

Breve saggio per BeLeaf settembre 2017

Marco Rossi

Dipartimento di Scienze Sociali ed Economiche

Università La Sapienza, Roma

La diffusione del consumo di cannabis tra la popolazione italiana.

Le prime stime ufficiali (cioè di fonte governativa) sulla diffusione del consumo di cannabis tra la popolazione italiana risalgono alla fine del XX secolo (UNDOC, "Global Illicit Drug Trends", 1999) e indicano in 4,6% la frazione della popolazione italiana ultra-15enne che, nel 1997, abbia usato cannabis almeno una volta all'anno. Percentuale che sale fino al 18,5% nella fascia d'età 15-16 (rilevazione del 1995). Le stime successive (1999-2003) indicano un leggero aumento della diffusione del consumo, che si assesta intorno al 6/7% della popolazione italiana. La diffusione del consumo di cannabis aumenta sensibilmente secondo le stime del 2005 (11,2%), fino a coinvolgere, nel 2008, il 14,6% della popolazione italiana adulta (classe d'età 15/64 anni). Di seguito, queste stime cessano di essere aggiornate, fino alla stima del 2012 che indica in appena 4% la frazione della popolazione italiana che abbia usato cannabis in quell'anno, una stima in netta controtendenza rispetto al tendenziale aumento della diffusione del consumo del decennio precedente. Pur ricordando che nel 2006 è entrata in vigore la restrittiva "Fini-Giovanardi"⁶ che può aver ridotto la

diffusione del consumo di cannabis, pare inverosimile che in soli 4 anni la diffusione si sia ridotta a meno di un terzo. Questi dubbi erano condivisi anche dall'UNODC, che, nel WDR affiancava a questa stima del 2012 (4%) anche quella del 2008(14,6%). Infatti, correggendo al rialzo il precedente valore, l'UNODC (WDR, 2016) stima in 9,2% la percentuale della popolazione (età 15-64) che ha fatto uso di cannabis almeno una volta nel 2014 (ultimo dato disponibile), ovvero circa 6.1 milioni di italiani. Nell'ambito di questa vasta platea di consumatori occorre distinguere i consumatori occasionali da quelli cronici. Sebbene i consumatori occasionali (meno di 4 spinelli al mese) siano la vasta maggioranza (circa 4,7 milioni, cioè il 77% del totale), il loro consumo individuale annuale è assai modesto (circa 8 grammi all'anno), e pertanto il loro impatto sulla domanda complessiva di cannabis è ridotto (circa il 10% del totale dei consumi). La maggior parte della domanda di cannabis (circa il 90%) è invece espressa dai consumatori abituali (circa 1,4 milioni), e tra questi soprattutto da una ristretta minoranza di consumatori "intensivi" (circa 500mila) che consumano quotidianamente oltre un grammo di cannabis. (Elaborazioni su dati: DPA, 2014 e Rossi C. (2013)). Un'osservazione riguarda l'età media dei consumatori di cannabis. Sebbene la cannabis sia prevalentemente consumata in età giovanile, si nota un invecchiamento dell'età media dei consumatori, con un peso sempre crescente di consumatori adulti. La percentuale di segnalati all'A.G.. ex art 75 (detenzione illecita per uso personale) d'età giovanile (fino ai 25 anni) era 66% del totale nel 1990, e si riduce al 59% nel 2015, mentre la percentuale di adulti (oltre 30 anni d'età) segnalati quasi triplica: dall'11% del 1990 al 27% del

2015 (ultimo dato disponibile, fonte: Relazione DPA 2016, pag. 179). Per ragioni di dipendenza ed assuefazione è verosimile l'ipotesi che i consumatori intensivi si concentrino in questa fascia d'età adulta.

In generale il consumo di sostanze psicotrope, tra cui i derivati della cannabis, può rispondere a due diverse finalità. Il consumo della sostanza per le sue specificità, oppure come un qualsiasi strumento per alterare significativamente le proprie condizioni psicofisiche (“sballare”). A queste diverse finalità corrispondono due diversi mercati: il mercato della cannabis in sé ed il mercato dello “sballo”. Il mercato della cannabis in sé è popolato da consumatori “abituali”, che preferiscono la cannabis ad altre sostanze psicotrope. Nell'altro mercato invece il consumatore abusa di una sostanza psicotropa, qualunque essa sia, pur di raggiungere lo “sballo”. Per comprendere questa dicotomica configurazione di mercato occorre analizzarne l'evoluzione. Dagli anni settanta in ogni generazione di adolescenti si è diffuso il consumo di cannabis. Generalmente in questa fascia d'età, il consumo è occasionale, ma talvolta consiste in un abuso della sostanza per finalità di “sballo” con conseguenze (incidenti stradali, ecc.) che destano un significativo allarme sociale. In generale, questa vasta coorte di giovani consumatori, invecchiando, diminuisce o cessa il consumo di cannabis, ma, in ogni generazione, una minoranza (circa il 5%) sviluppa una preferenza per l'uso della cannabis in sé, mantenendo questa abitudine di consumo anche in età adulta. Generazione dopo generazione, questa modesta frazione si è accumulata, contando ormai circa 500mila consumatori abituali adulti.

Le differenze tra questi mercati sono numerose. Limitandoci a quelle rilevanti per l'analisi economica si noti che la cannabis è prevalentemente consumata dai consumatori "abituali", una minoranza (circa 500 mila individui) cui è attribuibile circa il 90% dei consumi di cannabis totali. Pertanto, malgrado l'allarme sociale sia prevalentemente destato dall'abuso di cannabis in età giovanile, il peso economico di questa fattispecie è trascurabile se paragonato a quello dei consumatori "abituali", tipicamente, adulti "assuefatti" al consumo di cannabis. In altri termini, ormai, la fine del proibizionismo in Italia non consisterebbe tanto nella legalizzazione dell'abuso occasionale o giovanile (fenomeno economicamente modesto), ma soprattutto potrebbe essere un provvedimento utile alla emersione del ben più consistente consumo "abituale".

Ancora dal lato della domanda, si noti che mentre i consumatori occasionali tendono a rivolgersi alla "piazza" (vendita al dettaglio) per i loro acquisti, i consumatori abituali hanno spesso sviluppato altri canali di approvvigionamento, più economici rispetto alla piazza. Con il passare del tempo, tra i consumatori cronici tendono a svilupparsi reti amicali nel cui ambito si ripartiscono gli acquisti di cannabis effettuati presso i livelli superiori della catena di distribuzione (ingrosso), a costi unitari minori. Si noti, inoltre, il ruolo crescente e ormai significativo della coltivazione domestica destinata all'autoconsumo (il numero dei coltivatori attivi in Italia è stimabile in almeno 100mila). Infine, la domanda di cannabis dei consumatori occasionali rispetto a quelli abituali si differenzia anche per le variabili economiche che maggiormente le influenzano. Mentre la domanda dei consumatori occasionali è più influenzata dalla

disponibilità del prodotto che dal suo prezzo; viceversa la domanda dei consumatori abituali, soffre meno dei vincoli di disponibilità, e quindi mostra una maggiore dipendenza dal prezzo.