

Newsletter periodica online
Viene pubblicata ogni primo e terzo martedì del mese

Le notizie e le analisi di settore, i mercati, i punti di vista dei mediatori merceologici

Con il supporto dell'Ufficio studi F.I.M.A.A. Italia

N° 16 - Diffuso il 19 ottobre 2021 (prossimo numero 2 novembre 2021)

[Iscriviti alla newsletter](#)

Per maggiori informazioni sulla mediazione merceologica e su Fimaa clicca [qui](#)

Scrivi alla redazione merceologici@fimaa.it



L'EDITORIALE

*di Adriano Caramia

La tempesta perfetta che allarma Governi e filiere produttive

Le due forze insite nel commercio, che si contrastano ma che in realtà si completano l'un l'altra, sono rappresentate dall'esigenza di garantire un giusto reddito a tutti i partecipanti della filiera che concorrono alla produzione e distribuzione del bene e dalla improrogabile necessità che il bene stesso abbia un prezzo quanto più accessibile per il consumatore al quale è diretto. E' ovvio che se a qualche anello della filiera produttiva non si riconosce un equo risarcimento per i propri investimenti di tempo e denaro, la filiera intera ne risentirà con dirette ripercussioni sulla efficace e puntuale allocazione del prodotto sullo scaffale. Ma è altrettanto innegabile che un prezzo finale di mercato troppo elevato allontana il consumatore, riducendone la domanda di acquisto. E non pesano alla formazione del prezzo di mercato solamente i costi delle varie fasi di produzione e distribuzione, ma anche i costi energetici, di trasporto, della burocrazia e finanche della stabilità politico-economica dei paesi interessati. Tutte queste componenti nel corso degli anni trovano una loro precisa strutturazione nel mosaico del valore del bene; il loro giusto equilibrio, assieme all'appeal che esso ha nei riguardi del consumatore, ne determinano il successo di mercato. Talora però, questi equilibri sono ruvidamente scossi da fattori esogeni rispetto al perimetro prettamente industriale e commerciale.

E', purtroppo, il caso di questi mesi durante i quali l'evento pandemico ha fortemente influito sulle dinamiche produttive e di circolazione delle merci: aziende con personale sguarnito, tariffe di noli marittimi quintuplicati, cancellazione di rotte e sfasamento delle coincidenze di imbarchi, cancellazione di attività legate al turismo e allo svago. In queste ultime settimane, ma con indizi che già si avvertivano mesi addietro, a seguito anche di mutate politiche di alcuni stati stranieri, si sta sostanziando un rincaro delle fonti energetiche (prezzi del petrolio al massimo degli ultimi otto anni), con aumenti che sfuggono alle usuali logiche della domanda ed offerta. Coincide anche il riverbero che sulle bollette energetiche hanno avuto i costi della rimodulazione dei piani energetici dei singoli stati, a favore delle fonti rinnovabili e sostenibili. Insomma, la tempesta perfetta che ha rotto gli equilibri di cui parlavamo all'inizio, con una conseguente spirale inflazionistica che renderà davvero arduo il compito dei singoli governi di riportare le economie nazionali ai livelli pre-pandemici.

La componente energetica gioca il ruolo principale ma non sono da meno gli oggettivi disagi logistici di accaparramento di alcune materie prime o componenti (si pensi alla difficoltà di produzione dei microchip che ha indotto la riduzione drastica nelle consegne di automobili, telefonini e altri devices elettronici, con conseguente lievitazione delle quotazioni di quei prodotti che riescono a raggiungere il mercato). Al momento la Banca Centrale Europea considera questi aumenti di portata temporanea e rimanda la definizione di nuove manovre monetarie alla fine dell'anno. I mercati però appaiono spaventati ed in questo periodo di incertezza sono ancora i contagi e la benevolenza dei rubinetti del gas di Putin e dei pozzi OPEC a dettare i temi e i tempi di una crisi mondiale ai quali nessun paese potrà sfuggire.

