ad esempio, l'affermarsi di una evoluta cultura enogastronomica o del consumo maturo e critico che, ovviamente, qui deve fare i conti con la pericolosa egemonia delle culture dell'eccesso e dello sballo che richiedono un lavoro di lunga lena di educazione;

- stimolando e incentivando nuovi e originali format di offerta in grado di fornire alternative attrattive alla scarnificata attività dei take away che svolgono la più trasversale delle attività, la vendita incontrollata di alcolici. E' importante che si affermino nuovi format di esercizi pubblici in grado di offrire prodotti/servizi, a prezzi sostenibili, che conquistino cuori, menti e portafoglio soprattutto dei più giovani;
- rendendo obiettivo sociale di comunità la riduzione del consumo di alcolici, soprattutto del *consumo in eccesso concentrato* di giovani e anche adolescenti. I numeri sono da brivido e le conseguenze drammatiche, nessuno può chiamarsi fuori da una iniziativa incessante di contrasto di tutti i fattori che promuovono o facilitano il consumo in eccesso degli alcolici. L'intervento preventivo (dal controllo a monte dei soggetti di offerta alle attività di educazione diffusa) e quello repressivo (sanzioni dure per chi trasgredisce a regole sulla vendita di alcolici alla *no tolerance* verso l'ambulantato abusivo) vanno intensificati, oppure sarà molto difficile estirpare il tumore della *MalaMovida*, e soprattutto spingere in basso l'eccesso di consumo di alcolici.

Di seguito viene presentata una sintesi di alcuni dei principali risultati della ricerca.

La Movida come opportunità, convinzione diffusa e prevalente tra gli italiani

Da una indagine realizzata su un campione nazionale di 1.200 cittadini maggiorenni ai quali è stato somministrato telefonicamente un questionario strutturato emerge un dato sicuramente sorprendente che *scarta* rispetto alla rappresentazione mediatica prevalente della Movida: infatti, emerge la diffusa percezione che essa debba essere considerata come un fenomeno positivo, un valore che va distinto concettualmente dalla *MalaMovida* e messo nelle condizioni di dispiegare i suoi effetti positivi.

Richiesti di indicare quale tipo di pensieri gli attiva il richiamo alla Movida, quasi il 56% degli intervistati dice una *cosa positiva*, perché richiama luoghi della città dove si può passeggiare, mangiare, bere, stare insieme con amici, posti dove trascorrere momenti piacevoli; questa visione positiva è fatta propria in modo particolare dai più giovani con età compresa tra 18 e 29 anni (oltre il 92% dei giovani intervistati), ma la quota è alta anche tra i 30-44enni (il 72,4%), tra i 45-64enni (quasi il 51%), per poi calare tra gli

anziani tra i quali circa un quarto dice che la Movida li fa pensare ad una cosa positiva; è alta la quota di coloro che hanno una visione positiva della Movida tra i laureati (oltre l'84%) (tab. 1).

Tab. 1 – Opinione degli italiani sulla Movida, per età (val. %)

<i>Se le dico Movida Lei pensa ad una cosa...</i>	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	Totale
<i>Positiva</i> , a luoghi della città dove si può passeggiare, mangiare, bere, stare insieme con amici, posti dove trascorrere momenti piacevoli	92,1	72,4	50,9	24,6	55,8
<i>Negativa</i> , a luoghi dove ci sono troppi locali, persone che si ubriacano, rumore eccessivo, posti da cui stare lontano	7,9	22,5	28,1	35,3	25,5
<i>Non so cosa sia</i>	-	5,1	21,0	40,1	18,7
Totali	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

A livello territoriale si registra una prevalenza trasversale degli intervistati ai quali la Movida richiama una cosa positiva: nel Nord-Ovest è oltre il 56%, al Centro il 62%, al Sud-Isole il 55,5%, mentre nel Nord-Est è quasi il 49% ad associare la Movida ad una cosa buona.

E' poi il 60,5% dei residenti nelle grandi città con oltre 250 mila abitanti a dichiarare che la Movida fa pensare ad una cosa piacevole, positiva ed il 51,8% tra coloro che vivono in comuni che hanno fino a 10 mila abitanti.

La Movida richiama una cosa negativa, luoghi dove ci sono troppi locali, persone che si ubriacano, rumore eccessivo, posti da cui stare lontani al 25,5% degli intervistati, quota che sale sopra al 35% tra gli anziani e sopra al 34% tra i residenti del Nord-Est.

Il 18,5% che dichiara di non sapere cosa sia la Movida, e la quota sale al 35,3% tra gli anziani ed a quasi il 37% tra persone con basso titolo di studio.

C'è una prevalenza netta, trasversale alle classi di età dei giovani e degli adulti e ai territori (sia pure con intensità diversa) di una *visione positiva* della Movida, lontana da quella rappresentazione negativa, spesso di vera e propria demonizzazione che prevale nei media.

Conferma della positiva visione della Movida emerge anche in relazione *all'importanza che i cittadini gli attribuiscono per le città*; infatti, reputano importante per le nostre città che ci siano luoghi con una certa concentrazione di locali dove mangiare, divertirsi, ballare, stare insieme il 63,2% degli intervistati; di questi quasi il 33% lo reputa molto importante per la qualità della vita di tutti, ed il 30,5% abbastanza importante, anche se soprattutto per attirare turisti (tab. 3).

Tab. 3 - Opinione degli italiani sull'importanza che hanno i luoghi in cui si concentrano locali dove divertirsi/stare insieme per le città, per classe di età (val. %)

<i>Quanto è importante per le nostre città che ci siano luoghi in cui c'è una certa concentrazione di locali dove mangiare, divertirsi, ballare, stare insieme?</i>	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	Totale
Molto + abbastanza	88,9	68,1	60,5	46,3	63,3
Molto, per la qualità della vita di tutti	58,3	32,3	29,9	21,8	32,8
Abbastanza, anche se è importante soprattutto per attirare turisti	30,6	35,8	30,6	24,5	30,5
Poco + per niente	11,0	31,9	39,5	53,7	36,7
Poco, sono altre le cose di cui le città avrebbero bisogno	8,0	24,5	28,1	30,1	24,6
Per niente, luoghi del genere diventano per forza ingovernabili	3,1	7,4	11,4	23,6	12,1
Totali	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Condividono questa convinzione quasi l'89% dei più giovani, oltre il 68% dei 30-44enni, oltre il 60% tra i 45-64enni e anche più del 46% degli anziani; tra i laureati la quota che reputa importante la presenza dei luoghi della Movida è pari ad oltre l'84%. Riguardo alle macroaree, al Centro è il

75,7% che considera molto o abbastanza importante la presenza dei luoghi della Movida nelle città, nel Sud e isole è il 62,7%, nel Nord-Ovest è il 60% e nel Nord-Est il 56%.

