La grande sfida dei soft drink: -24mila tonnellate di zucchero in tre anni

20231117123825softdrinks-b9df3fc9

Continua a scendere lo **zucchero** immesso in consumo in Italia. Nel 2020-22, il suo utilizzo nel settore dei soft drink si è ridotto di un ulteriore 13%, **con una contrazione di 24mila tonnellate**.

Un risultato importante, che supera del 30% l'obiettivo fissato da **Assobibe**, l'associazione di Confindustria che rappresenta i produttori di bevande analcoliche, e dal **ministero della Salute** con il protocollo siglato nel 2021 e che rappresenta l'ultima tappa di un viaggio che dal 2008 ad oggi ha portato al **taglio del 41%** dello zucchero immesso in consumo attraverso le bibite analcoliche.

SEMPRE MENO ZUCCHERO

I dati sono contenuti nello studio **"Il mercato dei soft drink in Italia: impatto della categoria sull'offerta calorica"**, condotto da **Nomisma** per Assobibe, che evidenzia come nel periodo in oggetto siano cresciute sia le vendite delle bevande sugar free a scapito di quelle zuccherate (+16%) e sia l'offerta di bevande con un minor contenuto di zucchero grazie agli investimenti realizzati dalle aziende produttrici nella riformulazione delle ricette (+8%).

"*Questi risultati sono il frutto di un percorso intrapreso da anni, come conferma della volontà del settore di contribuire responsabilmente a contrastare gli effetti di un consumo eccessivo di zuccheri* – dichiara **Giangiacomo Pierini**, presidente di Assobibe – *Tutto ciò è stato possibile attraverso una costante riduzione dell'impronta calorica, l'offerta di soluzioni di consumo alternative, l'adozione di contenitori più piccoli e richiudibili e forme di autolimitazione in ambito marketing, pubblicità e vendita nelle scuole*".

NOVE ITALIANI SU DIECI SODDISFATTI DELL'OFFERTA ANALCOLICA

Secondo una ricerca di **Euromedia Research** del maggio scorso, nove italiani su 10 (l'87,4% degli intervistati e il 72% nella fascia d'età 18-30) si dichiarano soddisfatti della varietà di bevande

analcoliche presenti sul mercato. Mentre oltre sette italiani su 10 sono soddisfatti dell'offerta delle bevande "zero" che secondo il 64,4% del campione hanno contribuito a un consumo maggiormente consapevole rispetto all'apporto calorico.

"*Questo significa che lo sforzo fatto dalle nostre imprese per* ***innovare senza rinunciare al gusto*** *della tradizione che tanto piace ai consumatori è andato a segno* – commenta Pierini – *Ma per quanto le aziende intendano continuare sulla strada della riduzione calorica, i nostri prodotti sono responsabili solo dell'1% dell'apporto calorico quotidiano negli adulti, lo 0,6% nei bambini. Occorre uno sforzo corale, che coinvolga tutti i settori merceologici, le istituzioni e il mondo scientifico affinché si raccolga tutti insieme la sfida di educare al bilancio calorico, alla moderazione e agli stili di vita attivi anziché sedentari*".

Continua a scendere lo **zucchero** immesso in consumo in Italia. Nel 2020-22, il suo utilizzo nel settore dei soft drink si è ridotto di un ulteriore 13%, **con una contrazione di 24mila tonnellate**. Un risultato importante, che supera del 30% l'obiettivo fissato da **Assobibe**, l'associazione di Confindustria che rappresenta i produttori di bevande analcoliche, e dal **ministero della Salute** con il protocollo siglato nel 2021 e che rappresenta l'ultima tappa di un viaggio che dal 2008 ad oggi ha portato al **taglio del 41%** dello zucchero immesso in consumo attraverso le bibite analcoliche.

SEMPRE MENO ZUCCHERO

I dati sono contenuti nello studio **"Il mercato dei soft drink in Italia: impatto della categoria sull'offerta calorica"**, condotto da **Nomisma** per Assobibe, che evidenzia come nel periodo in oggetto siano cresciute sia le vendite delle bevande sugar free a scapito di quelle zuccherate (+16%) e sia l'offerta di bevande con un minor contenuto di zucchero grazie agli investimenti realizzati dalle aziende produttrici nella riformulazione delle ricette (+8%)."*Questi risultati sono il frutto di un percorso intrapreso da anni, come conferma della volontà del settore di contribuire responsabilmente a contrastare gli effetti di un consumo eccessivo di zuccheri* – dichiara **Giangiacomo Pierini**, presidente di Assobibe – *Tutto ciò è stato possibile attraverso una costante riduzione dell'impronta calorica, l'offerta di soluzioni di consumo alternative, l'adozione di contenitori più piccoli e richiudibili e forme di autolimitazione in ambito marketing, pubblicità e vendita nelle scuole*".

NOVE ITALIANI SU DIECI SODDISFATTI DELL'OFFERTA ANALCOLICA

Secondo una ricerca di **Euromedia Research** del maggio scorso, nove italiani su 10 (l'87,4% degli intervistati e il 72% nella fascia d'età 18-30) si dichiarano soddisfatti della varietà di bevande

analcoliche presenti sul mercato. Mentre oltre sette italiani su 10 sono soddisfatti dell'offerta delle bevande "zero" che secondo il 64,4% del campione hanno contribuito a un consumo maggiormente consapevole rispetto all'apporto calorico.

"*Questo significa che lo sforzo fatto dalle nostre imprese per* ***innovare senza rinunciare al gusto*** *della tradizione che tanto piace ai consumatori è andato a segno* – commenta Pierini – *Ma per quanto le aziende intendano continuare sulla strada della riduzione calorica, i nostri prodotti sono responsabili solo dell'1% dell'apporto calorico quotidiano negli adulti, lo 0,6% nei bambini. Occorre uno sforzo corale, che coinvolga tutti i settori merceologici, le istituzioni e il mondo scientifico affinché si raccolga tutti insieme la sfida di educare al bilancio calorico, alla moderazione e agli stili di vita attivi anziché sedentari*".