

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° 18 - Diffuso il 16 novembre 2021 (prossimo numero 7 dicembre 2021)

[Iscriviti alla newsletter](#)

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

*Scrivi alla redazione [merceologici@fimaa.it](mailto:merceologici@fimaa.it)*



L'EDITORIALE

\*di Stefano Pezzoni

**Il Mediatore carburante del sistema?**

Talvolta mi capita di pensare come l'attività del mediatore sia imprevedibile e raggiunga obiettivi molto importanti, anche in relazione al benessere dell'ambiente. Il pensiero corre infatti verso il settore bioenergetico o delle biomasse, relativamente nuovo e che, proprio grazie all'attività mediatrice, è riuscito a trovare sviluppo e sostentamento. A cosa ci si riferisce quando si parla di biomasse e biodigestori?

I biodigestori sono impianti che sfruttano i processi di degradazione microbica della sostanza organica in ambiente privo di ossigeno. I batteri che operano questa degradazione sono detti "metanigeni" e come sottoprodotto del proprio metabolismo espellono metano. Questo viene messo in grandi motori termici che convertono le calorie del metano in elettricità.

A seguito di purificazioni successive si può anche ottenere il cosiddetto biometano utilizzabile tal quale nella rete nazionale del gas in luogo di quello derivato da estrazioni dal sottosuolo. I batteri metanigeni vanno però nutriti. Nei digestori vengono quindi immessi elementi vegetali, sottoprodotti di produzione zootecnica e industriale, deiezioni degli allevamenti o residui di produzione delle industrie agroalimentari ( es. bucce, torsoli ), frazioni umide di rifiuti solidi urbani.

A sviluppare progetti, contratti, usi e consuetudini, rapporti duraturi di filiera, in principal modo sono stati i mediatori in merci, unici in grado di muoversi a 360° gradi sui mercati di produzione e commercializzazione, capaci di colloquiare tra vari settori che senza di essi avrebbero avuto ben poche possibilità di trovarsi. In Italia sono operativi circa 3000 impianti di biogas (di questi più di 1600 in ambito agricolo) e la produzione di energia pulita è davvero interessante, soprattutto alla luce delle recenti problematiche di approvvigionamento da stati esteri.

*\*coordinatore Consulta merceologica Fimaa*

## MONDO

### Il riso che resiste e cambia, se ne è parlato a Cop26

Usare l'energia solare per dare energia all'irrigazione invece che il diesel, controllare l'espansione delle zone salinizzate dal mare, scoprire colture più resistenti alla siccità, favorire il buon uso delle acque sotterranee, più pacciamatura e meno aratura. Ai lavori di Cop26, il mega incontro di queste settimane a Glasgow, si è parlato anche di un nuovo modo di produrre il riso, nelle sue diverse tipologie e tecniche di produzione.

Lo sconvolgimento climatico mette in difficoltà soprattutto le aree asiatiche dove il riso è prima risorsa, per i consumi interni e per l'export. Una transizione verso il "climate-smart" che tocca Paesi come l'India, che non a caso sta spingendo la varietà Sahbhagi Dhan tollerante la siccità, altre mecoregioni asiatiche e alcuni siti africani. Il surriscaldamento planetario ha provocato fenomeni estremi: inondazioni su larga scala si stanno verificando con maggiore frequenza nell'Asia meridionale, le popolazioni che vivono in vaste cinture agricole all'interno dei bacini fluviali dell'Indo, del Gange e del Brahmaputra-Meghna sono le più colpite. Per non abbandonare i territori di tradizione agricola, i produttori stanno adottando nuove varietà in grado di reggere le inondazioni e fra questi il Swarna-Sub1, tollerante alla totale sommersione.

Un lavoro scientifico di adattamento che interessa anche l'Europa dove l'Italia, lo ricordiamo, è il primo produttore europeo. Non a caso Riso Gallo ha presentato agli ospiti dei lavori la "Carta del Riso", l'accordo tra la società e i suoi partner per rispettare le pratiche sostenibili ed ecologiche, a vantaggio dei territori e

delle comunità che abitano e lavorano nelle risaie. Nonostante un certo calo dei volumi (anche italiani), i terreni a risaia rimangono fondamentali nella storia dell'alimentazione mondiale.

