

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° 30 - Diffuso 24 maggio 2022 (prossimo numero 7 giugno 2022)

[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*

Oli di oliva, perchè la Ue ha sempre troppo fretta di scrivere

In questi giorni si è diffusa una notizia nel settore degli oli di oliva che ha enormemente preoccupato tutti gli operatori.

Un documento della Commissione Europea (Standing Committee on Plants, Animals, Foods and Feed - Section Novel Food and Toxicological Safety of the Food Chain 21/04/2022) ha definito i nuovi limiti per la presenza di Mineral Oil Hydrocarbons (MOHs) e Mineral Oil Aromatic Hydrocarbons (MOAH).

La preoccupazione è che i limiti sono ritenuti molto bassi e di fatto escluderebbero dalla commercializzazione molti degli oli oggi sul mercato (segnatamente oli di sansa di oliva, ma senza risparmiare altri oli anche di semi). La Commissione raccomanda sia in procedura di autocontrollo che in procedura di ispezione degli organi preposti, il ritiro dal commercio dei prodotti irregolari; inoltre ha spiegato che la nuova norma sarà applicabile dal momento della pubblicazione del verbale della riunione del SC PAFF del 21 aprile 2022.

Non vogliamo scendere nelle questioni tecniche di analisi, di indirizzo politico e sanitario della questione. I comitati scientifici e parlamentari avranno senz'altro approfondito gli aspetti salienti della materia e il preminente principio della salvaguardia della salute dei cittadini europei non può essere posto in discussione.

L'aspetto inquietante è che si ha la percezione di vivere in un sistema economico che per produrre inquina e/o contamina. Seppure ci si è dati degli obiettivi a medio e lungo termine per la riconversione di varie fasi di questo sistema produttivo (emissioni di gas inquinanti, abolizione sostanze tossiche nell'agricoltura, proibizione materiali nocivi alla salute, ecc.) il modo più veloce per mostrare delle decise prese di posizione è sanzionare i comparti produttivi e distributivi delle merci.

Ovverosia, la componente, che ha semplicemente il compito di trasformare e proporre agli utenti finali i prodotti, dovrebbe accollarsi tutte le criticità (che semplicemente chiamiamo sequestri, sanzioni, declassamenti se non distruzione di gran parte dei loro prodotti in magazzino) di un sistema che ha sì le tecnologie scientifiche, anche se spesso non coordinate fra i vari Paesi, per accertare le potenziali fonti di alert sanitario, ma che non ha ancora le capacità per produrre in maniera più aderente a quei principi di salvaguardia della salute pubblica che prima citavamo.

Se le raccomandazioni del documento fossero immediatamente esecutive, di punto in bianco migliaia di tonnellate di merci sarebbero fuori legge, con immaginabili conseguenze per tutti gli attori delle varie filiere. Immediatamente si sono aperti tavoli di confronto, richieste di chiarimenti ed ovviamente sono intervenute precisazioni che hanno di fatto (al momento in cui scriviamo) rinviato decisioni a tempi futuri, dopo il compimento di ulteriori step sia tecnici che politici.

Ma la cattiva abitudine di proporre limiti e sanzioni prima che ogni aspetto delle varie questioni venga appurato e reso omogeneo in tutti gli stati permane.

**mediatore merceologico*

Il nostro ruolo: [Guarda il video](#)

MONDO

Il G7 Agricoltura fa i conti con la crisi. Ma anche la sostenibilità ha i suoi costi

Dopo che per anni la parola d'ordine è stata "globalizzazione", che ha portato in alcuni casi ad un ricorso alle importazioni selvagge, in particolare per alcuni prodotti anche a scapito della produzione nazionale, il conflitto in corso in Ucraina ci obbliga a rivedere le nostre posizioni e a riconsiderare la possibilità di ricercare una certa autosufficienza, sia in campo energetico, sia nel settore agroalimentare. Sono bastate poche settimane di guerra per mettere in discussione il sistema economico dell'Italia e dell'intera Unione Europea (e di gran parte del mondo), fortemente dipendenti dalle importazioni dall'estero.

Nel campo dell'agroalimentare le prime gravi difficoltà si sono presentate immediatamente nel momento in cui l'Ucraina non è stata più in grado di inviarci l'olio di girasole, di cui l'Europa è grande consumatrice; solo l'Italia importa il 46% del fabbisogno nazionale da quel Paese.