**Mediatore merceologico*

MONDO

Cosa preoccupa Tom Vilsack, segretario all'agricoltura Usa, che darà aiuti per tre miliardi di dollari

Quando nei giorni scorsi il segretario all'agricoltura Usa, Tom Vilsack, ha annunciato una corposa campagna di investimenti per supportare le sfide dei produttori agricoli americani ha lasciato intendere quali sono le principali preoccupazioni per i prossimi mesi. Leggere cosa pensa il responsabile di un paese leader aiuta tutti a guardare avanti. Il suo Dipartimento, l'Usda, sta convogliando 3 miliardi di dollari per dare smalto al settore e farlo resistere alla siccità, alla prevenzione delle malattie animali, alla protezione da eventuali

carenze di prodotti per il settore e garantire in questo modo la sicurezza alimentare in tutti i suoi aspetti: dalle forniture ai programmi di nutrizione scolastica. Teme la vulnerabilità alimentare, preoccupazioni dei paesi meno ricchi ma anche quelli ricchi e in qualche modo dipendenti dalla regolarità dell'import/export.

E' un'ammissione importante perché conferma che la disponibilità di cibo, con produzione interna e più canali di approvvigionamento, non è un residuo del passato. *"L'agricoltura americana affronta attualmente sfide senza precedenti su più fronti"*, ha detto Vilsack. *"La pandemia di coronavirus ha avuto un impatto su ogni fase della nostra catena di approvvigionamento alimentare, dalla produzione di materie prime alla lavorazione e alla consegna. Gli agricoltori, gli allevatori e i proprietari terrieri forestali sperimentano sempre di più gli impatti del cambiamento climatico con gravi tempeste, inondazioni, siccità e incendi che danneggiano le loro operazioni e hanno un impatto sui loro mezzi di sussistenza"*. *"Sappiamo che queste sfide continueranno nel 2022 e altre potrebbero emergere"*, ha concluso. *"Attraverso questa serie completa di investimenti, l'USDA agirà per prevenire la diffusione della peste suina africana, assistere i produttori alle prese con la siccità e le interruzioni del mercato e aiutare i professionisti della nutrizione scolastica a ottenere cibo nutriente per gli studenti"*.

EUROPA

Quando il frantoio diventa tourist oriented. Il caso Ronda

**di Viviana Bardella*

Nei giorni scorsi ha preso l'avvio in Spagna un progetto di grande importanza per lo sviluppo dell'oleoturismo nel Paese: un nuovo modo di trascorrere le vacanze che si sta facendo strada in questi anni e avvicina le persone al mondo dell'olivicoltura e alle sue tradizioni. A Ronda (Málaga), già di per sé una località incantevole, meta frequentata da turisti di tutto il mondo, sorgerà "LA Almazara – LA Organic", un frantoio progettato dall'architetto e designer Philippe Starck che rappresenterà un insolito connubio tra arte e mondo agricolo: prima opera al mondo di questo genere. LA Almazara (in italiano "il frantoio"), secondo le previsioni pronta agli inizi del 2023, sarà un cubo di cemento ecologico inserito nell'ambiente in modo tale da armonizzarsi con il meraviglioso paesaggio che lo circonda; attrazione unica al mondo per il suo valore architettonico, sarà decorato con simboli che ben rappresentano la cultura e le tradizioni andaluse: un corno taurino, un'oliva e un occhio che ricorda le opere di Picasso. Sul soffitto, un telo riciclato con un disegno di Starck ispirato ad un quadro di Goya. Realizzato interamente con materiali riciclati, ospiterà al suo interno un frantoio che rappresenterà il top della tecnologia moderna per quanto riguarda la produzione dell'olio extra vergine biologico, circondato da pannelli di cristallo, di modo che i visitatori possano osservare da vicino le fasi della lavorazione.

Saranno inoltre a disposizione dei visitatori: un museo con opere d'arte relazionate al mondo dell'olio e dell'olivo, una sala proiezioni, un coffee shop, un ristorante, un negozio di souvenir e una meravigliosa terrazza sospesa su un incredibile panorama. Insomma: LA Almazara sarà un fantastico contenitore di esperienze culturali e sensoriali a disposizione di chi voglia conoscere meglio il settore olivicolo. Con le parole di Starck: *"ovunque si posi lo sguardo, si troverà una sorpresa che illuminerà lo spirito e, sullo sfondo, un meraviglioso panorama. LA Almazara sarà un'esperienza culturale e sensoriale; un monumento storico nel senso letterale del termine, data la sua collocazione nella continuità della storia di Ronda e dell'Andalusia. Come l'Andalusia, sarà austera, rigorosa, reale, esagerata, estrema, atemporale, forte, spirituale e appassionata. Sarà frantoio, quindi strumento di lavoro e, allo stesso tempo, un monumento alla gloria dell'olio di oliva"*. LA Almazara si inserisce nel più ampio progetto di LA Organic Experience: un

complesso di 26 ettari che include uliveti, una serra con al suo interno un frantoio artigianale e una sala per l'assaggio degli olii, oltre che un hotel boutique ricavato da un antico casale , restaurato da Stefano Robotti, architetto e collaboratore di Philippe Starck.