La visione positiva della Movida prevale inoltre nei comuni con oltre 250mila abitanti con quasi il 74% dei residenti che la condivide.

I dati non lasciano margini di dubbio: esiste uno iato consistente tra i fatti di *MalaMovida* (o comunque ad essa ascritti dai media) e la percezione e valutazione dei cittadini, che continuano a vedere la Movida nella sua visione positiva, di piattaforma relazionale, contenitore di opportunità sociali prima ancora che economiche.

Il coinvolgimento quantitativo degli italiani nella fruizione serale e/o notturna dei luoghi pubblici

Sono tante e diversificate le fruizioni dei luoghi delle città italiane piccole e grandi alla sera e alla notte; di seguito sono indicati il grado di diffusione delle diverse modalità di fruizione, e in particolare:

- escono *la sera e/o la notte*, fasi della giornata in cui le uscite di solito rinviano a motivazioni di svago, *entertainment* e più ancora alla voglia di relazioni e di socialità oltre 29 milioni di italiani una volta ogni tanto, di cui oltre 15,6 milioni almeno una volta a settimana;
- frequentano *i luoghi della Movida* quando escono la sera e/o la notte quasi 19 milioni di italiani, vi si recano ogni volta che escono la sera e/o la notte oltre 5,3 milioni di persone, vi si recano *almeno una volta a settimana* oltre 4,3 milioni di persone;
- frequentano il centro storico del proprio comune o di comuni limitrofi la sera e/o la notte oltre 22 milioni di italiani, tra i quali a quasi 8,5 milioni capita di farlo almeno una volta a settimana;
- sono poi oltre 8 milioni le persone che quando escono la sera e/o la notte dichiarano di farlo *anche* per andare in pub, discoteche, discobar, enoteche ecc. e di questi oltre 6,1 milioni lo fanno almeno una volta settimana.

Di seguito sono presentati alcuni approfondimenti sulle diverse tipologie di fruizione di spazi ed esercizi pubblici, relativamente alle uscite serali e notturne, in particolare nei luoghi della Movida e nei centri storici.

Il coprifuoco non abita qui

Quasi il 60% dei cittadini intervistati dichiara che gli *capita di uscire la sera*: è quasi il 94% dei giovani con età fino a 29 anni, quasi il 78% degli adulti con età tra 30 e 44 anni, il 53% circa di quelli con età tra 45 e 64 anni, ed il 31% degli anziani (tab. 11).

Tab. 11 - Persone a cui capita di uscire la sera/notte, per classe di età (val. %)

<i>Le capita di uscire la sera/notte?</i>	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	Totale
Si	93,9	77,8	52,8	30,8	59,8
No	6,1	22,2	47,2	69,2	40,2
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

L'uscita serale o notturna è diffusa con intensità simile nelle macroaree geografiche ed ha una relazione crescente anche con il titolo di studio, con quasi l'84% dei laureati che dichiara che gli capita di uscire la sera.

La asserita privatizzazione di fatto del tempo di loisirs e di relazioni con il suo incapsulamento nelle abitazioni private dei cittadini non hanno trasformato la maggioranza degli italiani in *pantofolai*; è ancora forte, diffusa, radicata trasversalmente nel corpo sociale e nei territori la tendenza a trascorrere fuori dal contesto privato il tempo di vita presumibilmente diverso da quello produttivo (che sia di lavoro o di studio).

Nel tempo di non lavoro per gli italiani vivere le città fuori dalle mura delle abitazioni frequentando gli spazi e locali pubblici è ancora una dimensione significativa della loro vita; le nostre città non sono svuotate quando cessa il ciclo produttivo e del lavoro. Riguardo alla frequenza con cui le persone escono la sera emerge che:

- oltre il 53% dichiara di *uscire almeno una volta a settimana*, quota che oscilla tra quasi l'86% dei più giovani, il 46,5% tra i 30-44enni, il 42% tra i 45-64enni e il 38% tra gli anziani;

- il 20,6% *esce almeno una volta ogni due settimane*, e in questo caso si passa dal 24% dei più anziani e poi si scende a meno del 20% tra gli adulti 45-64enni, poi al 26% per i 30-44enni mentre tra i giovani è il 12,6%;
- il 18,2% *esce almeno una volta al mese*, e in particolare gli adulti 45-64enni e gli anziani (quasi il 28%);
- con frequenze minori escono poco più del 7% dei cittadini intervistati, quote che sono più alte tra le due classi di età più elevate.

Si possono stimare in *15,6 milioni*, di cui oltre 6 milioni sono giovani con età compresa tra 18 e 29 anni, gli italiani che escono la sera e/o la notte almeno una volta a settimana; sono poi 4,7 milioni gli adulti con età compresa tra i 30 e i 44 anni e 3,5 milioni coloro che hanno tra i 45 e i 64 anni ad uscire nelle ore serali/notturne; sono inoltre 1,8 milioni le persone che vivono sole che escono almeno una volta a settimana la sera (tab. 13).

Tab. 13 – Persone che escono la sera/notte almeno una volta a settimana (1) (val. % e stima in migliaia)

	%	Stima (in migliaia)
18-29 anni	80,7	6.034
30-44 anni	35,9	4.666
45-64 anni	21,7	3.519
65 e più	11,7	1.435
<i>Persone che vivono sole</i>	<i>24,4</i>	<i>1.839</i>
Totale	31,7	15.654

(1) Cittadini che hanno indicato di uscire la sera/notte almeno una volta alla settimana. La percentuale è calcolata sul totale degli intervistati

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Si tratta di un popolo che sciama per le strade, gli esercizi pubblici, i tanti luoghi di incontro che rendono le nostre città un esempio positivo di contesti vissuti, attraversati comunque da dinamiche relazionali che non possono non incidere positivamente sulla qualità della vita e che soprattutto sono

espressione di una propensione alla socialità in luoghi aperti, pubblici che la crisi non ha spezzato.