Paesi del Nord Africa dipendono da Russia e Ucraina per le importazioni di grano e farina; per la Tunisia si tratta quasi del 50% del fabbisogno: un dramma, se si pensa che si tratta di un Paese già in grave difficoltà. Per arginare una crisi alimentare di cui non è difficile immaginare le conseguenze, in un Paese dove la stabilità politica ed economica sono chimere, la Tunisia prova a chiudere i confini per alcuni prodotti ortofrutticoli, come patate, peperoni, pomodori e cipolle, che negli ultimi tempi hanno registrato prezzi esorbitanti.

Non solo l'instabilità politica determina scelte protezionistiche; anche l'Ungheria ha vietato l'esportazione di grano, cereali, soia e girasole a causa del forte aumento dei prezzi. L'annuncio può avere gravi ripercussioni sull'Italia, data la forte dipendenza dal mais importato per l'allevamento degli animali.

Seguono a ruota la Bulgaria che, per aumentare gli stock pubblici di cereali, ha deciso di ridurre i volumi delle vendite all'estero e la Serbia, che blocca cereali e proteici; anche il Kosovo e Macedonia del Nord si adeguano e vietano temporaneamente l'esportazione di diversi prodotti alimentari.

Da non dimenticare la Russia, che minaccia il blocco di esportazione ai Paesi cosiddetti "non amici". Nel frattempo ha imposto il divieto di esportazione dei semi di girasole e ha introdotto una quota per l'olio di girasole, oltre a restrizioni temporanee (si spera...) all'export di grano e zucchero.

L'Egitto ha vietato per tre mesi l'esportazione di alcuni prodotti di base per garantire la sicurezza alimentare e proteggere la popolazione locale. I prodotti colpiti includono fave, lenticchie, pasta, frumento e farina di ogni tipo, oli commestibili di ogni tipo, ferik (un tipo di grano duro verde) e mais.

E' recentissima la decisione dell'Indonesia, primo produttore al mondo di olio di palma, di bloccarne l'export: inevitabile conseguenza: i prezzi schizzano ai massimi storici sui mercati mondiali. (Vedi anche l'articolo in basso nella rubrica *Se ve li siete persi*). In un momento come questo in cui le forniture di olii vegetali dall'Ucraina sono state di fatto azzerate a causa della guerra, il divieto di export dell'olio di palma indonesiano crea un danno incalcolabile.

L'elenco non è completo: altri Paesi stanno valutando se sia il caso di adottare una politica protezionistica o, quantomeno, improntata all'autosufficienza agroalimentare laddove possibile. Sono tutte azioni che danneggiano gravemente la nostra economia, perché obbligano a ridisegnare le catene di approvvigionamento, con conseguenti aumenti di prezzo.

Friend shoring, cosa significa e perché può cancellare le dinamiche di mercato

Vuol dire che la globalizzazione si può fare solo se l'interscambio avviene con Paesi amici, tanto più se le merci, le tecnologie e le collaborazioni hanno un carattere strategico. Per intenderci un conto è permettere lo scambio di prodotti fashion e un conto sono le reti tecnologiche. Il cibo e le produzioni base sono aree strategiche. "Ho il grano, il riso, il mais e te lo venderò in cambio di un'alleanza, se sei un Paese amico".

La guerra sta cancellando la globalizzazione a tutto campo, il "tutti scambiano con tutti" che conoscevamo per una versione più prudente imposta dalla guerra in Ucraina, dall'aggressività della Russia, dai sospetti su Cina, Corea del Nord e altri Paesi fortemente armati. L'ex numero uno della Fed (la banca centrale Usa) e ora segretario al Tesoro degli Stati Uniti, Janet Yellen, ha inventato il neologismo di cui sentiremo parlare.

Non è una buona notizia per chi si occupa di mercati sapere che dal petrolio al grano si chiede un prezzo "politico". Il prezzo amministrato, frutto di mesi terribili, nasce dalla preoccupazione di speculazioni da parte di chi ha prodotti. La rottura con Mosca è un terremoto che si scarica in Africa, in Asia e, per l'energia, nella stessa Europa. Tanti i settori coinvolti. Primo fra tutti il grano (potete leggere qualche scenario nella nostra analisi di settore) che sfama nella normalità e che, se non scambiato, può portare a carestie e crisi migratorie.

