

# Parliamo ancora di pasta

*Gennaio 2010*



**UN.I.P.I.**  
Unione Industriali Pastai Italiani



## Indice

1. L'industria della pasta in Italia pag. 3
2. I prezzi e la concorrenza pag. 4
3. Gli attacchi all'industria della pasta pag. 7
4. Un patrimonio d'eccellenza da salvaguardare pag. 8



## L'industria della pasta in Italia

L'industria della pasta in Italia, rappresentata da oltre **100** pastifici, è caratterizzata in larga parte da imprese familiari fortemente radicate nella tradizione e sul territorio, guidate dalla passione e da sempre impegnate a difendere i valori di un prodotto buono, sano ed economico. Complessivamente vi lavorano oltre **8000** persone e costituisce uno dei settori portanti dell'economia del paese, ma si tratta comunque di un comparto industriale fortemente ridimensionato a causa della elevata concorrenza che in molti casi ha influito a scapito della profittabilità. Per questa ragione, negli ultimi 30 anni, e cioè dal 1981 ad oggi, si è passati da **238** pastifici agli attuali circa **100**, i quali non sempre riescono a chiudere i bilanci in attivo. L'intero settore è infatti da sempre caratterizzato da margini di profittabilità estremamente ridotti, che mettono a repentaglio la sopravvivenza stessa delle imprese.

Il comparto produce annualmente circa **3,2 milioni** di **tonnellate** (dati relativi al 2008) e il mercato domestico ne assorbe **1,5 milioni**. Ne deriva una quota di export rilevante (**1,7 milioni** di **tonnellate**) - oltre il **50%** della produzione - pari a un valore che supera **1,9 miliardi** di **Euro**. Tali cifre dimostrano quanto questo prodotto sia apprezzato all'estero per la qualità superiore che dà lustro al *Made in Italy* nel mondo e rappresenta una voce positiva della bilancia commerciale.

In questo contesto l'Italia rappresenta il **26%** circa della produzione mondiale di pasta e il **75%** della produzione UE. In pratica un piatto di pasta su quattro consumati nel mondo - e 3 su 4 in Europa - è di pasta italiana.

Le numerose aziende produttrici, diverse sia per struttura industriale sia per collocazione territoriale, sono in forte competizione tra loro e, nei primi 9 mesi del 2009, hanno incrementato i volumi di esportazione di circa l'**1%**.

Va sottolineato che l'industria della pasta rappresenta solo una parte dell'ampia e complessa filiera produttiva che include: coltivazione del grano duro (agricoltura); stoccaggio e selezione ad opera delle cooperative e dei commercianti; prima lavorazione (mulini); seconda lavorazione (pastifici); logistica; piccola e grande distribuzione. Ciò significa che la formazione del prezzo è condizionata da una pluralità di attori che compongono la filiera.

Si tratta di attori che contribuiscono anche al valore aggiunto del prodotto finale e per questo va sottolineato che sono proprio i pastifici a garantire al consumatore gli elevati livelli di sicurezza alimentare della pasta, oltre ovviamente alla bontà del prodotto.

Per la produzione della pasta italiana vengono selezionate le migliori qualità di grano duro. Il primato della pasta italiana ha generato, in un contesto di economia globale, nuovi competitori stranieri, sempre più agguerriti e in grado di minacciare la *leadership* italiana laddove non sia adeguatamente tutelata. Già oggi infatti il secondo produttore mondiale di pasta è un gruppo spagnolo.



## I prezzi e la concorrenza

I produttori italiani di pasta di semola di grano duro operano in un regime di forte concorrenza e con margini ridotti. Lo sfruttamento medio della capacità produttiva è pari al **66%**.

Tale circostanza spinge i vari produttori a ricercare spazi sempre maggiori sui mercati per aumentare i volumi, ma dovendo conseguentemente contenere i prezzi.

Vale quindi la pena entrare nelle dinamiche che regolano la formazione dei prezzi al consumo, anche alla luce dei dati pubblicati da alcune testate giornalistiche nel dicembre 2009.

Secondo tali dati nel periodo ottobre 2006 - ottobre 2009, a fronte di un aumento della semola di grano duro del **7,1%**, si è registrato un incremento del prezzo della pasta del **39,7%** (Fonte: Autorità Garante dei Prezzi).

Ma, limitarsi al solo raffronto tra il prezzo della semola di grano duro e quello della pasta, senza considerare tutti gli altri fattori che concorrono alla formazione del prezzo al consumo, può rivelarsi esercizio incompleto oltre che fuorviante.

Infatti bisogna prendere atto che alla formazione del prezzo - oltre alla semola che ha costi differenti anche in relazione alla qualità - concorrono varie componenti di costo, quali il lavoro, gli imballaggi, l'energia, i sistemi di controllo ed assicurazione della qualità, la manutenzione, gli investimenti, gli oneri finanziari, la gestione del rischio, la commercializzazione, la ricerca, la comunicazione, il trasporto e le differenti scelte sulle strategie commerciali che ciascuna azienda intraprende.

