



MOVENDI
INTERNATIONAL

STAPPANDO BIG ALCOHOL NELL'UNIONE EUROPEA



**Una mappatura dell'industria europea dell'alcol e
dei suoi sforzi di lobbying nelle istituzioni dell'UE
contro la salute pubblica**

INDICE

INTRODUZIONE	2
1. Mappatura dell'industria dell'alcol	3
Le aziende produttrici di bevande alcoliche	3
Le organizzazioni di categoria	3
Le organizzazioni sociali	4
Le interconnessioni tra Big Alcohol	5
2. I numeri dell'attività di lobbying dell'industria dell'alcol nell'UE	7
Metodo	8
Numero di incontri con la Commissione Europea	9
Risorse spese in attività di lobbying nell'UE	11
Numero di lobbisti che lavorano con l'UE	12
3. Le Pratiche di Lobbying di Big Alcohol - Il caso della legge irlandese	14
Contesto	14
Strategie pratiche	15
Strategie discorsive	16
CONCLUSIONI	20
RIFERIMENTI	22

Rapporto scritto e pubblicato da IOGT-NTO e Movendi International.
Traduzione italiana a cura di Eurocare Italia (www.eurocareitalia.it)

INTRODUZIONE

Per decenni Big Alcohol ha avuto un'ampia presenza nelle istituzioni europee con un unico obiettivo: rafforzare i propri profitti, spesso a scapito di politiche che avrebbero protetto le persone e le comunità. Mentre Big Tobacco è stato a lungo sottoposto ad analisi accurate e largamente escluso dalla politica, Big Alcohol, nonostante obiettivi e strategie simili, è rimasto nei corridoi di Bruxelles. Ma cos'è Big Alcohol e com'è organizzato? Questo rapporto, redatto da IOGT-NTO, traccia una mappa degli attori e delle pratiche di Big Alcohol in ambito europeo. Il rapporto si propone di descrivere chi sono gli attori, come si presenta numericamente la loro attività di lobbying e come operano.

La prima parte del rapporto descrive i diversi tipi di organizzazioni di lobby dell'industria dell'alcol attive a livello europeo. La seconda parte descrive, in termini numerici, l'attività dell'industria a Bruxelles. Descrive il numero di incontri che l'industria ha avuto con funzionari di alto livello della Commissione Europea, le ingenti risorse spese dall'industria per l'attività di lobbying e il numero di persone impiegate per fare pressione sulla politica dell'UE. La parte finale del rapporto approfondisce il modo in cui l'industria dell'alcol, in ogni occasione, cerca di sminuire l'importanza della politica sanitaria pubblica, nel tentativo di proteggere i propri profitti.

Il rapporto mostra come un'industria globale multimiliardaria che produce prodotti nocivi usi il proprio potere economico e tutti i mezzi disponibili per influenzare la politica. Come mostra il rapporto, ciò avviene non solo a livello di Unione Europea, ma anche in relazione alle politiche di salute pubblica dei singoli Stati Membri.

In un'Unione Europea che dovrebbe essere costruita su principi democratici, promuovere politiche basate su evidenze scientifiche e tenere a cuore gli interessi dei suoi cittadini, è estremamente preoccupante che industrie dannose e che non agiscono per il bene dei cittadini possano ancora avere un'influenza decisiva sulle politiche. Si tratta di una grave questione democratica: le politiche di salute pubblica, e in particolare quelle relative all'alcol, dovrebbero mirare a proteggere la salute dei cittadini, non i profitti delle industrie dannose.

1. MAPPATURA DELL'INDUSTRIA DELL'ALCOL

Per comprendere il lavoro dell'industria dell'alcol nell'UE, è importante capire le diverse forme in cui Big Alcohol si presenta, i diversi ruoli che svolge e le interconnessioni tra gli attori. Sebbene vi sia un'ampia gamma di organizzazioni legate all'industria dell'alcol coinvolte nella politica europea in materia, è possibile suddividerle in tre gruppi generali.

1. Aziende produttrici di bevande alcoliche

Nell'UE ci sono molte grandi aziende produttrici di bevande alcoliche che cercano di influenzare gli esiti delle politiche di salute. Queste aziende sono di solito piuttosto dirette nel rappresentare espressamente i loro stessi interessi. Tuttavia, per poter esercitare un'azione di lobbying diretta sulla scena europea, hanno bisogno di due elementi fondamentali. Influenza e risorse.

Influenza, in questo senso, si traduce nel fatto che l'azienda in questione è un attore centrale nel mercato in cui opera. Inoltre, le aziende devono essere in grado di sostenere i costi di una struttura che consenta loro di svolgere un'attività di lobbying di successo, come assumere personale e avviare un ufficio - un progetto che solo pochi selezionati hanno la capacità finanziaria di realizzare. Per questo motivo, l'attività di lobbying delle aziende nel tempo è solitamente limitata alle più grandi aziende produttrici di bevande alcoliche in Europa, come Pernod Ricard, Heineken, Diageo e Carlsberg. Ad esempio, Pernod Ricard, la seconda azienda di alcolici al mondo, ha più di 3 dipendenti a tempo pieno che si occupano esclusivamente di lobbying nell'UE. Se questo può essere efficace per alcune aziende che possiedono quote di mercato enormi, per le medie imprese non è l'ideale. Per loro è più utilizzata l'opzione successiva.

2. Organizzazioni di categoria

Le organizzazioni di categoria sono di solito grandi organizzazioni ombrello di aziende che rappresentano un settore o un interesse specifico. Invece di avere 50 diversi produttori di birra che esercitano pressioni per la stessa politica, il lavoro viene ottimizzato attraverso un'organizzazione che lavora a tempo pieno per influenzare l'UE e fare attività di lobbying e che permette loro di rappresentare le loro opinioni.

Nel settore degli alcolici, sebbene esistano diverse organizzazioni di categoria, le più importanti sono tre: Brewers of Europe, SpiritsEUROPE e CEEV (Comitato dei produttori di vino), ognuna delle quali rappresenta il proprio tipo di bevanda. I loro membri vanno dai grandi colossi multinazionali, come Heineken, alle organizzazioni di interesse nazionale, ai singoli piccoli produttori di alcolici.

Queste organizzazioni sono di solito le più visibili nella bolla di Bruxelles e spesso rappresentano il volto dell'industria. Con i loro numerosi membri, dispongono di molte risorse e di molto potere. Per esempio, SpiritsEUROPE ha avuto 65 Riunioni di Alto Livello con la Commissione Europea in un periodo di 8 anni¹, un numero significativamente superiore a quello di tutte le aziende produttrici di alcolici.

3. Organizzazioni sociali

Sebbene gli organismi più conosciuti quando si parla di lobby siano le aziende produttrici e le organizzazioni di categoria, a livello europeo esiste un terzo gruppo dominante. Questo gruppo non è definito in modo chiaro, poiché agisce la propria influenza in modo più indiretto: le organizzazioni che si occupano del cosiddetto "aspetto sociale".