L'idea che non siano più gli operatori, con le loro dinamiche, a formare il prezzo dei prodotti ma il tutto sia gestito da Ue, Stati Uniti, Governi con una logica geopolitica svuota di valore il mercato, gli sforzi per l'export e taglia storici rapporti commerciali con chi è ritenuto "non amico". Per qualche tempo avremo Stati o consorzi di Stati assolutamente dirigisti.

**mediatore merceologico*

EUROPA

Il Vecchio Continente ha sete e ne avrà sempre più. Il caso Francia

Scoprirsi assetati, in un'Europa con tutte le sue belle catene montuose. Con i fiumi, i laghi, le pianure una volta ben alimentate da canali e irrigazioni a volontà. La Francia, ma la siccità sta colpendo tutta Italia compresa, teme per la propria "sovranità alimentare". Definizione che significa rischio di non poter avere cibo a sufficienza per chi vive nel suo territorio.

Il rischio siccità grave è stato definito dal Governo come "molto probabile", le falde si sono abbassate ovunque e la necessità di aumentare la produzione, anche per far fronte alla crisi Ucraina, diventa ogni giorno più irrealizzabile. "Ce n'est qu'un début", non è che un inizio di quello che vedremo nei prossimi anni. Il caso Francia aiuta a capire qualche ricaduta e fissa elementi di confronto.

Il Governo non può non seguire le previsioni di lungo periodo di Météo-France, diventate rilevanti quasi come l'evoluzione del Covid. Per questa estate la previsione è di contesto . "più secco e caldo del normale".

Già le cifre non sono buone. Senza le precipitazioni di quest'inverno, le falde acquifere non sono state

reintegrate. E' il caso del Grand Est, del nord della Nuova Aquitania, della Bretagna, della regione PACA (Provenza, Alpi, Costa Azzurra) e della Corsica. Il deficit è stimato in un 20% circa. In aprile è mancato il 25% delle precipitazioni medie del periodo. Sei stazioni idriche sono in stato di allerta permanente, due sono dichiaratamente in emergenza.

Passando alle produzioni, le colture invernali (quelle piantate lo scorso autunno e che sono in fase di crescita) come il grano o l'orzo, "cominciano a subire tensioni e quindi a ridursi" segnala il Ministero. Non c'è ancora una stima sulle rese.

Per quanto riguarda il grano, con poca acqua e sotto l'effetto del calore, i chicchi appassiscono, con il rischio di "una perdita di resa che può arrivare al 40% se il tempo rimarrà secco per diverse settimane". Rispetto all'orzo, più avanzato in termini di coltivazione, il grano rischia di più, soprattutto nelle grandi pianure cerealicole della Beauce e della Borgogna.

Peggio ancora per le colture primaverili, come la barbabietola, seminate in aprile. Se non cade acqua in misura normale la produzione di mais e girasole, in particolare, potrebbe essere compromessa. Non ci sono danni rilevanti per il foraggio.

In Francia, più che occhi al cielo, l'attenzione è sulle elaborazioni di tutti i dati meteo disponibili per fornire agli agricoltori informazioni attendibili e per gestire i flussi di sostegno dipartimento per dipartimento.

ITALIA

Pratiche sleali. il 198 è arrivato, cogliamo le opportunità

*di Stefano Pezzoni**

Non si tratta di un bus o di una corriera, forse, ma del decreto legislativo 198/21 con le norme dirette a contrastare pratiche sleali fra imprese della filiera agroalimentare.

Ne abbiamo accennato in qualche precedente newsletter, ma pensiamo sia opportuno ricordarlo ancora in questi giorni, visto che dal 15 giugno 2022, tutti i contratti che hanno oggetto le cessioni di prodotti agricoli ed alimentari dovranno adeguarsi a tale decreto.

In sintesi, vediamo come questo decreto possa creare qualche nuova opportunità ai mediatori o come esso sancisca già una corretta prassi che in qualche mercato è applicata dai mediatori in merci.

L'articolo tre del decreto recita:

1) i contratti di cessione devono essere informati a principi di trasparenza, correttezza, proporzionalità e reciproca correttezza delle prestazioni, con riferimento ai beni forniti, cui attenersi prima, durante e dopo l'instaurazione della relazione commerciale.

