

| **economiasolidale** | **made in italy a rischio** | **settimana puntata** |

Nel mondo siamo il leader incontrastato. L'export ha superato il mercato interno. Ma sono **decine i pastifici a rischio chiusura** per colpa degli speculatori.



Pasta Una filiera in lotta contro la speculazione

di Emanuele Isonio

PTALIA = PASTA. Insieme a pizza, mafia e mandolino è una delle poche parole che, da sempre, ci sentiamo ripetere quando viaggiamo all'estero: non c'è latitudine in cui non si riconosca quel profondo legame ormai divenuto proverbiale. E, a leggere i dati del settore, quella valutazione sembra ancora fondata. L'amore per la pasta non conosce crisi in Italia e continua a crescere all'estero. Una volta tanto, dopo svariate filiere alimentari che mostravano molte ombre, sembra che il settore goda di una salute invidiabile. Ma, a leggere bene i dati, soprattutto se non ci si concentra solo sul-

l'ultimo anno, qualche elemento di preoccupazione c'è comunque.

Monopolio tricolore senza rivali

Partiamo dalle cifre più rassicuranti: il trend storico (vedi **GRAFICO**) rivela che negli ultimi 10 anni la produzione si è stabilizzata sempre oltre i 3 milioni di tonnellate ed è in progressivo, lieve, aumento (+5,3% tra 2001 e 2010). Con i consumi casalinghi sostanzialmente stabili, a testimonianza di un mercato ormai saturo (mangiamo 26 chili di pasta a testa ogni anno, più del doppio dei vene-

zuelani, secondi in classifica, vedi **GRAFICO** pagina successiva), l'incremento delle quantità prodotte testimonia un affetto crescente degli stranieri. Talmente in crescita da aver determinato il gran sorpasso: ormai da 6 anni i consumi esteri hanno superato quelli nazionali. «La pasta – spiega Emidio Mansi, responsabile commerciale di Garofalo, pluriscolorare marchio campano – è un alimento anticiclico, che unisce enormi qualità nutrizionali a un gusto inconfondibile. Quindi, anche se la crisi porta a un taglio delle spese alimentari, le famiglie non si privano del piatto di spaghetti o di fusilli». Tra l'altro, il

CINQUE ANNI DI INDUSTRIA PASTARIA TRICOLORE

PASTA	2006	2007	2008	2009	2010
Produzione totale (mln €) ¹	3.519	3.757	4.714	4.449	4.303
Esportazioni (mln €) ²	1.321	1.478	1.922	1.720	1.682
Produzione totale (000 t) ¹	3.225	3.228	3.162	3.198	3.247
Esportazioni (000 t) ²	1.694	1.700	1.636	1.662	1.722
Grano duro utilizzato (000 t) ¹	5.014	5.024	4.912	4.961	5.034
Numero di pastifici ¹	150	148	148	147	139
Numero degli addetti ¹	8.300	7.904	7.929	8.197	8.197

1) dato Unipi, 2) dato Istat

FONTE: ELAB. ISMEA SU DATI UNIFI (ARDEPI DAL 2010)

GRANO E PASTA: UN DECENNIO SULL'OTTOVOLANTE

Confronto tra le variazioni % medie annuali del prezzo all'origine del frumento duro, di quello all'ingrosso della semola e dei prezzi dei prodotti acquistati dalle famiglie italiane

	GRANELLA DI FRUMENTO DURO		PASTA DI SEMOLA
	ALL'ORIGINE	ALL'INGROSSO	
2001/00	22,1	15,3	1,9
2002/01	-2,2	-1,1	3,5
2003/02	-1,8	1,9	2,3
2004/03	-11,5	-10,8	-0,5
2005/04	-11,9	-9,4	-2,2
2006/05	19,9	13,9	1,4
2007/06	66,1	54,4	6,3
2008/07	33,0	34,8	29,3
2009/08	-44,1	-38,0	-6,4
2010/09	-9,6	-13,0	-7,5

FONTE: ISMEA

In 30 anni i pastifici sono diminuiti del 42%, i primi cinque gruppi detengono il 70% delle vendite: i piccoli produttori sono schiacciati dalla gara a chi offre il prezzo più basso

settore non deve angosciarsi, a differenza di altri, nemmeno per la concorrenza estera: un piatto di pasta su quattro nel mondo e tre su quattro in Europa sono made in Italy.