**mediatore merceologico*

Foto: Mercaei



ITALIA

Al Brennero passano 50 milioni di tonnellate di merci. L'autostrada compra la società ferroviaria

In prima battuta se un gestore autostradale compra un operatore ferroviario, attivo nello stesso territorio, si potrebbe pensare a una sopraffazione per favorire il traffico su gomma. Oppure un modo per ridimensionare la concorrenza e poter agire meglio sulle politiche di prezzo. Ma nel caso del Brennero dove transitano merci alimentari, e non solo, per l'import export con l'Europa centrale la lettura è forse diversa. Cosa è successo? Nei giorni scorsi Autostrada del Brennero Spa (Autobrennero- A22) ha deliberato un aumento di capitale per acquisire il 75% di InRail che opera nel trasporto ferroviario merci soprattutto in aree di confine. Entrando più nel dettaglio Autobrennero, in partnership con altri soci avrà a fine operazione il controllo della società che lavora in modo significativo al confine con l'Austria in quell'imbuto dove passano circa 50 milioni di tonnellate. In prevalenza (il 74%) vengono mossi su gomma da oltre 2,5 milioni di Tir.

E' notissima la polemica sui limiti stradali e vincoli vari imposti in Tirolo con penalizzazione delle merci straniere. InRail, la società obiettivo dell'acquisizione, ha sede a Genova, ma l'operatività è concentrata a Udine e a Nova Gorica. Con un discreto fatturato nella zona Brennero e verso l'Est dove opera da 14 anni anni muovendo circa 150 treni alla settimana. Autobrennero è già ben presente nel trasporto ferroviario con la controllata RTC e con il 48,66% di Lokomotion impresa tedesca dello stesso ettore. L'aggiunta di un nuovo operatore porta Autobrennero a confermarsi secondo operatore italiano dopo Mercitalia (gruppo Fs). Il gruppo stima che il traffico su rotaia potrà ampliarsi e contribuire a ridurre il contenzioso con la regione di

confine. Una soluzione più sostenibile per collegare il maggior Paese industriale d'Europa e il principale Paese manifatturiero, l'Italia. In attesa del nuovo tunnel ferroviario del Brennero.

Gargano, Cooperativa Trinitapoli: “Vendemmia ok, preoccupano i costi esterni”

Se vi capitasse di confrontarvi in questo periodo con Antonio Gargano, presidente della Cooperativa Produttori Agricoli di Trinitapoli, una delle zone più importanti dal punto di vista produttivo dell'uva da vino, lo trovereste sereno sulle quantità e qualità della vendemmia 2021 in fase di chiusura. Certo con qualche riflesso della siccità in Toscana, con qualche area più in affanno. *"Le uve coperte - dice - faticano ancora ad essere percepite per qualità in un mercato che guarda esclusivamente al prezzo. Ma complessivamente bene."* Appare più preoccupato per l'evoluzione dei costi, soprattutto a valle del raccolto. Tutti quegli oneri esterni che si stanno accumulando su trasporti, contenitori, forniture varie. Insomma sul corretto funzionamento della filiera. *"Forse più ancora dei prezzi, che stanno aumentando e diversi fornitori ci segnalano un +15/20% a settembre che probabilmente si manterrà fino a fine anno, vengono a mancare le forniture: i tappi, i polimeri per le tanichette e quanto arriva dalla Cina"*. Quello della dipendenza dai flussi nei porti, della disponibilità dei container e del costo complessivo dei noli sta diventando una strozzatura delle economie internazionali, la pandemia e l'incidente nel canale di Suez hanno fatto capire che la disponibilità di più operatori nel grande commercio internazionale non è solo utile concorrenza ma è un'esigenza strategica per non lasciare tutto in mano a un solo grande Paese.