Le organizzazioni che si occupano dell'aspetto sociale raramente svolgono un'influenza diretta, ma si concentrano piuttosto su un'attività di lobbying indiretta, spesso producendo risultati di ricerca che confermano l'agenda e gli argomenti che l'industria vuole trasmettere o impegnandosi in attività di Responsabilità Sociale d'Impresa (RSI).

Un problema di tali organizzazioni è che la loro influenza è più difficile da tracciare poiché raramente sono coinvolte in modo diretto nella politica, pertanto non compaiono nel Registro per la Trasparenza o in altre attività di lobbying diretto.

Pur essendo finanziate direttamente dalle principali organizzazioni commerciali, molte cercano di presentarsi come "istituti di ricerca" nel tentativo di dare credibilità ai loro risultati. Due esempi sono Wine in Moderation (finanziato dal Comitato dei produttori di vino) e Beer and Health (finanziato da The Brewers of Europe).

Le interconnessioni tra Big Alcohol

Nella Figura 1, viene mostrato come le diverse organizzazioni si relazionano e interagiscono tra loro. In cima alla figura ci sono le grandi organizzazioni ombrello che spesso raccolgono sia le aziende nazionali che le organizzazioni di categoria, mentre sul secondo gradino ci sono le multinazionali che sostengono il proprio apparato di lobby indipendente. Vale la pena notare che molte delle società più grandi sono a loro volta società ombrello (ad esempio, Pernod Ricard possiede diversi marchi nazionali di vino e superalcolici).

Le organizzazioni che si occupano di aspetti sociali sono in rosso; si nota che, a differenza degli altri settori, quello dei superalcolici non si appoggia ad un'organizzazione specifica a livello europeo ma agisce attraverso organizzazioni più grandi, come ad esempio "International Alliance for Responsible Drinking (IARD)".

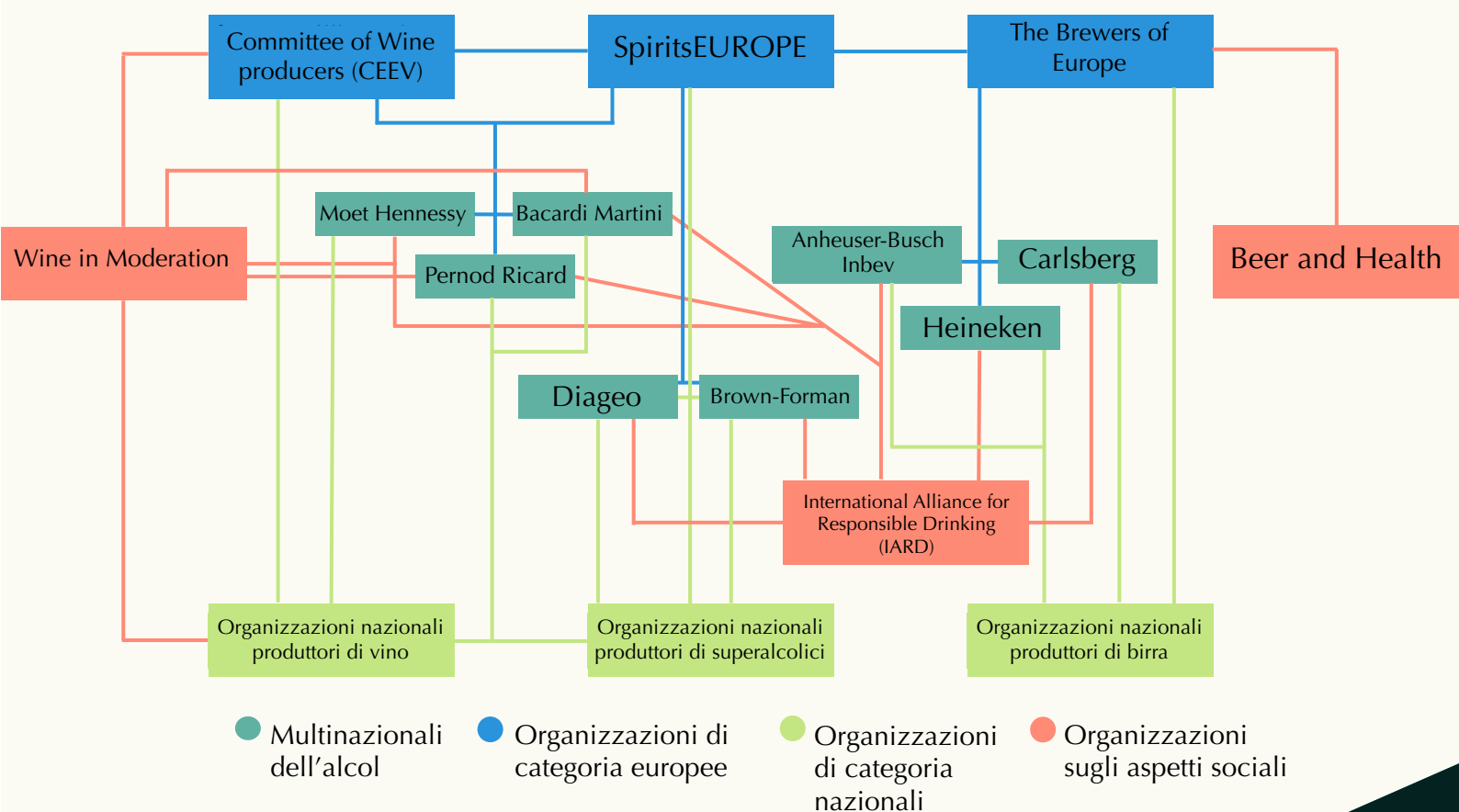


Figura 1 - Diagramma su come Big Alcohol è organizzato e interconnesso nell'Unione Europea

Infine, nella parte inferiore della figura si trovano le organizzazioni di categoria nazionali, che di solito sono organizzazioni ombrello che riuniscono produttori nazionali di birra, di vino e di superalcolici. È comune che in queste organizzazioni siano presenti anche i grandi marchi di alcolici. Carlsberg, ad esempio, è membro della Danish Brewers Association (Associazione Danese dei Produttori di Birra)². Sebbene molte delle associazioni nazionali agiscano principalmente a livello nazionale, alcune di esse svolgono attività di lobbying indipendente anche a livello europeo. La Danish Brewers Association, ad esempio, ha speso circa 200.000-300.000 euro per l'attività di lobbying nell'UE nel 2019³.

Grazie alle diverse linee rappresentate nella figura, possiamo vedere come molte organizzazioni e aziende lavorino in modo trasversale. Ad esempio, le aziende produttrici di birra, vino e superalcolici sono tutte attive in IARD. Inoltre, Pernod Ricard è membro sia di SpiritsEurope che di CEEV. Pernod Ricard è anche membro, ad esempio, di "The Spirit and Wine Suppliers Association", un'organizzazione svedese per il commercio di superalcolici e vino⁴.

