

12 maggio 2016 15:48

Droghe di sintesi. Chi sono i consumatori

di [Redazione](#)

Chi sono i consumatori dei nuovi prodotti di sintesi (NPS), queste droghe accessibili via Internet e vendute tra 8 e 35 euro al grammo, con nomi chimici molto misteriosi come 2C-x, MXE o DXM, e che imitano gli effetti di prodotti illegali come l'ecstasy, le amfetamine, la cocaina o la cannabis? Se il mercato di queste sostanze psicoattive è comparso in Francia dopo il 2008 era comunque relativamente ben conosciuto, con notoriamente 178 molecole differenti catalogate all'inizio dell'anno scorso, il profilo dei consumatori resta fluido.

Uno studio dell'Observatoire français des drogues et des toxicomanies (OFDT), pubblicato ieri 11 maggio, permette per la prima volta di meglio conoscere questi consumatori, più "discreti" di quelli delle droghe "classiche".

Gli adepti a queste nuove sostanze psicoattive principalmente vendute sotto forma di polvere, sono in maggioranza uomini giovani (28 anni in media) che vivono in grandi città, con un livello di educazione "molto elevato" e sono nella quasi totalità (97%) già consumatori di altre droghe illegali, rileva lo studio che si appoggia su 607 questionari compilati online tra maggio e ottobre del 2014.

Se questo metodo comporta alcune angolature, esso ha tuttavia permesso di individuare dei "consumatori specifici ed isolati" che sarebbero restati senza dubbio sconosciuti attraverso i mezzi più tradizionali, spiegano all'OFDT. I consumatori di questi prodotti dicono in maggioranza (60%) di aver cercato soprattutto una "modifica della propria percezione". Le due sostanze più consumate -almeno per chi ne conosce i nomi- appartengono alla famiglia delle Fenetilamine (38%) e delle Metoxetamine (34%) dagli effetti allucinogeni.

"Questo gusto per le sostanze allucinogene è una particolarità francese perché, in altri Paesi, si cercano soprattutto effetti stimolanti", rileva Agnès Cadet-Taiou, che ha supervisionato lo studio dell'OFDT. Un po' meno della metà (47%) di coloro che hanno risposto, dichiarano di aver semplicemente voluto "distruggersi" prendendo un NPS, mentre il 42% dice di aver scelto "con accortezza rispetto agli altri, perché sono più socializzanti".

Ordini facili su Internet

Questi consumatori di droghe di sintesi si ripartiscono in "cerchi concentrici". Al centro di questi cerchi, degli "psiconauti", cioè dei consumatori "quasi esperti" che testano questi nuovi prodotti sintetici su se stessi, spiegano con precisione le loro esperienze sui forum in Internet ed hanno familiarità coi termini chimici e le differenze tra le molecole. "Più ci si allontana da questo nucleo, più si va verso dei consumatori non più per scelta, ma che hanno subito", spiega Agnès Cadet-Taiou. "All'estremo, una buona parte dei consumatori durante i periodi festivi, non sanno che stanno consumando un nuovo prodotto di sintesi".

Se un consumatore su due (55%) dice di aver acquistato il suo NPS su Internet, un quarto delle persone ha risposto all'indagine (24%) dicendo di averlo ricevuto in regalo, il 15% di averlo acquistato da un amico e il 12% di esserselo procurato a uno spacciatore.

"Le NPS sono diventati prodotti di consumo corrente su Internet, come se si prenotasse una notte in albergo, si può pagare con una carta di credito, c'è un servizio post-vendita, e commenti dei consumatori sul sito", dice Pierre Chappard, presidente di PsychoActif, un'associazione di consumatori di stupefacenti che gestisce uno dei due forum francesi di riferimento per queste droghe di sintesi.

Infine, quattro consumatori su dieci dicono di aver riscontrato degli effetti indesiderabili dopo aver assunto una droga di sintesi. Per l'OFDT, coloro che hanno risposto al questionario si focalizzano su questo punto, "una visione molto razionale" dei NPS, di cui "sono consapevoli dei pericoli, come viene mostrato dai bisogni di informazione segnalati e una propensione a non considerare questi prodotti come un insieme ma a valutarli sostanza per sostanza".

(articolo di François Béguin, pubblicato sul quotidiano le Monde del 12/05/2016)