Ma non mancano le spine

Fin qui le note liete. Altri aspetti però agitano il futuro di chi lavora nella filiera. Qualche numero (vedi **TABELLA**): in 30 anni i pastifici sono passati da 238 a 139 (-42%), gli addetti da 10 mila sono scesi a poco più di 8 mila. Nello stesso arco temporale la capacità produttiva potenziale è salita da 100 mila a 155 mila quintali al giorno. Tradotto: sul mercato rimangono solo i grandi gruppi (oggi i primi 5 marchi detengono il 70% delle vendite), quelli piccoli soffrono e non di rado chiudono. Ma non basta: la capacità produttiva è superiore alla quantità di pasta prodotta e venduta. «Questo aspetto - spiega Riccardo Felicetti, vicepresidente di Aidepi, l'associazione che riunisce le industrie del Dolce e della Pasta - rende il settore mol-

to aggressivo ed estremamente esposto alla competizione. Tutto ciò limita le capacità di investimento e lo sviluppo di nuovi prodotti. E i più "piccoli" non riescono a superare l'ambito più strettamente locale».

I piccoli produttori, tra l'altro, hanno un altro Everest da scalare: quello della Gdo (Grande distribuzione organizzata),

che controlla i canali di vendita. «In Italia, 3-4 gruppi monopolizzano la spesa degli italiani», prosegue Felicetti. «Determinano quindi i prezzi dei prodotti e incidono sull'assortimento. Ed è chiaro che solo i grandi pastifici hanno la forza necessaria per parlare da pari a pari con chi la pasta la mette sugli scaffali».

Materie prime sulle montagne russe

Ciò che, invece, accomuna la filiera della pasta con le altre esaminate dalle precedenti inchieste di *Valori* è il problema della remunerazione del lavoro: anche per la pasta, non sempre i ricavi coprono i costi di produzione. Un problema comprensibile, in un settore molto competitivo, in cui c'è sempre un concorrente disposto ad abbassare i propri prezzi per fare fatturato. E un problema reso più stringente dalla speculazione internazionale sulle *commodities*, che fa salire sulle montagne russe i prezzi delle materie prime. I dati Ismea (vedi **TABELLA**) lo mostrano chiaramente: «Il prezzo del grano duro è divenuto molto più volatile negli ultimi anni, rendendo difficile per un'azienda la valutazione dei costi e quindi delle strategie di mercato», ammette Emidio Mansi. «Le oscillazioni - commenta invece Felicetti - hanno sempre meno a che fare con motivi reali. Sono frutto solo di scelte finanziarie. Se le materie prime in pochi mesi salgono anche del 170%, ciò sconvolge la vita dei pastifici». Il prezzo della materia prima, nel caso della pasta di grano duro, incide infatti per il 50% del costo totale di produzione. E se la speculazione può mettere in ginocchio gli Stati, figurarsi aziende con poche decine di addetti.

ANDAMENTO DELLA PRODUZIONE, CONSUMO NAZIONALE E ESPORTAZIONI DI PASTE ALIMENTARI


FONTE: ARDEPI

| **economiasolidale** |

Nuovi rapporti nella filiera

In un simile scenario rimanere inattivi è assai poco prudente. Un aiuto potrebbe arrivare dalla costruzione di nuovi rapporti con i produttori italiani di grano duro (il grano nazionale copre il 70% della produzione di pasta. Il restante 30% proviene da Europa, Stati Uniti, Canada e Messico). Un passo ritenuto necessario dagli stessi produttori: «Va costruito un modello contrattuale nuovo che garantisca,

agli agricoltori, una remunerazione equa del lavoro - spiega il vicepresidente di Aidepi - e, al tempo stesso, assicuri stabilità dei prezzi ai mugnai e ai pastai. Ma per arrivarci serve un cambio culturale di tutti i soggetti della filiera, abituati più a guardarsi con diffidenza che a collaborare insieme». Una soluzione che ricorda da vicino quella praticata da tempo nel mondo dell'altra economia dai gruppi d'acquisto solidale: fissare insieme il prezzo giusto,

per sterilizzare il rischio della speculazione. L'idea potrebbe aiutare soprattutto i pastifici più piccoli, che potrebbero trarre giovamento anche da un'altra mossa: investire nella ricerca di prodotti di nicchia che incontrino i gusti dei consumatori più attenti alla qualità. La sfida non è semplice. Ciò non di meno, alcuni pastai - come diremo negli altri articoli di questa inchiesta - ci stanno provando. Con risultati tutt'altro che trascurabili. ■

Quando l'industria si fa arte

Per restare sul mercato **decine di pastifici hanno scelto la strada dell'eccellenza**: produzioni bio, trafile in oro, essiccazione lenta, riscoperta dei grani antichi. Una scelta che a volte offre un vero *exploit* economico.

di Emanuele Isonio

TRAFILE IN ORO, paste essiccate in due giorni, recupero dei pregiatissimi grani antichi, come il pregiatissimo "Senatore Cappelli" (vedi **BOX**), utilizzo di materie prime locali e biologiche, canali di vendita innovativi. La genialità italiana è proverbiale. E, fra i piccoli pastifici, si è fatta mezzo di sopravvivenza. Ma, in molti casi, è andata oltre: permettendo di far conoscere, in Italia e nel mondo, "chicche" gastronomiche dalle tradizioni plurisecolari.