Ciò significa che molte multinazionali hanno la possibilità di influenzare la politica europea sia attraverso la propria rappresentanza che attraverso un'organizzazione di categoria rilevante, o anche, a livello nazionale, attraverso la rappresentanza in organizzazioni nazionali, il che genera diversi canali di influenza.

2. I NUMERI DELL'ATTIVITA' DI LOBBYING DELL'INDUSTRIA DELL'ALCOL NELL'UE

È sempre difficile misurare l'impatto o l'influenza in politica, di solito si riduce tutto alla capacità di parlare con la persona giusta al momento giusto. Ciò significa che non potremo mai sapere con certezza chi ha la maggiore influenza sulle politiche alcolologiche nell'UE. Tuttavia, è possibile definire alcuni prerequisiti importanti che rendono possibile agire un'influenza. Questo articolo si concentrerà su tre prerequisiti centrali:

1. **Partecipazione:** sebbene l'esito di un incontro sia difficile da determinare, è ragionevole supporre che maggiore è il numero di incontri che si riesce a organizzare o a cui si partecipa e maggiori sono le probabilità di influenzare i processi politici.
2. **Capacità finanziaria:** un altro prerequisito fondamentale è la capacità finanziaria di impiegare lobbisti, produrre materiale e organizzare eventi e altre attività per sollevare questioni o entrare in contatto con i responsabili delle decisioni.
3. **Presenza della lobby:** un ultimo prerequisito per influenzare la politica è essere in grado di essere presenti nei luoghi in cui la politica si svolge. Nell'UE questo significa di solito poter disporre di personale a Bruxelles, che monitori e partecipi attivamente a consultazioni, incontri e altre attività di advocacy.

Questo capitolo presenterà e discuterà la partecipazione, le capacità finanziarie e la presenza delle lobby dell'industria dell'alcol nell'UE. Il rapporto prenderà in esame anche le Organizzazioni Non Governative (ONG) che lavorano sulle politiche europee in materia di alcol. Questo per poter confrontare l'entità dell'attività di lobbying dell'industria, che si concentra sul profitto economico, con quella delle ONG, che si occupano di prevenzione dei danni alcolcorrelati e di rafforzamento della salute pubblica.

Per rendere operativo il confronto, lo studio metterà a confronto:

1. il numero di incontri effettuati con la Commissione Europea (Partecipazione);
2. la stima del budget annuale speso per l'attività di lobbying dell'UE (Capacità finanziaria);
3. la stima del numero di personale impiegato per l'attività di lobbying dell'UE (Presenza di lobby).

Metodo

I dati per lo studio sono tratti dal Registro per la Trasparenza dell'UE. Sebbene le informazioni pubblicate siano spesso stime effettuate dalle stesse aziende o organizzazioni, si tratta comunque del miglior strumento disponibile per studiare l'importo speso dai diversi attori.

Il numero di riunioni della Commissione Europea si riferisce solo alle Riunioni di Alto Livello con un Commissario o con il suo gabinetto, mentre le riunioni di livello inferiore con la Commissione Europea non sono documentate. Il denaro speso è quello che l'organizzazione stessa stima di spendere in attività di lobbying ogni anno. Questa somma dovrebbe essere inferiore alla cifra effettivamente spesa, ma offre comunque un modo per confrontare i diversi attori. Vale la pena notare che, dal 2020, le ONG non sono obbligate a registrare le spese. Pertanto, questo dato non verrà confrontato.

La quantità di personale impiegato è riportata dalle stesse organizzazioni o aziende ed è calcolata in Equivalente a Tempo Pieno (Full Time Equivalent - FTE). Ad esempio, tre dipendenti a tempo pieno danno un valore di 3 FTE, mentre tre dipendenti a metà tempo danno un valore di 1,5 FTE.

I dati sono stati raccolti nei mesi di Ottobre e Novembre 2022. Sebbene alcune organizzazioni abbiano riportato dati più recenti rispetto ad altre, ciò non dovrebbe influire in modo significativo sui risultati, poiché lo studio presuppone che in questo periodo non si siano verificati cambiamenti drastici nella presenza e nel denaro speso.

Inoltre, i dati si concentrano solo su organizzazioni e aziende che lavorano direttamente su questioni riguardanti le politiche sull'alcol. Pertanto, non è stata presa in considerazione l'attività di lobbying svolta da organizzazioni commerciali più grandi, come "Food and Drink Europe", e da organizzazioni di sanità pubblica più grandi. Ciò è stato fatto per poter isolare le riunioni e le attività di lobbying strettamente legate alle politiche sull'alcol.

Numero di incontri effettuati con la Commissione Europea (Partecipazione)

Misurando le Riunioni di Alto Livello con la Commissione Europea, è possibile osservare una netta discrepanza tra l'industria dell'alcol e le ONG. L'industria dell'alcol ha avuto 270 incontri negli ultimi sei anni, mentre le ONG ne hanno avuti 14. Ciò significa che, di tutti gli incontri tenuti su questioni direttamente riguardanti le politiche sull'alcol, il 95% rappresentava interessi economici, mentre il 5% rappresentava interessi di salute pubblica.

