

## trasgressione

In pista non si comunica si esibisce una vitalità artificiale. Frutto della fame chimica. I parcheggi sono i luoghi dello spaccio Dal 2001 i prezzi continuano ad abbassarsi insieme alla «qualità» dei prodotti. In una sola serata del weekend il giro d'affari può toccare anche 50mila euro, fra cocaina ed ecstasy. E la mattina, sui volti dei giovani, si legge la miseria del cuore

## EMERGENZA STUPEFACENTI

DAL NOSTRO INVIATO SULLA RIVIERA ROMAGNOLA  
PINO CIOCIOLA

**L**a notte porta consiglio, ma anche cervelli arrostiti. Specie (non solo) in Riviera romagnola e certe discoteche che sono grandiosi, sfavillanti templi per ragazzini. Dove la notte comincia all'una o qualcosa di più, la musica bastona i timpani e accelera il cuore. Dove l'alcol è un immediato fiume in piena con mille rivoli, perché dalle due non si potrà più servire (dopo averlo invece fatto, il prefetto ha appena sbarrato tre discoteche per quattordici giorni). L'età fluttua da sedici a ventiquattro, venticinque anni. Ci si tuffa in un mucchio selvaggio di giovanissime solitudini pronte allo sballo: qui dentro non si comunica, bisognerebbe urlarsi nelle orecchie. Nel parcheggio c'è una smisurata doppia fila di motorini, ma anche centinaia di macchine (alcune costose, di grossa cilindrata e di papà). Proprio il parcheggio è il posto più adatto per dare inizio all'uscita di testa. La gran parte dello spaccio avviene qui: ovvio, più facile e meno rischioso. Come pure è meglio tirarla qui la cocaina: luce accesa dentro la macchina, uno o due ragazzi seduti, spesso un altro a fare fuori da palo. Sniffi una striscia e sei diventato un leone. Un paio di questi felini finiscono, scendono, chiudono l'auto e m'avvicino loro tranquillo: «Ciao, da chi posso trovare un po' di coca buona stasera?». Indicano un tizio poco in là. Ha l'accento albanese ed è meglio di un mercante in fiera: chiudiamo veloci la compravendita, venti euro una pasticca d'ecstasy ed ottanta un grammo di coca. Cifre ragionevoli. Praticamente le stesse (euro più, euro meno) della roba in altri due parcheggi d'altrettante discoteche. È dal 2001 che i prezzi continuano ad abbassarsi, di pari passo con la «qualità» dei prodotti.

A proposito di coca, adesso sta andando di moda sniffarla dopo averla strisciata sopra uno specchietto, magari poggiandolo sul



# Lo "sballo" dei ventenni: sentirsi leoni con una pasticca

*Nelle discoteche romagnole ragazzi sempre più giovani in cerca di una dose*

cruscotto. Oppure, usando certi cellulari d'ultima generazione, sul grosso display lucido e nero che così il bianco risalta che è un piacere, perché vuole la sua parte anche l'occhio. I più temerari la tirano nel bagno: ci si chiudono e via polvere bianca su per il naso. La pasticca invece è meno impegnativa e rischiosa, più pratica: a volte ragazzi e ragazze se la passano baciandosi. Soprattutto vola in un istante da una mano all'altra, da chi vende a chi compra, e s'ingoa. Presa. Volendo si fa anche nel bel mezzo della pista, mentre si balla. E chi non vuol vedere, non ha visto: in fondo se già non ci pensano i loro genitori chi se ne frega. Conticino: due o tre pasticche a nottata per un terzo dei ragazzini presenti, una botta di coca (almeno) sempre a testa e in un solo venerdì o un solo sabato sera il giro di soldi trasformati in fritto di materia grigia può

