

# Cibus, la Sugar tax costa 180 milioni e 5mila posti di lavoro

## Agroalimentare

Patuanelli: «Sensazione che il progetto Nutriscore si stia dissolvendo»

**Micaela Cappellini**

Dal nostro inviato  
PARMA

La Sugar tax costerà al mercato 180 milioni di euro di fatturato nel 2022, vale a dire una contrazione del 16% del mercato a volume, e oltre 5mila posti di lavoro. A calcolare l'impatto di questa imposta, la cui entrata in vigore è prevista per il prossimo 1° gennaio 2022, sono stati gli esperti di Nomisma, che hanno presentato i loro conti davanti alle aziende riunite ieri a Cibus.

«Lo studio di Nomisma dimostra gli effetti devastanti, economici e sociali dell'introduzione di un'imposta del valore di 10 euro a ettolitro in un momento già così incerto», ha detto il presidente di Assobibe, Giangiacomo Pierini. Accanto alle aziende, a dire no alla Sugar Tax ci sono però anche i sindacati di settore: «Abbiamo da sempre avanzato forti dubbi sul senso di una imposta sul gusto dolce - ha detto il segretario nazionale della Fai Cisl, Onofrio Rota - primo, perché colpisce la grande maggioranza delle imprese del comparto delle bevande, mettendo a rischio migliaia di posti di lavoro. E secondo perché è inutile rispetto agli obiettivi di salute pubblica che pretende realizzare: in altri Paesi ha già dimostrato di non funzionare».

Seppur in maniera indiretta, l'imposta sulle bevande zuccherate finisce col colpire anche il mondo agricolo: «La Sugar Tax - afferma il presidente di Confagricoltura, Massimiliano Giansanti - rischia di dare il colpo di grazia al comparto saccarifero

nazionale, già fortemente danneggiato dalla liberalizzazione delle quote, che ha contribuito alla decimazione del numero di imprese e di zuccherifici». Da quando l'Italia ha chiuso i suoi stabilimenti per la lavorazione dello zucchero, infatti, Francia e Germania sono di fatto diventati gli unici fornitori d'Europa.

### No al Nutriscore

Dal palcoscenico della Fiera di Parma le imprese alimentari italiane non hanno deciso di dare battaglia solo alla Sugar tax. Hanno anche aperto un nuovo fronte di fuoco contro il Nutriscore, la cosiddetta etichetta a semaforo che una parte della Ue vorrebbe adottare e che penalizza gli alimenti ricchi di sali, grassi e zuccheri indipendentemente dalla quantità che se ne consuma. «Siamo contrari al Nutriscore», ha detto senza mezzi termini l'ad di Conad, Francesco Pugliese. La sua è una dichiarazione importante: è la prima volta non solo in Italia, ma addirittura in Europa, che un grande gruppo della distribuzione si schiera contro le etichette a semaforo. A spingere il Nutriscore nei corridoi di Bruxelles, infatti, sono da sempre soprattutto le grandi multinazionali e le catene della Gdo. Per questo la scelta di Conad apre una breccia importante: «La sua presa di posizione chiara e netta rafforza il sistema di etichettatura proposto dall'Italia, nell'interesse delle imprese agroalimentari e dei consumatori», spiega l'ex ministro Paolo De Castro, oggi coordinatore S&D alla commissione Agricoltura del Parlamento europeo, tra gli alfieri della battaglia italiana a Bruxelles contro le etichette a semaforo. «L'annuncio pubblico di Pugliese

- ha aggiunto De Castro, anche lui ieri a Parma - arriva in una fase particolarmente delicata e importante che prelude alla proposta normativa della Commissione

europea, attesa nella primavera 2022, di un sistema di etichettatura nutrizionale armonizzato tra i 27 Paesi Ue».

Quella italiana contro le etichette a semaforo è una sfida che vede l'Italia compatta e da tempo supportata anche dal governo: «Io ho la sensazione che il progetto del Nutriscore si stia dissolvendo - ha detto ieri il ministro dell'Agricoltura, Stefano Patuanelli, intervenendo alla seconda giornata di Cibus -. Ci sono le condizioni perché altri stati membri della Ue come la Spagna, la Slovenia e altri ancora supporteranno la nostra posizione».

### Finanziare l'agroalimentare

A Parma il ministro Patuanelli ha anche anticipato che la prossima settimana il suo dicastero, insieme all'Ismea, presenterà uno strumento finanziario destinato a sostenere i progetti di sviluppo della filiera agroalimentare, dalla produzione agricola fino alla distribuzione: «È uno strumento finanziario che consentirà di capi-

talizzare le imprese, perché molte di loro hanno difficoltà a essere patrimonializzate e quindi ad avere accesso agli strumenti finanziari. In pratica, l'imprenditore agricolo che investe nel suo capitale avrà un accompagnamento da parte di Ismea».

In fatto di capitalizzazione, chi si occupa di prodotti a Indicazione geografica - in Italia oggi si contano 876 Ig - potrebbe giocarsi una marcia in più: «È ormai chiaro che serve patrimonializzare e finanziare la crescita delle Pmi agroalimentari italiane per aumentare il potenziale di offerta all'estero - ha detto a Cibus Mauro Rosati, dg della Fondazione **Qualivita** - le Indicazioni geografiche, se ben gestite, rappresentano asset intangibili capaci di dare alle imprese valori di mercato molto più elevati di quelli attuali».

Infine, di supporto finanziario

ha parlato anche Giampiero Maioli, responsabile in Italia del Crédit Agricole, azionista di Fiere di Parma: «L'industria agroalimentare dovrà tenere sempre più in considerazione la dimensione sostenibile. La finanza sta mettendo i parametri Esg al centro dei criteri valutativi di concessione del credito. Crédit Agricole in-

serirà questi parametri in tutti gli scoring e i rating, considerando anche trasparenza della governance e grado di digitalizzazione delle imprese».

© RIPRODUZIONE RISERVATA



**STEFANO PATUANELLI**  
Ministro delle politiche agricole alimentari e forestali

