

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

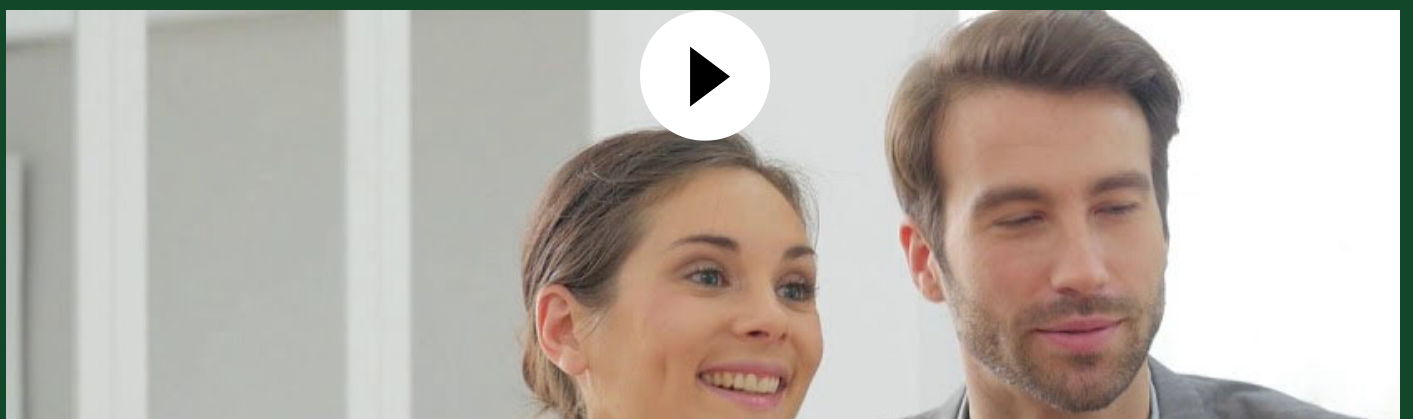
Le notizie e le analisi di settore, i mercati, i punti di vista dei mediatori merceologici.

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

N° 1 - Diffuso il 2 febbraio 2021 (prossimo numero 16 febbraio 2021)

[Iscriviti alla newsletter](#)

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





Bentrovati!

E' con piacere e orgoglio che taglio il nastro di partenza di questa iniziativa promossa dalla Consulta dei Mediatori Merceologici FIMAA di dedicare una Newsletter periodica ai temi di maggior interesse per questo comparto, che è uno dei più rilevanti e strategici per l'intero sistema Paese.

La mediazione merceologica non è soltanto la più antica forma di mediazione, ma è anche quella che non ha confini, avendo indiscutibilmente un respiro internazionale che i componenti la nostra Consulta Mediatori Merceologici e tutti gli associati FIMAA interpretano con attenzione e competenza.

Plaudo quindi a questa iniziativa, che mi auguro possa dar ancor più visibilità e merito al lavoro di tutti i mediatori merceologici associati.

Buon lavoro a tutti.

Il Presidente
Santino Taverna

L'EDITORIALE

*di Stefano Pezzoni

Scrivere l'editoriale del primo numero di una nuova newsletter che si propone di dare voce e visibilità ad una secolare professione, non è impresa da poco. La Federazione Italiana Mediatori Agenti d'Affari, associata a Confcommercio, fin dalla sua costituzione rappresenta i Mediatori merceologici presso le Istituzioni. Ora, con questa iniziativa editoriale, attraverso la Consulta dei Mediatori Merceologici, quale organo tecnico, e il

supporto dell'Ufficio Studi FIMAA, la Federazione **vuole promuovere lo scambio di idee, la conoscenza e la condivisione di argomenti** attinenti al settore merceologico che spaziano dal mondo, all'Italia e ai suoi territori, prodotti ed eccellenze.

La newsletter vuole sollecitare domande e dare suggerimenti, ma soprattutto vuole essere una voce autorevole dei tanti professionisti e delle tante aziende di mediazione che ogni giorno permettono e facilitano importanti scambi economici tra attori e players, italiani e mondiali, del settore agroalimentare, zootecnico e non solo.