Come rilevato, escono di più la sera/notte i giovani tra i quali è quasi l'86% a farlo almeno una volta a settimana, il 12,6% lo fa almeno una volta ogni due settimane, il rimanente 1,5% lo fa almeno una volta ogni due mesi o più di frequente; alti i valori relativi alle altre classi di età, con gli adulti di età 30-44 anni che nel 46,5% dei casi escono almeno una volta a settimana, nel 25,7% almeno una volta ogni due settimane, il 18% una volta al mese, e circa il 10% con minore frequenza; alte le quote anche per gli adulti 45-64 anni tra i quali sono, rispettivamente, il 42% almeno una volta a settimana, il 19,9% almeno una volta ogni due settimane, oltre il 28% una volta al mese e poco meno del 10% con minore frequenza; infine gli anziani tra i quali il 38% esce almeno una volta a settimana la sera e/o la notte, il 24% almeno una volta ogni due settimane, quasi il 28% almeno una volta al mese e poco più del 10% con minore frequenza.

Escono almeno una volta a settimana nelle ore serali e/o notturne più gli uomini che le donne, quasi il 55% contro il 52%, e più i laureati rispetto a coloro che hanno al massimo la qualifica professionale, quasi il 62% rispetto al 39,7%. Sono alte le quote per chi vive in comuni con oltre 250 mila abitanti, tra i quali esce il 65% circa almeno una volta a settimana, il 17% almeno una volta ogni due settimane, oltre il 14% una volta al mese, e il 3,7% con minore frequenza.

Il dato complessivo è quello di una tendenza trasversale a uscire con una certa intensità anche la sera e/o notte, smentendo così le idee convenzionali di un *popolo di pantofolai*; inoltre, la crisi non ha generato il *coprifuoco sociale*, quel rinserramento che trova la sua espressione estrema nello starsene in casa ogni volta che non si è obbligati a uscire.

Va tenuto presente che ci sono *circa 2 milioni di persone ai quali non capita di uscire la sera che vorrebbero invece farlo*, a testimonianza di una condizione che molto spesso è più subita che voluta; è probabile che se si creassero una serie di condizioni personali, ma anche sociali e di contesto, la domanda di fruizione dei luoghi pubblici nelle ore serali e notturne sarebbe destinata a crescere.

Va poi notato che tra coloro che vorrebbero uscire di più la sera e/o la notte ben il 62% già esce almeno una volta a settimana, ed è evidente la voglia di moltiplicare le opportunità di socialità, di fruizione delle tante forme di entertainment che i vari contesti offrono.

Inoltre, tra i desiderosi di una maggiore frequenza di uscita serale e/o notturna *quasi la metà nelle uscite serali si reca sempre o quasi sempre (almeno una volta su quattro) nei luoghi della Movida*, che quindi hanno una forza di attrazione notevole, tanto da stimolare il desiderio di frequentarli di più a quote significative di persone che già oggi le frequentano con una certa intensità.

Perché si esce la sera e/o la notte

Decisive sono ovviamente le *motivazioni* delle uscite serali che definiscono il contenuto del tempo fuori di casa. Poiché le abitudini sono necessariamente il portato di una pluralità a volte intrecciata di motivazioni, è stata delineata una matrice che per singola persona può essere composta anche da più di una motivazione.

Meno del 6% dichiara di uscire la sera e/o la notte per lavoro; sono in particolare maschi (8,6%), residenti al Sud-isole (7,3%) e al Nord-ovest (6,6%) e persone con basso titolo di studio (oltre l'8%); le altre motivazioni richiamate sono tutte di loisirs, di fruizione ludica, non produttiva nel senso di attività primaria di lavoro o di studio delle persone (tab. 16).

Tab. 16 - Motivi per cui i cittadini escono la sera/notte, per classi di età (val. %)

<i>Per quali dei seguenti motivi le capita di uscire la sera?</i>	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	Totale
Per passeggiare, incontrare amici	70,0	69,2	69,4	66,1	69,0
Per andare in ristoranti, trattorie, pizzerie	58,3	58,4	61,7	58,7	59,4
Per andare in pub, discoteche, discopub, discobar, enoteche,	65,8	23,7	9,1	13,0	28,0
Per visitare musei, luoghi ed eventi culturali	12,1	18,3	32,6	23,6	21,8
Per lavoro	1,9	8,1	3,5	13,1	5,9
Per fare shopping	3,4	4,4	0,6	1,9	2,7

Il totale non è uguale a 100 perchè erano possibili più risposte

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Le uscite serali e/o notturne sono per il 69% dei cittadini indotte dalla voglia di passeggiare, incontrare amici, cioè dalla fruizione degli spazi pubblici per la socialità, per curare le relazioni con gli altri; per il 59,4% per andare in ristoranti, trattorie, pizzerie; per il 28% per *andare in pub, discoteche, discopub, discobar, enoteche*; per quasi il 22% per visitare musei, luoghi ed eventi culturali, per il 2,7% per fare shopping.

La fruizione *free* degli spazi pubblici per ragioni relazionali, di convivialità è ovviamente la più diffusa: si esce la sera per passeggiare e coltivare relazioni, e lo si fa generalmente nei luoghi preposti a questo, che ne hanno le caratteristiche essenziali.

Decisivo è il richiamo dei *locali ed esercizi pubblici*, visto che oltre il 59% associa le uscite serali e/o notturne alla scelta di andare in ristoranti, trattorie e pizzerie; a recarsi in questi luoghi sono principalmente gli adulti di 45-64 anni tra i quali dichiara di andare in questi luoghi quasi il 62%, e coloro che vivono nelle regioni centrali del Paese (ben l'85,3%). Amano andare in questi posti più le donne che gli uomini (il 62% contro il 57%), i laureati (il 64%), le coppie senza figli (il 61%) e le persone che vivono sole (oltre il 59%).

Il 28% esce *anche* per recarsi presso format tipici della notte o, al limite, dell'ora dell'aperitivo serale, come enoteche e le varie tipologie di pub e discoteche. A frequentarle maggiormente sono quasi il 66% dei giovani, circa il 36% di coloro che risiedono al Nord-ovest e il 37% degli intervistati che vivono in comuni con più di 250 mila abitanti.

E' importante sottolineare la funzione sociale esercitata dagli esercizi pubblici che si affianca, di fatto, a quella svolta dagli spazi pubblici, e anzi integra il senso e la funzione sociale di quest'ultimi. Gli esercizi pubblici infatti contribuiscono a creare i contesti, i luoghi che sono generatori di relazioni.

Spazi pubblici privi di esercizi pubblici sono sicuramente depotenziati nella loro capacità di produrre buona socialità.

