

Euler Hermes ITALIA

L'INDUSTRIA ITALIANA DELLA PASTA

L'analisi di Euler Hermes

Marzo 2020

A company of **Allianz** 

 EULER HERMES

IL SETTORE DELLA PASTA

Euler Hermes supporta il business dei suoi clienti italiani dell'industria della pasta attraverso coperture contro il rischio di mancato pagamento delle forniture commerciali in oltre 80 Paesi a livello mondiale. In questo modo, le aziende del settore possono pensare allo sviluppo del loro giro d'affari in totale tranquillità, offrendo condizioni di pagamento favorevoli anche a clienti in precedenza non sperimentati, evitando tutte le complicazioni e i rischi collegati alla scarsa conoscenza dei mercati, delle normative e degli usi locali. Euler Hermes garantisce la valutazione preventiva dei partner commerciali delle aziende assicurate e la protezione di transazioni commerciali per un valore di oltre 950 miliardi di euro. Ciò grazie al suo network di 6.050 esperti in tutto il mondo, alla profonda conoscenza dei mercati in crescita e al monitoraggio costante di una banca dati di oltre 40 milioni di società.

2 INTRODUZIONE: PASTA

2 Il panorama nazionale

2 Il mercato mondiale della pasta

3 Consumi e distribuzione

4 Le principali destinazioni export della pasta italiana

5 La materia prima

5 Analisi finanziaria e di rischio d'insolvenza del settore

Il panorama nazionale

Anche se l'invenzione della pasta secca viene attribuita agli Arabi, l'Italia e la nostra industria nazionale sono **leader di mercato a livello mondiale** e possono contare su **più di 120 pastifici** che occupano oltre **7.500 addetti** e **300 formati di pasta**.

Uno dei prodotti più rappresentativi del nostro Paese nel mondo è sicuramente la pasta.

Viene prodotta, cucinata e gustata in numerosi formati e con altrettanti differenti condimenti: dai classici spaghetti al pomodoro, passando per la pasta alla norma, fino ad arrivare alla pasta con i fagioli.

Da nord a sud, da est a ovest del nostro territorio, la pasta è probabilmente uno dei prodotti più amati dagli italiani, ma non solo. Anche nel resto del mondo sono tantissime le nazioni innamorate di questa eccellenza tutta italiana.



Il mercato mondiale della pasta

L'industria nazionale, responsabile della trasformazione della materia prima, è **leader di mercato a livello globale**, potendo vantare 350 molini, più di 120 pastifici e circa 300 formati di pasta differenti, con uno sprint della produzione che negli ultimi due decenni è pressoché raddoppiata.

Per dare un'idea dell'importanza del nostro comparto industriale a livello produttivo, si immagini



che **un quarto della produzione totale di pasta nel mondo** (15 milioni di tonnellate) **è di stampo italiano** (quasi 4 tonnellate).

Se si guarda agli **USA** i dati ci dicono che addirittura 1 piatto di pasta su 3 proviene dalla produzione di un pastificio italiano. Senza andare così lontano invece, **nell'Unione Europea** i dati sono ancora (logicamente) più importanti: **ben il 67% della produzione è di origine tricolore** (3,6 milioni di tonnellate su di un totale di 5,4 milioni, per una cifra che si attesta sui 5,3 miliardi di euro).

In un settore in cui **si registra un discreto aumento del consumo di pasta** - e quindi di possibilità di creare e/o accrescere il proprio business - non mancano però **nuovi competitor**. Infatti, **tra i rivali più importanti**, sventa **la Turchia** con una produzione di pasta che è riuscita a crescere del 77% in appena 5 anni.

Una tendenza che non va trascurata, in termini di attenzione al mercato, è la **crescente considerazione** che gli italiani stanno manifestando **nei confronti dei tipi di pasta alternativa** rispetto a quelli tradizionali, in termini di lavorazione o di ingredienti utilizzati.

Sulla scia di questa tendenza, negli ultimi anni, le imprese operanti nel settore hanno diminuito la loro produzione legata alla pasta tradizionale di circa 200.000 tonnellate, a favore di un parziale cambio di rotta in termini di produzione, destinato ad intercettare la nuova tipologia di domanda dei consumatori (legata alla domanda di pasta "alternativa").

Le previsioni per la pasta gluten free e per quella integrale, per cui risulta più lento l'assorbimento dei carboidrati, **sono molto positive**.