"La tratta Taranto-Hong Kong costava 1100 euro, adesso bisogna pagare quasi otto volte in più". Si allungano i tempi di consegna e pagamento, da 18 mesi prima fino a 30-36 mesi ora. Per il prossimo anno *"aspettiamo di vedere i nuovi listini, la tendenza è quella. Capiremo il costo dell'energia ed è evidente che in qualche misura andranno a incidere sui prezzi finali e quindi sui volumi al consumo"*. Guardare avanti, e intervenire per tempo, è un comportamento obbligato per tutti. Figuriamoci per le attività di impresa soprattutto quando le variabili sono in movimento. Gargano vede tutto ogni giorno. La Cooperativa lavora con i big della grande distribuzione, la sua zona è quella del Nero di Troia e di tanto altro. Recuperare i livelli pre-Covid? Gargano intravede una ripresa graduale del canale Horeca, forse più lenta dopo i primi entusiasmi. Nord Europa e Asia sono decisivi per misurare la velocità della ripresa. Monitorare il mercato in tutte le sue componenti, cogliere le migliori analisi previsionali e le più acute consulenze professionali fa ancor più la differenza.

I cinque giorni della Fiera Anuga spingeranno la ripresa. Come è andata.

**di Viviana Bardella*

Finalmente un sospiro di sollievo dopo tanti mesi bui: dal 9 al 13 ottobre si è svolta a Colonia (Germania) la Fiera ANUGA, appuntamento imperdibile per il mondo del food con proposte da ogni dove: dai prodotti di e per la panificazione a quelli caseari, dalle delicatessen al gourmet food, dalla carne al pesce alle verdure; fresco e surgelato, bio e non bio. Fino ai macchinari, agli accessori, alle riviste: tutto, veramente tutto ciò che riguarda l'immenso mondo del food. Un vero e proprio viaggio attraverso le specialità alimentari e gastronomiche dei diversi Paesi seppure quest'anno con qualche defezione più che giustificata. Con circa 4000 espositori, poco più della metà di quelli presenti all'ultima edizione pre-Covid per rispettare le regole sul distanziamento fra uno stand e l'altro e per ampliare gli spazi dedicati ai visitatori e con l'assenza pesante di gran parte degli operatori extraeuropei, si prova a ripartire. ANUGA gioca un ruolo importante nella ripresa

del mercato food: importante vetrina di novità in tutti i settori, attrezzature comprese, si pone anche come salotto buono per gli incontri tra suppliers e buyers alimentari offrendo l'occasione per proficui scambi di informazioni e opinioni.

Tra una conferenza ed uno showcooking, tra un meeting ed una sessione di assaggi, i cinque giorni della fiera sono scivolati via lasciando ai presenti sensazioni diverse: un po' di amaro in bocca agli espositori, abituati ai numeri "monstre" di visitatori delle edizioni pre-Covid, decimati quest'anno anche dalle regole ferree per l'acquisto dei ticket d'ingresso, riservati esclusivamente agli operatori del settore e nominali; ma al contempo un po' di sollievo per tutti coloro che hanno ripreso, con la partecipazione ad ANUGA, il filo del discorso interrotto ormai da troppo tempo e che nutrono la speranza che questo appuntamento possa rappresentare veramente una nuova ripartenza per tutto il settore food.

**Mediatore merceologico*

- Il settore carni -

Bovini e suini frenati da deboli consumi e alti costi dei mangimi

La produzione di carne bovina dell'UE dovrebbe diminuire moderatamente nel 2021, principalmente a causa di una riduzione delle mandrie di vacche nel settore bovino e lattiero-caseario, combinata con una minore domanda da ristorazione. Le esportazioni verso i mercati di alto valore, come il Giappone, la Norvegia e Hong Kong, sono in aumento, mentre le esportazioni verso il Regno Unito mostrano un notevole calo a causa delle frizioni commerciali. L'attuale eccesso di offerta nel mercato della carne suina dell'UE sta determinando un calo dei prezzi tra alti costi dei mangimi. Tuttavia, ci si aspetta che questa situazione svanisca entro la fine del 2021, dato che l'aumento della produzione dovrebbe rallentare. Gli aumenti delle esportazioni verso altre destinazioni dovrebbero continuare a compensare la riduzione delle esportazioni verso il Regno Unito. I perduranti effetti dell'influenza aviaria (IA), la ridotta domanda nel settore della ristorazione e gli alti costi dei mangimi stanno ostacolando la produzione di pollame dell'UE, che dovrebbe diminuire di circa l'1% nel 2021.

