**ACCISE SULLA BIRRA: 9 ITALIANI SU 10 LE PAGANO MA NON LO SANNO**

**ARRIVA “FiscAle”, UNA LIMITED EDITION “INVENTATA” DA ASSOBIRRA**

**PER DENUNCIARE IL DISAGIO DI UN SETTORE FRENATO DALLE TASSE**

**E CHE NON CRESCE DA 10 ANNI**

*Una ricerca Doxa per AssoBirra svela che le accise sulle bevande alcoliche sono una tassa poco conosciuta (e molto odiata) dagli italiani. Ritengono che servano solo a fare cassa senza risolvere alcun problema e pensano che sia ingiusto discriminare la birra, unica bevanda da pasto a pagare le accise in Italia, e per di più a livelli così alti (tra accise e IVA, circa il 50% del prezzo di una birra da 1 euro se ne va in tasse). Intanto, in un mercato sostanzialmente piatto da 10 anni la pressione fiscale continua ad aumentare. Anche per questo AssoBirra ha deciso di lanciare una birra limited edition, la “FiscAle”, la birra che paghi due volte. Un’idea irriverente per informare e sostenere la campagna “Salva la Tua Birra” al grido di #rivogliolamiabirra . Dopo le 115mila firme raccolte finora per dire “no” all’aumento delle accise, l’Associazione dei produttori della birra e del malto prosegue la sua battaglia con uno stunt in Piazza Montecitorio per convincere Governo e Parlamento a ridurre la pressione fiscale sulla birra, ormai tra le più alte d’Europa …*

*Roma 18/03/2015 -* Le **accise**? **Soltanto il 27% degli italiani** (3 su 10) **sa che vengono applicate alle bevande alcoliche**, mentre **quasi nessuno** **sa di pagarle** **quando beve una birra (5%)**. Insomma, per dirlo in un altro modo, **9 italiani su 10**, quando **bevono una birra**, **non sanno di pagare le accise**! E’ questa la fotografia che Doxa ha scattato per AssoBirra intervistando un campione di circa 2.000 persone, dai 18 anni in su, in due fasi (una dopo i primi aumenti delle accise sulla birra scattate tra 2013 e 2014 e una dopo l’aumento del 1° gennaio 2015). L’obiettivo della ricerca era capire cosa sapessero effettivamente i nostri connazionali di questa tassa e i risultati lasciano poco spazio all’immaginazione…

Per **7 italiani su 10** le accise sono “***una tassa nascosta***”, che spesso il cittadino non conosce nemmeno. Anzi, il **64% del campione pensa** che siano “***un modo semplice, per lo Stato, di fare cassa senza risolvere i problemi***”. “*La birra ha visto aumentare in 15 mesi del +30% le accise e per rispondere a questo aumento abbiamo lanciato la campagna “Salva la Tua Birra” e raccolto in pochi mesi oltre 115mila firme di persone che hanno detto “no” a questa ingiusta decisione. Dopo l’ultimo aumento del 1° gennaio 2015 ci siamo chiesti quanto le persone sapessero delle accise. I risultati Doxa sono stati inequivocabili: oltre a non sapere che la birra paga le accise, 8 su 10 - una volta informati - immaginano che l’incidenza delle tasse sulla birra sia al di sotto del 50% … mentre oggi 1 sorso su 2 della nostra birra se lo beve il fisco! Anche per questo abbiamo deciso di sostenere la nostra campagna con l’hashtag #rivogliolamiabirra , con l’obiettivo di ridare slancio alla nostra battaglia per far ridurre questa tassa tanto odiata!”,* spiega **Alberto Frausin**, **Presidente AssoBirra**. E sul fatto che le accise come tassa in generale siano particolarmente odiate lo conferma la ricerca: dopo l’IMU sulla casa (65%), canone televisivo (46%) e aumento Iva sui prodotti (46%), sono proprio loro “***le tasse ritenute più ingiuste***” (31%) dagli italiani...

