



Sugar Tax, Assobibe: per 60% italiani inutile tassare bevande analcoliche

Descrizione

(Adnkronos) â?? Quasi un italiano su due (il 46%) ha nelle bevande analcoliche un comfort drink che ricerca quando ha bisogno di sentirsi appagato, di concedersi una coccola o momento di relax o semplicemente di â??staccareâ?• per qualche minuto dagli impegni quotidiani, senza â??sensi di colpaâ?• nÂ© bisogno di misure restrittive per controllare il consumo. Â? quanto emerge dalla ricerca 'Bevande analcoliche come Comfort Food: il valore, il significato e le emozioni', effettuata da Euromedia Research per Assobibe, associazione di Confindustria che rappresenta i produttori di bevande analcoliche, che restituisce unâ??idea chiara del ruolo che questi prodotti hanno nella vita degli italiani: per il 61,8% concedersi un momento per sÃ© in compagnia della bevanda analcolica preferita Â? importante proprio per la sensazione di relax e appagamento che riesce a generare. Per oltre 7 italiani su 10 sono associate a momenti di socialitÃ e convivialitÃ (rispettivamente per il 73% e il 74%) e facilitano momenti di confronto e relazione (56,5%). "In una quotidianitÃ complicata, in cui ognuno cerca di seguire i propri impegni, sapersi ritagliare un attimo di relax per staccare da tutto e da tutti rappresenta un momento cruciale per ognuno. Gli italiani hanno voglia e ritengono importante saper concedersi una coccola, un momento da dedicare a sÃ© stessi â?? spiega Alessandra Ghisleri, Direttrice di Euromedia Research, presentando i dati della ricerca condotta per Assobibe â?? Le bevande analcoliche si inseriscono in questo contesto individuale e rappresentano una parte fondamentale di questa coccola. Un momento personale o in condivisione che genera piacere e appagamento e dove la complementarietÃ tra bevande analcoliche, lâ??attimo, il bicchiere, lo stato d'animo e tutto il contesto rappresenta il fattore "C" o fattore comfort. Non esiste quindi solo una questione di gusto e sapori, ma emerge un mondo di sensazioni che racchiudono un importante valore edonistico a cui si giunge attraverso un 'rituale' a cui, una volta acquisito, non si vuole rinunciare". Non a caso, il 7,5% del campione le consuma durante lâ??aperitivo, di questi il 16,5% sono giovani di etÃ compresa tra 18 e 30 anni, per i quali la possibilitÃ di godere di un momento di piacere â??analcolicoâ?• rappresenta un plus, perchÃ© possono essere consumate in qualsiasi momento. Fa riflettere un dato: per il 40,4% degli italiani lâ??alternativa al proprio comfort drink sarebbe un prodotto alcolico. â??Lo studio di Euromedia Research evidenzia che per il 61,8% degli intervistati Â? importante vivere un momento tutto per sÃ© gustando un soft drink: siamo di fronte, dunque, a una consuetudine che fa parte della nostra tradizione, anche se i consumi sono molto calati negli ultimi anni â?? sottolinea Giangiacomo Pierini, presidente di Assobibe, l'associazione di Confindustria che rappresenta i produttori di bevande analcoliche in Italia â??. Se si chiede poi alle persone cosa

rappresentino per loro le bibite analcoliche, le risposte evocano suggestioni come *“festa”, “socialità”, “ricordi”*. Bere bibite analcoliche diventa quindi un’esperienza che, oltre a coinvolgere i sensi, abbraccia le nostre emozioni più profonde. Ed è proprio questo il *“segreto”* del loro successo insieme al fatto che la possibilità di scegliere tra con e senza zucchero permette di concedersi un momento di piacere anche privo di impatto calorico. Per la maggioranza degli intervistati (57%) le bevande analcoliche possono essere consumate scegliendo tra le varianti più adatte al proprio stile di vita, grazie alla varietà di proposte *“zero”* (zucchero, caffeina, ecc.) che il mercato offre, permettendo così di non rinunciare del tutto a momenti di relax e condivisione. Di questo parere sono soprattutto i giovani di età compresa tra 18 e 30 anni (69%). Per queste caratteristiche che le contraddistinguono, la maggior parte degli italiani non considera il consumo moderato di bevande analcoliche un rischio per la salute, e la maggior parte degli intervistati (il 56,7%, che diventa 60% per la generazione Z, 18-30anni) non ritiene necessarie tassazioni o restrizioni per limitare il consumo di bevande analcoliche. E una percentuale ancora maggiore, superiore al 58%, è convinta che l’introduzione di una Sugar tax sulle sole bevande analcoliche non rappresenti un modo efficace per modificare le scelte di consumo e non ne condivide l’applicazione. «Quest’ultimo dato è di un’importanza cruciale per il settore» prosegue il presidente Pierini, perché riguarda buona parte degli stessi consumatori delle bibite analcoliche: la grande maggioranza degli intervistati ritiene dunque che imporre un prezzo maggiore per questi prodotti, a causa della Sugar Tax, sul lungo periodo non avrebbe effetti sulle scelte di acquisto. Ergo, con questa nuova tassa l’unico a guadagnare davvero sarebbe lo Stato, incrementando i suoi introiti». *economiawebinfo@adnkronos.com (Web Info)*

Categoria

1. News Nazionali

Tag

1. adnkronos
2. ultimora

Data di creazione

Giugno 26, 2024

Autore

admin