

**10<sup>a</sup> Commissione Attività Produttive  
Camera dei Deputati**

**Indagine conoscitiva sul Made in Italy: valorizzazione e sviluppo dell'impresa  
italiana nei suoi diversi ambiti produttivi**

**Memoria ASSOBIBE**

## IL SETTORE E LA FILIERA ITALIANA DELLE BEVANDE ANALCOLICHE

L'industria delle bevande analcoliche è composta da aziende piccole, medie e grandi, a capitale italiano o straniero, con 100 stabilimenti, distribuiti in tutta la penisola, con una maggiore concentrazione al Nord Ovest (42%), seguito dal Nord Est (28%), Sud e Isole (16%) e Centro (11%). Il valore del **mercato è di 4.9 miliardi di euro, pari allo 0,29% del PIL**. Il valore sociale è costituito da **80 mila occupati**, tra diretti e indiretti.

Le imprese, di cui il ben il **64% di piccole e medie dimensioni**, producono bevande rinfrescanti gassate e non gassate (aranciate, limonate, chinotti, cedrate, cole, gazzose, acque toniche, thè freddi), aperitivi, nonché bibite funzionali con vitamine, sali minerali, ingredienti energizzanti.

Il settore è incardinato in una **filiera nazionale ampia ed articolata**. A partire dall'agricoltura e dalla produzione di materie prime fondamentali, tra le quali agrumi e barbabietola da zucchero, e che coinvolge anche tutto il settore della produzione di imballaggi in alluminio, plastica, vetro, per arrivare fino alla commercializzazione, ovvero gli scaffali della GDO e i banconi di bar, le tavole dei ristoranti e tutti gli altri esercizi di ristorazione e ospitalità che compongono il canale Ho.Re.Ca. Complessivamente, il valore degli acquisti di materie prime nazionali è pari a 1,4 miliardi di euro (pre pandemia): in particolare, è di provenienza italiana oltre il 50% di frutta utilizzata, così come la quasi totalità del packaging.

## TRADIZIONE, INNOVAZIONE E VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO

La tradizione delle bevande analcoliche si consolida all'inizio del '900, nel primo dopoguerra assume una dimensione crescente nell'ambito industriale nazionale. Protagoniste di questa storia sono le aziende multinazionali che hanno deciso di radicarsi nel Paese e quelle italiane, che spesso nascono da piccole attività a conduzione familiare con più di un secolo di storia.

L'innovazione di prodotto si fonde nell'utilizzo di **ingredienti tradizionali, fortemente legati al territorio, capaci di suscitare ricordi di sapori antichi**, quali: anice, estratti naturali di Rosmarino e di sambuco, infusi naturali di bacche di mirto selvatico, alloro lucano e di fiori di sambuco, succo di fico d'India, agrumi calabresi e siciliani (cedri, mandarini, bergamotto, arance moro, tarocco o sanguinello), peperoncino calabrese, chinotti liguri, estratto di melangolo di Puglia, genziana delle Alpi e l'assenzio maggiore piemontese. Ingredienti che hanno dato origini a prodotti tipici della nostra tradizione alimentare, tra i quali aranciate, chinotti, cedrate, spume bionde e brune, bibite gassate al caffè, aperitivi analcolici, con crescente ricorso a ingredienti IGP, DOP e presidi Slow food.

Ricette riviste per soddisfare nuove esigenze, con **versioni a ridotto o nullo apporto calorico**, per stili di vita sempre più sedentari, che portano a consumare meno energie rispetto al passato. Oggi, sul mercato italiano, i produttori di bibite analcoliche immettono il 28% di zucchero in meno rispetto a 10 anni fa, nel pieno rispetto dei protocolli volontari siglati in tre occasioni con il Ministero della Salute. L'esperienza italiana ha dimostrato, nei fatti, che la riduzione degli zuccheri si può ottenere senza una tassa – come la sugar tax – che aumenterebbe inutilmente il prezzo di un prodotto consumato saltuariamente, o nella sua versione senza zucchero.

**L'innovazione è costante anche nel packaging**. Tutto il materiale utilizzato dalle nostre industrie è riciclabile al 100% (vetro, alluminio e plastica). Negli ultimi anni, si è lavorato per ridurre l'impiego di materia prima vergine; in particolare è stata dimezzata la quantità di plastica necessaria a produrre una bottiglia. Inoltre, il settore si è impegnato in una strategia volta ad incentivare realmente l'economia circolare, con un sempre maggior utilizzo di materia prima riciclata. Grazie alle risorse pagate ai consorzi indipendenti o legati al sistema CONAI, sono cresciuti costantemente la raccolta e il riciclo dei materiali post consumo.