Proprio per questo produttori, operatori del settore e della filiera si sono dati appuntamento di fronte a Montecitorio per firmare la petizione #rivogliolamiabirra e chiedere al Governo e al Parlamento di ridurre le accise sul prodotto, dando così una risposta ai tanti italiani che hanno già detto “no” all’aumento. Per tutta la giornata del 18 marzo una postazione di AssoBirra sarà allestita di fronte al Parlamento e durante la raccolta firme un gruppo di presenti lancerà in aria oltre 200 palloncini con la scritta #rivogliolamiabirra per riportare l’attenzione su questo importante tema.

Ma proseguendo con l’analisi della ricerca emerge che, per gli italiani, “***vino e birra andrebbero trattati fiscalmente nella stessa maniera***”: per il **57%** del campione, visto che sono bevande da pasto, “***non dovrebbero pagare le accise né birra né vino***”. Ma se si approfondisce il tema si scopre che gli italiani hanno le idee ancora più chiare: ben il **68% “*ritiene insostenibile la discriminazione che fa pagare l’accisa solo alla birra e non al vino***”, tanto da fargli affermare che “***se il vino non è sottoposto ad accisa, allora neanche la birra dovrebbe esserlo***”. Quando parliamo di birra, come di vino, parliamo in tutti e due i casi di bevande da pasto e quindi non ci si dovrebbe stupire nello scoprire che gli italiani si aspettino il medesimo trattamento in termini di tassazione. Discorso diverso quando **il 72% del campione** dichiara di “***essere favorevole alle accise su superalcolici***”.

*“Dalla ricerca emerge un dato che ci fa piacere e uno che ci preoccupa:* ***1 italiano su 3*** *–* continua **Frausin** - *è “****contrario alle accise sulla birra****”, mentre* ***quasi la metà di chi consuma birra*** *pensa di “****ridurre i consumi se l’aumento delle accise produrrà un aumento dei prezzi****”*. La conferma insomma di come il costo del prodotto influenzi – e molto – i consumi degli italiani!

**AssoBirra lancia FiscAle, “la birra che paghi due volte”**

In questo contesto, con una pressione fiscale arrivata ormai (tra IVA e accise) ai livelli più alti d’Europa e con una filiera della birra in sofferenza a causa di una produzione e di consumi sostanzialmente “piatti” da 10 anni, come rispondere al nuovo aumento scattato il 1° gennaio 2015? AssoBirra non ha avuto dubbi, puntando su una soluzione provocatoria e al tempo stesso irriverente. E’ così che **nasce FiscAle** “**la prima birra che… paghi due volte**”. “*FiscAle è un prodotto vero, che esiste e che può essere gustato”,* spiega **Frausin**. *“E’ la prima birra mai prodotta dalla nostra Associazione. E’ una “limited edition” e avrà un gusto “piacevolmente amarognolo”, perfetto per abbinamenti con piatti strutturati e difficili da digerire… come le accise! Inoltre abbiamo pensato ad un gadget speciale da affiancare a questa birra, un vero e proprio oggetto simbolo della campagna: una bottiglia tagliata a metà, che servirà a ricordare a tutti che metà della birra che comprano la beve il consumatore, mentre l’altra metà va al fisco… insomma, abbiamo scelto un modo divertente per farlo, anche se stiamo parlando di una cosa assolutamente seria!*”.

Con “Salva la Tua Birra” abbiamo raccolto, in poco più di 1 anno, oltre 115mila firme, un segnale concreto rivolto al Governo e al Parlamento affinché riduca le accise. “*I produttori di birra si trovano oggi a confrontarsi con un mercato interno “piatto”, mentre le esportazioni e le aperture di microbirrifici, dopo anni, per la prima volta frenano. Oggi siamo qui* – prosegue **Frausin** - *per far capire che, nonostante l’ultimo aumento, noi e i 35 milioni di italiani che amano la birra non vogliamo fermarci e ci batteremo per tutelare un prodotto che rappresenta un esempio di Made in Italy di successo e far ridurre questa tassa ingiusta e iniqua che danneggia tutta la filiera. La nuova campagna nasce al grido di #rivogliolamiabirra. E FiscAle vuole essere il simbolo di questa nostra battaglia”.*

Dopo gli aumenti delle accise del 2013 e del 2014, **la pressione promozionale sostenuta dalle aziende** per restare competitivi nella grande distribuzione **ha raggiunto livelli insostenibili per i produttori**. Oggi, secondo i dati IRI, **siamo al 44,1% di pressione promozionale**, un dato in crescita del **+8,6% negli ultimi 4 anni** (nel 2010 era il 35,5%). Una situazione nettamente maggiore rispetto ai **beni di largo consumo nel loro complesso**, dove la **pressione promozionale si attesta nel 2014 al 28,5%**. Insomma, la pressione promozionale nel mercato della birra è di 12-13 punti percentuali superiore a quella media dei prodotti di largo consumo.