Ogni primo e terzo martedì del mese la newsletter commodities presenterà articoli e riflessioni presi, o elaborati, dalla stampa generalista o di settore, che ci si augura possano essere **un prezioso bagaglio culturale e di formazione per i mediatori associati e per quanti approfondendo possano riscoprire la vera utile funzione dei servizi che la mediazione professionale su merci offre ai mercati.**

Si ringraziano tutti coloro che hanno appoggiato e permesso di realizzare questo nuovo progetto e auspichiamo un 2021 pieno di soddisfazioni.

Buona lettura.

* coordinatore Consulta Merceologica FIMAA Italia

MONDO

Cosa aspettarci da Vilsack all'Agricoltura Usa

Joe Biden ha assunto la guida degli Stati Uniti e ben presto dovrà trovare un nuovo equilibrio con il gigante cinese. Il settore agricolo è fra i più importanti perché squilibri possono riflettersi su produttori e consumatori. Favorire i primi a svantaggio dei secondi è pericoloso e per questo l'accordo Phase1, che ha regolato l'import-export dal gennaio 2010, si è rivelato alla fine vantaggioso per Pechino. In questi mesi i produttori statunitensi hanno venduto molto in Cina ma un prezzo che è risultato molto inferiore a quelli attuali. Toccherà ai più stretti collaboratori di Biden trovare una nuova intesa che superi l'accordo esistente.

Il nuovo segretario all'Agricoltura non è un nome nuovo, per otto anni ha deciso le principali scelte delle politiche agricole Usa e continuerà a farlo nei prossimi anni. Tom Vilsack, 70 anni, è uno dei tanti segnali di continuità pre-Trump che il neopresidente Usa, Joe Biden, ha voluto dare all'interno e all'esterno. Vilsack tornerà dove era stato durante la gestione Obama. Conosce bene la materia, conosce le dinamiche e conosce l'Italia. Non solo perché è stato fra gli ospiti di prestigio all'Expo 2015 di Milano.

Con l'ex collega italiano, Maurizio Martina all'Agricoltura dal 2014 al 2018, aveva più volte trattato la tutela delle provenienze geografiche e il contrasto alle contraffazioni dei prodotti europei, Made in Italy compreso. È un politico che conosce l'arte e il valore della trattativa anche quando sono state affrontate negli anni le limitazioni ai prodotti italiani negli Usa. Più negoziato che dazi, utilizzati ampiamente anche nelle scorse settimane dalla gestione Trump. Non ci saranno sconti per l'Europa perché Vilsack si è mosso difendendo innanzitutto i suoi produttori. Del suo lungo mandato con Obama (e quindi con Biden che è stato vicepresidente Usa per gli stessi otto anni) può essere utile ricordare alcuni passaggi che potranno essere

ripresi molto presto, pur in condizioni economiche e internazionali diverse. Era all'Agricoltura quando gli Usa fecero sapere di essere pronti a muoversi contro la decisione Ue di vietare l'ingresso di carni bovine nella Ue per una lunga polemica legata all'utilizzo degli ormoni di crescita rapida proibiti in Europa.

Altra posizione dialettica, ma avendo ben presente gli interessi americani, venne presa nel 2016 sul Transatlantic Treaty of International Partnership (Ttip) che riguardava anche la diffusione di prodotti dall'apparenza italiana (Italian Sounding). "Noi rispettiamo – disse Vilsack – l'idea che i brand, i marchi e le indicazioni che si traducono in un valore di mercato più elevato siano da proteggere. Gli europei vogliono proteggere quel valore aggiunto. La nostra preoccupazione è che per difendere le Igp europee alcuni prodotti americani che vengono commercializzati da decenni con lo stesso nome vengano esclusi dal mercato". Abbandonato dai genitori naturali a Pittsburg e adottato dalla famiglia Vilsack, il politico Usa ha uno stile pragmatico nella comunicazione con produttori e allevatori che hanno già accolto positivamente il suo ritorno al vertice dell'Agricoltura. "Ogni giorno mi inginocchio e recito una preghiera – dichiarò nel 2012 durante una forte siccità – se ne fossi capace farei anche la danza della pioggia". Più che all'Europa dovrà badare nei prossimi anni all'equilibrio con la Cina. La gestione Biden dovrà mostrare di non essere più morbida rispetto a quella del predecessore repubblicano. Anche in questo caso gli analisti prevedono più dialettica ma senza sconti.