**Ma quanto vale oggi in Italia un terreno utilizzato a risaia? Nella nostra rubrica "Se ve li siete persi" (in fondo alla newsletter) vi proponiamo un interessante report.**

## EUROPA

### I Piani nazionali e la nuova Pac, come si misura il rispetto dei criteri?

Manca meno di un mese per consegnare, i tempi stringono per mettere a punto i contenuti dei piani strategici nazionali che daranno corpo e sfumature alla nuova Pac. Il piano italiano, così come le altre scelte nazionali, dovrà rispondere al progetto decennale Ue "Farm to Fork" che fissa obiettivi alti, una transizione verso un'agricoltura diversa secondo criteri fissati a giugno dalla Commissione. Tutta la filiera è interessata.

Come è noto è la prima volta che l'Unione Europea cerca di dare unitarietà a tutti gli attori della filiera, a tutti i Paesi impegnati nella produzione, trasformazione e distribuzione. Per questo il ritardo italiano (altri Paesi competitor hanno definito le loro scelte) rischia di schiacciare in poche settimane il confronto con le imprese e le loro associazioni. In linea di principio, l'obiettivo europeo è quello di tenere insieme tutte le tipologie di attività, per dimensioni e comparto.

Nella pratica ogni scelta porterà a una modifica dell'attuale architettura del settore agricolo. Per i soggetti più fragili la via d'uscita è quella di un maggior ruolo nella salvaguardia del territorio e dell'ambiente, della biodiversità e della salute, dell'innovazione di nicchia. E' evidente che la Pac italiana verrà presentata e gli incontri sono frequenti al Mipaaf; il suo punto di forza sarà la difesa dei prodotti di origine geografica e della storia nutrizionale della Penisola. E altro ancora. Ma resta da capire come le "letture" nazionali verranno giudicate compatibili con il progetto europeo. Sui criteri di eventuale bocciatura la partita è ancora aperta.

## ITALIA

### Costi aggiuntivi, le frizioni di filiera

*di Ervin Mosca\**

L'aumento dei costi dei materiali da confezionamento utilizzati nel settore agroalimentare è da mesi al centro dell'attenzione. Dopo un primo periodo di naturale monitoraggio ed assestamento emergono oggi nella loro chiarezza le criticità causate da tale emergenza al processo produttivo e distributivo.

Le filiere agroalimentari si sono sempre rette su delicati equilibri dove i soggetti partecipi trasferiscono gradualmente i costi allo step successivo. Il repentino ed inaspettato, almeno nella dimensione, aumento delle materie prime e dell'energia ha portato ad una "perturbazione ciclonica" nel sistema con la conseguenza immediata di un'incrinatura dell'equilibrio. È emersa la grave difficoltà da parte di molti soggetti componenti la filiera di trasmettere alla clientela acquirente i maggiori costi sostenuti, evidenziando la presenza di fatto di parti deboli e di parti dominanti.

Non è proprio una novità, ma da tempo non si verificava una refrattarietà così diffusa alla normale contribuzione delle parti nello spalmare costi puri e incontrollabili. Tutte le aziende serie hanno in questi ultimi anni migliorato il controllo di gestione, portando ad una quantificazione costante delle spese, ma oggi il fattore "X" ha innestato ciò che si può definire come una nuova voce nei bilanci: il costo temporaneo non trasferibile.

