

Il fatto che il prezzo della pasta dal luglio del 2008 al dicembre del 2009 abbia avuto solo una lieve flessione, mentre è di molto diminuito quello del grano duro di fatto costituisce una anomalia. La tesi che ci sia un monopolio dei pastai, sostenuta dal Garante dei prezzi, a mio parere è molto discutibile. Di sicuro c'è una mancanza di concorrenza. Ma questa può dipendere dalle imperfezioni del sistema distributivo. Nell'estate del 2006 la semola di grano duro costava all'ingrosso 0,25 euro mentre la pasta ne costava di media 1,17 con un divario di 92 centesimi. Nel luglio del 2007 la semola di grano duro costava 0,29 mentre la pasta costava 1,22 euro. Il divario era di 93 centesimi. Non si può dire che ci sia stato un aumento spiegabile con fattori di monopolio, dato che il margine era praticamente invariato. E se andiamo avanti, notiamo che nel gennaio del 2008 mentre la semola di grano duro era arrivata a 0,65, la pasta costava 1,31 euro. Il divario fra i due prezzi era sceso da 93 a 66 centesimi. Nel luglio del 2008, mentre a livello internazionale e in Italia si manifestava la crisi economica, la semola di grano duro era scesa a 0,52 mentre il prezzo della pasta era a 1,68: un prezzo maggiore di quello del luglio precedente che poteva giustificare l'affermazione che fosse aumentato il grado di monopolio, misurato dal divario fra i due prezzi, rispetto al luglio del 2006. Infatti il margine ora risultava di 1,16 euro. E mentre il prezzo al consumo era salito, quello all'origine era disceso. Dal luglio del 2009 anche la pasta ha avuto finalmente una flessione: il prezzo è sceso a 1,65 ma la semola di grano duro è a 0,23, un prezzo inferiore a quello del luglio 2006. Pertanto il margine fra i due prezzi è salito a 1,42. Il grado di monopolio è aumentato rispetto al luglio del 2008.

Dunque mentre il prezzo all'ingrosso del grano duro è diminuito dell'8% il prezzo della pasta è aumentato del 41% e il margine fra i due prezzi che possiamo considerare come indice del grado di monopolio è aumentato di 50 centesimi, da 0,92 a 1,42 euro con un incremento del 55%. La tesi dell'Unione industriale dei pastai secondo cui la spiegazione di ciò sarebbe da trovarsi in altri fattori che entrano nel costo di produzione della pasta non convince, perché non c'è una variazione di questa entità nei costi del lavoro o dell'energia. Dunque se non sono aumentati i margini dei commercianti al minuto, cosa che il Garante non afferma, sono aumentati quelli dei pastai. Ma ciò non vuol dire necessariamente che fra di loro ci sia stata una intesa monopolistica rivolta a far aumentare i prezzi. Il Garante, se lo sostiene senza avere individuato precisi dati di fatto, segue solo un teorema, sbagliato, dal punto di vista della teoria economica.

Infatti la pasta (ma anche il pane) nella nostra era in Italia, è un bene inferiore - ossia un bene succedaneo, rispetto ad altri più pregiati - che si consuma di più quando il reddito diminuisce. Nell'800 e all'inizio del 900 era vero il contrario. Allora vigeva il detto «bisogna lavorare per guadagnarsi il pane». E bene inferiore nel Nord di Italia erano il granturco con cui si faceva la polenta e la segala con cui si faceva il pane di segala. Nel Sud bene inferiori erano i legumi: fave, ceci. In zone di costumi simili ai tedeschi il bene inferiore succedaneo del grano era costituito dalle patate. Quando per arrivare al pareggio del bilancio nell'Ottocento, Quintino Sella introdusse la tassa sul macinato, aumentò il consumo di granturco perché il pane era aumentato di prezzo. Durante la crisi del 2008-9, le famiglie hanno ridotto altri consumi ed aumentato quelli di pasta, rendendone la domanda più alta e più rigida. Così è aumentato il margine fra prezzo della semola di grano duro e prezzo della pasta di marca.

In teoria si potrebbe vendere pasta non di marca a prezzi minori, facendo concorrenza a quella affermata sul mercato. Ma in pratica questa pasta non di marca non arriva al consumatore, se non tramite certi panettieri che fanno anche la pasta, perché la rete di distribuzione al minuto non ne è rifornita e anche perché il consumatore ama la pasta di marca. E la gente si contenta di piatti di pasta delle ditte favorite, anziché di altri cibi. La discussione sulle colpe è aperta. Frattanto bisogna prendere atto che la pasta, insieme alla pizza, sta prendendo sempre più quote di mercato fra i giovani e fra gli sportivi, sulla base di convinzioni igieniche e di mutamento di costume.