Scaramucce commerciali non mancarono durante gli otto anni di mandato. Su mais, grano e riso Vilsack presentò al World Trade Organization (Wto) più ricorsi contro Pechino, accusata di finanziare i coltivatori cinesi con 100 miliardi di dollari per avvantaggiarli nella produzione e iperproduzione di cereali sbarrando la penetrazione dei prodotti Usa e di altri Paesi. Accadeva nel settembre 2016, poco più di quattro anni fa.

Da Mosca tasse e tetto sull'export di cereali

Una delle variabili dei prossimi mesi sarà l'atteggiamento del Governo russo, preoccupato dall'aumento del costo della vita interno che intende contrastare con una politica autarchica. C'è una data importante ed è il 15 febbraio quando potrebbe scattare un tetto di esportazione dei cereali.

Mosca sta valutando fino all'ultimo e nelle intenzioni il tetto massimo di esportazioni verrebbe fissato a 17,5 milioni di tonnellate, cui si aggiunge il disincentivo di ben 50 euro a tonnellata sul grano venduto all'estero.

Scatterà dal 1 marzo ed è doppia rispetto alle ultime stime. Inoltre da metà marzo verrà introdotta una tassazione di 10 euro a tonnellata per l'orzo e di 25 per il mais. Il ministro dell'Economia ha confermato che le misure resteranno in vigore fino al giugno 2021, mentre per la seconda parte dell'anno i disincentivi si muoveranno in forme variabili e non più fisse.

Per la campagna 2020-2021 del grano viene stimato un raccolto di circa 130 milioni di tonnellate. Quindi all'export verrebbe destinato un 7-8% della nuova produzione. Ne 2018-2019 Mosca aveva venduto all'estero 35 milioni di tonnellate di grano per un valore di 20 miliardi di dollari. Nel complesso l'export di cereali aveva raggiunto quota 43 milioni di tonnellate. Poi dopo l'emergere del rischio Covid le vendite all'estero erano ridimensionate per l'emergenza. Cosa sta accadendo al Paese grande produttore ed esportatore?

Innanzitutto i costi della pandemia devono essere sopportati dalle casse pubbliche. Mosca non può restare indietro nella corsa al vaccino e nell'impegnativa campagna di vaccinazione di massa che utilizza lo Sputnik-5 con i relativi costi e le necessità di aggiornamento scientifico. Le spese sanitarie crescono.

Quello che sembra preoccupare, oltre alla pandemia, è il malessere per l'aumento dei prezzi interni in un momento di disoccupazione crescente (6,3% a ottobre) con 20 milioni di cittadini in zona povertà e una diminuzione del 4,3% del reddito reale. Il 2020 si è chiuso con un calo del Pil stimato al 3,9%. Proprio perché le casse sono in difficoltà sembrerebbe più logico aumentare il prezioso export. Al momento non è questa la linea prevalente e il primo ministro Mikhail Mishustin ha chiesto di calmierare i prezzi interni e fa riferimento ai prezzi "socialmente significativi". Non verranno accettati nei prossimi due mesi aumenti superiori al 10%.

Significativo quanto sta accadendo per l'olio di girasole già oggetto di un intervento di controllo dei prezzi e potenzialmente interessato da un tetto massimo di esportazione. Sotto osservazione, per i rischi di impoverimento del potere d'acquisto, è l'intera filiera di consumi di base. Il burro va pagato il 79% in più rispetto a un anno fa, i prezzi dello zucchero sono cresciuti del 71,5 per cento. Nello stesso periodo i prezzi dell'olio di girasole – appunto - sono aumentati del 23,8 per cento, quelli della farina del 12,9% e il costo del pane è salito del 6,3%. Una spirale inflazionistica che non è giustificata da una brillante produzione. Per ora si fissano dei prezzi massimi: un chilo di zucchero non può costare alla popolazione più di 45 rubli (50 centesimi) al dettaglio; il petrolio è fissato a 95-110 rubli (poco più di un euro).