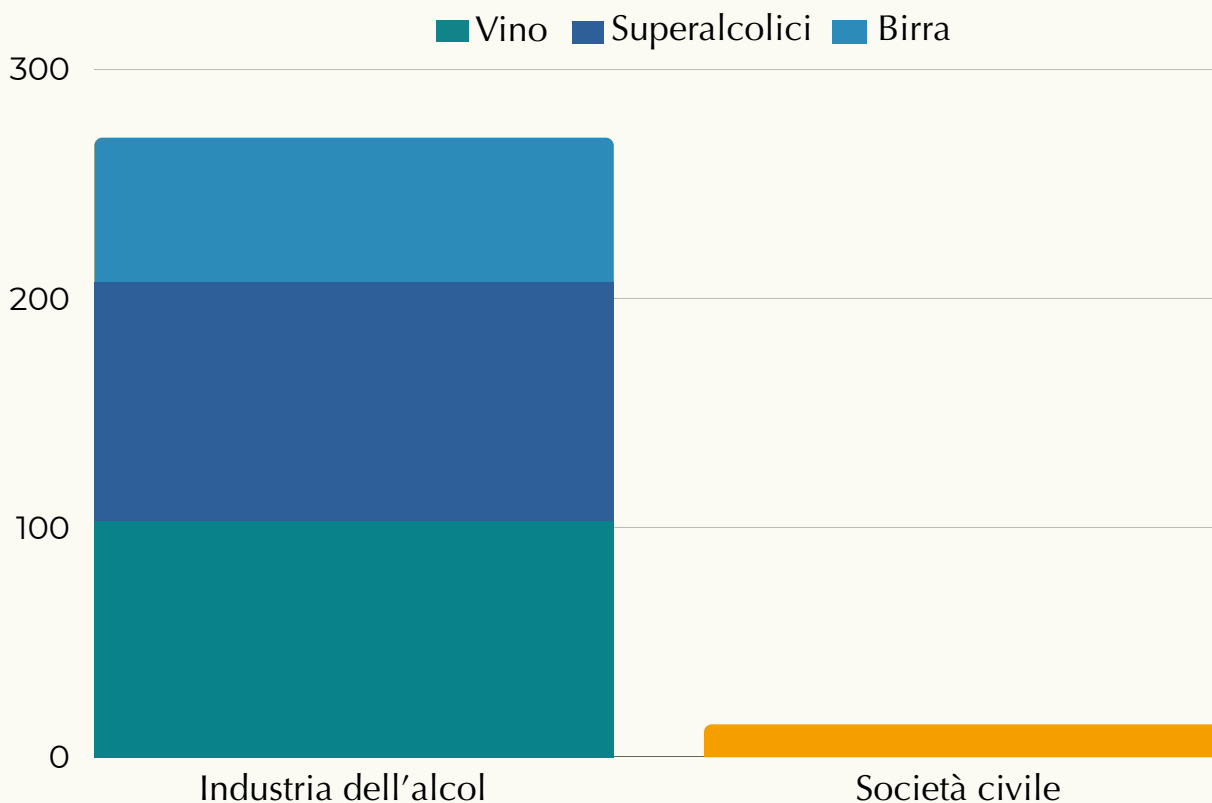


Figura 2 - Riunioni di Alto Livello tenute con la Commissione Europea 2016-2022, totale

La figura 3 mostra il numero di incontri suddivisi in base agli attori con il maggior numero di incontri. Per quanto riguarda le ONG, è possibile osservare che quasi tutti gli incontri sulle politiche alcolologiche (71%) sono stati tenuti da Eurocare - European Alcohol Policy Alliance.

Per quanto riguarda l'industria, possiamo notare che SpiritsEurope è l'associazione di gran lunga più importante quando si tratta di incontri con la Commissione Europea. SpiritsEurope da sola ha partecipato a un numero di incontri con il ramo esecutivo della Commissione quattro volte superiore a quello di tutte le ONG messe insieme.

Nel settore della birra, inoltre, molte delle maggiori aziende hanno partecipato a un numero di incontri superiore a quello della loro organizzazione di categoria, The Brewers of Europe. Ciò significa che molte singole aziende produttrici di birra sono molto presenti e agiscono una grande influenza lobbistica.

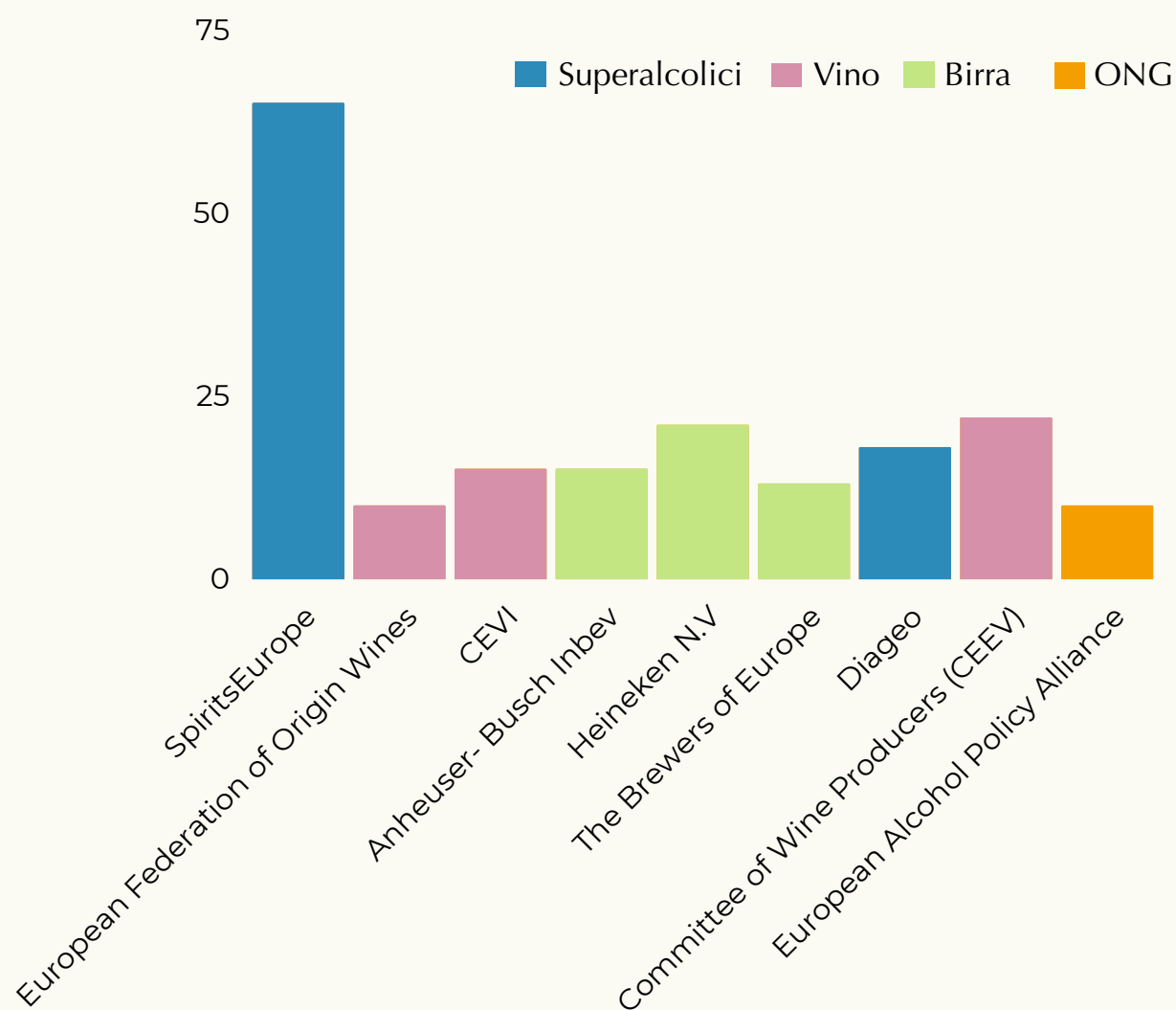
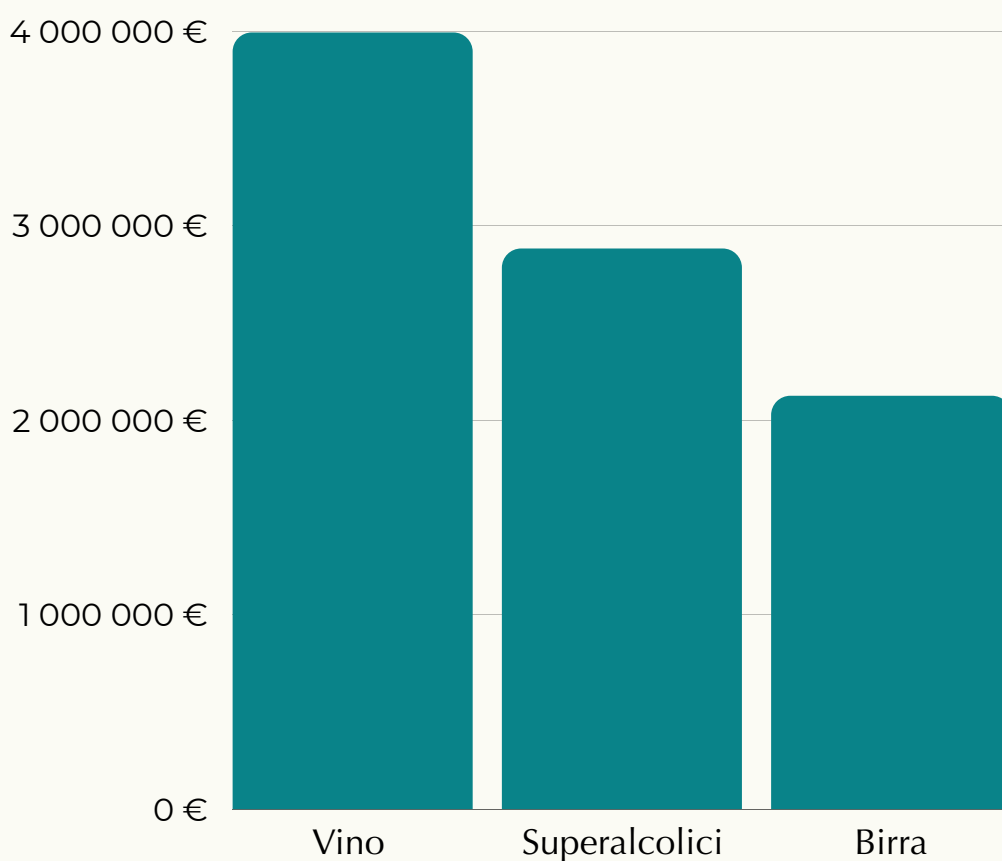