Lascio agli esperti contabili il conio di un termine tecnico adeguato. Le cause della difficoltà di assorbimento sono note: contratti già definiti e non negoziabili, limiti psicologici dei prezzi al dettaglio, pianificazione con largo anticipo delle promozioni, scontistica elevata. La situazione va valutata sicuramente da entrambi i lati e in questo la nostra professione di mediatori aiuta ad avere un quadro imparziale della situazione, ma è innegabile che in un contesto simile si registrano più frizioni nel trovare un punto di incontro tra le esigenze di produzione e distribuzione. Sullo sfondo resta il rischio di un'escalation viziosa dell'inflazione, non mitigato da un adeguato aumento dei redditi e del potere d'acquisto. Come ben si sa il risultato potrebbe essere un calo dei consumi che alla filiera non gioverebbe sicuramente. Soluzioni a breve non se ne intravedono, se non una revisione sostanziale delle tassazioni e delle aliquote iva, ma questa è materia finanziaria, non materia prima.

*\*mediatore merceologico*

---

## **Manovra di bilancio, le buone notizie per l'agricoltura**

*di Viviana Bardella\**

Arrivano buone notizie per il settore agricoltura dalla bozza della prossima manovra finanziaria, la prima dell'era Draghi, che verrà discussa a breve in Parlamento; pur considerando che l'iter non sarà breve e neppure facile, le agevolazioni per gli agricoltori potrebbero essere molte ed interessanti: è previsto infatti uno stanziamento di 450 milioni di euro, oltre il 50% in più rispetto al passato, oltre ad importanti misure fiscali e per le filiere e gli investimenti.

Tra gli interventi più significativi, la conferma dell'esenzione Irpef sui redditi agrari e dominicali e delle percentuali di compensazione IVA nel settore zootecnico, oltre alla decontribuzione per nuovi imprenditori agricoli under 40.

E' poi previsto anche il rifinanziamento del fondo filiere, con 130 mln di euro tra il 2022 e il 2023 e il finanziamento dei distretti del cibo (110 mln). In considerazione dei gravi danni causati all'agricoltura da eventi climatici estremi sempre più frequenti, dovrebbe essere istituito un fondo di mutualizzazione per ampliare il ventaglio di strumenti di gestione del rischio a disposizione delle imprese agricole. La bozza di manovra finanziaria propone inoltre la proroga credito d'imposta per investimenti in beni strumentali e il rifinanziamento della Nuova Sabatini che agevola il ricorso al credito da parte delle imprese.

Un altro risparmio per le aziende dovrebbe essere rappresentato dalla proroga di un anno dell'entrata in vigore della sugar e della plastic tax, anche se il comparto agroalimentare si augura che queste imposte vengano definitivamente abolite. Ultimi ma non ultimi, la bozza prevedrebbe la creazione di un fondo di 15 mln di euro per sostenere la ricerca di metodi per contrastare la diffusione di specie aliene invasive, come la cimice asiatica e 60 mln per l'attuazione della strategia forestale.

Se Coldiretti plaude alle scelte effettuate da questo governo in materia di agricoltura, c'è chi come il CAF-

CIA, il centro di Assistenza Fiscale della Confederazione Italiana Agricoltori, lamenta la mancata attenzione al problema del reddito di cittadinanza che, così com'è impostato, porta via manodopera al lavoro della terra.

*\*mediatore merceologico*

---

## Cosa hanno mangiato e cosa mangeranno gli italiani

Come è avvenuto anche in passato con la progressiva urbanizzazione e poi con nuclei familiari divenuti più piccoli, i consumi alimentari degli italiani stanno cambiando e seguono alcune tendenze internazionali. Si sintetizza questa evoluzione con la formula "tavole più green", intendendo una preferenza per verdura e frutta, sia fresche che congelate. Tiene la pasta, la carne piace nella versione "ready to cook" e anche il pesce. Hanno più problemi i latticini. Il pane fresco subisce una riduzione a vantaggio di sostitutivi confezionati.

La pandemia ha cambiato il luogo del consumo che è ancor più la casa. Qualche dato: nel 2020 i consumi alimentari tra le mura domestiche sono cresciuti di quasi tre miliardi, mentre la ristorazione, alberghi compresi, ne ha persi circa 30. Si è mangiato soprattutto ciò che si è acquistato e cucinato. O si è acquistato il cucinato da altri e consegnato a casa. Lo smart working ha escluso le proposte delle mense. In un modo o nell'altro si è deciso cosa mangiare senza vagliare proposte alternative, come avviene fuori casa. E questo è un primo elemento di riflessione.