Rilevante anche il contributo della **pasta ripiena** che ha un'origine antica risalente nientemeno che al Medioevo: dai tortellini fino ai ravioli, passando per gli agnolotti, con forme, nomi, dimensioni e ingredienti differenti tra loro.

Consumi e distribuzione

Il simbolo della dieta mediterranea trova il miglior canale distributivo nella **GDO** (Grande Distribuzione Organizzata) e nella Distribuzione Organizzata o Associata. Accanto alla distribuzione tradizionale, ci sono poi i **discount**, sempre più simili ai supermercati dal lato dell'offerta ma a prezzi più contenuti.



Il ruolo della distribuzione emerge anche nello sviluppo della marca cosiddetta privata (**private label**), in molti casi è prodotta da aziende di prima fascia e che viene distribuita con il marchio del distributore stesso.

Bene anche il canale **Horeca** dove la pasta fresca guadagna quote di mercato in linea con la crescita dei consumi fuori casa che aumenta di anno in anno.

In crescita troviamo poi **la pasta integrale**, mentre le varietà più amate dai consumatori sono quelle al ragù e al pomodoro nonché la varietà bio.

Ottime, come anticipato, **le prospettive per la pasta gluten free e integrale** per la quale l'assorbimento dei carboidrati è più lento sull'onda della nuova filosofia del benessere alimentare.

Per quanto riguarda **i numeri relativi al consumo di pasta** siamo noi italiani i maggiori consumatori a livello globale, con circa 23 kilogrammi consumati individualmente durante l'anno.

Al secondo e al terzo posto troviamo Tunisia e Venezuela, con rispettivamente 17 e 12 chilogrammi consumati pro-capite.

La giusta selezione del canale distributivo è fondamentale, in quanto rappresenta un fattore dirimente per il successo o meno della commercializzazione della pasta alimentare, che vede nei diversi segmenti un mark up¹ tra il 20 ed il 25%.

Le principali destinazioni export della pasta italiana

Più della metà della pasta prodotta in Italia (il 56%, corrispondente a due milioni di tonnellate) **viene esportata all'estero**, in **200 diversi paesi** (più del 34% rispetto a venti anni fa) ed è **più che raddoppiata la quota export**, da 740mila a oltre 2 milioni di tonnellate.

Nei primi nove mesi del 2019 sono infatti **aumentate le esportazioni oltreconfine registrando un +6%**, in linea con il crescente consumo di pasta a livello globale, in particolar modo per le regioni asiatiche che vedono paesi assai popolosi come **Cina** ed **India** per i quali sta crescendo l'interesse verso la **dieta mediterranea** e di tutti quegli alimenti che la compongono.

L'ago della bilancia commerciale pende decisamente verso l'attivo, se si prende in considerazione la Francia

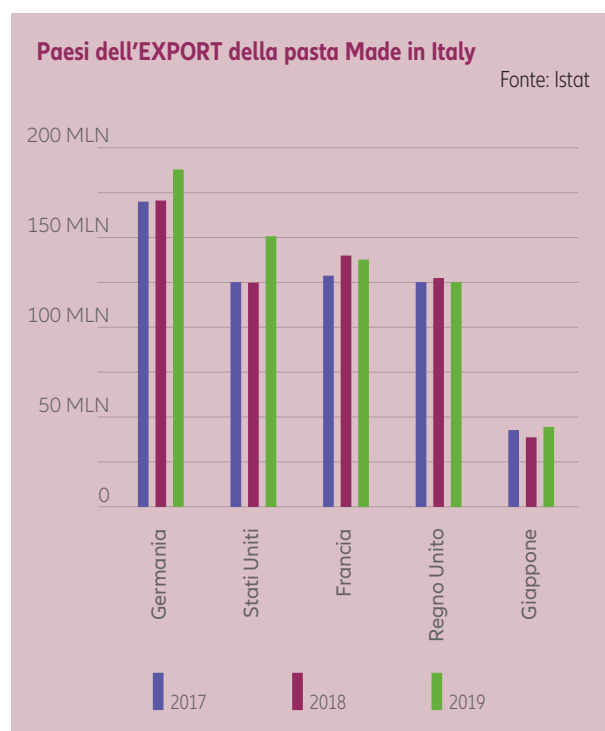
ad esempio, importiamo circa un decimo di quanto esportiamo.

Guardando alle **principali mete dell'export tricolore** troviamo **UE, USA** e **Giappone** come destinazioni più ricettive della pasta italiana. In testa tra le destinazioni la **Germania** dove **un piatto di pasta su due è italiano** e ha superato nel gradimento sulle tavole di molti tedeschi piatti tradizionali.

