

Dati Circana. Barilla tratta al ribasso con la gdo. Ferro (La Molisana): il trend continuerà

Prezzi giù, ma la pasta arranca

Calo nei listini (- 5,3%) e calano pure le vendite (- 5,1%)

DI EMANUELE SCARCI

Giù i prezzi, ma la risposta dei consumatori è debole. Nel 2024 i prezzi medi della pasta secca nella Gdo sono scivolati del 5,3%, ma la domanda è cresciuta solo dello 0,2%. Le vendite complessive dell'anno, secondo **Circana**, ammontano a 1,07 mld di euro, -5,1%, e il prezzo medio di un kg di pasta 1,81 euro. «E' stato un anno piatto», ammette **Giuseppe Ferro**, ad di **La Molisana**, «ma la pasta rimane un importante bene rifugio, specie nei momenti di difficoltà economica delle famiglie. Tuttavia i consumatori cercano gratificazione in un prodotto premium, di qualità e con prezzi medi in discesa. Credo che anche nel 2025 il trend non cambierà: crescita a volume contenuta ma ulteriore sviluppo della fascia premium, a discapito del *mainstream*». Il trend discendente dei prezzi (caso raro nel mondo del food, almeno di questa entità) è stato propiziato dal tonfo delle quotazioni del grano duro nazionale che da quasi un anno galleggiano intorno a 320 euro/tonn, ma nel 2023 avevano toccato un picco di 470 euro. Inoltre un anno fa il leader di mercato **Barilla** decise di tagliare i prezzi di pasta, merendine e biscotti dal 7 al 13% per tutto il 2024. Con un effetto domino sugli altri player. E oggi, secondo insistenti voci di mercato, l'azienda guidata dal ceo **Gianluca Di Tondo** avrebbe in corso trattative con la gdo per confermare la strategia di riposizionamento verso il basso del prezzo della blue box che presidia la fascia media di mercato. Da Parma però dichiarano che «sono stati aggiornati i listini di quei prodotti da forno contenenti cacao, le cui quotazioni sono schizzate al massimo storico, ma sulla pasta, al momento, non ci sono novità». Probabilmente arriveranno: l'anno

scorso la strategia di riposizionamento complessivo nella pasta ha fruttato circa 1,5% dei volumi e portare la quota di mercato al 20,5%. Parma ha inoltre rivisto la strategia della linea superpremium **Al Bronzo**, lanciata da Di Tondo quando ricopriva la direzione marketing: il formato, dopo un avvio non brillante, è stato portato da 400 gr a 500 gr e il prezzo ridotto da oltre 3 euro/kg a 2,58 (anche su **Amazon**). Un gioco d'equilibrio perché Barilla controlla **Voioello** nella fascia premium. In generale, nel 2024 la fascia premium ha continuato a guadagnare quote di mercato (con in testa Rummo, La Molisana e De Cecco), mentre ha perso appeal la low cost (Divella, Poiatti e private label). Barilla ha tagliato il prezzo medio del 9% (sotto quota 1,80 euro/kg), più di private label e **Divella** (fra -6% e -7%) e di **De Cecco**, **La Molisana**, **Garofalo** e **Voioello** (fra -4% e -5%), **Rummo** (-3%). Nella guerra della pasta fra brand, Parma mantiene la testa della classifica con una quota di mercato a volume del 20,5%, seguita da private label (15%), Divella (11%), De Cecco (10,5%), La Molisana (10%), Rummo (7,3%), Garofalo (6,8%) e Voioello (4,3%). Fuori dai Top 8, emerge la performance di **De Matteis** agroalimentare che ha aumentato i volumi di circa il 17%, ritagliandosi una quota a valore dell'1,5%. La società irpina controlla il brand **Pasta Armando**, grano 100% italiano residuo zero con un prezzo medio di 2 euro/kg e vendite in Italia di oltre 15 mln nel 2024. «Ci collochiamo in fascia premium con una quota del 3%», sostiene il direttore vendite **Fabrizio Nucifora**. «Aderiscono alla nostra filiera circa 800 agricoltori ed esportiamo in 55 paesi». A breve la società potrebbe sbarcare negli Usa, dove opera una filiale del gruppo.

© Riproduzione riservata



Giuseppe Ferro

ARTICOLO NON CEDIBILE AD ALTRI AD USO ESCLUSIVO DEL CLIENTE CHE LO RICEVE - DS6901 - S.30528 - L.1747 - T.1746