Nomisma e Crif hanno registrato un maggior consumo di frutta e verdura durante il blocco obbligato con un +24% della frutta e un +13% della verdura. Il consumo annuo pro-capite è stimato in 160 chilogrammi. Più componenti stanno premendo sul consumo di carne che tiene nella versione di immediata cottura. Il pane fresco perde consumatori a vantaggio dei sostituti con durate più lunghe. Il 2021 ha confermato la tendenza ad acquistare prodotti a base vegetale (+3,1% nel semestre) e il rapporto Coop 2021 misura in 22 milioni gli italiani orientati verso consumi all'insegna della sostenibilità. In questa tendenza rientra anche la crescita dei surgelati, dove spicca il +24% dei vegetali surgelati.

Le tendenze in corso non escludono frenate come hanno registrato le elaborazioni Ismea. Nel complesso la spesa alimentare degli italiani è cresciuta ancora, fra gennaio e giugno 2021, dello 0,1 per cento. Probabilmente con la fine della pandemia riprenderà peso il segmento Horeca e tutta la ristorazione collettiva, tornando a canali di offerta che promuoveranno un paniere di prodotti più diversificato.

---

## Esportare i nostri prodotti all'estero. Anche con Amazon

*\*di Viviana Bardella*

La globalizzazione amplia le prospettive di chi vuole vendere i propri prodotti anche oltre confine, ma genera purtroppo anche inconvenienti: primo fra tutti, la concorrenza di operatori stranieri, che non sempre rispettano i limiti di correttezza. Il Governo italiano sembra aver recepito la richiesta di aiuto del mondo della produzione e si è attivato per promuovere interventi in aiuto e a difesa del Made in Italy.

Meritano di essere citati un paio: il primo è "Smart Export", un progetto di formazione online altamente innovativo, partito lo scorso marzo, rivolto in particolare alle piccole imprese interessate ad espandersi nei

mercati esteri e ai liberi professionisti e consulenti d'impresa che operano a sostegno dei processi di export delle imprese stesse. Il corso nasce dalla collaborazione tra Ministero degli Affari Esteri e della Cooperazione Internazionale; ICE-Agenzia per la promozione all'estero e l'internazionalizzazione delle imprese italiane e Conferenza dei Rettori delle Università italiane e ha l'obiettivo di favorire il processo di internazionalizzazione delle micro-piccole e medie imprese italiane fornendo le competenze digitali e manageriali necessarie ad affrontare con successo i mercati esteri.

I percorsi di formazione sono erogati Da Agenzia ICE e da cinque Università e Business School italiane : Bologna Business School, Federica Web Learning – Università di Napoli Federico II, Luiss Business School, MIP Politecnico di Milano Graduate School of Business e SDA Bocconi School of Management. Il secondo intervento a sostegno del nostro export è il Memorandum d'Intesa che l'Italia, e precisamente il Ministro delle Politiche Agricole Patuanelli, ha sottoscritto con Amazon per proteggere i marchi di origine, tutelare i consumatori e prevenire la contraffazione alimentare.

E' il primo accordo al mondo che Amazon stipula con un governo per tutelare le eccellenze enogastronomiche e assume un importante significato: la volontà da parte del colosso delle vendite digitali di supportare in particolare le piccole imprese e di aumentare la tutela online dei prodotti italiani che vantano le certificazioni di Denominazione di Origine Protetta e di Indicazione Geografica Protetta.

