

# Di che cosa parliamo quando parliamo di pasta

Un'industria strategica per il Paese  
e per la promozione del made in Italy nel mondo

**Fatti e ragioni delle imprese produttrici di pasta**



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

# Parliamo di qualità



## DIRE PASTA È DIRE ITALIA

Sinonimo dei valori portanti dell'alimentazione italiana, la pasta rappresenta e comunica l'Italia che piace, che seduce, quella che i consumatori apprezzano.

### LA PRODUZIONE DI PASTA RAPPRESENTA PER L'ITALIA UN PRIMATO MONDIALE

- Esportiamo oltre il 50% della produzione e la pasta rappresenta una voce positiva della bilancia commerciale.
- Per la produzione della pasta italiana vengono selezionate le migliori qualità di grano duro.
- La pasta è un pilastro della dieta mediterranea ed è ritenuta da tutti gli scienziati della nutrizione un alimento particolarmente sano, che contribuisce alla qualità della vita.
- La pasta italiana è parte integrante di quel modo di vivere italiano che il mondo intero apprezza e imita, anche a tavola.

Oltre ad essere buona, sana e naturale, la pasta è un alimento economico, tanto da rappresentare una valida risposta al problema del caro-vita e della crisi economica che coinvolge anche il nostro Paese.

Oggi il prezzo di una confezione da 500 gr. (4 porzioni abbondanti) varia in media da 40 centesimi a circa 1 €, pari ad un costo medio inferiore a 20 centesimi a porzione.



## UN AMORE INDISCUSSO

Una recente indagine realizzata dall'Istituto Demos ha evidenziato quanto la pasta sia l'alimento preferito dagli italiani:

- ne mangiamo più di chiunque altro;
- non vi rinunceremo mai;
- attenti come siamo alla sicurezza e alla qualità dei cibi sulle nostre tavole.



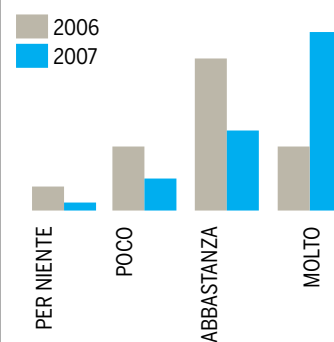
### UN PRIMATO IMBATTIBILE CONSUMO MEDIO ANNUO DI PASTA PRO CAPITE (IN KG)

ITALIA	28,2
VENEZUELA	12,7
TUNISIA	11,7
SVIZZERA	9,6
STATI UNITI	9,0
GRECIA	8,8
CILE	8,2
FRANCIA	7,3
ARGENTINA	6,8
PORTOGALLO	6,5
CANADA	6,3
RUSSIA E SVEZIA	6,0
GERMANIA	5,3
SPAGNA	4,6
TURCHIA	4,5
OLANDA	4,4
INGHILTERRA	2,5
GIAPPONE	1,7

### DI FRONTE ALLA CRISI A COSA NON RINUNCIAMO COMUNQUE SULLE NOSTRE TAVOLE (%)

PASTA	43.5
PANE	19.5
VINO	17.0
DOLCE, GELATO	12.4
CARNE	9.2
ACQUA	8.6
FRUTTA	7.9
VERDURA	7.5
PESCE	6.0
PANINI FOCACCE	3.4

### ITALIANI E SICUREZZA ALIMENTARE QUANTO SIAMO SENSIBILI AL TEMA DELLA SICUREZZA ALIMENTARE



## LA FILIERA DELLA PASTA



I Produttori italiani di pasta si collocano a metà di una filiera composta essenzialmente:

- **a monte**, dai coltivatori/agricoltori/ industriali trasformatori di materia prima (il grano duro);
- **a valle**, dalla distribuzione, ove sono protagonisti grandi catene, tra cui quelle internazionali e quelle cooperative.

● Il prezzo della pasta, dunque, è condizionato in buona misura anche dai comportamenti e dalle politiche commerciali di agricoltori e distributori.

# Parliamo di prezzi



## COSA È SUCCESSO

● Negli ultimi 2 anni il prezzo della pasta è aumentato in modo considerevole ma, nel lungo periodo, la pasta ha fatto registrare aumenti in linea con l'inflazione.