L'intento del Governo è di rafforzare le aziende interne, favorendo prestiti anche per chi produce e lavora farine e pane. Fra gli analisti e osservatori c'è scetticismo sulla linea adottata dal Governo e – con qualche distinguo – dal presidente Vladimir Putin perché la protezione dei produttori interni non spingerebbe le imprese a migliorare i loro processi e anzi potrebbe indurre gli operatori a optare per basse qualità.

EUROPA

Brexit, se la burocrazia è il nuovo dazio

Ora che la Gran Bretagna è più lontana, più autoprotettiva e meno liberal di quanto la sua storia abbia insegnato a tutti, i primi giorni di attività stanno consentendo di prendere le misure con una nuova realtà extra continentale, che potrà anche essere ridimensionata da una Scozia interessata a tornare nella Ue. Si vedrà. Intanto cosa sta accadendo per un'area che rappresenta il 13% circa delle esportazioni Ue verso i Paesi terzi?

Gli autotrasportatori si sono rimessi in movimento e fino al 28 febbraio non vi saranno nuovi dazi almeno per quanto riguarda ciò che è prodotto nei Paesi d'origine. C'è però un dazio non dichiarato e che non entra nelle trattative esplicite ed è il dazio della burocrazia che allunga i tempi e quindi aumenta i costi. Può prendere forme diverse ed interessare formalità doganali o certificazioni e controlli sanitari e fitosanitari. Le esportazioni agroalimentari italiane valgono 3,4 miliardi, prodotti di qualità e per il 30% a indicazione geografica protetta. Soprattutto vini, formaggio (molto richiesto il Grana), pomodoro lavorato, pasta e tanto altro. Per l'Italia il Regno Unito è il quarto miglior cliente dopo Germania, Francia e Stati Uniti. L'intera Ue esporta nell'agroalimentare circa 40 miliardi. Una battaglia burocratica di frontiera danneggerebbe gli scambi e lo stesso timore dovrebbe emergere oltre Manica visto che il 49% delle esportazioni è stato inviato nel Vecchio Continente. Le preoccupazioni sembrano invece minori a Londra perché l'economia ha scelto altri comparti ridimensionando l'agricoltura. Ma mangiare bisogna mangiare e un braccio di ferro sui dazi espliciti e nascosti può far male. Forse più sull'isola che nel continente. Fra le variabili dei prossimi mesi

c'è la comprensibile voglia del Governo di Boris Johnson di avviare e chiudere accordi bilaterali con altri Paesi non Ue per mettere in concorrenza più esportatori e cercare alleanze diplomatiche e commerciali con aree diverse. Non sarà facile proporre ai consumatori britannici prodotti di minor qualità e personalità, meno controllati lungo la filiera, apprezzati negli anni. C'è però una variabile prezzo per favorire altre produzioni e altre politiche commerciali nazionali. Più che i dazi, che come si è sempre visto attirano contro-dazi, la nuova libertà d'azione britannica potrebbe agire sui meno vistosi vincoli burocratici.

Il Governo italiano e i Governi europei stanno cercando contromisure per questi mesi e per eventuali ostacoli alla circolazione dei prodotti. Si punta a produrre delle "buste doganali" con le documentazioni necessarie che riducano il rischio di blocchi burocratici sulla linea di frontiera. Cosa significa?

Che, a partire dai più vicini Francia e Belgio, si stanno creando delle documentazioni di movimenti logistici prodotti all'interno del Paese esportatore, negli uffici territoriali delle Dogane o addirittura all'interno delle aziende esportatrici. "Consentiamo – ha spiegato il direttore generale dell'Agenzia Dogane e Monopoli - le attività doganali in qualsiasi punto del nostro Paese. In pratica, un'impresa manifatturiera che lavora in export, nei suoi rapporti con il Regno Unito potrà adempiere alle formalità doganali presso l'ufficio più vicino o addirittura presso i propri stabilimenti produttivi. In questo modo tuteliamo anche il sistema Italia". L'Agenzia si tiene pronta ad altre modifiche qualora i prossimi mesi mostrassero ostacoli alle attività di export e aggravati per operatori e consumatori. Intanto fino al 28 febbraio potete trovare le regole e relative [Faq](#).