*\*mediatore merceologico*

---

## Come 15 video promuovono prodotti e agricoltura ligure

*\*di Viviana Bardella*

Confagricoltura Liguria, tramite il PSR (Programma di sviluppo rurale), ha realizzato 15 video promozionali mirati a valorizzare il territorio ligure e a promuovere i prodotti della regione. L'obiettivo è duplice: da un lato far conoscere, attraverso il web e in particolare i social, le eccellenze della regione; dall'altro raccontare le opportunità che il PSR può offrire al mondo agricolo e rurale della Liguria, promuovendo non solo le eccellenze enogastronomiche, ma anche l'agriturismo inteso come scoperta del territorio e dei suoi prodotti nello stesso tempo. Ogni video dura un minuto ed è dedicato ad un tema specifico: agriturismo, food, olio, orti, pesto, vino e così via.

Ognuno raccontato attraverso immagini spettacolari e dettagli di lavoro quotidiano. A questi si aggiungono tre filmati di maggior durata, concentrati su tre temi specifici: "flowers and plants", "food and beverage" e "Liguria tra terra e mare": in questo caso le immagini sono accompagnate da una base musicale e da una voce narrante che recita poesie di Cardarelli, Tagore, e Neruda e proposti in diverse lingue.

*"La ricchezza produttiva ed enogastronomica della nostra regione è uno dei suoi naturali punti di forza – spiega il presidente di Regione Liguria Giovanni Toti. – "Queste immagini raccontano alla perfezione il messaggio di una Liguria come terra unica, fatta di città, mare ovviamente, montagna, produzioni ricercate, di assoluta eccellenza, limitate a livello quantitativo e per questo ancora più pregiate, da provare direttamente sul territorio".*

Secondo l'assessore regionale all'Agricoltura Alessandro Piana è il momento della ripartenza per tutto l'agroalimentare italiano e per questo bisogna investire sul settore primario e ad accompagnarlo verso il futuro con il nuovo PSR, sfruttando tutte le opportunità che le nuove tecnologia ci mettono a disposizione.

## - Il settore olio d'oliva -

### I prezzi potranno crescere se i costi esterni non fermeranno i consumi

*\*di Adriano Caramia*

La campagna olivicola è iniziata in tutto il bacino mediterraneo, seppure con diverse intensità a seconda delle varie zone di produzione.

Alcune aree tradizionalmente anticipatorie hanno inaugurato la stagione sin dagli inizi di ottobre: Agioi Apostoli nella Laconia in Grecia, la Sicilia in Italia, l'Alentejo nel Portogallo. Qualità attese e pregiate, che infiammano le quotazioni dei cosiddetti novelli. Hanno prezzi che si discostano molto dai valori successivi di mercato (ad esempio, le prime autobotti di Agioi Apostoli sono state quotate a 4,20 euro partenza per kilo ed oggi la stessa provenienza è stata contrattata a 3,50 euro), ma come si suol dire, aprono le danze.

Ovviamente tutti gli sguardi sono rivolti a quanto succede negli uliveti e nei frantoi spagnoli: il paese iberico, a grandi linee, fornisce quasi la metà della produzione mondiale di olio di oliva. Quest'anno la disponibilità di scorte a fine campagna è, in tutta Europa, inferiore a quella media degli anni passati e, soprattutto, si affronta una raccolta nella quale non si attendono grandi performance dei singoli paesi. Solo il Portogallo, con una stima prevista di 150.000 tonnellate, aumenta del 50% circa la produzione precedente. Per il resto si temono percentuali di calo di diversa entità.

La prima stima ufficiale della Giunta dell'Andalusia prevedeva un quantitativo di circa 1.300.000 tonnellate per tutta la Spagna: ma sono numeri elaborati a settembre, mentre un autunno particolarmente siccitoso e caldo ha esteso gli effetti di un'estate altrettanto ingenerosa sulle piantagioni: i produttori andalusi hanno chiesto la revisione attualizzata delle previsioni, tenendo conto dell'aggravamento dello stress idrico degli alberi (specie i non irrigui). Hanno sottolineato che ottimistiche anticipazioni possono aver influito negativamente sui prezzi.