Figura 3 - Riunioni di Alto Livello tenute con la Commissione Europea 2014-2022, attori più importanti per tipo di organizzazione

Si nota che probabilmente c'è una sovrapposizione, per cui alcuni attori (ad esempio The Brewers of Europe e SpiritsEurope) hanno partecipato allo stesso incontro, che qui viene conteggiato come due incontri. Sebbene questo renda più difficile determinare l'esatto divario, non dovrebbe influenzare la tendenza generale in sé.

Risorse spese per l'attività di lobbying nell'UE (Capacità finanziaria)

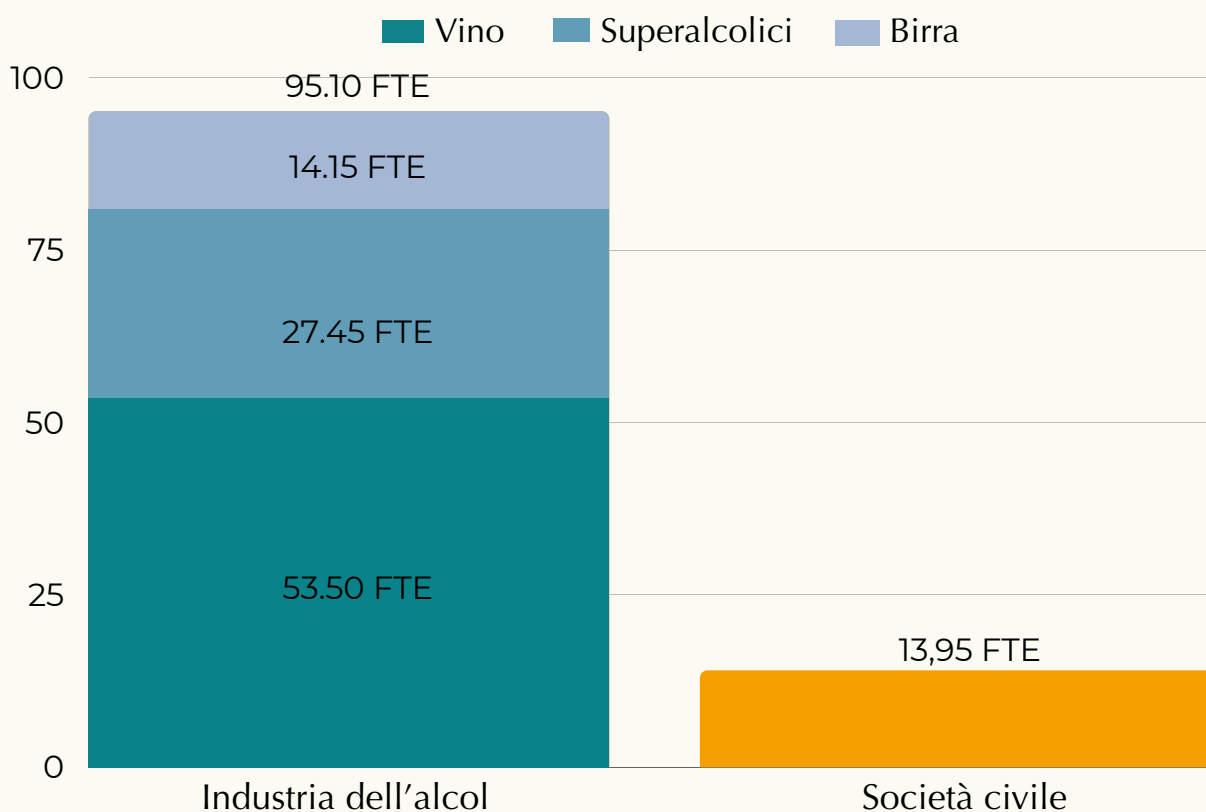
Se si guarda al denaro speso, si nota che l'industria degli alcolici stima di spendere circa 9 milioni di euro per l'attività di lobbying nell'UE ogni anno. Si nota inoltre che l'industria del vino spende di gran lunga di più rispetto agli altri settori dell'alcol. Ciò si spiega in parte con il fatto che gli attori del settore vinicolo in generale sono più numerosi rispetto, ad esempio, a quelli dell'industria dei superalcolici. Dal 2020 le ONG non sono più tenute a dichiarare le loro spese di lobby, il che rende difficile un confronto. Tuttavia, l'esame dei dati precedenti al 2020 indica che le ONG hanno una spesa significativamente inferiore rispetto a quella dell'industria dell'alcol.