I protagonisti della Movida

Quanti sono e quale profilo hanno le persone che frequentano i luoghi della Movida? Per delineare la dimensione quantitativa del fenomeno, il suo bacino attivo, è stato chiesto alle persone se e con quale frequenza si recano

nei luoghi della Movida; nel porre la domanda si è ovviamente tenuto conto del fatto che esiste una idea sociale diffusa nei vari contesti su cosa si intenda per luoghi da considerare *teatro di Movida*.

Sono quasi 19 milioni gli italiani di ogni età ai quali, magari una volta ogni tanto, capita di frequentare i luoghi della Movida; di questi quasi 6,4 milioni sono giovani e oltre 1,7 milioni persone che vivono sole.

Tra coloro che escono la sera o la notte, il 18,2% si reca quasi sempre nei luoghi della Movida (il 38,5% dei 18-29enni), quasi il 25% vi si reca abbastanza (il 40,2% dei 18-29enni), cioè almeno una volta su quattro, quasi il 22% vi si reca poco e poco più del 35% mai (tabb. 18 e 19).

Esiste quindi una quota del 65% di persone a cui capita di uscire la sera/notte e che dichiara di recarsi, almeno ogni tanto, nei luoghi della Movida.

La quota di persone che si dichiara estranea ai luoghi della Movida, che non vi si reca mai, che non ne è attratta è pari al 35% e si attesta sopra al 48% tra gli anziani.

E' però proprio il dato di adulti e anziani che colpisce, visto che comunque si registra quasi il 52% che tende ad andare nei luoghi della Movida almeno qualche volta quando esce di sera e/o notte; è chiaro che nel vissuto concreto delle persone relativamente ai propri contesti di vita la Movida e i suoi luoghi non evoca perdizione, *droga-alcol-cose solo per giovani debosciati*, ma luoghi di convivialità, fatti di spazi pubblici e locali, che la presenza di tanta gente rende luoghi praticabili, per certi versi sicuri e piacevoli.

Si stima poi che le persone che *escono almeno una volta a settimana per recarsi sempre nei luoghi della Movida* (gli abituali della Movida) sono 4,3 milioni; di questi, 2,6 milioni hanno tra 18 e 29 anni, 1,1 milioni tra 30-44 anni, 570 mila hanno oltre 44 anni, mentre le persone che vivono sole sono quasi 250 mila.

Esiste una Movida concretamente vissuta nei tanti contesti del nostro Paese che nell'esperienza diretta delle persone di ogni età poco o nulla ha a che vedere con la *Movida sparata* della cronaca quasi sempre nera.

Tab. 18 - Persone che escono la sera/notte (v.a. in migliaia)

	v.a. stime	<i>di cui almeno una volta a settimana</i>
Escono la sera/notte	29.161	15.654
<i>di cui:</i>		
- frequenta il centro storico del suo comune o di comuni limitrofi	22.246	8.447
- <i>vanno nei luoghi della Movida</i>	18.944	4.360*
- anche per andare in pub, discoteche, discobar, enoteche	8.085	6.127

(*) escono la sera almeno una volta a settimana per recarsi nei luoghi della Movida

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Tab. 19 – Persone che quando escono la sera si recano nei luoghi della Movida, per classe d'età (val. %)

<i>Quando esce la sera, di solito si reca nei luoghi della movida della sua città o in quella di altri comunità/territori?</i>	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	65 anni e oltre	Totale
Molto + abbastanza	78,7	37,8	25,4	31,1	43,1
Molto (quasi sempre)	38,5	15,6	6,3	14,5	18,2
Abbastanza (almeno una volta su quattro)	40,2	22,2	19,1	16,6	24,9
Poco + per niente	21,3	62,2	74,6	68,9	56,9
Poco (ogni tanto)	11,4	23,8	28,5	20,8	21,8
Per niente	9,9	38,4	46,1	48,1	35,1
Totali	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Emerge anche una potenzialità di sviluppo ulteriore della socialità serale e/o notturna, che si materializza in una voglia insoddisfatta di uscire la sera e/o la notte ancor di più da parte di quote significative di cittadini.

Infatti, oltre un terzo degli intervistati dichiara che gli piacerebbe uscire di più la sera e/o la notte perché sarebbe importante per le relazioni e la qualità della vita. Il desiderio di uscire di più la notte è trasversale al corpo sociale, ed è molto più forte tra i 18-29enni (67,5%) e tra 30-44enni (44,7%).

Uscire di casa, frequentare spazi e locali pubblici, stare insieme, vivere la città è sia una pulsione che la crisi, con tutti i suoi impatti sulla psicologia sociale e sulle tasche degli italiani non ha spento e che anzi ha ancora traiettorie di crescita significative.

Un approfondimento sui popoli abituali della sera e/o della notte e della Movida

E' importante capire come si articola il popolo abituale della sera e/o notte:

- sono 15,6 milioni gli italiani *che escono almeno una volta la settimana la sera o la notte*;
- 8,5 milioni quelli *che si recano almeno una volta alla settimana la sera o la notte nel centro storico*;
- oltre 4,3 milioni le persone che dichiarano che escono la sera o la notte almeno una volta alla settimana e *si recano sempre nei luoghi della Movida*. Di questi oltre 3 milioni scelgono i luoghi della Movida *anche* per recarsi presso pub, discoteche, discopub, discobar, enoteche; quasi 2,5 milioni *anche* per andare in ristoranti, trattorie, pizzerie. Vanno *sempre e solo* nei luoghi della Movida presso pub, discoteche, discopub, discobar, enoteche 816 mila persone;
- sono poi oltre 6,1 milioni quelli che escono la sera o la notte almeno una volta a settimana *anche* per andare in pub, discoteche, discopub, discobar, enoteche ecc.
- ci sono poi altri 4,2 milioni che escono almeno una volta al mese ma che vorrebbero uscire di più. Si possono considerare come *aspiranti abituali* anche della Movida; tra questi si riscontrano oltre 1,8 milioni di persone con età compresa tra 30 e 44 anni, oltre 1,4 milioni con età tra 45 e 64 anni e anche 450 mila anziani.

Un aspetto da sottolineare è che gli *abituali della Movida* non coincidono con coloro che vanno presso determinati formati di esercizi pubblici, ma sono animati da una pluralità di motivazioni, cosa che conferma come la Movida sia un fenomeno molto più complesso dal lato dei cittadini rispetto alla rappresentazione mediatica che semplifica riducendo il tutto nella migliore delle ipotesi a giovani che si recano nei locali serali e notturni, e nella peggiore ai fenomeni della *MalaMovida*.