Al secondo posto gli **Stati Uniti** dove **un pacco di pasta su tre è made in Italy**, nonostante la concorrenza nel settore della pasta secca sia in costante aumento, a seguito del debutto di nuove linee. In arrivo anche brand europei sugli scaffali, **le promozioni** rappresentano oltre il 65% e **incombe il pericolo dazi**.

Al terzo posto la **Francia**, il solo mercato che registra **export in leggera flessione nei primi sette mesi del 2019**, così come il **Regno Unito** che potrebbe subire ulteriori ripercussioni negative in ragione della **Brexit**. Segue il **Giappone**, avamposto dell'espansione in **Asia**.

Da sottolineare poi la crescita delle esportazioni in **Russia** (+76%), **Olanda** (+29%), **Arabia Saudita** (+27%) e **Australia** (+16%).



¹ Il mark up rappresenta il margine che si aggiunge ai costi di produzione del prodotto per determinarne il prezzo di vendita.

La materia prima

La pasta italiana viene prodotta sostanzialmente mediante **la lavorazione del grano duro**, il cui prezzo è in grado di incidere in maniera rilevante sulla struttura dei costi delle imprese produttrici.



Anche se dagli ultimi dati pubblicati da Anacer (Associazione Nazionale Cerealisti) basati su dati Istat, **nei primi nove mesi del 2019 l'importazione di grano duro in Italia è tornata ad aumentare** con numeri importanti: **+35%, corrispondente a 458mila tonnellate**.

Questo per diverse ragioni, tra cui:

- il **minor costo del grano duro importato** (di qualità inferiore) da paesi esteri (come il Canada ad esempio);
- **la semplificazione dei processi di lavorazione ed essiccazione che esso consente ai pastifici** (grazie alle sue proprietà);
- ed infine **una percentuale sempre più bassa di appezzamenti di terreno italiano dedicati alla coltivazione del grano duro**, soprattutto alla luce della crescente attenzione da parte delle aziende del settore a produrre qualità di cereali differenti, maggiormente in linea con quelli che sono i trend di richiesta del mercato nazionale e non solo.

Al momento, la filiera del grano duro coinvolge quasi 200mila aziende agricole per un totale di superficie dedicata corrispondente a 1,28 mln di ettari.

Analisi finanziaria e di rischio d'insolvenza del settore

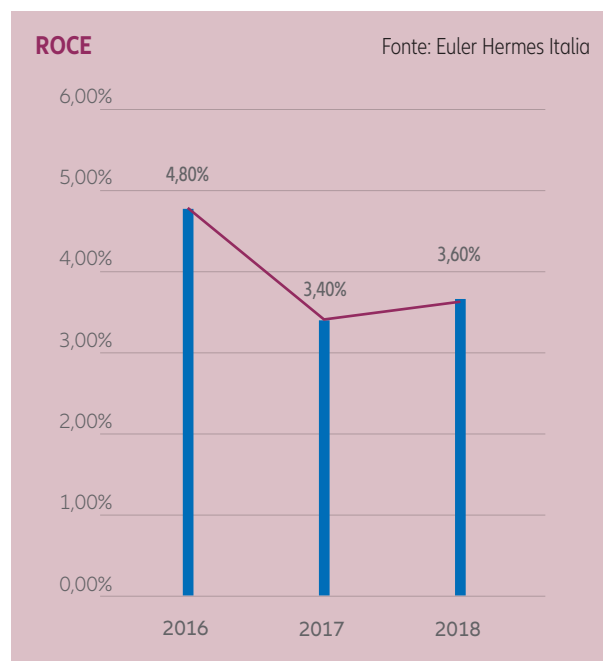
Nonostante l'**agroalimentare** si caratterizzi per una certa resilienza nei confronti degli andamenti macroeconomici, ciò che si evince dall'**analisi delle insolvenze** degli ultimi anni è che il fallimento delle aziende del settore negli ultimi anni è stato più frequente.

Veniamo inoltre da un 2019 caratterizzato da una grande volatilità ed incertezza, e stiamo per entrare ora in un periodo prolungato di crescita globale lenta, ai livelli più basso dal periodo post-crisi 2008-09. Per la filiera della pasta italiana inoltre, incombe il pericolo di ulteriori dazi USA sulle importazioni di prodotti italiani negli States (tra cui la pasta appunto, che vale circa il 3,5% del totale dell'export italiano).