2) i contratti di cessione sono conclusi obbligatoriamente mediante atto scritto stipulato prima della consegna dei prodotti ceduti ed indicano la durata, la quantità e le caratteristiche del prodotto venduto, il prezzo che può essere fisso o determinabile sulla base di criteri stabiliti nel contratto, le modalità di consegna e di pagamento.

In questi primi due commi dell'articolo 3 già il legislatore dà delle precise indicazioni a coloro che devono predisporre i contratti e spesso spetta proprio a noi mediatori il compito di stilare l'accordo raggiunto fra le due parti che abbiamo messo in contatto e dunque queste indicazioni sono importantissime.

Dobbiamo imparare a trascrivere gli accordi secondo i principi di trasparenza, correttezza, proporzionalità e reciproca corrispettività delle prestazioni che si conservino sia prima, durante che dopo una trattativa.

Il comma due introduce un ulteriore elemento che forse modifica normale prassi di alcuni mercati o per altri ne afferma il principio già in uso, ovvero prima della consegna dei prodotti occorre che ci sia un atto scritto che indichi la durata, la quantità, le caratteristiche del prodotto, il prezzo, le modalità di consegna e di pagamento.

Quando un affare è concluso tramite mediatore a lui il compito di redigere questo atto scritto.

Seguire queste indicazioni, o meglio, le obbligatorie regole, permetterà ai mediatori di rendere efficace l'accordo raggiunto tra le parti e agevolerà gli operatori che dovranno solo controllare quanto scritto e agire in conformità.

Nelle prossime newsletter ulteriori approfondimenti sul 198, che potrà essere una corriera per i mediatori, una volta consapevoli di queste regole.

**coordinatore Consulta merceologici Fimaa*

Il gran ritorno delle Fiere. I mediatori commentano il Vinitaly appena concluso

E' stata una Fiera "positivamente diversa", causa le restrizioni, le paure legate alla pandemia e non ultima la guerra. Molti buyer non hanno potuto o voluto partecipare ma chi ha partecipato è sicuramente stato all'altezza del suo ruolo dando un contributo importantissimo alla riuscita di questo importante evento per il vino italiano.

Abbiamo constatato un cambiamento radicale rispetto alle precedenti edizioni con una minor partecipazione di curiosi ed una più concentrata partecipazione di visitatori professionisti. I commenti da parte degli operatori sono di conseguenza stati molto positivi, ragion per cui auspichiamo una maggiore partecipazione all'edizione del prossimo anno.

Andrea Verlicchi, mediatore merceologico

Lo abbiamo ritrovato così come lo avevamo imparato a conoscere. Credo che questa possa essere la sintesi più efficace ed anche forse l'auspicio che avevano moltissimi di noi dopo due anni di straordinaria difficoltà, dove tutte le attività, sociali, economiche, ricreative hanno dovuto reinventarsi o come più spesso accaduto sospendersi nell'attesa che si potesse gestire con più ordine la battaglia al Covid-19. Un'edizione partecipata, che vedeva presenti i principali attori del mondo vitivinicolo italiano, ma anche tante aziende e buyer provenienti dall'estero.

Luogo di incontro e confronto, di approfondimento, ma anche di conoscenza di un settore che da sempre muta con grande rapidità e che però deve essere in grado di fare sistema collegando i produttori locali con le grandi multinazionali dell'imbottigliamento e il relativo indotto. Soggetti che hanno caratteristiche intrinseche profondamente diverse ma che poi si pongono l'obiettivo di andare ad intercettare quelle dinamiche di mercato, devono sempre essere all'altezza del compito, che è quello di soddisfare l'utente finale e al tempo stesso valorizzare uno dei prodotti che rendono apprezzato il nostro Paese nel mondo. Il buon vino.

L'organizzazione del Vinitaly di quest'anno ha ripreso i paradigmi storici che lo hanno contraddistinto e che hanno reso possibile quell'incontro di soggetti così diversi tra loro ma che lavorando insieme hanno contribuito al progresso e allo sviluppo dell'interno comparto. Il Covid ha necessariamente rallentato o in parte fermato questo processo di condivisione e di confronto. Serviva ripartire. La piena ripartenza vive anche di simboli, il Vinitaly 2022 rappresenta una ritrovata normalità, il simbolo della voglia e della tenacia degli operatori, ma anche degli organizzatori della fiera a riprendersi il tempo perduto.