I centri storici delle città italiane: la frequenza serale e/o notturna

Il 45% degli italiani dichiara di frequentare il centro storico del proprio comune o di comuni limitrofi la sera o la notte; il dato è più alto nel Sud-isole dove è pari a quasi il 51%.

E' un fenomeno che riguarda l'80% di coloro con età compresa tra 18 e 29 anni, il 51,1% degli adulti con età tra 30 e 44 anni, quasi il 40% delle persone con età tra 45 e 64 anni e il 28,7% degli anziani (tab. 25). La fruizione del centro storico è più diffusa tra i cittadini dei comuni più grandi (53,6%) e in quelli con popolazione tra 30 e 100 mila (52%).

Oltre l'11% degli italiani è un *frequent user* del centro storico perché vi si reca almeno una volta a settimana; è il 30% dei giovani con età tra 18 e 29 anni a farlo, il 16% nelle città tra 100 mila e 250 mila abitanti, quasi il 16% dei residenti al Nord-est.

I dati indicano che la fruizione serale e/o notturna dei centri storici della propria città o di comuni limitrofi è fenomeno di massa, profondamente radicato nei comportamenti degli italiani; se i centri storici si sono svuotati di residenti riempendosi al contempo di pubblici esercizi dei più diversi tipi, trasformandosi spesso in salotti non sempre gradevoli da frequentare, tuttavia l'esito sotto il profilo della fruizione dei cittadini italiani consiste in 4 su 10 che lo frequentano di sera e/o di notte.

Tab. 25 – Persone che solitamente frequentano il centro storico del proprio comune o di comuni limitrofi la sera e/o la notte, per classe di età (val. %)

<i>Di solito frequenta il centro storico del suo comune o di comuni limitrofi la sera e/o la notte? Se sì, quante volte?</i>	18-29 anni	30-44 anni	45-64 anni	Oltre 64 anni	Totale
Si	80,0	51,1	39,8	28,7	45,4
<i>di cui:</i>					
- più volte a settimana	30,0	10,0	9,4	5,6	11,3
- al massimo una volta a settimana	9,2	5,7	4,7	5,6	5,8
- più volte al mese	11,5	10,4	6,8	2,4	7,3
- di tanto in tanto (meno di una volta al mese)	29,2	25,0	18,9	15,1	21,0
Mai	20,0	48,9	60,2	71,3	54,6
Totale	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

Fonte: indagine Fipe-Censis, 2013

Riguardo alle motivazioni della frequentazione dei centri storici si riscontra che:

- il 69,6% lo fa per passeggiare, incontrare amici;
- il 22,9% per andare in ristoranti, trattorie;
- il 18,7% per andare in pub, discoteche, discopub, discobar, enoteche, winebar, altri locali notturni;
- il 18,3% per fare shopping;
- l'11,9% per visitare musei, luoghi ed eventi culturali;
- il 10,1% per lavoro.

Convivialità, rapporto con il cibo, acquisti, cultura e lavoro: c'è ovviamente tutto lo spettro delle attività a spiegare il rapporto con i centri storici la sera e la notte.

E' chiaro pertanto che la Movida e le sue forme più patologiche non esauriscono la fruizione del centro storico, i motivi per i quali gli italiani tendono a frequentarlo.

Il rapporto degli adolescenti con l'alcol, una criticità sociale urgente

La MalaMovida di fatto catalizza patologie sociali che nascono anche per ragioni che gli sono indipendenti, di tipo sociale e/o culturale; tra queste centrale è un rapporto malsano con il consumo di alcolici, che coinvolge in modo intenso anche gli adolescenti e i giovani.

Va considerato che nell'attuale contesto gli adolescenti sono un universo particolarmente problematico e difficile da governare, perché di fatto poco conosciuto, ancora nell'ombra della tutela familiare eppure dirompente in tante espressioni di soggettivismo deregolato.

Alcuni dei dati relativi al loro rapporto con l'alcol e con alcuni comportamenti trasgressivi e dell'eccesso sono da brivido e richiedono un soprassalto di responsabilità collettiva e coordinata, che partendo dalle famiglie e dalle scuole arrivi a coinvolgere i presidi territoriali che intercettano gli adolescenti nell'esercizio di alcune attività che sono concretamente propedeutiche al dispiegarsi di scelte orientate alle culture dell'eccesso e dello sballo.

In particolare dai dati di un'indagine dell'*Osservatorio permanente sui giovani e l'alcol* e della *Società italiana di medicina dell'adolescenza* emerge che oltre il 90% dei minori di età compresa tra 12 e 14 anni dichiarano di avere già provato alcolici (tav. 2); per il 73% di questi la prima bevuta alcolica è avvenuta alla presenza di adulti e, in particolare, il 59% ha avuto il suo primo rapporto con l'alcol in presenza dei propri genitori e il 14% di altri parenti.

E' in famiglia quindi che si verifica l'iniziazione all'alcol e non nel rapporto con i pari.

Non si è di fronte quindi ad un fenomeno sociale legato al rapporto con i pari, a quelle dinamiche di emulazione e *intruppamento* che connotano l'iniziazione ad altri comportamenti devianti improntati alle culture dell'eccesso; il rapporto con gli alcolici è considerato normale tanto che gli stessi genitori o parenti dei ragazzi ritengono opportuno iniziargli ad un'età sicuramente molto bassa.

Tav. 2 – Adolescenti (12-14 anni) e alcol: una rappresentazione quantitativa dei comportamenti (val. %)

Rapporto con l'alcol	
90,6%	Ha già provato l'alcol
73,0%	Ha bevuto la prima volta in presenza di adulti <i>di cui:</i>
59,0%	<i>In presenza dei genitori</i>
14,0%	<i>In presenza di altri parenti</i>
18,3%	Ha bevuto la prima volta in compagnia di amici
Cosa bevono	
53,5%	Soft drink a basso contenuto alcolico
49,5%	Birra
39,1%	Vino
34,9%	Aperitivi e digestivi
21,1%	Superalcolici
Reperibilità facile*	
59,2%	Birra
49,8%	Vino
32,4%	Superalcolici
Eccessi	
22,1%	Si è ubriacato almeno una volta
54,8%	Ha amici che si sono ubriacati

(*) Intervistati che reputano facile reperire gli alcolici indicati

Fonte: elaborazione Fipe-Censis su dati Osservatorio permanente sui giovani e l'alcol e Società italiana di medicina dell'adolescenza

Peraltro, oltre il 63% ha avuto questo rapporto con l'alcol durante un pasto in casa, che è diventato l'occasione per provare per la prima volta, mentre una quota nettamente minore lo ha fatto durante un'occasione fuori dal contesto familiare.

