

Industria alimentare

Assobibe: sugar tax da abolire,
blocca gli investimenti —p.23

«Sugar tax da abolire, 1 miliardo di investimenti bloccati per il 2027»

Bevande analcoliche

L'allarme lanciato da
Giangiacomo Pierini,
presidente di Assobibe

«Tassa introdotta nel 2019
previsto l'avvio a gennaio,
penalizza la crescita»

Nicoletta Picchio

Una tassa da abolire. Penalizza la crescita del settore, blocca gli investimenti e non riesce a modificare i trend di obesità, né quelli dei consumi di zucchero, che vengono indicati come obiettivi. Lancia l'allarme Giangiacomo Pierini, presidente di Assobibe, l'associazione di Confindustria che riunisce le imprese produttrici di bevande analcoliche. La tassa in questione è la sugar tax: «da quando è stata introdotta nel 2019, dal governo Conte 2, stiamo andando avanti con annunci di entrata in vigore e sospensione. Ora è previsto l'avvio a gennaio, i decreti attuativi sono pronti, può diventare subito operativa». Ma per Pierini è una tassa che penalizza pesantemente il settore, bloccando crescita e innovazione. «Ammonta a 1 miliardo la quota di investimenti in macchinari, processi e innovazione che nel 2027 potrebbero partire e che le aziende tengono bloccati in attesa di vedere cosa succede. Con la tassa, sfumerebbero. La sugar tax va abolita una volta per tutte».

Una richiesta basata su una serie di considerazioni che riguardano l'andamento del settore e il valore che esprime, le possibilità di sviluppo, gli introiti che deriverebbero dalla tassa, il non raggiungimento degli

obiettivi che si propone. Il comparto dà lavoro a circa 84 mila persone, tra lavoratori diretti e indiretti, e genera un valore di 5 miliardi, dice Pierini. È fortemente radicato sul territorio: il 64% dei soci sono pmi, oltre ad alcune grandi multinazionali. Negli ultimi cinque anni c'è stato un aumento delle esportazioni, continua il presidente di Assobibe, del 120 per cento. «Siamo piccoli, ma rappresentiamo una bandiera forte per il Made in Italy», aggiunge, sottolineando la forte integrazione all'interno della filiera del mondo agricolo, con l'acquisto di materie prime, a partire dalla frutta, e del packaging per il confezionamento.

Dall'inizio del 2026 c'è stata una crescita dal 3,7%, causata soprattutto dall'andamento dei mesi di giugno, luglio e agosto, che hanno segnato +6,7 per cento. «Un impatto positivo da ascrivere all'andamento del turismo e dal caldo durato più del consueto». Ma i numeri si potrebbero tradurre in negativo se la sugar tax entrasse in vigore: l'impatto ipotizzato è un aumento medio del 28% della pressione fiscale per ogni litro di soft drink; ci sarebbe una riduzione dell'attività e delle vendite del 16% all'anno nel biennio dopo l'entrata in vigore, dice il presidente di Assobibe, con oltre 5 mila posti di lavoro che sarebbero a rischio a causa della riduzione della produzione e delle vendite.

Una batosta, quindi, per un effetto limitato sulle casse dello Stato: «l'incasso ipotizzato – dice Pierini – è di 270 milioni. Ma questa valutazione non tiene conto del minor gettito Iva, pari a 265 milioni di euro. Per il settore sarebbe una botta molto pesante, senza benefici tangibili per lo Stato». Tra l'altro, aggiunge, arriverebbe in un momento in cui le aziende stanno facendo i conti con l'aumento dell'energia, delle mate-

rie prime e dei trasporti: «i nostri costi sono esplosi».

Inoltre c'è un altro aspetto che Pierini sottolinea: l'impegno delle aziende a favore della salute e della riduzione dello zucchero per contrastare l'obesità. Le vendite delle bevande zuccherate sono in calo costante, -27% negli ultimi dieci anni, le imprese hanno tagliato gli zuccheri presenti nelle bevande del 44%, il settore contribuisce per l'1% alla quota di calorie assunte in Italia. Un risultato raggiunto grazie agli investimenti e all'innovazione, che la sugar tax bloccherebbe, pesando sui costi delle imprese. «Abbiamo firmato molti protocolli con i ministri della Salute in questi ultimi anni, l'ultimo ad agosto proprio per confermare e rafforzare il nostro impegno. Inoltre non vendiamo bevande nelle scuole, non facciamo attività di marketing e pubblicità in contesti dove sono presenti minori di 13 anni».

La prova che questa tassa sia inutile, perché è inefficace nel modificare l'andamento dell'obesità e il consumo degli zuccheri, lo dimostrano i dati dei paesi che l'hanno adottata: in Francia, Paesi Bassi, Irlanda e Romania, l'obesità continua a crescere, dicono i dati di Assobibe, così come i consumi di zucchero complessivo, per esempio in Francia, Paesi Bassi, Romania e Portogallo. Alcuni paesi Ue hanno fatto marcia indietro, come la Danimarca.



In questa battaglia, dice Pierini, Confindustria, il mondo dell'agricoltura, la grande distribuzione, il commercio, i sindacati sono stati al suo fianco. Importante è il dialogo con la politica e questa mattina a Roma è previsto un convegno al quale parteciperanno esponenti dei vari partiti. «Sarà un'occasione – dice Pierini – per spiegare con i numeri le nostre ragioni».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**GIANGIACOMO
PIERINI**
Presidente
Assobibe