Questo significa che quasi una birra su due in Italia è oggi venduta in promozione, e che quindi le aziende stanno assorbendo gli aumenti delle accise, con il rischio, nel tempo di impattare negativamente sulla capacità di investire e creare occupazione che ha caratterizzato il comparto birrario in questi ultimi anni.

E tutto questo avviene in un contesto di cambiamento della composizione dei consumi già registrato nel 2013. Da una parte **cresce una dimensione domestica del prodotto**, con consumi di birra che si spostano dal Fuori Casa (On Trade) all’acquisto nella distribuzione moderna e tradizionale (Off Trade): nel 2013 il primo è sceso dal 41% al 40,3%, mentre il secondo è corrispondentemente salito dal 59% al 59,7. Si riduce dunque il consumo fuori casa (bar, ristoranti, pub, ecc.) mentre aumenta il numero di chi acquista birra per poi berla fra le pareti domestiche. Altro fenomeno rilevante per il settore è lo **spostamento verso i prodotti più economici, che genera perdita di valore per tutta la filiera**. I segmenti top del mercato - che consentono marginalità più alte al settore - hanno registrato una evidente flessione: la quota di mercato delle Specialità è scesa di quasi due punti, dal 13,4% all’11,5%, quella delle Premium di oltre tre punti e mezzo, dal 30,3% al 26,7%. Ciò a tutto vantaggio delle birre di minor prezzo, in particolare il mainstream, salito dal 47% al 51%, e le Private Label, passate dal 6,4% al 7,7%.

*“La nostra filiera è sana e da lavoro complessivamente a 136mila persone. Si stima che* ***1 posto di lavoro in questo settore ne generi 24,5 nell’ospitalità*** *(bar, ristoranti, alberghi),* ***1 nell’agricoltura****,* ***1,3 nella supply chain*** *(imballaggio, logistica, marketing e altri servizi) e* ***1,2 nella distribuzione*** *(GDO e dettaglio).* *Insomma, esistono moltissime valide ragioni –* conclude **Frausin** – *per togliere questo aumento dell’accisa che di fatto scontenta tutti, produttori e consumatori.* *La birra potrebbe contribuire ancora di più alla crescita del Paese: se avessimo una tassazione 4-5 volte inferiore a quella attuale, ossia come quella che c’è in Spagna o Germania, saremmo in grado di creare nuovi posti di lavoro per circa 7mila persone …*

*La discriminazione rispetto alle altre bevande da pasto e rispetto agli altri Paesi europei – dove la birra è tassata molto meno -  limita anche la potenzialità di esportazione dei marchi italiani: i grandi brand cui si deve il boom dell’export degli ultimi anni, ma anche i tanti microbirrifici che si stanno affacciando con successo sui mercati internazionali. In particolare, quando parliamo di microbirrifici pensiamo a centinaia di imprenditori, molto spesso giovani, che stanno portando avanti una sfida imprenditoriale importante per il futuro del nostro Paese e che si trovano invece a competere in un contesto europeo nel quale gli altri microbirrifici godono di una fiscalità ancora più favorevole. Questo elemento limita ulteriormente la loro potenzialità d’esportazione. Anche per questo siamo qui oggi – ancora una volta – per chiedere a Governo e Parlamento di ridurre la pressione fiscale sulla nostra birra”.*

**Ufficio stampa AssoBirra**

INC – Istituto Nazionale per la Comunicazione

**Simone Silvi** 06.44160881 – 347.5967201 - [s.silvi@inc-comunicazione.it](mailto:s.silvi@inc-comunicazione.it)

**Fulvio D’Andrea** 06.44160853 – 334.3757384 – [f.dandrea@inc-comunicazione.it](mailto:f.dandrea@inc-comunicazione.it)