Ma i dati sicuramente che più colpiscono sono quelli relativi alle abitudini nel rapporto con l'alcol; emerge infatti che il 23% degli intervistati dichiara di bere spesso una bevanda alcolica e che il 22% si è ubriacato almeno una volta; inoltre il 54,8% dichiara di avere almeno un amico che si ubriacato.

Visto che si tratta adolescenti con età molto bassa, il dato non può non colpire; l'iniziazione all'alcol avvenuta in famiglia, non sempre è stata accompagnata da una adeguata preparazione ad una gestione matura,

responsabile, ad una fruizione lontana dagli eccessi. E' vero infatti che tra coloro che hanno avuto l'iniziazione all'alcol in famiglia è meno rilevante la tendenza agli eccessi rispetto a coloro che si sono avvicinati all'alcol tramite gli amici, tuttavia non si può non notare come sia di fatto generalizzata l'inadeguata preparazione ad una gestione matura, responsabile, ad una fruizione lontana dagli eccessi.

Importante poi anche la facilità con cui gli adolescenti intervistati dichiarano di avere reperito alcolici; infatti, oltre il 59% definisce facilmente reperibile la birra, quasi il 50% il vino e il 32,4% i superalcolici.

E' chiaro che esiste una responsabilità sociale diffusa rispetto alle torsioni patologiche degli adolescenti nel rapporto con l'alcol, che chiama in causa dalle famiglie a coloro che operano nella filiera della vendita di alcolici, ed è evidente l'esigenza di mettere in campo pratiche educative efficaci.

La facilità con cui tanti adolescenti riescono ad accedere a quantità rilevanti di alcolici, dal vino alla birra fino ai superalcolici, come testimoniato ormai da reportage giornalistici o servizi televisivi fatti in incognito, oltre che dalle verifiche di campo fatte dai ricercatori Censis anche nel corso del presente progetto, è una macchia legata al comportamento forse di non molti operatori ma che rischia di toccare l'onorabilità di tutti.

Altri dati comunque interessanti e in grado di focalizzare la problematicità sociale del rapporto tra adolescenti e alcol emergono dalle stime dell'Espad (*European School Survey on Alcohol and other drugs*) realizzate a partire da una indagine *tra gli studenti che hanno dai 15 e i 19 anni* in 34 paesi dell'Unione Europea che indicano che in Italia nel 2012 oltre 1.600.000 studenti hanno *bevuto alcol nei trenta giorni precedenti l'intervista* e circa 90mila hanno praticato il *binge drinking*.

Ulteriori dati sul rapporto con l'alcol

Dai dati Istat 2011 emerge che le abitudini degli italiani in merito al consumo di bevande alcoliche stanno cambiando, si *beve meno tutti i giorni, si beve di più fuori dai pasti*. E' pari al 64,6% la quota di persone di 14 anni e più che bevono alcolici, quota stabile rispetto all'anno precedente, ma in diminuzione rispetto a 10 anni fa (72%).

Diminuisce il consumo di alcol giornaliero, tra il 2002 e il 2012 la quota delle persone che dichiara di bere tutti i giorni scende dal 34,5% al 23,6%;

mentre aumenta la quota di coloro *che bevono alcolici lontano dai pasti*, che raggiunge nel 2012 il 26,9%, in netto aumento rispetto al 2002 (23,1%).

Tra i giovani si registrano percentuali elevate di consumatori di alcol: dichiara di avere consumato alcol nell'anno considerato il 63% dei 18-19enni, il 72,8% dei 20-24enni, il 73,2% tra i 25-29enni, il 71,3% tra i 30-34enni (tab. 33).

Tab. 33 - Persone di 11 anni e più che hanno consumato almeno una bevanda alcolica nell'anno e consumo giornaliero per sesso e classe d'età. Anno 2012 (per 100 persone di 11 anni e più dello stesso sesso e classe d'età e valori in mgl)

	val. %		in migliaia	
	Nell'anno	di cui tutti i giorni	Nell'anno	di cui tutti i giorni
11-15	10,5	0,4	303	12
16-17	42,3	1,7	495	19
11-17	19,7	0,8	798	31
18-19	63,5	5,7	748	67
20-24	72,8	8,9	2.246	275
25-29	73,2	13,0	2.320	412
30-34	71,3	15,3	2.806	603
35-44	71,6	20,2	7.038	1.986
45-54	70,7	27,4	6.342	2.456
55-59	70,1	32,5	2.705	1.253
60-64	69,0	36,8	2.607	1.389
65-74	66,1	38,7	4.217	2.469
75 e più	53,2	31,3	3.166	1.860
Totali	64,6	23,6	34.993	12.801

Fonte: elaborazione Fipe-Censis su dati Istat, 2012

Il *consumo giornaliero* è pari all'1,7% tra i 16-17enni, al 5,7% tra i 18-19enni, all'8,9% tra i 20-24enni, al 13% tra i 25-29enni, al 15,3% tra i 30-34enni e le quote continuano a crescere progressivamente raggiungendo il massimo tra i 60-74 anni, con percentuali intorno al 39%.

Il quadro complessivo quindi è quello di una *presenza quotidiana di alcolici nei modelli di consumo degli italiani*, e in particolare di una *presenza*

significativa anche per giovani e minori; si comincia presto a bere alcolici e poi all'aumentare dell'età aumenta sempre più la quota di persone che bevono, così come le quantità bevute.

Riguardo agli eccessi, emerge che il *consumo giornaliero non moderato*, inteso come il consumo che eccede 2-3 unità alcoliche al giorno per l'uomo, 1-2 per la donna, una per gli anziani di 65 anni e più e qualsiasi quantità giornaliera per i minori coinvolge il 7,5% del totale della popolazione.

Si stimano in 2,1 milioni gli adolescenti e i giovani di età compresa tra 11 e 34 anni che hanno almeno un comportamento a rischio come, ad esempio, il consumo giornaliero non moderato.

Il *binge drinking*, ossia il consumo di 6 o più bicchieri di bevande alcoliche in un'unica occasione, riguarda il 6,9% della popolazione, ma tra i giovani che hanno un'età compresa tra i 18 e i 24 anni è circa il 15% a averlo fatto. I giovani consumano più birra che vino.