ITALIA

CONSUMI ALIMENTARI

I consumi domestici delle famiglie italiane

Spesa dei primi nove mesi del 2020 a +7% su base annua +7% la crescita su base annua della spesa domestica nei primi nove mesi del 2020 Crescite a doppia cifra nei mesi di aprile e maggio Dopo il +9,3% del primo semestre 2020 la spesa domestica delle famiglie italiane per prodotti alimentari continua a mantenersi in terreno positivo anche nel terzo trimestre, portando l'incremento complessivo dei primi 9 mesi a +7% su base annua.

Durante i mesi estivi, il parziale ritorno alla normalità e un certo ritorno ai canali Horeca avevano leggermente smorzato la spinta ai consumi in casa; si è comunque registrato un +3% della spesa presso la distribuzione rispetto all'estate precedente. Le nuove restrizioni di settembre e i nuovi lockdown, sebbene parziali e differenziati a livello territoriale, nonché la nuova serrata dei canali Horeca, lasciano prevedere, per i prossimi mesi, nuovi incrementi che porteranno il 2020 al livello record di spesa domestica degli ultimi 10 anni.

[Rapporto Ismea](#)

In vista una nuova domanda per gli scarti di riso

Quanto possa crescere l'interesse per la componente non alimentare del riso è una questione molto rilevante per gli imprenditori di settore. Poter dare un valore economico maggiore a lolla, paglia e pula aumenta le prospettive di rendimento della produzione e la capacità di programmare nuovi investimenti. Per il ruolo italiano nella produzione europea (dove ha una quota di mercato del 50%) e mondiale è fondamentale riuscire a creare un crescente mercato degli scarti, che già ora incorpora vantaggi di miglior smaltimento e sarà nei prossimi anni – per valori ora difficili da stimare – un consistente introito aggiuntivo. Più o meno rilevante lo si vedrà. Il contesto è favorevole e risponde alla maggior sensibilità diffusa per tutto ciò che può diventare stabile economia circolare, riutilizzo dei materiali e minor utilizzo delle risorse collettive. In giro per l'Italia e nel mondo

aziende mature e startup stanno indicando i possibili utilizzi per la bio-edilizia, bio-energia, prodotti biodegradabili per giardinaggio e animali domestici, componenti auto, abbigliamento e tutto quanto la ricerca e la progettualità sapranno esprimere.

Quale terzo cereale più diffuso (la stima 2020 è di 508 milioni di tonnellate di produzione) è doveroso uno sforzo per trovare una destinazione ecologica e anche economica a circa 100 milioni di tonnellate di residui di lavorazione. Materiale che non si può bruciare e neppure utilizzare come mangime. L'utilizzo come concime potrebbe risultare non efficiente se si creerà una buona richiesta di scarti di trebbiatura. La pula prodotta dalla sbiancatura ha ancora aperta la strada alimentare ma si tratta – nel dato medio - di 70 chili per tonnellata di riso.

Forse più promettente – sulla carta appare il più studiato – è l'utilizzo di paglia (1,35 tonnellate) e di lolla (200 kg) che restano la parte più consistente dei residui di lavorazione. La paglia piace all'eco-edilizia per i pannelli mischiati con altri elementi di origine vegetale o animale. Anche la lolla può risultare attrattiva per l'edilizia e sta interessando un comparto potente come l'automotive. Soprattutto Seat, ma anche altri, sta sperimentando componenti per abitacolo per sostituire plastiche a base di petrolio con il vantaggio non solo ecologico del minor peso. Operatori grandi e piccoli sono in movimento da anni, con il contributo di Università e fondi per la ricerca. In pieno Biellese ha già prodotto edifici la RiceHouse (uscita dalla selezione di Intesa Sanpaolo e partecipata da Riso Gallo).