Numero di personale impiegato per l'attività di lobbying nell'UE (Presenza di lobby)

Infine, analizziamo il numero di lobbisti impiegati dai diversi settori nell'UE. Lo schema è simile a quello del numero di incontri. L'industria degli alcolici è ancora una volta dominante rispetto alle controparti ONG nel Registro per la Trasparenza dell'UE, in linea con la tendenza osservabile riguardo ai finanziamenti.

Il settore vinicolo impiega il maggior numero di lobbisti nell'UE. Degno di nota è il fatto che il settore della birra ha un numero di lobbisti piuttosto basso rispetto agli altri, il che potrebbe indicare che, rispetto agli altri settori, il budget dell'industria della birra è più concentrato su altre attività rispetto all'impiego di personale per il lavoro di lobbying. I risultati indicano anche che le ONG spendono marginalmente di più dell'industria dell'alcol per l'impiego di personale rispetto ad altre attività, ma questa differenza è piuttosto trascurabile e rende difficile trarre conclusioni.



Ciò che si può concludere in questo capitolo è che esiste un grande divario tra l'industria dell'alcol e le ONG nei prerequisiti utili ad incidere politicamente nella sfera di influenza dell'UE. Ciò è riscontrabile nelle capacità finanziarie, nella quantità di personale in grado di lavorare con la politica dell'UE e nei risultati ottenuti quando si tratta di organizzare Riunioni di Alto Livello con decisori importanti. È difficile sapere esattamente come questo si traduca in un'influenza effettiva, ma è evidente che avere accesso ai contesti, risorse economiche a disposizione e personale dedicato aiuta a influenzare la politica.

È importante che i responsabili politici a livello europeo siano consapevoli di questa grande discrepanza, sia in generale, ma anche specificamente nel settore dell'alcol, poiché è probabile che, sia consciamente che inconsciamente, essa orienti la politica verso un approccio incentrato sul profitto. È importante che la Commissione Europea, i rappresentanti degli Stati Membri e i membri del Parlamento Europeo ne siano consapevoli e cerchino attivamente di bilanciare il loro impegno con i lobbisti, per garantire che il denaro non sia l'unico fattore che abbia voce in capitolo.

Ma come fa l'industria dell'alcol a influenzare più direttamente la politica? Nel prossimo capitolo, come piccolo caso di studio, verrà descritto come l'industria dell'alcol abbia cercato di influenzare una specifica proposta politica di uno Stato Membro dell'UE, ovvero la proposta irlandese di introdurre avvertenze sanitarie sui prodotti alcolici.

3. LE PRATICHE DI LOBBYING DI BIG ALCOHOL - UN CASO DI STUDIO SULLA LEGGE IRLANDESE

In questo capitolo finale, il rapporto si propone di spiegare cosa sta realizzando l'industria dell'alcol a Bruxelles, quali messaggi sta cercando di trasmettere e come, in pratica, indebolisce e mina le politiche di salute pubblica nell'UE.

A titolo esemplificativo, questo studio descriverà le azioni di Big Alcohol a Bruxelles per contrastare una legge di salute pubblica in Irlanda, ossia la proposta di introdurre avvertenze sanitarie sulle bevande alcoliche.

Il contesto

Nel 2016, l'Irlanda ha informato la Commissione Europea in merito alla sua intenzione di introdurre avvertenze sanitarie sulle etichette delle bevande alcoliche, come quelle relative al cancro. Per l'Irlanda questo è stato considerato un passo importante per sensibilizzare la popolazione in merito agli effetti negativi dell'alcol sulla salute. Sebbene tali effetti siano stati dimostrati da tempo, molti dei pericoli legati al consumo di alcol sono ancora sconosciuti al grande pubblico dei consumatori. Questo aumenta l'incidenza dei danni alcolcorrelati e rende più difficile per i cittadini fare scelte consapevoli quando si tratta di consumare alcol e di sapere come l'alcol influisce sulla loro salute.

Poiché la proposta dell'Irlanda riguardava prodotti che fanno parte del Mercato Unico, è stato necessario che la Commissione Europea si pronunciasse in merito. Si tratta di una prassi standard per garantire che la proposta sia allineata con i regolamenti e i trattati in vigore nell'UE.

La proposta irlandese è stata discussa a livello europeo in tre diverse occasioni (nel 2016, nel 2018 e nel 2022) e ogni volta è stata contrastata da un'importante campagna di lobbying da parte dell'industria dell'alcol, che ha cercato di indebolire la questione affinché la Commissione si opponesse alla proposta nella sua interezza. Al momento in cui scriviamo, la proposta è ancora in attesa dell'approvazione finale da parte della Commissione.

Per capire il motivo di questi sforzi di lobby, occorre sapere una serie di cose.

In primo luogo, data l'importanza dei mercati europei per l'industria degli alcolici, non sorprende che l'UE sia diventata un'arena centrale per gli sforzi di lobbying dell'industria. In secondo luogo, la questione delle avvertenze sulla salute degli alcolici ha un potere discorsivo, in quanto suggerisce il modo in cui l'alcol dovrebbe essere considerato come prodotto. La strategia principale dell'industria dell'alcol, come quella di altre industrie dannose, è evitare qualsiasi inquadramento o discussione in cui i loro prodotti sono descritti come dannosi o pericolosi. Le avvertenze sulla salute sono, per molti versi, l'esatto contrario, in quanto comunicano chiaramente i danni e le malattie di cui l'alcol è causa diretta.

Secondo molti studiosi, l'industria dell'alcol si trova in una situazione molto simile a quella in cui si trovava Big Tobacco 40 anni fa, quando la percezione del tabacco cambiò e gli effetti del fumo iniziarono a diventare evidenti al grande pubblico. Negli ultimi tre decenni, la percezione pubblica dell'industria del tabacco è diventata sempre più negativa e sono state fatte scelte politiche per ridurre il consumo di tabacco e limitare l'impatto dell'industria del tabacco, sia in Europa che a livello globale.

La parte restante di questo capitolo è finalizzata a delineare le strategie di lobbying utilizzate dall'industria, concentrandosi sui suoi sforzi di lobbying a livello europeo durante il processo politico relativo alla proposta irlandese sulle avvertenze sanitarie sull'alcol.

Strategie pratiche - Occupare spazio nel dibattito, definire l'agenda

L'industria dell'alcol utilizza una serie di strategie per minare qualsiasi tentativo di attuare politiche sull'alcol efficaci e basate su dati concreti.

Queste strategie sono sia pratiche che discorsive.

Per iniziare con le strategie pratiche impiegate nel caso della proposta irlandese, l'industria si è assicurata di occupare il maggior spazio possibile nel dibattito politico, cercando di stabilirne l'agenda. L'industria è stata molto attiva nell'organizzare incontri con tutti gli attori coinvolti a livello europeo.

