Bevande analcoliche, cresce l’export. Ma la sugar tax preoccupa

20250416185206giangiacomopierini-e1168e6b

In occasione della Giornata Nazionale del Made in Italy tenutasi lo scorso 15 aprile, **Assobibe**, l’associazione di Confindustria che rappresenta le imprese che producono bevande analcoliche in Italia, ha celebrato le sue aziende, certamente espressione di italianità nel mondo, ricordato il peso che è destinato a portare la **sugar tax**, prevista a partire da luglio, che provocherà un aumento dei prezzi per i cittadini e un incremento della burocrazia per le imprese.

«Prodotti iconici come le aranciate, i chinotti, le cedrate e gli aperitivi analcolici, sono fortemente legati al territorio e capaci di suscitare ricordi di sapori antichi. Le bevande analcoliche portano un po’ della nostra cultura all’estero: un’eccellenza nazionale da sostenere e tutelare», ha commentato **Giangiacomo Pierini**, presidente Assobibe.

Per l’occasione sono stati ricordati una serie di numeri utili. L’**export** è in continua crescita e ha registrato un +117% negli ultimi 10 anni e un +20% nell’ultimo biennio, raggiungendo numerosi mercati, tra i quali gli USA, Canada e Regno Unito. L’intero comparto non esprime solo valore economico diretto e indiretto (pari a 4,9 miliardi di euro) ma anche valore sociale - **83mila occupati** - e territoriale con un’intera filiera profondamente radicata nel Paese. Oltre la tradizione, è l’innovazione a guidare l’intero comparto. Innovazione che parte dall’utilizzo di ingredienti tipici per arrivare a nuove ricette formulate per tutte le esigenze, con versioni a ridotto o nullo apporto calorico. Grazie, infatti, a una serie di accordi siglati con il ministero della Salute sono stati raggiunti risultati evidenti come: **l’incremento del 41% delle bevande a ridotto o nullo contenuto calorico e una riduzione del 41% dello zucchero** immesso in consumo negli ultimi 15 anni.

Si innova con costanza anche nel **packaging**: tutto il materiale utilizzato dalle imprese è riciclabile al 100% (vetro, alluminio e plastica) e negli ultimi anni sono numerose le attività messe in campo per ridurre l’impatto ambientale.

Secondo la ricerca “**Bevande analcoliche come comfort food: il valore, il significato e le emozioni**” effettuata da Euromedia Research per Assobibe, il 61,8% degli italiani ama concedersi un momento per sé in compagnia della bevanda analcolica preferita per la sensazione di relax e appagamento che riesce a generare. Per oltre sette italiani su 10 il consumo è associato a momenti di socialità e convivialità (rispettivamente per il 73% e il 74%) e facilita momenti di confronto e relazione (56,5%). Bere una bevanda analcolica è un rituale che evoca ricordi ed esperienze positive a cui gli italiani non vogliono rinunciare.

Nota dolente la **sugar tax**, prevista dal 1° luglio 2025. “La sua entrata in vigore provocherà non solo un aumento dei prezzi per i cittadini con conseguente calo delle vendite - già in decrescita negli ultimi due anni -, ma anche un incremento della burocrazia per le imprese”, fa sapere Assobibe.