

Assobibe: Sugar tax e Plastic tax creano disastri economici

Micaela Cappellini



Sugar tax e Plastic tax sono «tasse inutili, che creano disastri economici e occupazionali, e io credo che riusciremo a cancellarle una volta per tutte». A dirlo, con grande determinazione, è stata la vicepresidente di Confindustria Lucia Aleotti, intervenendo all'assemblea annuale di Assobibe, l'associazione che riunisce i produttori di bevande analcoliche, capofila di una filiera che in Italia vale 4,9 miliardi di euro. «La vostra battaglia è la nostra battaglia», ha assicurato la Aleotti agli imprenditori del settore.

Per l'industria alimentare le due tasse, quella sull'uso dello zucchero considerato dannoso per la salute e quella sugli imballaggi inquinanti, sono molto di più che un balzello fiscale. Sono un precedente: se passa una di queste, all'orizzonte rischiano di profilarsi altre battaglie come quella contro l'alcol, o contro la carne rossa. Per questo il fronte delle associazioni è compatto nel dire no, da Assobibe a Federalimentare, fino appunto all'intera Confindustria.

«È dal 2019 che Sugar tax e Plastic tax pendono sospese sulla testa delle nostre imprese - ha ricordato il presidente di Assobibe, Giangiacomo Pierini - di volta in volta rinviate, certo, ma sempre confermate. Ma se restano così le cose, la Sugar tax dovrebbe entrare in vigore a luglio del 2025 e quella sulla plastica nel 2026». Qualche settimana fa il governo ci ha provato, a dare il via alla tassa sullo zucchero, seppur con aliquota ridotta, poi si è fermato.

Secondo i conti di Assobibe, la Sugar tax determinerebbe un incremento della fiscalità del 28% per ogni litro di bevanda; poi tutto dipenderà dai rincari applicati da chi distribuisce o vende i prodotti. Di certo, dicono le imprese, condurrà a un calo dei consumi: «Il governo - ha detto Pierini - calcola in 330 milioni di euro il gettito annuo previsto dalla tassa. Noi stimiamo invece che avrà un effetto depressivo sui consumi e che l'incasso sarà solo di 100 milioni. Soprattutto, non avrà gli effetti sperati sulla salute dei consumatori, che è l'obiettivo di chi ha proposto la tassa: nel mondo è stato infatti dimostrato che ovunque sia stata introdotta la Sugar tax, il tasso di obesità non è diminuito».

La battaglia dei produttori continuerà dopo l'estate, con i numeri alla mano necessari a proporre fonti alternative di gettito per le casse dello Stato. Anche gli sviluppi sulla Plastic tax sono rinviati a settembre, dopo l'insediamento delle nuove istituzioni europee: «Vigileremo sugli atti di implementazione del regolamento Ue sugli imballaggi - ha spiegato Pierini - fin da ora chiediamo invece un accesso privilegiato per le nostre imprese alle aste per il Pet riciclato, altrimenti sarà difficile raggiungere il target del 25% di utilizzo imposto dall'Europa».

Il 57% degli italiani, del resto, ritiene che non debba essere imposto per legge nessun limite al consumo delle bevande analcoliche, le quali possono essere parte anche di una dieta sana. È questo infatti il risultato di un'indagine che Assobibe ha commissionato all'Euromedia Research diretta da Alessandra Ghisleri. Dal sondaggio condotto risulta inoltre che per il 46% dei consumatori italiani le bevande analcoliche rientrano a pieno titolo nella categoria del comfort food, accanto a cioccolato e pizza.

Soprattutto, emerge che per il 16,7% della Generazione Z, cioè i 18-30enni, una coca o un chinotto sono perfetti per un aperitivo, molto più della media nazionale del 7,5%. Segno che quello del bere analcolico è un trend in crescita tra i più giovani.

© RIPRODUZIONE RISERVATA