Tra questi, i Commissari Europei e i loro gabinetti, gli Eurodeputati, le rappresentanze permanenti degli Stati Membri nell'UE.

Il fatto che l'industria venga coinvolta nel processo politico relativo a una proposta di salute pubblica, avendo intrinsecamente un conflitto di interessi e non potendo fornire una visione imparziale, è di per sé paradossale. Ma per l'industria tale partecipazione è chiaramente finalizzata a incidere sull'agenda, riconfigurando la proposta come qualcosa di più che una semplice scelta di salute pubblica; viene presentata come una proposta che riguarda anche loro, il commercio, l'agricoltura e il "valore culturale" dei loro prodotti. Ciò è ulteriormente dimostrato dal fatto che i funzionari dell'UE con cui si sono incontrati non provengono dal settore della salute pubblica, ma piuttosto da altri settori come l'agricoltura o la concorrenza. Un esempio recente è che diverse organizzazioni del settore, tra cui Diageo, si sono incontrate con il gabinetto del Commissario all'Agricoltura quando la proposta irlandese è stata ripresa a livello europeo, anche se il commissario all'Agricoltura non ha nulla a che fare con la proposta irlandese.

Oltre a tenere riunioni a livello europeo, molti attori dell'industria dell'alcol hanno partecipato attivamente al processo politico lasciando posizioni scritte, partecipando a gruppi di esperti e facendo pressione a livello nazionale per influenzare l'opinione della Commissione in opposizione all'Irlanda.

Strategie discorsive - Negazione, distorsione, distrazione, distinzione

Sono stati condotti numerosi studi a livello globale sull'alcol, sui danni alla salute e sui metodi utilizzati dall'industria dell'alcol per promuovere la propria agenda. Uno dei lavori più importanti riguarda i modi in cui l'industria dell'alcol si pone nei confronti del legame tra alcol e cancro. Si tratta di un ampio studio qualitativo su 27 organizzazioni diverse, condotto da Pettigrew et al. Nell'articolo gli autori hanno classificato tre strategie generali, utilizzate a livello globale dall'industria dell'alcol nei loro sforzi di lobbying, sul legame tra alcol e cancro.

- Negazione: sostenere che non esista una chiara connessione causale o che
- Distorsione: riconoscere una parte della relazione causale, ma travisarne la natura e l'entità.
- Distrazione: considerare altri fattori di rischio come più importanti⁶.

Queste tre strategie risultano evidenti anche negli sforzi di lobbying dell'industria sulla proposta irlandese, in relazione sia alle parti che riguardano il cancro sia alla proposta in generale. La sezione seguente illustrerà i modi in cui queste tre strategie sono state impiegate nel corso del processo politico. In chiusura, verrà discussa una quarta strategia, molto ben utilizzata, che per il presente documento verrà indicata come "distinzione". Si tratta del modo in cui l'industria lavora per mantenere una distinzione nel modo in cui l'alcol viene considerato rispetto ad altri prodotti, principalmente attraverso la valorizzazione della storia culturale dell'alcol in Europa.

Negazione: Mettere in discussione le evidenze, stimolare il dubbio

È importante notare che, in relazione al lobbismo a favore dell'alcol, le strategie impiegate dall'industria sono spesso sottili e retoricamente morbide. Questo perché un'agenda "pro-alcol" più diretta, con una dura negazione degli effetti nocivi dell'alcol, non funzionerebbe. Se l'industria negasse completamente gli effetti negativi dell'alcol sulla salute e sulla società, la sua legittimità ne risentirebbe molto. Invece, l'industria applica tattiche blande di negazione, come stimolare il dubbio, mettere in discussione le ricerche esistenti o usare un linguaggio che fa apparire il consumo di alcol come una norma indiscussa e indiscutibile.

Inoltre, una tattica comune impiegata dall'industria è quella di affermare di sostenere gli obiettivi di salute pubblica evidenziati, ma di non essere d'accordo con le proposte politiche presentate per raggiungerli. Nel caso descritto per esempio, alcuni attori dell'industria hanno affermato di essere favorevoli con l'obiettivo della proposta irlandese, ma allo stesso tempo si sono opposti alla proposta in sé, spesso cercando di mettere in discussione la scienza che ne è alla base, anche quando proviene da fonti consolidate come l'Organizzazione Mondiale della Sanità.

Distorsione: l'argomento della sproporzione

Sebbene oggi sia chiaro che l'alcol causa oltre 1 milione di morti all'anno nella Regione Europea⁷ e oltre 200 malattie, tra cui 7 diversi tipi di cancro⁸, Big Alcohol cerca spesso di minimizzare l'impatto negativo dell'alcol

sulla salute dei cittadini. Questa negazione è apparsa evidente nelle discussioni sulla proposta irlandese, dove diversi operatori del settore hanno sostenuto che le azioni presentate sono "sproporzionate" rispetto ai danni provocati dall'alcol. Tale strategia si accompagna spesso all'errata affermazione secondo cui livelli più bassi di consumo di alcol sono innocui, nonostante le evidenze mostrino chiaramente, ad esempio, che il rischio di cancro correlato all'alcol aumenta anche a bassi livelli di consumo.

Tale argomentazione dell'industria è una forma di autoregolamentazione volta a mantenere una legittimità e ad attribuire la responsabilità all'individuo, invece che al prodotto che effettivamente causa il danno. In questo modo l'industria agisce anche retoricamente per contrastare qualsiasi azione politica più ampia volta a ridurre il consumo di alcol, come l'aumento delle accise o, come nel caso irlandese, le avvertenze sanitarie sull'etichetta dei prodotti alcolici.

Distrazione: parlare di altri fattori di rischio

Nel corso del processo, è stato anche affermato che l'alcol riceve un trattamento iniquo rispetto ad altri fattori di rischio per la salute. In occasione di un'audizione della Commissione Europea in cui si è discusso delle avvertenze sul cancro che fanno parte della proposta irlandese, i sostenitori dell'industria vinicola hanno affermato che molti Paesi e l'OMS combattono il consumo di alcol e sostengono invece il consumo di cannabis⁹, esemplificando l'"allora-che-mi-dici-di" su cui si basa la strategia della distrazione. Essi utilizzano altri fattori che causano danni alla salute come argomenti per spostare l'attenzione su altro.

Il comune denominatore nella strategia della distrazione è l'utilizzo di affermazioni che non c'entrano nulla, semplicemente per divagare e distrarre dai danni dell'alcol. Dire che anche la cannabis o i cibi non salutari sono dannosi non toglie nulla al fatto che l'alcol sia dannoso, e ciò che sta accadendo nell'ambito delle politiche su altri prodotti dannosi non dovrebbe essere una preoccupazione per l'industria dell'alcol. Due torti non fanno una ragione. Eppure l'industria usa questi argomenti come mezzo di distrazione nel dibattito sui danni dell'alcol.