Altri dati associano il consumo in eccesso di alcol alcol a comportamenti devianti; dall'indagine Doxa-Osservatorio Permanente sui Giovani e l'Alcol emerge che il 17,6% delle persone intervistate ha ammesso di aver guidato dopo avere bevuto troppo almeno una volta, quota che cresce raggiungendo il 21,5% tra i giovani che hanno tra i 20 e i 24 anni e il 25,2% fra coloro che hanno 25-34 anni; tra coloro che hanno dichiarato di aver guidato dopo aver bevuto troppo alcol il 6,4% dei 20-24enni e l'8,5% dei 25-34enni affermano che gli è capitato *più di tre volte* nella vita.

Una lettura trasversale dei risultati relativi ai casi di Milano, Roma e Catania

Il lavoro di campo realizzato a Milano, Roma e Catania, ha consentito di enucleare indicazioni trasversali preziose, utili sia per capire la generale fenomenologia che le possibili soluzioni per le principali criticità. Sono emersi aspetti comuni relativi alla Movida nelle tre città, oltre a quelli più generali che connotano la *MalaMovida*:

- non esiste una sola tipologia di Movida, ma all'interno delle singole città c'è una articolazione delle forme che la fruizione tipica della Movida assume. Ci sono i casi paradigmatici di contesti in cui la pressione antropica a causa del numero di locali e di persone che vi si addensano in certe ore serali e notturne è il perno costitutivo della Movida, e altri in cui

non c'è ad esempio presenza di esercizi pubblici o, comunque, c'è una ridotta presenza degli stessi e tuttavia vi si registra alta concentrazione di persone nelle ore notturne e serali. Sono contesti con diversi sistemi di approvvigionamento di alcolici, laddove in alcuni è fondamentale il ruolo dei take away *in loco* e in altri è decisivo il ruolo dei venditori ambulanti abusivi e/o anche l'acquisto fatto altrove (ad esempio, in supermercati) da parte dei protagonisti della Movida che poi li portano sul luogo in cui sono consumati. Ci sono poi contesti con diverse tipologie di protagonisti, con diversa composizione dei format di offerta, ecc.;

- esiste una osmosi tra i luoghi della Movida all'interno delle città, con una trasmigrazione strutturale nelle ore notturne, che spesso è anche in risposta a provvedimenti o interventi di tipo repressivo limitati a specifiche aree;
- è presente ovunque un dissenso, che a volte diventa resistenza, di quote di residenti, che hanno diverso peso a seconda della capacità di intercettare i circuiti mediatici o quelli della politica locale, ma che comunque sono uno *stakeholder* significativo, che cerca intenzionalmente il modo di entrare in partita;
- occorre fare una distinzione tra le varie aree rispetto all'intensità e alla frequenza con cui si presentano le derive patologiche della *MalaMovida*, dalla presenza eccessiva di format di pura vendita di alcolici, alla diffusione dei comportamenti antisociali fino al grado di insicurezza. Ci sono infatti contesti dove allo stato attuale si può parlare di vera e propria emergenza dal punto di vista della criticità del numero, dell'eccesso di concentrazione di persone in spazi ristretti e della oggettiva sospensione della legalità o comunque della creazione di un microclima idoneo a favorire la diffusione di comportamenti improntati alla cultura dell'eccesso, che sia di consumo di alcolici o di rapporto con gli stupefacenti e altri dove, complessivamente, si tratta di dare una regolata agli aspetti meno controllati, ma nel complesso il clima non è fuori controllo;
- ci sono tentativi di mettere in piedi strategie di più lunga durata, che escono dalla logica estemporanea delle ordinanze creative e repressive, e puntano, sia a livello di area specifica, sia a livello comunale a delineare regole e modalità di fruizione condivise.

Risulta evidente dalle analisi di campo che si va radicando una fruizione serale e notturna erratica della città che insegue l'apertura improvvisa di veri e proprio spacci di alcol, microlocali che si limitano a vendere a prezzi

stracciati prodotti alcolici e che così facendo incentivano la domanda di alcol soprattutto dei più giovani, e anche luoghi informali (piazze, parchi, strade chiuse ecc.) dove si radunano con una logica da *flash mob* giovani per stare insieme, spesso per ubriacarsi o assumere sostanze stupefacenti. Sono flussi erratici difficile da controllare e la cui mobilità è tesa a sottrarsi a forme di controllo.

Sui flussi erratici e più ancora sulla sua componente più propensa agli eccessi occorre una strategia specifica con contenuti, strumenti e tecniche ad hoc. Per questa componente le azioni che cercano di governare gli aspetti strutturali della Movida sono comunque importanti perché delineano l'ambiente materiale in cui si esplicitano i comportamenti, ma è chiaro che sono essenziali le iniziative rivolte alle persone, quelle dissuasive e di coinvolgimento capaci di incidere sulla psicologia e le scelte individuali.

L'attenzione va ovviamente concentrata anche sull'occupazione continuativa, serale e/o notturna di porzioni del territorio urbano, sui luoghi della Movida oltre che sui flussi che si muovono tra essi

Entrando nel merito di alcune indicazioni molto sintetiche su ciascuno dei tre casi di studio emerge che a *Milano* la Movida è consustanziale alla storia socioeconomica della città, alle sue vocazioni attuali di città globale, aperta, ed alla volontà di legare questa ambizione anche ad una diversa cura e attenzione alla qualità della vita nella comunità cittadina. Milano non è piegata sulla sola dimensione produttiva, le relazioni non sono solo o familiari o funzionali, ma sono anche proprie del tempo libero, del tempo estraneo ai circuiti della vita attiva, dal lavoro alla scuola all'università.

Un dato del 2010 indicava in oltre 7.000 le autorizzazioni relative alla città di Milano per gli *esercizi di somministrazione di alimenti e bevande*, che diventano circa 3.400 se ci si riferisce alla geografia notturna, intesa come gli esercizi con apertura prolungata oltre la mezzanotte; sono invece poco più di 1.900 quelle relative a tipologie riconducibili al fenomeno Movida, quali pub, bar, discoteche, ecc. I principali luoghi della Movida milanese oggi sono *Porta Ticinese- Colonne San Lorenzo-Parco delle Basiliche, Navigli, Corso Como-Corso Garibaldi-Brera, Arco della Pace-Corso Sempione*. A questi notori se ne possono aggiungere anche molti altri, come ad esempio *Bastioni Porta Venezia o Quartiere Isola*.