Credo che il miglior risultato al quale si potesse mirare sia stato pienamente centrato: ritrovare quella partecipazione di aziende e persone che da sempre rendono il Vinitaly uno dei principali simboli dell'Italia del vino nel mondo! E l'auspicio è quello di rivederci l'anno prossimo con lo stesso entusiasmo, con la stessa voglia di offrire un servizio a questo settore così strategico per l'economia e il blasone del nostro Paese.

Nicola Tassinari, mediatore merceologico

Un grande entusiasmo e una grande incertezza sono stati il denominatore comune, si respirava voglia di ripresa, dopo due anni di stop fieristico e sociale. Ma si percepiva un senso di preoccupazione per la situazione economico-geopolitico-sociale in atto.

Il bilancio è e deve essere considerato positivo. Perché l'incontro, favorito da una manifestazione fieristica, è l'espressione pura dell'uomo, in quanto animale sociale. Nascono idee, si plasmano convinzioni e si suggellano legami che, se alimentati, si traducono in rapporti commerciali e in ritorno dell'investimento svolto per la partecipazione alla fiera.

Come mediatori, la presenza di un'edizione come questa è stata ancor più arricchente di quanto sia il nostro lavoro di tutti i giorni. Un contesto di entusiasmo misto a preoccupazione è genitore di nuove opportunità per fare business, e il nostro ruolo è e deve essere quello di supportare i nostri clienti, presenti e futuri, a fare business. Allo stesso modo, bisogna riconoscere come questo stesso momento sia propizio per noi per comprendere come fare evolvere il nostro ruolo, in modo da rispondere al meglio alle esigenze dei nostri clienti prima e del cliente finale poi.

Ecco che il Vinitaly, se preso come fonte di opportunità, mostra tutto il suo valore. Toccare con mano il prodotto, parlare con gli operatori e osservare dove cade l'occhio del pubblico sono fattori che, sommati, permettono di farsi un'idea chiara di quelle che sono le tendenze in atto e le preferenze che sono destinate a prendere piede nel prossimo futuro.

Volendo trovare una tendenza ricorrente nell'edizione appena trascorsa, la scelta ricade sul tema della sostenibilità in ambito vitivinicolo, in tutte le forme in cui questa si declina.

Giacomo Verlicchi, mediatore merceologico

Le aspettative erano alte, anche se alla fine l'organizzazione lamenta circa il 30% in meno di presenze rispetto all'ultima edizione. Il calo di affluenza deriva ovviamente anche dal fatto che molti buyers non hanno partecipato alla fiera o a causa delle restrizioni dovute alla Pandemia, si pensi alla Cina, o a causa del conflitto in Ucraina, e in questo caso mi riferisco ai buyers della Russia, il cui mercato si è ridotto ad un 20-30% rispetto al volume normale. Tuttavia, tengo a precisare che la sospensione delle fiere per due anni non ha comunque bloccato e limitato il mercato e le vendite che sono comunque andate avanti con risultati più che soddisfacenti.

Mi si chiede del ruolo del mediatore al Vinitaly. Credo sia appunto quello di apportare un utile ausilio e supporto specialmente ad un buyer straniero, magari alle prima fiera internazionale. Il nostro ruolo è appunto quello di "dare un servizio a chi compra e chi vende", ed in questo caso il nostro lavoro è stato quello di fissare gli appuntamenti, le degustazioni, e soprattutto fare l'elenco dei temi da affrontare durante gli incontri. Spesso, complice il vino, complice il clima gioviale della fiera, dopo avere assaggiato ci si dimentica di affrontare certi temi non sempre piacevoli, che però fanno parte del nostro lavoro.

Che consiste appunto nel mediare eventuali situazioni che si possono creare, ma anche nel fare un planning dei vari temi da affrontare negli incontri. Il nostro ruolo, conoscendo un vasto numero di clienti, è anche quello di proporre nuovi prodotti, nuovi tender, nuove idee e nuovi fornitori ai ns buyers, magari proponendo un incontro last minute con un nuovo fornitore.