toccare i trenta, quaranta, anche cinquantamila euro fra i clienti d'una sola discoteca. E chi se ne frega se una ricerca del Cnr di qualche anno fa mostrava come ecstasy e insieme musica a palla mandino in ferie per sei o sette giorni i neuroni. E pure se un altro studio italiano di un mese fa racconta come lo sballo da discoteca possa provocare effetti vicini a quelli dell'Alzheimer. Anzi, chi se ne frega di tutti e tutto. Verso le quattro qualcuno si è sfatto sopra un divano, qualcun altro schizza da qui a là senza soste. Soprattutto le ragazzine mandano giù alcol come fosse gazzosa e sono molte di più rispetto a qualche anno fa. Qualche leone ormai è rimasto a torso nudo e quasi tutte le leonesse indossano trenta o quaranta centimetri quadri complessivi di stoffa. Intanto l'aria condizionata e i bassi che picchiano forsenati uscendo dalle casse non coprono la puzza di sudore. Negli ultimi

tempi sulla piazza romagnola è a disposizione degli sballandi una novità: la «cruschetta dell'amore», sarebbe a dire una pasticca d'ecstasy marrone e rugosa (come la crusca), che rende inebriati ma teneri e dolci verso chiunque. Manca poco alle sei quando i primi giovanotti - lentamente, assai lentamente - cominciano a uscire per tornarsene a casa. Magari comprano una piadina fuori dalla discoteca dove il chiosco ambulante staziona da ore, perché sa che farà affari d'oro grazie alla fame chimica. Magari si stravaccano allucinati in macchina. Una ragazza è aiutata a camminare da altre due, che da sola sarebbe già sdraiata a terra. Ed ora il chiaro del primo sole illividisce i volti di ragazzini stupidi o istupiditi. Incamminati in una grottesca processione. Le macchine partono. E capisci in un solo istante - lo «vedi» al volo - perché in Italia solamente nelle due notti del venerdì e

del sabato si verifichi quasi la metà degli incidenti stradali notturni dell'intera settimana, con le stesse proporzioni per il numero di morti e dei feriti. I leoni adesso sembrano gatti randagi usciti da una centrifuga. E i vestiti griffati e le macchine non nascondono più la miseria: quella negli occhi diventati fessure vitree o rossamente elettriche, nelle magliette stropicciate da sudore e birra e follia, nei trucchi scioltisi e colati sulle guance. Quella miseria che non si nasconde nel portafoglio, ma tracima dal cuore e ad incontrarla fa un penoso male. Molti ragazzini da ieri sera hanno sborsato fior di soldi (fino a un paio di biglietti da cento euro) per comprare un terrificante nulla che potesse ridurli così. Il sole ormai è alto: ancora sei giorni e arriverà un'altra notte a portare consiglio a qualcuno e arrostiti il cervello di qualcun altro. Un'altra e poi un'altra e un'altra ancora.

## LA PAROLA

### LA MICRO-DOSE

Rappresenta la nuova strategia di mercato dei signori dello spaccio: un "packaging" alternativo alla tradizionale dose da un grammo di stupefacente tradizionalmente smerciato. La micro-dose, solitamente, è una piccola confezione di circa 0,20 grammi di sostanza stupefacente. Non molto, quel tanto che basta per avere un minimo di effetto allucinogeno. Il formato ridotto permette così di abbassare i costi, rendendo cocaina ed eroina facilmente accessibili a strati più ampi della popolazione. Soprattutto giovani.



# Nuovi formati e prezzi contenuti per attrarre clienti

## il rapporto

Il mercato degli stupefacenti in Italia è sempre più diversificato: nel 2006 gli studenti che usavano cocaina erano 115mila, 47mila i consumatori di eroina

DA MILANO ILARIA SESANA

**N**el mercato degli stupefacenti rivolto ai giovanissimi è in atto una precisa operazione di marketing: la percezione della droga come pericolo o trasgressione è stata sostituita dalla percezione della droga come semplice prodotto, potenzialmente innocuo e controllabile. Un bene di con-

sumo da acquistare e assumere liberamente, in qualunque momento e in qualunque luogo, grazie ai nuovi "formati" in micro dosi e ai prezzi contenuti. È il dato più allarmante che emerge dal bollettino intermedio 2008, diffuso ieri dall'Osservatorio previsionale Prevo.Lab del Dipartimento dipendenze dell'Asl di Milano. Il rapporto si focalizza sulla popolazione più giovane e mette a fuoco le peculiarità di un mercato sempre più diversificato dove è possibile acquistare, a prezzi ridotti e sufficientemente indifferenziati, sostanze diverse. Inoltre a fronte dell'aumento del costo della vita, il prezzo della droga sembra essersi abbassato, o comunque rimanere stabile, incurante della curva inflazionistica che invece ha investito i generi di prima necessità. «La situazione è molto più complicata di