E' d'altra parte vero che agli inizi di novembre alcune precipitazioni hanno alleviato la sete dei terreni nel sud della Spagna, ma sono occorse con difforme intensità. Inoltre bisognerà verificare quale beneficio hanno potuto recare alla inolizione, ovvero il processo durante il quale nell'oliva si forma la componente lipidica.

Piogge tardive, che comunque sono di giovamento indiscusso all'albero, aumentano il volume dell'oliva ma non apportano ulteriore olio. Una costante in tutte le aree produttive è, a tutt'oggi, la temperatura alta durante le ore diurne. Questo fattore incide negativamente sulle qualità ottenute. Infatti i primi campioni di merce che hanno affollato i laboratori e i panel di assaggio delle aziende compratrici non sono stati particolarmente apprezzati. Anche le acidità sono superiori alle aspettative. Un abbassamento del termometro migliorerà la situazione.

Un altro fattore importante è quello della resa in olio delle olive. L'anno scorso i rendimenti percentuali sono stati bassi dappertutto. Quest'anno sembrano cresciuti anche se non ai livelli delle annate migliori. E non può essere diversamente da ciò, considerata la scarsa pluviometria generale (ad eccezione del Portogallo).

In Italia la campagna è disomogenea: il Sud recupera rispetto all'anno scorso, con carichi in Puglia (escluso il Salento flagellato dalla tristemente famosa Xylella). Situazione inversa nel centro e nel nord, ove le riduzioni

sono consistenti. La secca estate ha evitato, in massima parte, il formarsi delle larve della mosca olearia. Il frutto è, come si suol dire, sano.

Occorrerà verificare gli effetti della prolungata assenza di piogge e quanto ciò abbia potuto influire riguardo le caratteristiche finali, sia chimiche che organolettiche, dell'oro verde nostrano. Gli ultimi dati comunicati in via ufficiosa dal Ministero dell'Agricoltura spagnolo riguardo la situazione dei flussi di vendita e delle giacenze confermano un calo delle uscite per il mese di ottobre, a seguito però di una annata record. Nella campagna olearia conclusasi ufficialmente il 30 settembre, la Spagna ha commercializzato 1.641.300 tonnellate, a fronte di una produzione di 1.390.000 tonnellate ed importazioni di circa 185.000 tonnellate. Un saldo negativo di 66.300 tonnellate che è andato ad erodere le scorte iniziali (cifre approssimative).

Uno scenario di previsioni di raccolta limitate, congiunto alle giacenze in calo, farebbe prevedere una stabilità (almeno) dei listini. Quello che nelle ultime settimane registrano i mercati è invece un calo delle quotazioni. Qui si inserisce una variabile determinata dal paventata riduzione dei consumi. Se i prezzi di tutte le commodities sono in forsennato aumento, il comparto oleario teme che l'aumento delle componenti accessorie (costi di irrigazione, energia, noli, plastica, vetro, carta, fertilizzanti, manodopera, ecc.) possa rendere meno appetibile l'olio di oliva sugli scaffali dei supermercati nazionali ed esteri.

Riteniamo che il prezzo di questo bene prezioso non debba essere ulteriormente mortificato e che possibili rimbalzi si potranno verificare quando, fra qualche settimana, ci si renderà conto che questa non sarà una campagna la quale potrà agevolmente soddisfare, in termini quantitativi, le necessità complessive di merce.

*\*mediatore merceologico*

- Se ve li siete persi -

- [Riso italiano](#) -

- [Assosementi](#) -

- [La Stampa](#) -

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](#)

[Fimaa Commodities n.16 19.10.2021](#)

[Fimaa Commodities n.17 2.11.2021](#)

---

## Alcuni link che possono essere utili

[www.agea.gov.it](http://www.agea.gov.it)

[www.ismea.it](http://www.ismea.it)

[www.enterisi.it](http://www.enterisi.it)

[www.mise.gov.it](http://www.mise.gov.it)

[www.granariamilano.org](http://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.senato.it/3584?shadow_organo=1180009)

[https://www.camera.it/leg18/1099?shadow\\_organo\\_parlamentare=2813](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 Concommercio-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>