Distinzione: Cultura Europea e Alcol

Un'ultima strategia utilizzata dall'industria è il tentativo di utilizzare la storia dell'alcol in Europa per costruire una narrazione che contrasti politiche efficaci in materia di alcol, spesso sottolineando che l'alcol è qualcosa di diverso da un prodotto ordinario. Questa strategia viene utilizzata sia come metodo per far sembrare le bevande alcoliche più essenziali, sia come strumento di distrazione, dagli aspetti dannosi del consumo di alcol alla sua storia culturale.

Questa strategia si è rivelata efficace per l'industria, poiché le ha permesso di accedere a nuove arene e forum di lobby nell'UE. Un ottimo esempio è l'European Parliament Beer Club, un'associazione tra i membri del Parlamento Europeo e Brewers of Europe, che ha l'obiettivo di discutere le questioni che riguardano il settore della birra in Europa. La loro dichiarazione congiunta è la seguente:

"L'European Parliament Beer Club crede che la birra sia parte del patrimonio e della tradizione europea e mira a sostenere la crescita responsabile e la stabilità del settore della birra nell'Unione Europea".

Missione dell'European Parliament Beer Club¹⁰

Il settore birrario, inquadrando la birra come parte della cultura europea, è riuscito a costruire un'associazione che gli consente di avere un accesso diretto e senza precedenti ai membri del Parlamento Europeo per discutere dei loro interessi. Un privilegio che nessun altro prodotto nell'UE ha, tanto meno altri prodotti che causano gravi danni alla salute pubblica.

Inoltre, questa strategia è spesso evidente nei negoziati, dove l'inquadramento culturale viene usato come modo per sostenere che le politiche di riduzione del consumo di alcol e i danni alcolcorrelati minerebbero anche la cultura europea. Ne è un esempio il seguente intervento di un membro del settore vinicolo sul tentativo dell'Irlanda di rafforzare l'informazione dei consumatori attraverso le avvertenze sanitarie:

"Queste misure attaccano direttamente la nostra cultura e la nostra cultura del vino. Dobbiamo lavorare insieme contro queste iniziative. È la nostra cultura, è il nostro prodotto ad essere sotto attacco. Tali misure mirano a eliminare il consumo di bevande alcoliche. (...) Dobbiamo lottare contro le misure di riduzione del consumo. Non possiamo accettare che queste misure ci vengano imposte. È in gioco la nostra cultura e il nostro settore. Nello stesso momento in cui l'OMS e vari Paesi combattono l'alcol come un nemico".

Citazione indiretta fatta da un membro del Gruppo di Dialogo Civile sul vino della Commissione Europea, 2018, da fonte anonima.

Questa strategia è una scelta comune per l'industria dell'alcol a livello europeo, in quanto offre all'industria sia la possibilità di ottenere un maggiore accesso e influenza in questioni che altrimenti non la riguarderebbero, sia di spostare la discussione sull'alcol dai suoi impatti negativi sulla salute a qualcos'altro.

CONCLUSIONI

Il presente rapporto ha delineato e mappato le attività di lobby dell'industria dell'alcol a livello europeo, mostrando l'entità della loro interferenza con la politica in materia di alcol, nonché le strategie da loro impiegate. Il primo capitolo del rapporto mostra che la presenza delle lobby dell'industria dell'alcol assume molte forme diverse a livello europeo, alcune più dirette e altre più indirette. Inoltre, mostra i diversi modi in cui gli attori dell'industria sono collegati tra loro. Non è quindi corretto parlare di un'industria coerente che interferisce con le politiche di salute pubblica.

Il secondo capitolo mostra che c'è una grande differenza di rappresentanza tra gli attori dell'industria dell'alcol e le ONG che si occupano di salute pubblica, sia per quanto riguarda il numero di dipendenti impiegati in attività di lobbying nell'UE, sia per quanto riguarda il numero di incontri con funzionari di Alto Livello dell'UE. Per ogni incontro che una ONG ha con la Commissione Europea sulle politiche sull'alcol, l'industria ne ha oltre 19.

La conclusione è che non solo l'industria partecipa alle consultazioni, ma lo fa molto di più delle Organizzazioni Non Governative che si occupano di salute pubblica. Questo accade anche se, a causa del loro conflitto di interessi, non dovrebbe essere consultata affatto. Per quanto riguarda le politiche di salute pubblica, la presenza dell'industria in qualsiasi dibattito è profondamente deplorabile, in quanto ha un interesse di profitto che è in opposizione al benessere delle persone.

Il terzo e ultimo capitolo di questo rapporto ha mostrato i modi diversi e altamente strategici in cui l'industria dell'alcol lavora per influenzare le politiche sull'alcol a livello europeo e per mantenere un'immagine di attore legittimo in materia. Il caso dell'Irlanda è l'esempio di una specifica politica di salute pubblica a cui l'industria si è opposta; non solo sono state mostrate le strategie utilizzate dall'industria, ma è stato messo in evidenza il modo in cui l'industria utilizza l'area dell'UE per indebolire le politiche di salute pubblica di uno Stato indipendente.

In conclusione, la presenza dell'industria nel dibattito europeo sull'alcol è un grande ostacolo alla creazione di una politica sanitaria pubblica basata sull'evidenza scientifica nell'UE e nei suoi Stati Membri. Si tratta, in definitiva, di un problema democratico, poiché la salute delle persone viene trascurata a favore degli interessi di profitto di un'industria dannosa.

RIFERIMENTI

1. Vedi dati nel Capitolo 2
2. Bryggeriforeningen, 2021. Medlemmar, Bryggeriforeningen. [Online] Disponibile su: <https://bryggeriforeningen.dk/foreningen/#medlemmer> [Använd 21 01 2021]
3. Registro per la Trasparenza UE
<https://ec.europa.eu/transparencyregister/> p4u.bSlpicr/ihtomchePLaegve.rdaon
4. Sprit och Leverantörsföreningen, 2021. Medlemmar i SVL. [Online] Disponibile su: <https://www.svl.se/medlem/medlemmar/> [Använd 21 01 2021]
5. Petticrew, M., Maani Hessari, N., Knai, C. & Weiderpass, E., 2017. How alcohol industry organisations mislead the public about alcohol. Drug and Alcohol Review
6. Ibidem p. 2
7. https://www.who.int/europe/health-topics/alcohol#tab=tab_1
8. <https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/336595/WHO-EURO-2020-1435-41185-56004-eng.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
9. Indirect quotation made by a member of the EU Commission Civil Dialogue Group on Wine, 2018, per anonymous source
10. EP Beer Club, u.d. About the EP Beer Club. [Online] Disponibile su: <https://www.epbeerclub.eu/about-the-ep-beer-club/> [Used 18 January 2021]