Sugar tax, quanto pesa sui consumi? Il caso Filadelfia

sugar-tax-soda-686984-1920-032a231c

Un test durato due anni ha evidenziato come la sugar tax abbia ridotto del 42% i consumi dei prodotti tassati.

Sulla bocca di tutti, la sugar tax è incensata da qualcuno (perché vista come utile deterrente al consumo di bevande co-responsabili di varie malattie), ma avversata da altri (perché giudicata invece come un inutile balzello, frutto solo di pregiudizi).

Al di là del bene e del male, comunque, affidiamoci alle evidenze.

A quelle di una recente ricerca effettuata dalla Chan School of Public Health di Harvard- e consultabili su JAMA.

La ricerca, durata 2 anni, ha confrontato un campione di 4738 clienti* e 116 negozi indipendenti di Filadelfia, città in cui è entrata la sugar tax con un panel di negozi di Baltimora, dove – invece- la tassa non vige.

L'esito del confronto ha evidenziato che a Filadelfia, rispetto a Baltimora c'è stato un aumento di prezzi di 2,06 cent per oncia liquida (ovvero di circa il 33% sulle zuccherate, del 36% su quelle edulcorate).

A tale rincaro ha corrisposto in direzione contraria una contrazione dei consumi? Pare proprio di sì: sui prodotti tassati, e solo su quelli, i consumi sono infatti scesi di 6,1 once pro capite, ovvero del -42%.

Infine, benché non ci siano specifiche evidenze, è anche emerso che tale contrazione degli acquisti abbia coinvolto maggiormente clienti a basso reddito e con un basso livello di istruzione.

*Scendendo nel dettaglio, il campione era così composto: dei 4738 clienti 1950 (il 41,2%) erano donne; il 4351 (91,8%) di età pari o superiore a 18 anni; 1006 (21,2%) bianchi, 3185 (67,2%) clienti neri.