Sono però luoghi in cui oggi la Movida è pericolosamente interconnessa ai fenomeni della *MalaMovida* cosa che alimenta una autolesionista oscillazione tra le idee di città chiusa, spenta, tendenzialmente morta (orari notturni molto stretti, cumuli di divieti, controlli asfissianti ecc.) e una città

fuori controllo e insicura (eccessi nel consumo di alcol e stupefacenti, comportamenti antisociali, devianze e illegalità diffusa).

Milano però ha già mostrato di sapere andare oltre questa dicotomia perdente poiché, soprattutto nella fase più recente, la città ha mostrato più volte la capacità di promuovere intrattenimento e fruizione notturna di qualità e anche di sapere gestire grandi eventi diffusi sul proprio territorio.

Per questo si può dire che la Movida, anche in vista di Expo2015 può diventare il laboratorio di pratiche nuove di fruizione dello spazio pubblico partendo dal presupposto che avere tanti *hub* della relazionalità sul territorio comunale è un valore sociale ed economico, in questa fase, inestimabile.

La Movida può essere per una città come Milano non quel contenitore di devianze che viene continuamente rilanciato dai media locali in presenza di fatti di cronaca, ma un insieme molto composito di luoghi, con installazioni strutturali ed eventi capaci di rispondere alla articolata, intensa e crescente domanda di relazioni che proviene in primo luogo dal corpo sociale milanese e che poi contribuisce a forgiare il *brand* della città e la sua capacità attrattiva.

A Roma gran parte dei luoghi consolidati della Movida sono collocati all'interno del centro storico, e al di là dell'insorgenza improvvisa di nuovi luoghi significativi, quelli consolidati e riconosciuti sono *Campo de' Fiori, San Lorenzo, Monti, Trastevere, Ponte Milvio – Tor di Quinto, Testaccio e Pigneto*.

Per la Movida romana è strategico il rapporto con il centro storico, preda a lungo di spopolamento, che ora a chiazze ritrova residenti e attività; tuttavia è da tempo teatro in prevalenza di flussi di attraversamento, da turisti a residenti che vi si recano per svolgere le proprie attività e poi rientrare presso i quartieri di residenza.

Una cosa però va sottolineata: lo stato del centro storico, le sue criticità principali non dipendono dalla Movida, quest'ultima non ha occupato il territorio piegandolo ai suoi interessi, non è un usurpatore che come un occupante va ricacciato. Roma e anche il suo centro storico in via di ripopolamento ma con una composizione sociale in cui il rischio di solitudine e mancanza di relazioni è molto forte (anziani, stranieri, single), ha bisogno di seguire la *ratio* di una città relazionale, vissuta; tale concezione relazionale di ogni spicchio di Roma è decisiva, perché solo con questa progettualità in mente sarà possibile sfuggire sia alle furbizie dei tanti *free rider* che massimizzano redditività indifferenti al danno sociale

provocato, sia alle pretese assolute di una parte dei residenti, magari perché esasperati, che lancia in resta sono partiti alla crociata antiMovida, sia alle ambiguità di scelte politico-amministrative che oscillano tra un sorprendente lassismo che consente la moltiplicazione di ogni genere di venditori di alcolici senza tregua diversi dai pubblici esercizi ed un custodialismo rigido, fuori tempo, tutto votato a rispondere alle emozionali richieste di *law and order* legate a singoli episodi.

Nell'esperienza cittadina ci sono sia esperienze sia prese di posizione ufficiali del mondo dei pubblici esercizi molto utili per delineare un'agenda delle cose da fare subito per emancipare la Movida, anche nel centro storico, dalle sue degenerazioni patologiche che, in alcuni contesti, hanno una criticità anche molto alta che richiederebbe interventi urgenti per superare quel clima da sospensione della legalità e delle regole che è il vero male assoluto.

Occorre però una esplicitazione di ruoli e obblighi di ciascun stakeholder a cominciare dalla amministrazione comunale; ed occorre una volontà precisa di far rispettare le regole.

A Catania la Movida è forse l'esempio più evidente di come essa in generale non possa essere circoscritta a fenomeno economico, a puro business, oppure a fenomeno socialmente poco rilevante perché afferente alla dimensione della fruizione ludica del tempo libero; la Movida catanese rappresenta paradigmaticamente la dimensione sociale del fenomeno, il suo rilievo più generale per la vita delle collettività e mostra anche come essa dia un contributo fondamentale nel far evolvere i centri storici, e i territori in generale, da luoghi abbandonati e per questo facile preda di illegalità a territori vissuti, perno di relazioni umane, di capacità delle persone di stare insieme.

Occorre pensare alla sua genesi alla fine degli anni ottanta-inizio anni novanta, quando si installa nei territori del centro storico in cui vigeva una sorta di coprifumo sociale, e dopo una certa ora di fatto circolava pochissima gente e le strade diventavano insicure, teatro di attività illegali.

La Movida partecipa di un più generale processo socioculturale e anche fisico di riappropriazione della città e del suo centro storico, che ha come protagonisti giovani, studenti, cittadini coinvolti anche dal particolare clima sociopolitico di quella fase. La Movida catanese è un fatto sociale alatamente significativo nella storia della città. Oggi però si vive la sua torsione negativa, con i tanti problemi dell'intasamento, dell'eccesso del numero, e con una generale sensazione di involuzione e involgarimento. La

MalaMovida si è installata a Catania e nel suo centro storico con una pericolosa egemonia dell'alcol come perno dei processi di relazionalità.

Ci si mettano anche gli effetti della crisi e la rabbia dei residenti ed ecco che la complessità del panorama attuale è completa; uscirne in avanti certo non potrà avvenire, da quanto si è evidenziato dalla ricerca, con pratiche proibizioniste, pericolose esibizioni muscolari che rispondono in modo estemporaneo ad una certa esasperazione, ma rischiano di bucare quella necessaria rigenerazione della Movida catanese che ha contribuito nel tempo a cambiare positivamente sia la qualità della vita che l'immagine della città.

In definitiva, emerge dalle tre città l'esigenza di fare presto nel dare risposte incisive nei contesti a più alta criticità; ed emerge la certezza che non ci sarà editto dall'alto, miracolistico in grado di dare una soluzione unica alla necessità di governo di un fenomeno urbano complesso come la Movida. Sarà necessario uno sforzo condiviso da tutti gli stakeholder, a partire dalla convinzione che la Movida può essere cosa diversa dalla *MalaMovida*, e che di essa la vita delle nostre città ha oggi sicuramente bisogno.