RiceRes in collaborazione con la Fondazione Cariplo e Università di Milano e Pavia) studia i migliori utilizzi. Altre collaborazioni privato-pubblico, con l'innovazione di startup dedicate, non potranno che aprire nuove strade e aumentare la domanda di quelli che non saranno più scarti. Il progressivo utilizzo darà maggior spessore agli scambi fissando prezzi indicativi per tutte le componenti collegate alla produzione di riso. I prezzi finora rilevati dalle Borse merci potrebbero sottostimare la domanda di nuovi e a oggi imprevedibili utilizzatori.

CUN GRANO DURO, DOVE ERAVAMO RIMASTI?

Nel luglio 2019, insieme a Confcommercio e alla Compag, la FIMAA partecipò al Gruppo Commissione Sperimentale prezzo indicativo grano duro, un tavolo tecnico riunitosi al Mipaaf per l'istituzione della Cun sperimentale grano duro. In quell'occasione Fimaa per voce dei suoi rappresentanti, esprime un parere negativo sull'impianto normativo in essere e in discussione.

Segnalò fra l'altro la preoccupazione sulla rappresentanza dei componenti la Cun, rivendicando eventualmente il beneficio che un inserimento del comparto della mediazione (attualmente escluso) avrebbe potuto dare.

Successivamente in una audizione al Senato del 4/2/20, anche l'Autorità Garante della concorrenza e del mercato fece interessanti rilievi e questioni, indicando la struttura delle Cun molto problematica e eventualmente accettabile solo in una soluzione transitoria.

E' notizia che per il 3 febbraio il Ministero ha convocato solo due attori: le associazioni agricole e l'associazione Italmopa in rappresentanza dell'industria molitoria.

Novità all'orizzonte? Staremo con occhi aperti e orecchie tese, FIMAA Commodities seguirà le evoluzioni.

- Il punto di vista - Risone

Dopo i primi quattro mesi di commercializzazione della campagna 2020/2021 del risone si possono fare le prime considerazioni di come si è articolata la campagna risicola e cosa ci si può aspettare per i prossimi tre mesi, Covid permettendo.

Prendendo a riferimento i principali comparti delle varietà di riso grezzo (risone), ovvero i macro gruppi nei quali rientrano tutte le varietà di riso italiano: il gruppo dei risi utilizzati dal mercato interno per la cucina tradizionale di risotti e piatti tipici italiani (Carnaroli, Arborio, Roma, per intendersi) ha avuto un forte incremento di prezzo rispetto all'inizio della scorsa campagna nel settembre 2019 ma sostanzialmente resta in linea con i prezzi raggiunti post primo lockdown. Le scorte non sono abbondanti e pertanto almeno per i prossimi tre mesi non dovrebbero prefigurarsi cambiamenti repentini in quanto l'assorbimento è limitato al consumo domestico, mancando pressoché tutta la ristorazione e le grandi mense scolastiche ed aziendali.

Il gruppo ribe e risi da parboiled è il gruppo che ha maggior disponibilità di prodotto e minor consumo e subisce la situazione sanitaria quanto il gruppo dei risi da risotti.

Gruppo indica ora in aumento nelle quotazioni e molto richiesto poiché gli arrivi di merce estera sono rallentati dai problemi di logistica nonostante i prezzi molto più competitivi rispetto al prodotto italiano.

Gruppo risi tondi, tra alti e bassi, con varietà a volte cercate e in aumento di prezzo ma subito dopo riflessive a causa dell'assenza di trattative per l'alto prezzo raggiunto.

In generale la situazione è abbastanza soddisfacente, in controtendenza ad altri settori invece in crisi nera, e si presume di arrivare a Settembre 2021 con scorte in linea con gli anni passati.

La professione - nostra lettera a LaVerità

Pubblichiamo la lettera che Simone Ruffato, responsabile organizzativo della Consulta dei Mediatori Merceologici FIMAA, ha inviato a Fabio Amendolara, giornalista del quotidiano La Verità, e al suo

direttore Maurizio Belpietro, in risposta all'articolo "La bella vita grazie alle mascherine: i mediatori comprano case e yacht" apparso lo scorso 15 gennaio.