Mense tedesche, oro italiano

«Sa come si riconosce un pasta di qualità superiore? Deve tirare bene il sugo. E, mangiandola appena scolata, deve sprigionare il sapore del grano». La passione con

cui Francesca **Verrigni** ci descrive il suo lavoro, svela l'impegno di una famiglia che fa pasta da oltre cento anni. Tre i punti di forza di questo pastificio abruzzese: essersi specializzato nella pasta biologica, che vende da decenni alle mense scolastiche tedesche; essere l'unico in Italia a usare l'oro per trafilare una linea di suoi prodotti («l'oro è duttile e dona maggiore porosità alla pasta»). E aver scelto di commercializzarli attraverso i maggiori chef italiani. Accanto a a questo tipo di vendita, la **Verrigni** diffonde la propria pasta, essiccata per due giorni a 45°, attraverso i negozi specializzati e l'e-commerce. Rigorosamente *off limits* invece i canali della grande distribuzione. E, per assicurare la massima trasparenza, le confezioni **Verrigni** riportano l'intera filiera: dal campo, alla molitura, alla produzione. «Credo che un con-

sumatore educato possa fare le scelte giuste. Per questo vogliamo dargli tutte le informazioni, senza equivoci».

D'altro canto, la stessa associazione dei pastificatori (Aidepi) ricorda che, in un mercato nazionale ormai saturo, solo la specializzazione può aiutare i piccoli produttori: "I prodotti di spiccata valenza salutistica - si legge nel rapporto annuale di giugno scorso - hanno mostrato un forte dinamismo". L'Ismea (Istituto di servizi per il mercato agricolo alimentare) rivela che i consumi di pasta bio sono cresciuti del 35%. *Performance* invidiabili anche per la pasta integrale e di kamut.

Piccoli tesori da Nord a Sud

Oltre a **Verrigni**, lo Stivale pullula di pastifici d'eccellenza. Come il trentino Felicetti di Predazzo, nuovo socio del gruppo Alce Nero & Mielizia, che da 103 anni utilizza i vari tipi di cereale a seconda della pasta da realizzare. O "La Tosca", prodotta unicamente con solo grano duro toscano da agricoltura integrata. E il pastificio Fabbri, che fa essiccare la pasta a 35° per 4-5 giorni, per preservarne l'amido, utilissimo nella protezione dell'intestino.

Verso Sud, c'è poi la celebre Pasta di Gragnano, prodotta da quasi mezzo millennio e oggi tutelata da un Consorzio che riunisce 14 aziende campane. Uno strepitoso risultato economico, oltre che gastronomico: mezzo milione di euro di fatturato. Quasi 400 mila tonnellate prodotte ogni anno, pari al 4% della produzione nazionale e al 15% della pasta esportata nel mondo. ■

IL SENATORE CHE CONTRASTA LA CELIACHIA

IL SENATORE CAPPELLI (Raffaele Cappelli, abruzzese) è stato, a inizi del Novecento, il promotore della riforma agraria che ha portato alla distinzione tra grani duri e teneri. Il Senatore Cappelli (il tipo di grano) è un frumento duro, ottenuto nel 1915 a Foggia e definito "razza eletta", ampiamente usata in Puglia e Basilicata. Finché non è stata scalzata da altre varietà. Più produttive, ma probabilmente meno digeribili: perché, nel frattempo, è stato accertato che, per chi soffre di allergie e di intolleranze al glutine, il grano duro Senatore Cappelli è esente da contaminazioni da mutagenesi indotta con raggi X e Y del cobalto radioattivo, a differenza delle varietà di grano duro Ogm irradiato, oggi assai utilizzato in agricoltura. La modifica genetica dei grani moderni è correlata a una modificazione della loro proteina (la gliadina) alla quale è dovuta l'enteropatia infiammatoria e quindi il malassorbimento. Una caratteristica che accresce il sospetto di un collegamento tra l'uso delle nuove varietà di grano e i 10 mila nuovi casi di celiachia registrati ogni anno in Italia. E, per evitare le conseguenze della celiachia, le famiglie italiane spendono ogni anno 150 milioni di euro.