I bilanci delle aziende produttrici di pasta mostrano un rallentamento già nel corso del 2018.

Il **ROCE²** è infatti rimasto pressoché stabile al 3,6% rispetto al 3,4%, dopo aver raggiunto il picco di 4,8% nel 2016.

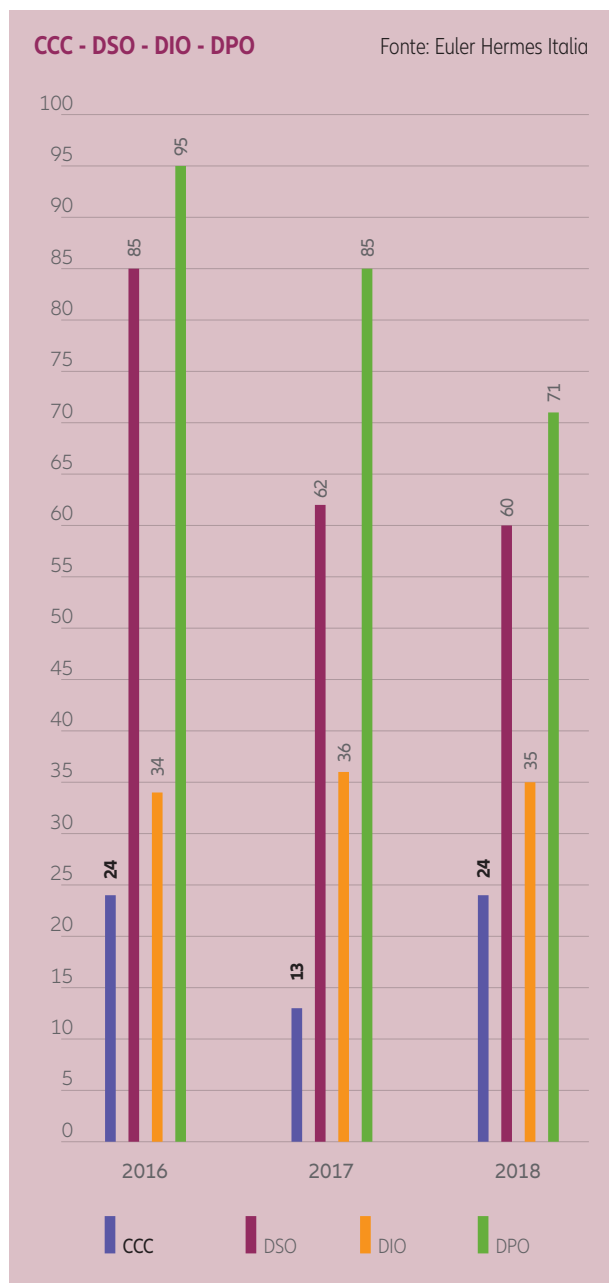
Il **Cash Conversion Cycle³** è invece ritornato sui livelli del 2016, dopo un forte miglioramento nel 2017 grazie soprattutto ad una riduzione dei giorni di incasso dai clienti (*DSO - Days Sales Outstanding*),



² Il **ROCE**, o Return On Capital Employed, misura l'efficienza e la redditività degli investimenti dei capitali di un'azienda. Fornisce delle informazioni su come un'azienda sta utilizzando i capitali per generare il reddito.

³ Il **Cash Conversion Cycle** misura i giorni necessari ad un'azienda per convertire i suoi investimenti in scorte e altre risorse di capitale circolante in flussi di cassa dalle vendite.

che sono scesi a 62 gg medi. Nonostante questo trend sia proseguito nel corso del 2018, con il DSO a 60 gg, il CCC è risalito a 24 gg a causa di una forte riduzione dei giorni medi di pagamento ai fornitori (*DPO - Days Payables Outstanding*), a fronte di una certa stabilità dell'indice di rotazione del magazzino (*DIO - Days Inventory Outstanding*).



Più rassicuranti sono gli indici legati alla struttura finanziaria delle aziende del settore.

La **copertura degli oneri finanziari**⁴ è buona e costante nel corso del triennio analizzato, così come il rapporto fra **Posizione Finanziaria Netta** e **Patrimonio Netto**.