**L'Italia è il Paese UE con il minor consumo pro-capite di soft drink (la metà della media UE), con un mercato caratterizzato da un calo costante delle versioni con zucchero. Sul settore ha pesato la chiusura del canale HORECA per la pandemia, e i consumi stanno tornando solo adesso, con fatica, ai livelli del 2019.**

## LE BEVANDE ANALCOLICHE ED EXPORT

La tradizione italiana delle bevande analcoliche è **apprezzata all'estero, come dimostrano le crescenti attività di export in tutti i continenti.**

La peculiare varietà di bibite, tipicamente nazionali come le gassose, spume, cedrate, aranciate, aperitivi analcolici sono molto apprezzate per l'impiego di materia prima italiana e per la creatività tipica del nostro Paese. L'innovazione costante nell'impiego di ingredienti e ricette, con una particolare attenzione alla tradizione, rafforza l'immagine di un comparto frizzate. **L'export sviluppato è pari a 421 mio di euro<sup>1</sup>.**

**L'incidenza dell'export sul fatturato varia da azienda ad azienda e può arrivare fino al 40-50%** per le PMI non presenti in altri mercati. In particolare, verso: Stati Uniti, Canada, Regno Unito, Svizzera, Perù, Cile, Australia, Hong Kong, Azerbaigian, Arabia Saudita, Emirati Arabi, Filippine, Giappone e altri Paesi dell'Unione Europea (primariamente Francia, Germania, Austria, Croazia, Romania, Repubblica Ceca, Olanda, Polonia, Svezia, Bulgaria, Macedonia, Grecia, Belgio, Danimarca).

## CRITICITÀ

Nonostante la difficile congiuntura economica post pandemia, il settore non ha ridotto i piani in ricerca e sviluppo di nuovi prodotti, formati e ricette, così come si sono mantenute costanti le attività di sostenibilità a sostegno della transizione ecologica.

Riteniamo che sarebbe, però, opportuno eliminare una serie di ostacoli alla competitività, sia sul mercato nazionale sia su quello internazionale.

**Nel mercato italiano, le principali difficoltà sono:**

1. l'incremento dei prezzi delle materie prime e del costo dell'energia;
2. la spada di Damocle della sugar tax (+28% carico fiscale/litro) e plastic tax;
3. la vecchia e la nuova burocrazia;
4. la tassazione e il peso della fiscalità (IVA al 22%);
5. la difficoltà di reperimento del materiale riciclato.

**Per le attività di internalizzazione, segnaliamo le seguenti opportunità:**

1. **esistono ancora troppe procedure cartacee o non si è ottimizzato il dialogo tra i sistemi;** serve la digitalizzazione e lo snellimento delle procedure, stante la scarsa interazione dei sistemi informatici tra gli enti nazionali coinvolti nei processi documentali necessari all'esportazione extra-Europa (es Agenzia delle entrate, Agenzia delle Dogane).
2. migliorare il coordinamento tra le ambasciate e gli enti che promuovono il commercio con l'estero. È importante **rafforzare l'assistenza delle rappresentanze diplomatiche nel supporto all'attivazione di canali commerciali e nel reperimento della documentazione necessaria.** In particolare, nei mercati emergenti (Africa, India...) nei quali il flusso documentale è complesso e poco chiaro.
3. provare a **ridurre le barriere in ingresso nei paesi del Sud America** a causa degli elevati dazi doganali.

---

<sup>1</sup> Dato Nomisma 2021

### In sintesi auspichiamo che:

- siano favorite le condizioni per investire e favorire la crescita delle realtà industriali che in Italia producono da decenni, o secoli, generando valore economico e sociale sui territori dove imbottigliano e vendono.  
È necessario **abolire definitivamente sugar e plastic tax e**, come per tutti i settori, **facilitare una riduzione dei costi** di produzione (energetici, delle materie prime, del lavoro dipendente, della burocrazia);
- **si implementi l'Economia circolare nell'impiego di imballi in plastica, con l'attuazione del principio che assicura il rientro in possesso del materiale post consumo ai produttori di bevande**, per ottemperare all'obbligo di impiego di pet riciclato entro il 2025, come previsto dal Decreto legislativo n. 196/2021 pubblicato in Gazzetta nel gennaio del 2022 e rimasto lettera morta;
- **si contrastino le misure contenute nella bozza di regolamento europeo sugli imballaggi che impone un'omologazione a sistemi dei Paesi del Nord Europa**, molto distanti dall'Italia. Soluzioni quali il riuso o il riciclo devono essere privilegiate in base alle realtà locali, agli investimenti fatti e all'efficienza raggiunta. In questa fase storica, le imprese possono concentrare investimenti solo su ciò che realmente ha un senso e un beneficio dimostrato da evidenze e analisi costi-benefici;
- si possa intensificare il lavoro per **semplificare l'impatto burocratico sia a livello nazionale sia per le attività di export**.