Gentile Fabio Amendolara e Gentile Direttore Maurizio Belpietro,

leggo con un certo sconforto l'articolo pubblicato in data 15/01/2021 riguardante i guadagni, di certi sedicenti mediatori, generati grazie alle forniture di mascherine della primavera scorsa.

In veste di cittadino, vi è l'amarezza di come vi sia stata, con la partecipazione degli organi statali, una tale impreparazione ed improvvisazione commerciale, affidando a poche persone amiche, il compito di fornire ciò che un sistema pubblico avrebbe dovuto fare in maniera autonoma, più efficiente e trasparente.

L'amarezza è tanta, ma non è questo il punto.

In veste di mediatore merceologico, e responsabile organizzativo della consulta dei mediatori merceologici FIMAA, rimango ancora più esterrefatto dalla scelta del titolo dell'articolo. Mi spiego.

Il mediatore, o broker per chi meglio capisce l'inglese, è una figura ben definita in ambito giuridico. Testualmente il mediatore è colui che mette in relazione due o più parti per la conclusione di un affare, senza essere legato ad esse da alcun rapporto giuridico.

Tutto ciò farebbe pensare che chiunque abbia delle conoscenze da mettere in contatto per fare degli affari, possa definirsi mediatore.

Nella realtà, la legge 39/89 indica ed obbliga un percorso alla professione per l'aspirante broker, fatto di studio della materia di competenza, esame finale per l'abilitazione, assicurazione del proprio operato.

E' necessario inoltre scegliere un indirizzo preciso tra quelli esistenti (immobiliare, merceologico, servizi vari), e nel caso del mediatore merceologico, scegliere un ambito ancor più ristretto (come per esempio, cereali, olio di oliva, frutta e verdura etc..).

Leggendo il suo articolo, mi sembra evidente che le persone menzionate non siano dei professionisti della fornitura di mascherine, né tanto meno di articoli medicali, né ancor più mediatori di alcun che.

A questo punto la domanda sorge spontanea: non era forse il caso definirli faccendieri e non mediatori i protagonisti del suo articolo?

Se fossero stati dei medici senza titolo, senza laurea e senza professione, li avrebbe definiti medici lo stesso?

Tengo a precisare che nel nostro settore c'è solo un modo per guadagnare, come per qualsiasi altro settore: ed è fatto di duro lavoro quotidiano, costante crescita professionale, amore per quello che si fa.

Mi dispiace, ma definire mediatori coloro che operano grazie esclusivamente a conoscenze e rapporti privilegiati non ha alcuna attinenza con la realtà.

Un cordiale saluto,

Simone Ruffato

Mediatore merceologico

Responsabile organizzativo della Consulta dei Mediatori Merceologici FIMAA

Legge di Bilancio 2021

*Monitoraggio delle produzioni cerealicole
nuovi obblighi*

In commissione Bilancio, nell'ambito della discussione sulla manovra a Montecitorio, è stata approvata un'importante novità per la filiera cerealicola. Allo scopo di consentire un accurato monitoraggio delle produzioni cerealicole presenti sul territorio nazionale, chiunque detenga cereali e farine di cereali è tenuto a registrare tutte le operazioni di carico e scarico, se la quantità del singolo prodotto supera le cinque tonnellate annue, in un apposito registro telematico istituito sul Sian, il portale del ministero delle Politiche agricole, alimentari e forestali.

Le operazioni di carico e scarico per vendita o trasformazione di cereali e sfarinati a base di cereali, di provenienza nazionale e unionale ovvero importate da Paesi terzi, devono essere registrati sul Sian entro sette giorni lavorativi. Per il conseguimento di questo obiettivo viene stanziato un milione di Euro e sono contemplate, sin da ora, le eventuali sanzioni da comminare tramite Icqrf, l'ispettorato repressione frodi.

Roma, 21/12/2020

EFA News - European Food Agency

- Se ve li siete persi -

- [Associazione Nazionale Cerealisti](#) -

- [Ismea](#) -

- [Il Sole 24 Ore](#) -

Alcuni link che possono essere utili:

<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/>

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 meteorologiche; 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>

