Assobibe: sei italiani su dieci sono contrari alla sugar tax

20240701114245indexx-a198de05

Da uno **studio** presentato a Milano lo scorso 26 giugno da Alessandra Ghisleri, presidente di Euromedia Research, in occasione dell'Assemblea annuale di Assobibe, **è emersa una serie di indicatori emotivi che comproverebbe il feeling storico e indissolubile tra i consumatori nostrani e le bibite totalmente analcoliche.**
Partendo dal dato conclusivo della ricerca, un'imposta come **la sugar tax è ritenuta non necessaria dal 56,7%** dal campione di intervistati, percentuale che **sale al 60% nella fascia di età tra i 18 e 30 anni**, altresì nota come generazione Z. E non solo: stando sempre alle risposte raccolte, **il 58,3% ritiene che applicare una tassa come** la sugar tax (o altre imposte simili) sulle sole bevande **non sia una soluzione per condizionare le scelte di acquisto della popolazione.**

Imporre **un surplus fiscale** è, dunque, visto da una fetta cospicua di italiani come **un provvedimento che rischia di indebolire una categoria** che deve la sua notorietà e gran parte del suo successo al legame storico con il bere italiano e che per ben 7 persone su 10 è ritenuta sinonimo di socialità e convivialità, una sorta di coccola che ognuno di noi si regala in momenti diversi della giornata.

*«Lo studio evidenzia che, per il 61,8% degli intervistati, **è importante vivere un momento tutto per sé gustando un soft drink**: siamo di fronte, dunque, a una consuetudine che fa parte della nostra tradizione, anche se i consumi sono molto calati negli ultimi anni. Nel 2023, è stata riportata una flessione del 5%, mentre la prima parte del 2024 ha patito **le cattive condizioni meteorologiche che hanno penalizzato i consumi, soprattutto nel fuori casa*** – commenta **Giangiacomo Pierini**, presidente di Assobibe –. *Se si chiede, poi, alle persone cosa rappresentino per loro le **bibite analcoliche**, le risposte **evocano suggestioni come 'festa', 'socialità', 'ricordi'**, quindi un'esperienza che, oltre a coinvolgere i sensi, abbraccia le nostre emozioni più profonde»*.
Sensi che sono stuzzicati per diverse ragioni, equamente ripartite. Gli amanti di soft drink, infatti, ricercano nella bevanda in primis la **freschezza** (40%), a seguire gettonano il **gusto** (34,1%), ma

soprattutto spicca quel 33,2% di persone che ricercano il plus organolettico di ingredienti locali a ribadire il **forte attaccamento della categoria con il territorio italiano**, considerato come un valore aggiunto grazie alla sua ricca biodiversità.

Si parla quindi di convivialità e di momenti di allegria, eppure il mood che si respira tra i membri dell'associazione che fa capo a Confindustria, non è per niente sereno. *«Il settore industriale che rappresentiamo **vale 5 miliardi di euro, genera 420 milioni di euro con l'export e coinvolge 120 mila stabilimenti sul territorio*** – ha reso noto Pierini –. *Ci sono però due tasse ancora pendenti (**plastic e sugar**) e se dovessero essere introdotte avrebbero effetti economici devastanti, considerando anche il fatto che il 64% delle aziende coinvolte sono di piccola e media dimensione, oltre a portare a un inevitabile e generale rincaro dei prezzi. Aggiungiamo che, dal 1 gennaio del 2025, come stabilito dall'Ue, entrerà in vigore l'obbligo di usare per il pack almeno il 25% di **Pet riciclato**, un **ulteriore problema** perché questo materiale non è di facile reperibilità. In ogni caso, in questi anni abbiamo creato relazioni importanti con la filiera. Abbiamo il supporto di Confindustria, Federalimentare, Coldiretti e Confagricoltura. Insieme continueremo a difenderci, anche contro le **fake news** che ci colpiscono, come quella che le **bevande analcoliche provocano l'obesità**, dimenticando che il contenuto di zucchero è calato mediamente del 41%».*