Sugar tax, il fronte del no si allarga mentre il nuovo rinvio è già annunciato

Sette anni, otto rinvii e un nono già annunciato: sulla sugar tax la filiera prova ad arrivare compatta alla manovra. Beverfood racconta come, dopo l'evento di Assobibe a Roma, altre quattro sigle abbiano preso la stessa posizione: Federalimentare, già schierata a settembre con il caso inglese, Unione Italiana Food, Italgrob e Centromarca. La tassa, introdotta dal governo Conte II nel 2019 e mai applicata, è prevista dal 1° gennaio 2027, ma Marco Osnato, presidente della Commissione Finanze della Camera, ha già annunciato un nuovo rinvio senza indicarne la durata: «spero che si arrivi a un anno». Le motivazioni cambiano con chi parla. Unione Italiana Food, che rappresenta 530 aziende, giudica la riduzione degli zuccheri un obiettivo condivisibile ma ricorda che sovrappeso e obesità hanno più cause e sostiene che non esistano evidenze di un effetto della sola tassa. Italgrob guarda ai costi per l'intera filiera fino ai consumatori, Centromarca a una politica industriale che non dovrebbe poggiare su misure fiscali penalizzanti. Assobibe porta i numeri: oltre un miliardo di investimenti fermi e, su stime Nomisma da lei citate, fiscalità in aumento del 28% per litro, vendite in calo del 16% nel biennio, fatturato a meno 10%, oltre 5.000 posti a rischio e 275 milioni di mancato gettito Iva. Rivendica, inoltre, un meno 44% di zuccheri immessi al consumo grazie alla riformulazione e contesta la norma perché, definendo edulcorante qualsiasi sostanza che dia sapore dolce, colpisce soltanto le analcoliche, comprese quelle senza zucchero. Tra le cinque sigle compaiono produzione, marca e distribuzione, ma non chi la bibita la serve. Con una tassa che potrebbe scattare tra meno di tre mesi o slittare di un anno, il bar è il punto in cui un eventuale aumento di listino arriverebbe a destinazione, e la data decisa in manovra diventa lì un prezzo da spiegare.