



SOFT DRINKS/SUGAR E PLASTIC TAX

LA TEMPESTA PERFETTA

LA FILIERA DELLE BEVANDE ANALCOLICHE È COMPATTA NEL BOCCIARE SUGAR E PLASTIC TAX, CHE AGGREVEREBBERO UN QUADRO RESO GIÀ MOLTO DIFFICILE DAL RAPIDO INCREMENTO DEI COSTI DI PRODUZIONE

DI GUIDO CHIUSANO

Da sinistra **MARCELLO PINCELLI** Assobibe, **ANTONIO PORTACCIO** Italgrob, **ROBERTO CALUGI** Fipe, **MICAELA CAPPELLINI** IlSole24Ore

e tasse, nuove o vecchie che siano, piacciono sempre poco (o nulla). Sugar e plastic tax non fanno eccezione: la filiera delle bevande analcoliche è compatta nel bocciarle. La conferma è venuta dall'Assemblea Generale di Assobibe, in cui è stata presentata la ricerca Nomisma sulle prospettive del mercato dei soft drinks (vedi a pag. 28). Il titolo dell'incontro era già un programma: "Affrontare uniti la tempesta perfetta". Un invito accolto da **Annamaria Barrile**, *Direttore Generale di Confagricoltura*, che ha espresso la necessità di lavorare insieme per "una cultura della sostenibilità che sia ragionevole e una fiscalità amica". **Marco Bergaglio**, *Presidente di Unionplast*, associazione delle imprese di trasformazione delle materie plastiche, ha sostenuto che così come nel caso della tassazione europea sulla plastica – che drenerebbe già 10 miliardi di euro annui a livello Ue – anche i proventi della plastic tax italiana non verranno in realtà impiegati per migliorare la raccolta e il riciclo degli imballaggi. Chiaro l'allarme lanciato da **Monica Mantovani**,

Vicepresidente di Anfima, associazione nazionale dei fabbricanti di imballaggi in metallo e affini: la corsa dei prezzi dell'alluminio e le difficoltà nell'approvvigionamento – iniziate già a metà del 2021 – rischiano di bloccare la produzione, vista l'impossibilità di ribaltare a valle gli aumenti. "Siamo in barche diverse, ma navighiamo tutti nello stesso mare": con questa metafora **Antonio Portaccio**, *Presidente di Italgrob*, ha sintetizzato i motivi che hanno spinto la Federazione dei distributori Horeca ad avviare un tavolo di lavoro con l'industria (vedi GBI n.194 aprile-maggio 2022, pag. 74). E tra i tanti problemi ha ricordato i trasporti su gomma, penalizzati dalla crescita dei costi energetici, ma anche dalla mancanza di autisti. Per **Roberto Calugi**, *Direttore Generale Fipe*, gli operatori dell'Horeca devono focalizzarsi sulla produttività e sulle competenze indispensabili per gestire un'impresa. Infine, **Marcello Pincelli**, *Vicepresidente di Assobibe*, ha affermato che esistono due soli modi per sfuggire alla tempesta perfetta: "Ridurre i costi o aumentare le vendite. E la seconda è la scelta strategica migliore per noi e i partner della distribuzione".