### INFLAZIONE E AUMENTI 1995 - 2008

Inflazione + 34,2%

Pasta + 32,3%

● Nell'ottobre 2007 l'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM) ha avviato un'istruttoria sugli aumenti dei listini della pasta.

● Il tema dell'aumento dei prezzi nel 2008 in Italia è stato cavalcato da una pluralità di soggetti (grande distribuzione, coltivatori, organi di informazione).

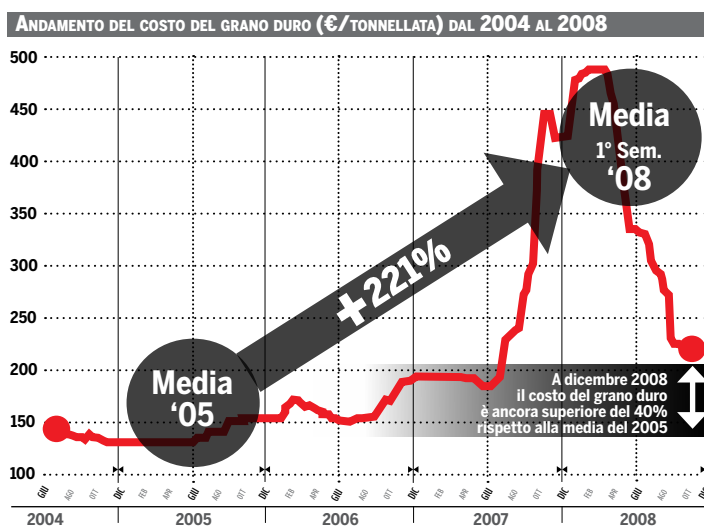
● Tali aumenti sono solo in parte riconducibili ai listini applicati dai produttori. Secondo i dati Indis-Unioncamere e Istat, nel biennio 2007-2008 l'aumento percentuale dei prezzi della pasta alla produzione (quanto i produttori fanno pagare alla distribuzione) è stato inferiore a quello dei prezzi al consumo (quanto la distribuzione fa pagare ai consumatori).

## PERCHÉ È SUCCESSO

1. Nel 2005 hanno preso avvio rincari del grano duro, la materia prima che rappresenta il principale fattore di costo per la produzione della pasta di semola. Nel primo semestre del 2008 il costo medio del grano duro risultava più che triplicato (+220%) rispetto al costo medio del 2005.

2. I produttori di pasta non hanno potuto trasmettere, immediatamente e per intero, tali aumenti al prezzo al consumo.

3. A fine 2007 il conto economico dei pastifici fotografava la realtà di un settore entrato in una crisi profonda, grave al punto tale da minacciare la sostenibilità stessa della produzione.



(\* Fonte: Rilevazioni Borsa Merci di Foggia)

4. Nella seconda metà del 2008 il costo del grano duro invertiva l'andamento, creando allarme tra i coltivatori. Tuttavia a dicembre 2008 il costo del grano duro risultava ancora superiore del 40% al costo medio del 2005.

## ACCUSE DEMAGOGICHE

● I produttori italiani di pasta di semola operano in un regime di forte concorrenza e con margini ridotti. Lo sfruttamento medio della capacità produttiva è pari al 67%. Ciascun produttore mira quindi ad aumentare i volumi, contenendo i prezzi, con conseguente competizione sul mercato.

● Ergersi a difensori del consumatore, soprattutto quando si parla di un alimento base quotidiano delle famiglie, garantisce visibilità. Ma fatti e cifre raccontano un'altra storia. L'incidenza media pro capite degli aumenti è stata nel 2008 di 60 centesimi al mese, meno di 8 € l'anno, e i consumi della pasta sono, dopo molti anni, tornati a crescere.