Tutto ciò in un libero mercato che privilegia lo sviluppo della concorrenza e non prevede la formazione di prezzi amministrati.

In realtà i pastifici hanno spesso mantenuto la loro presenza sul mercato anche a scapito della profittabilità. Al riguardo è sufficiente ricordare che, anche negli anni del supposto "cartello", è stato accertato dalla stessa Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato che, su 28 imprese coinvolte, ben 16 hanno chiuso i bilanci in rosso, soprattutto quelle che producono esclusivamente pasta.



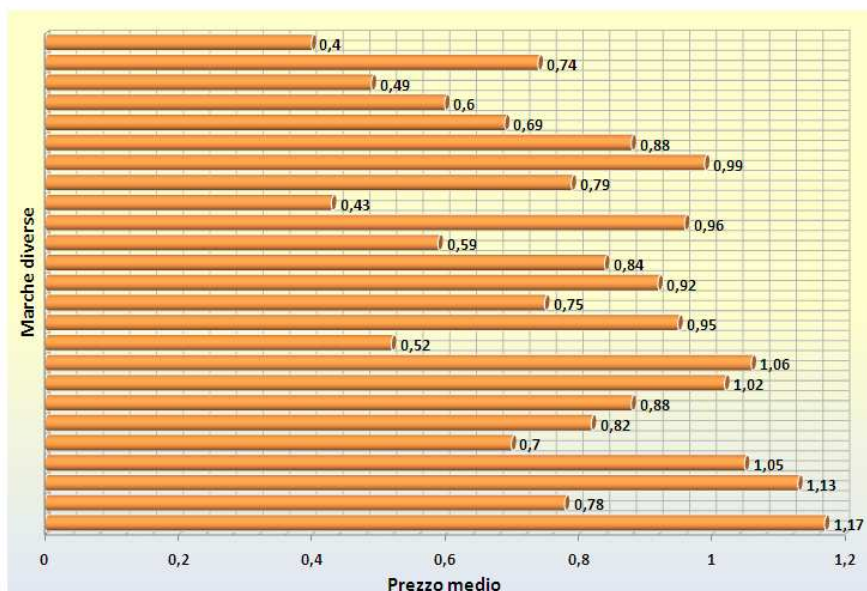


Altro elemento da considerare è la dinamica temporale degli approvvigionamenti di materia prima che porta a provviste di medio periodo che non consentono raffronti puntuali tra il prezzo della semola di grano duro e quello della pasta immessa al consumo.

Infine, per arrivare al prezzo allo scaffale, bisogna aggiungere i costi ed i margini della grande distribuzione o del dettagliante che decidono il prezzo al pubblico.

Oltretutto, riguardo al tema della concorrenza, le industrie della pasta, hanno sempre immesso sul mercato prodotti con un *range* di prezzo fortemente differenziato, nel senso che il prezzo minimo e il prezzo massimo sono diversi da marca a marca e da zona a zona e quindi il consumatore ha sempre avuto a sua disposizione una offerta di prodotto molto varia in termini di prezzo, qualità, formati e marche.

Rilevazioni dei prezzi al consumo di pasta di semola (linea base, 500 g)



Fonte: Elaborazioni UN.I.P.I. su rilevazioni effettuate il 12.01.2010 presso alcuni punti vendita della GDO (varie insegne) da personale aziendale

Un capitolo a parte merita la questione degli aumenti della materia prima registrati nel primo semestre 2008 quando, a fronte di un prezzo del grano più che triplicato (+220%) rispetto al costo medio del 2005, si assisteva invece ad incrementi del prezzo della pasta da parte dell'industria di gran lunga inferiori, effettuati comunque sempre in ritardo rispetto a quelli subiti dalle materie prime ed estremamente diversificati tra i vari produttori, a dimostrazione dell'effettivo regime di concorrenza.

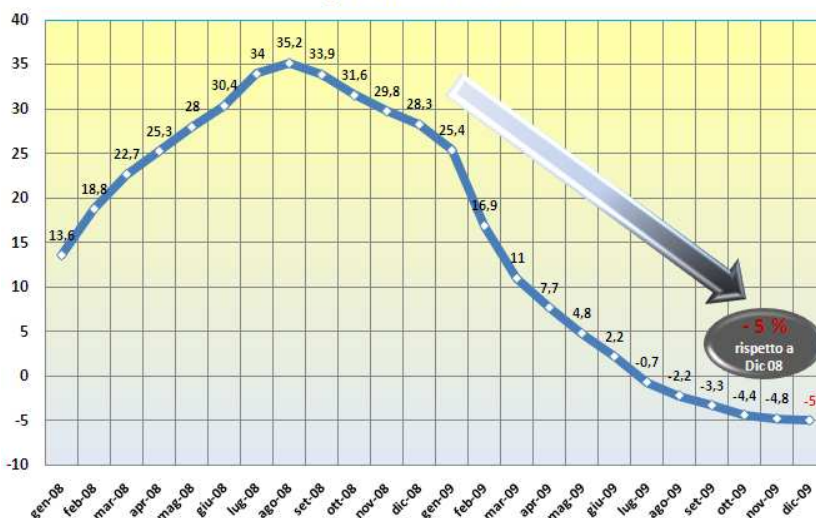
Una ulteriore testimonianza circa il contenimento del prezzo della pasta arriva anche dal raffronto del prezzo di quest'ultima con l'andamento dell'inflazione nel lungo periodo.