quanto si pensi - commenta Riccardo Gatti, direttore di Prevo.Lab e responsabile del Dipartimento dipendenze dell'Asl di Milano -. Siamo ancora fermi all'idea del ragazzo che fuma cannabis e al manager che si fa di cocaina. In realtà, di fronte a noi c'è un mercato complesso che punta ai più giovani e sembra fare di tutto per facilitarli l'uso della droga, dalle mini-dosi ai prezzi bassi». I consumi di stupefacenti possono essere riassunti in poche cifre: nel 2006 i consumatori di cocaina (di età compresa fra i 15 e i 19 anni) erano circa 115mila, pari al 3,9% del totale dei coetanei. Con una crescita dell'11% rispetto all'anno precedente. Stabile invece il consumo di eroina (1,6%) della popolazione giovanile, per un totale di 47mila ragazzi. Giovani e giovanissimi che fumano eroina e non sanno nulla dell'emergenza degli anni 80 e 90. Così l'eroina diventa una sostanza "pulita" che non ha nulla a che fare con emarginazione e devianza. Oltre che accessibile a prezzi modici. Il numero dei consumatori però potrebbe crescere ulteriormente: a Milano, ad esempio, per alcune sostanze come cannabis e cocaina si sta arrivando alla saturazione del mercato. Una situazione che per Gatti «si sta facendo pericolosa. Il rischio, di fronte a un possibile calo dei guadagni, è che i cartelli criminali si organizzino per differenziare il mercato "investendo" sui giovani e favorendo sulla diffusione dell'eroina». Gli oppiacei infatti generano rapidamente tolleranza, ovvero la necessità di aumentare la dose assunta o la frequenza per avere lo stesso effetto. «E quindi la droga ideale per trasformare parte degli attuali consumatori occasionali in consumatori abituali, perché tossicodipendenti». Ma la sostanza che rappresenta lo strumento prioritario di accesso allo sballo sembra essere sempre di più l'alcol: usato come una droga per disinibire, calmare, alterare. Possibilmente "condito" con altri stupefacenti.

## I PREZZI

## Cocaina low cost: "farsi" costa come la pizza

DA MILANO

**Q**uanto può costare organizzare una serata in compagnia di amici? Per partire, un aperitivo: dai sei agli otto euro, poi una cena in pizzeria spendendo altri 15/20 euro. Con gli stessi soldi però si può scegliere, indifferentemente, tra cocaina ed eroina, hashish ed ecstasy. È la nuova politica di marketing del mercato degli stupefacenti, caratterizzata dall'adozione di una nuova strategia di vendita in "micro dosi", accanto a quella più tradizionale. «Questo è uno degli aspetti più preoccupanti della situazione - commenta Riccardo Gatti, responsabile del Dipartimento dipendenze dell'Asl di Milano -. Siamo di fronte a una chiara operazione di mercato, per cui se vuoi andare al cinema vai al

cinema. E con la stessa facilità, se vuoi tirare di coca, compri coca». Ma quanto costa una micro dose? E soprattutto, che effetto ha? Prevo.Lab ha calcolato quello che potrebbe essere il costo delle diverse sostanze stupefacenti nel 2011, prezzi decisamente alla portata delle tasche dei ragazzi più giovani (15-19 anni): una micro dose di eroina da 0,20 grammi, verrebbe a costare otto euro (40 euro un grammo di stupefacente) e un quantitativo analogo di cocaina circa 15 euro. «Una micro dose non è un grande quantitativo - aggiunge ancora Gatti - ma è sufficiente per avere un minimo effetto». Il ventaglio delle offerte però non si ferma qui: un grammo di hashish costerebbe 8,50 euro, un grammo di marijuana sei, una pastiglia di ecstasy 17 e una di anfetaminici circa 18,50 euro. (L.Se.)