

L'industria delle bevande chiede il congelamento di sugar e plastic tax

Cibus 2022

Nel 2023 vendite in calo del 17% se dovessero entrare in vigore queste nuove tasse

Pierini: «Da anni le imprese, innovando, hanno ridotto le quantità di zucchero»

I rincari delle materie prime e lo spettro di nuove tasse mettono a rischio la filiera italiana delle bevande analcoliche. «Dopo il lockdown e lo stop di bar e ristoranti i consumi sono tornati a crescere, ma siamo ancora al di sotto dei livelli pre-pandemia» ha detto Giangiacomo Pierini, presidente di Assobibe, l'associazione di produttori di soft drinks che ieri a Cibus ha tenuto la propria assemblea generale. Rispetto al 2019, infatti, gli acquisti complessivi sono diminuiti del 6%.

Per il 2022, al momento, si prevede solo un lieve calo dei consumi (-0,4%), ma se dopo l'estate riprendessero i contagi e si rendessero

necessarie nuove restrizioni per il canale Horeca nel periodo ottobre-dicembre, la contrazione delle vendite potrebbe raggiungere anche il

2,3%. La vera paura per il comparto però è sul 2023: secondo le previsioni dello studio presentato ieri da Nomisma, con l'entrata in vigore a gennaio della Sugar tax - 0,10 centesimi ogni litro di bevanda zuccherata - il mercato rischia seriamente di contrarsi del 12% rispetto al 2022 e di ben il 17% rispetto al 2019 pre-pandemia.

«Da anni le imprese, lavorando sull'innovazione, hanno ridotto da sole la quantità di zucchero presente nei soft drinks - sostiene il presidente Pierini - una nuova tassa non servirebbe a migliorare la salute, ma solo a deprimere i consumi». Anche il presidente di Federalimentare, Ivano Vacondio, dal palco di Cibus martedì ha chiesto che Sugar tax e Plastic tax vengano definitivamente stralciate dall'agenda del Governo. «I dati di Nomisma fanno riflettere - ha detto il sottosegretario all'Agricoltura, Gian Marco Centinaio, intervenendo all'assemblea di Assobibe - di fronte a una crescita dei prezzi, quasi 8 famiglie su 10

sono orientate a cambiare le proprie abitudini di acquisto. La Sugar tax rischia di mettere in difficoltà le imprese italiane».

A trainare la risalita del mercato delle bevande analcoliche nel 2021 è stata principalmente la ripresa dei consumi nei bar e nei ristoranti (+30% rispetto al 2020), che rappresentano circa un terzo di tutte le vendite italiane di soft drinks. Nei supermercati, invece, la crescita maggiore è stata messa a segno dalle bibite per i cocktail e dagli energy drink sportivi. Al contrario, si sono nel complesso ridotte dello 0,8% le vendite di bevande gassate. Ora però è l'incertezza per la crisi ucraina e le sue ripercussioni sull'economia del Paese a condizionare gli acquisti dei consumatori: secondo i dati di Nomisma, quattro italiani su dieci sono preoccupati dell'inflazione. Il 77% cambierà i propri comportamenti d'acquisto, quasi la metà dei consumatori concentrerà la propria spesa alimentare su prodotti indispensabili, mentre il 30% degli intervistati si dice pronto a ridurre le occasioni di consumo fuori casa.

— Mi.Ca.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

+30%

LA RIPRESA 2021 SUL 2020

La ripresa dei consumi nei bar e nei ristoranti ha trainato un settore che durante il Covid ha sofferto



ADOBESTOCK



L'allarme. La produzione italiana di soft drinks è messa in crisi anche dall'aumento dei prezzi delle materie prime