Arrivando al dicembre del 2009, l'ISTAT ha registrato una diminuzione del prezzo rispetto al corrispondente mese dell'anno 2008 di circa il **5%** anche se il dato reale sarebbe ben più consistente, tenendo conto delle promozioni.

A questa diminuzione ha coinciso, per lo stesso periodo, un aumento del consumo di circa il **2%**, mettendo in evidenza come il consumatore abbia scelto tale alimento per risolvere il problema del bilancio familiare in un periodo di crisi economica globale.

Indice Nazionale dei prezzi al consumo NIC  
Variazione % rispetto allo stesso mese dell'anno precedente  
periodo 2008-2009



Fonte: Elaborazione UN.I.P.I su dati ISTAT

Tale comportamento del consumatore è stato favorito anche dal regime di effettiva concorrenza nella quale la formazione dei prezzi è libera e vede in competizione, non solo le circa 100 aziende produttrici, ma anche le imprese della grande distribuzione che, utilizzano, a volte, la pasta come prodotto civetta.



## Gli attacchi all'industria della pasta

E' evidente quanto il tema dell'aumento del prezzo al consumo della pasta sia stato strumentalizzato da soggetti in cerca di facile consenso.

Erigersi a difensori del consumatore, soprattutto quando si parla di un alimento base delle famiglie, garantisce visibilità, anche se è dimostrato che - pur essendo l'Italia in cima alle classifiche mondiali per consumo pro-capite annuo di pasta (**26 Kg**) - si è di fronte ad una spesa annua davvero esigua e cioè di circa **35 Euro**.

Certi ricorrenti attacchi demagogici da parte di associazioni ed organizzazioni che non vogliono dialogare con l'Unione, stanno diventando diffamatori nei confronti dell'UN.I.P.I. che invece si è dichiarata sempre disponibile al confronto.

Con riferimento inoltre alla sentenza del TAR del Lazio, UN.I.P.I. ha preso atto della stessa, nel pieno rispetto delle Istituzioni e dunque anche del magistrato amministrativo. Si tratta comunque di un procedimento ancora *sub judice* dal momento che l'UN.I.P.I., come pure le aziende aderenti, dispongono degli ulteriori gradi di giudizio previsti dall'ordinamento.

Circa le notizie diffuse in merito all'indagine della procura di Roma, quest'ultima è intervenuta su sollecitazione di associazioni di categoria e sempre in merito ai fatti del 2006/2007 presi in esame dall'Antitrust. Anche in questo caso l'UN.I.P.I. e tutte le aziende interessate hanno offerto il massimo della collaborazione e della disponibilità, ribadendo che non vi sono mai state speculazioni né si è mai configurato alcun accordo lesivo degli interessi dei consumatori.

L'assunto di UN.I.P.I. circa l'estraneità a comportamenti che abbiano configurato accordi di cartello è riposto anche nel fatto che non è possibile ipotizzare un accordo laddove esiste un comparto industriale composto da oltre 100 aziende, per di più diverse sia per dimensione che per struttura. A ciò si aggiunge l'ubicazione degli opifici in territori diversi e la necessità di competere su un mercato nazionale che per la diversità di reddito tra zone del nord, centro e sud impone un sistema di prezzi diversificato.

UN.I.P.I. ritiene, pur nel doveroso rispetto delle Autorità preposte all'amministrazione della giustizia, che tali procedimenti siano stati strumentalizzati da terze parti per motivazioni demagogiche e fuorvianti.



## Un patrimonio d'eccellenza da salvaguardare

Il primato mondiale della pasta italiana è stato conquistato nel tempo grazie alle qualità intrinseche del prodotto. A tale successo hanno contribuito non solo la tradizione e la passione delle famiglie di pastai - che oggi danno vita ad un tessuto di piccole, medie e grandi industrie - ma anche e soprattutto gli investimenti in innovazione tecnologica ed il rigoroso controllo di qualità che le aziende effettuano sia sulla materia prima sia sul prodotto finito.

La pasta è sicuramente un alfiere prestigioso del *Made in Italy*, ma non solo. Essa è un effettivo “moltiplicatore” dell’export italiano per tutti quei prodotti che la cultura gastronomica associa alla pasta come il pomodoro, l’olio di oliva, i formaggi italiani e quegli ingredienti che contribuiscono ad arricchire ed accompagnare questa pietanza.

UN.I.P.I. ritiene che l’industria della pasta rappresenti per l’Italia un patrimonio d’eccellenza da non penalizzare e ciò nell’interesse del paese, di chi vi lavora e di tutti coloro che ne apprezzano le qualità alimentari.

Un patrimonio che non può e non deve essere scalfito da tentazioni demagogiche e strumentali.