I partner commerciali dell'UE applicano divieti legati all'IA, che hanno un impatto negativo le esportazioni nel 2021. Le prospettive di una bilancia commerciale ampiamente positiva nel 2022 non sono oscurate dall'imminente entrata in vigore dei controlli SPS del Regno Unito. Il mercato della carne ovina dell'UE deve affrontare una forte carenza di offerta a livello globale e nazionale (produzione UE produzione UE +1,3%), che porta a prezzi relativamente alti. Le esportazioni dalla Nuova Zelanda sono in parte reindirizzate verso l'Asia, affrontando allo stesso tempo costi di spedizione più elevati. Il attuale situazione commerciale tra l'UE e il Regno Unito continua ad aggiungere pressione al ribasso su esportazioni e importazioni.

Commissione Europea, short term outlook 13 ottobre 2021

- Se ve li siete persi -

- [Askanews](#) -

- [Adnkronos](#) -

- [Corriere del Ticino](#) -

Cosa abbiamo scritto nei precedenti numeri

[Fimaa Commodities n.1 - 2.02.2021](#)

[Fimaa Commodities n.2 - 16.02.2021](#)

[Fimaa Commodities n.3 - 2.03.2021](#)

[Fimaa Commodities n.4 - 16.03.2021](#)

[Fimaa Commodities n.5 - 6.04.2021](#)

[Fimaa Commodities n.6 - 20.04.2021](#)

[Fimaa Commodities n.7 - 4.05.2021](#)

[Fimaa Commodities n.8 - 18.05.2021](#)

[Fimaa Commodities n.9 1.06.2021](#)

[Fimaa Commodities n.10 15.06.2021](#)

[Fimaa Commodities n.11 06.07.2021](#)

[Fimaa Commodities n.12 20.07.2021](#)

[Fimaa Commodities n.13 14.09.2021](#)

[Fimaa Commodities n.14 21.09.2021](#)

[Fimaa Commodities n.15 5.10.2021](#)

Alcuni link che possono essere utili

www.agea.gov.it

www.ismea.it

www.enterisi.it

www.mise.gov.it

www.granariamilano.org

<http://www.fimaa.it/mediatori-merceologici.html>

<https://www.politicheagricole.it>

<https://www.worldeconomics.com/WorldPriceIndex/FoodPriceIndex.aspx>

https://www.senato.it/3584?shadow_organo=1180009

https://www.camera.it/leg18/1099?shadow_organo_parlamentare=2813

<http://www.ismea.it/istituto-di-servizi-per-il-mercato-agricolo-alimentare>

<http://www.cunsuini.it/>

E' consentita l'utilizzazione dei testi a scopi non commerciali
previa citazione della fonte

Chi siamo

Questa newsletter è uno strumento di comunicazione che la Consulta dei Mediatori Merceologici, supportata dall'ufficio studi di F.I.M.A.A. Italia, ha creato per dare voce e visibilità alle attività della Federazione Italiana Mediatori

Agenti d'Affari, aderente a Confcommercio-Imprese per l'Italia, nel settore della mediazione merceologica. F.I.M.A.A. è l'associazione nazionale che rappresenta la mediazione immobiliare, del credito e merceologica. Le notizie riportate vogliono essere lo spunto per un approfondimento comune di importanti tematiche, il richiamo su determinati argomenti di carattere generale attinenti il variegato mondo dell'agricoltura, della zootecnia e dell'agroalimentare e una voce autorevole su argomenti attinenti il settore della mediazione merceologica.

Il mediatore merceologico è l'esperto dei prodotti del proprio settore merceologico, nonché delle tecniche industriali e mercantili attinenti alla produzione e alla distribuzione dei prodotti stessi, attraverso una particolare conoscenza delle norme che disciplinano il settore. Ne consegue una profonda conoscenza del prodotto, del mercato e del territorio sia di produzione che di trasformazione.

La professione del mediatore merceologico richiede un'esperienza approfondita del mercato di riferimento, con particolare riguardo: al continuo aggiornamento dei prezzi; alla conoscenza costante delle disponibilità attuali e delle previsioni future sulla consistenza delle derrate in rapporto alle situazioni metereologiche; all'incidenza che nuove leggi o decreti possano avere sul comparto; alle previsioni sui consumi interni ed internazionali rapportate alle previsioni sui raccolti; ad una continua ed attenta vigilanza circa la solvibilità delle parti cui viene proposto l'affare. Il mediatore merceologico svolge peraltro una funzione peritale talmente importante da divenire il vero ago della bilancia del mercato in cui opera.

<http://www.fimaa.it/mediatori-merceologici.html>