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

# Parliamo di industria

## UN PATRIMONIO D'ECCELLENZA

**che promuove  
l'Italian style**

● L'Italia è leader mondiale nella produzione della pasta che, grazie all'esportazione di oltre il 50% della produzione, rappresenta una voce positiva della bilancia commerciale del Paese. La pasta rappresenta un simbolo dell'eccellenza e della qualità del cibo italiano nel mondo. Pastifici e famiglie di industriali pastai hanno fatto del loro prodotto, che ha conquistato anche i mercati internazionali, il simbolo riconosciuto della cultura culinaria nazionale e dell'Italian style.

● Le aziende pastaie italiane sono imprese familiari fortemente radicate nella tradizione e sul territorio, guidate dalla passione molto più che da logiche di profitto e da sempre impegnate a difendere i valori di un prodotto buono, sano ed economico.

**E' grazie a queste imprese che l'Italia è ancora oggi il primo produttore di pasta al mondo.**

**Tuttavia questo primato non può darsi per scontato: nuovi competitor si affacciano sul mercato globale, minacciando la leadership italiana e, già oggi, il secondo produttore mondiale di pasta è un gruppo spagnolo.**

## UN SETTORE IN CRISI

**che lotta  
per sopravvivere**

● Nel 1970 vi erano in Italia 450 pastifici, oggi ve ne sono poco più di 100. **La riduzione del numero dei pastifici deve destare preoccupazione quale indicatore delle difficoltà di un settore trovatosi ad operare in un regime di margini insufficienti a garantire la sostenibilità della produzione.**

● Le industrie della pasta lavorano in un mercato libero e in regime di fortissima concorrenza nazionale e internazionale e con margini estremamente ridotti.

**I nuovi competitor internazionali potrebbero dunque approfittare delle difficoltà dei produttori italiani per trovare spazio nel nostro mercato, con prodotti di qualità inferiore e con grave danno per i consumatori e per le aziende italiane.**

## UN'INDUSTRIA DA DIFENDERE

**per difendere  
il made in Italy**

● La lotta per la competizione internazionale determina quindi la necessità, per ciascun produttore, di aumentare al massimo lo sfruttamento della propria capacità e di competere sul mercato anche attraverso la leva dei prezzi (tenendoli il più possibile bassi).

● Per questo motivo, e per la frammentazione dell'industria della pasta in Italia, **qualsiasi ipotesi di cartello è impraticabile.**

● Ingiustificate, oltre che immeritate, sono quindi le accuse rivolte al settore con il risultato di indebolire l'industria nazionale, alfiere di un made in Italy fondato sulla qualità e su una storia di tradizioni e di eccellenza.

● **UN.I.P.I. ritiene che l'industria della pasta italiana rappresenti un patrimonio di grandissimo valore da tutelare anche nell'interesse di lavoratori e consumatori e un capitale inestimabile di immagine e di eccellenza che rende l'Italia il Paese del buon vivere che il mondo apprezza ed invidia.**

In questa fase di crisi, con le difficoltà che i produttori di pasta stanno affrontando per promuovere nel Paese e nel mondo un prodotto italiano di qualità, UN.I.P.I. ribadisce che:

- I produttori italiani di pasta hanno sempre operato in un regime di forte competizione.
- Non vi è stata speculazione da parte dei produttori, né tantomeno accordi di cartello finalizzati a influenzare la dinamica dei prezzi.
- Negli ultimi due anni la pasta si è dimostrata la risposta (e non la causa) al problema del caro-vita.
- L'industria della pasta rappresenta un primato italiano nel mondo e come tale va difeso nell'interesse anche di lavoratori, istituzioni e consumatori.
- I produttori italiani di pasta garantiscono, ogni giorno, prodotti di qualità a prezzi vantaggiosi nell'interesse dei consumatori che sono il loro bene più prezioso.

**CHI È UN.I.P.I.**

[www.unipi-pasta.it](http://www.unipi-pasta.it)

L'Unione degli Industriali Pastai Italiani (UN.I.P.I.) è l'Associazione di categoria del settore dell'industria italiana della pastificazione.

Essa si propone di tutelare gli interessi generali del settore e delle industrie rappresentate e di promuovere la formazione dello spirito associativo nell'ambito della categoria, tendendo a realizzare la piena collaborazione tra gli Associati, affinché la concorrenza tra loro si svolga in un clima di sana e corretta competizione commerciale.