Anche i mancati pagamenti dei pastifici italiani sono in miglioramento, in particolare per quello che riguarda la severità. Dopo il periodo *horribilis* 2015-2018, in cui ci sono stati diversi default di pastifici italiani, che hanno determinato un valore medio del mancato pagamento pari a 41.900 Euro, nel 2019 tale importo è sceso a 9.350 Euro, sebbene la frequenza e quindi il numero dei mancati pagamenti è rimasta elevata, in linea con il periodo nero citato.

Le prospettive per il 2020 non sono particolarmente favorevoli, in quanto le aziende agroalimentari si trovano ad affrontare nuove sfide che avranno sicuramente un impatto sulla loro marginalità. In particolare, il cambiamento delle abitudini alimentari, soprattutto in Occidente, con i consumatori alla ricerca di alimenti più sani spinge le aziende ad investire su prodotti nuovi, che includono grani speciali o poco lavorati, con la necessità di diversificare i canali di approvvigionamento; e questo a fronte dell'incapacità delle aziende di trasformazione di trasferire ai clienti i maggiori costi di input a causa della mancanza di potere contrattuale nella determinazione dei prezzi di vendita con la distribuzione organizzata.

⁴ La copertura degli oneri finanziari misura la capacità dell'azienda di far fronte al pagamento degli interessi sul debito di natura finanziaria attraverso i suoi margini operativi.



Inoltre, con la **Legge di Bilancio 2020** sono previste in arrivo tra le misure per promuovere la sostenibilità dell'ambiente, un'**imposta sugli imballaggi di plastica** pari a **1 euro per ogni kg di involucro**.

L'imposta dovrebbe entrare in vigore dal **1° giugno 2020** e andrebbe a colpire non solo il **settore degli imballaggi, dell'imbottigliamento, dei contenitori monouso e del polistirolo**, ma anche chi utilizza questi imballaggi in modo massiccio.

Sembra evidente infatti come **l'introduzione di queste misure**, atte a ridurre il consumo massivo di plastica, **possa andare ad impattare sul mercato**

del settore della pasta. Questo perché la quasi totalità dei prodotti provenienti dalla filiera di produzione della pasta vengono imballati e confezionati con materiali contenenti plastica. Infatti, l'applicazione di tasse sugli articoli in plastica monouso, **aumentando il prezzo**, rischia di contribuire a far **diminuire la domanda** degli stessi **nei mercati nazionali**.

Questo sempre che le imprese del settore non comincino, come già qualcuno ha fatto o sta facendo, a **ideare nuovi tipi di imballaggi e packaging** che non contengano i materiali plastici tassati dalle nuove misure previste dalla Legge di Bilancio 2020.

**ITALIA
LEADER
MONDIALE**

120
PASTIFICI

350
MOLINI

7.500
ADDETTI

300
FORMATI
di pasta



Euler Hermes

Euler Hermes è il leader mondiale dell'assicurazione crediti e compagnia riconosciuta come specialista delle cauzioni, garanzie e recupero crediti. Con oltre 100 anni di esperienza, offre alle imprese del segmento business-to-business (B2B) servizi finanziari per supportare la gestione del portafoglio clienti.

Grazie ad una banca dati proprietaria e a una rete di specialisti in loco, monitora e analizza quotidianamente l'evoluzione della solvibilità di aziende di ogni dimensione, incluse le multinazionali, operanti nei mercati che rappresentano il 92% del PIL mondiale. Il Gruppo, con sede a Parigi, è presente in 52 Paesi con i suoi oltre 6.050 collaboratori. Euler Hermes è una società di Allianz e beneficia del rating AA da parte di Standard & Poor's. Euler Hermes ha raggiunto nel 2019 un giro d'affari consolidato di 2,9 miliardi di euro ed ha coperto transazioni commerciali per un ammontare totale di € 950 miliardi.



Euler Hermes Italia

Via Raffaello Matarazzo, 19
00139 Roma

Piazza della Repubblica, 14
20121 Milano

Scopri come possiamo supportare
la tua impresa con le nostre soluzioni
per la gestione dei crediti commerciali:
www.eulerhermes.it

Seguici su   

RIPRODUZIONE RISERVATA

Il presente documento riflette il parere del Servizio Studi di Euler Hermes Italia. Le informazioni, le analisi e le previsioni contenute nel presente documento si basano su ipotesi e punti di vista attuali del Servizio Studi e sono di natura prospettica. A questo proposito, Euler Hermes Italia non ha alcuna responsabilità per la utilizzazione del presente documento e declina, a tal fine, ogni responsabilità. Inoltre, queste analisi sono suscettibili di modifiche in qualsiasi momento.