

Il 2020 ha premiato le vendite. Il 100% italiano si fa spazio. De Cecco in Filiera Italia

Lockdown con le mani in pasta

Boom La Molisana e Rummo (+31%), vola Voiello (+19)

DI EMANUELE SCARCI

Un anno falsato dagli effetti della pandemia, ma a strappare il titolo di campioni di crescita sono **La Molisana** e **Rummo**. La corsa all'accaparramento durante il primo lockdown e la chiusura a intermittenza della ristorazione hanno spinto i consumi domestici, ma il 2021 è l'anno della verità, quello in cui si capirà se il lancio della pasta con grano 100% italiano di **Barilla** funziona.

Nel 2020 le vendite di pasta secca nella grande distribuzione (nei canali iper e supermercati) sono arrivate, secondo le rilevazioni di **Iri**, a circa 720 mln di euro, +10%, e +4,6% a volume. Il prezzo medio di un kg di pasta è stato di 1,39 euro, +5,5%. Ad avere la meglio sono stati soprattutto i brand della pasta premium: le vendite di **La Molisana** e **Rummo** sono cresciute del 31%, **Voiello** del 19% e **Garofalo** del 12%. A distanza, **Granoro** +9,5%, **De Cecco** +6,8%, **Divella** +6% e **Barilla** +2,8%.

Alla fine, quasi tutti i player hanno aumentato le vendite, ma **La Molisana**, **Rummo** e **Voiello** hanno eroso quote ai Big 3. **Barilla** rimane leader con vendite per 175 mln e una quota di mercato del 24,5% (in calo di 1,8 punti), davanti a **De Cecco** con il 14% (perde mezzo punto), **Garofalo** con l'8% (quota stabile), **La Molisana** con il 7,8%, **Rummo** il 7,6% (entrambe guadagnano 1,2 punti) e **Voiello** e **Divella**

con il 6,5% (il primo guadagna mezzo punto l'altro lo perde).

ANCHE NELLA PASTA INTEGRALE (il mercato vale una settantina di milioni) **Barilla** è leader con oltre il 25%, ma nel 2020 ha perso quasi il 10% delle vendite e 4 punti di quota di mercato. Alle spalle **La Molisana** ha messo a segno +20% delle vendite e ha guadagnato 2 punti di quota al 15%. Il pastificio molisano è davanti a **De Cecco** che aumenta le vendite dell'11% e si ritaglia una quota dell'11,3%. «È stato un anno incredibile, siamo orgogliosi della performance», dichiara **Giuseppe Ferro**, ceo e comproprietario di **La Molisana**. «Il Covid ha stravolto il mercato, ma il 2021 è l'anno della verità. In un clima più sereno i competitor potranno misurare la bontà delle loro strategie». E in questo contesto **Ferro** affila le armi: a giugno **La Molisana** lancerà il *packaging* in carta riciclabile. Inoltre, ha deliberato l'investimento più corposo della sua storia: 45 mln per innovare le tecnologie, raddoppiare il mulino, ampliare lo stabilimento e allestire una nuova linea di produzione.

A gennaio **La Molisana** ha lanciato e poi ritirato una campagna di comunicazione con i formati di pasta «**Abissine**» e «**Tripoline**»: «Non avevamo al-

cun intento celebrativo del quel periodo storico», si scusa **Ferro**. «Si tratta di formati storici nati negli anni 30. Dalla vicenda non abbiamo subito danni: in gennaio abbiamo realizzato una crescita delle vendite di oltre il 17% a volume».

Intanto, con il lancio della pasta 100% grano italiano, **Barilla** ha alzato l'asticella della qualità e anche i prezzi, di circa il 10%, il più elevato dei Big 10. Tuttavia da **Parma** raccomandano prudenza: «La pasta 100% grano italiano è stata consegnata in tutta la rete solo a estate inoltrata. Inoltre l'emergenza sanitaria ha cambiato tutti i punti di riferimento. Per fare i bilanci meglio attendere la fine del 2021». Peraltro, anche **Rummo** ha annunciato l'utilizzo del 100% grano italiano, mentre **De Cecco** ha aderito a **Filiera Italia** e intende elevare il più possibile la quota di grano italiano oltre il 52% già utilizzato. «Vogliamo valorizzare il grano duro italiano di alta qualità», spiega il presidente **Filippo Antonio De Cecco**, «anche attraverso contratti di filiera che interessino un numero sempre maggiore di produttori nazionali, con l'obiettivo di allentare la dipendenza dall'estero».

Per **Riccardo Felicetti**, produttore trentino e presidente dei pastai di **Unionfood**, «il 100% grano italiano è una scelta legittima delle aziende il cui ritorno andrà verificato con i dati e su un periodo più lungo. Il mondo agricolo però deve smettere di strumentalizzare questa scelta e criticare la pasta italiana che rimane il miglior prodotto sul mercato, anche quando si utilizzano i migliori grani internazionali».

© Riproduzione riservata



Giuseppe Ferro