Partecipare alle fiere, come mediatore, è utile anche perché vedendo molte persone e parlando con molte persone, si può avere una percezione più ampia su nuove tendenze, nuovi progetti o semplicemente sentire l'andamento del mercato, e ritengo sia fondamentale per cercare di svolgere bene questo lavoro, essere sempre aggiornato.

Gian Luca Cimatti, mediatore merceologico

Ritengo che il Vinitaly di quest'anno avesse un ruolo fondamentale per tutte le figure professionali, e non, che vi ruotavano attorno. C'era grande vivacità e entusiasmo legati a questa manifestazione che significava "ripartenza". Tutte sensazioni positive che però andavano di pari passo con la preoccupazione di quello che la situazione attuale. Sono le sensazioni che, alla mia prima partecipazione, ho percepito incontrando gli operatori del settore.

Grande incertezza e paura con quello che la situazione attuale sta generando. La Guerra, la crisi economica globale e soprattutto, forse il più importante, il cambiamento climatico stanno rendendo ogni scelta e strategia a livello di mercato ancor più difficile da intraprendere. Purtroppo tutti questi fattori ricadono molto su questo settore, dalla difficoltà nel reperire i materiali secchi, alla programmazione fino alla vendita del prodotto finito. Ed è qui che secondo me entra in gioco il nostro prezioso ruolo.

Oltre a migliorare sempre di più quello che è la nostra competenza in materia di consulenza abbiamo, a mio giudizio, il compito di stimolare sempre di più anche con supporto emotivo le aziende nella vendita e acquisto del vino. Diventare un punto di riferimento, una specie di faro nella tempesta nella quale ci troviamo.

Avere la conoscenza del mercato sempre più in crescita e di quello che richiede rendono le nostre soft e hard skills ancora più fondamentali. Perché il vino oltre a un piacere deve essere sinonimo di condivisione e convivialità, sinonimi che sono alla base di una società civile.

Molti temevano un'edizione in tono minore, qualche piccola e grande azienda credeva che se ne potesse fare a meno, invece le fiere così tanto bistrattate nell'ultimo periodo, dimostrano ancora la loro forza e importanza. Chiaro che per i produttori si tratta di costi importanti ma devono essere intesi come investimento e ottimizzazione del costo. Credo, ad esempio, che andare a trovare ogni potenziale acquirente in loco comporti costi maggiori, o per esempio anche la possibilità "di essere scoperto" da un cliente, una delle maggiori opportunità che la fiera continua a permettere.

Ho visto che dopo due anni di pandemia c'era la voglia di rivedersi e di stringere quei rapporti di lavoro formatosi in questo difficile periodo. E la presenza di visitatori, quasi tutta professionale senza i classici avventori della bevuta, ha sicuramente aiutato tutti a lavorare meglio. Il mondo del vino dimostra ancora a oggi di essere un mercato molto vario e segmentato, dove le piccole realtà di nicchia se non si dimostrano pronte ad evolversi rischiano di scomparire e le grandi realtà costrette a inseguire numeri sempre maggiori per coprire i costi.

Noi mediatori dovremo trovare la forza, anche alla luce del nuovo periodo difficile che andremo ad affrontare post pandemia con complicità di qualsiasi genere (scarsità di materie prime, pagamenti, ritardi nei ritiri), di rimarcare la nostra imprescindibile competenza supportando le cantine a muoversi in questo mercato sempre più dinamico e globale che richiede continuamente professionalità, conoscenza e organizzazione. Perché se non hai queste qualità, sappiamo bene che "ti saltano".

Ronni Tampieri, mediatore merceologico

La mediazione vitivinicola, in un impegno fieristico di spessore internazionale quale il Vinitaly, credo si concentri principalmente sulla cura del bagaglio lavorativo immagazzinato nel tempo e nel carpire nuove metodologie di lavoro efficace. Per una figura professionale chiamata quotidianamente a gestire il flusso di campionature che intercorrono tra clienti e fornitori è importante consolidare quei rapporti creati inizialmente a distanza mostrandosi come solide e affidabili realtà, anche quando chiamate a misurarsi su contesti internazionali.

È assai importante mostrarsi anche profondi conoscitori della materia viva di cui si tratta sotto i più sfaccettati aspetti che riguardano l'intera filiera, in linea con le altre realtà agroalimentari. Disponibilità e tipologie di prodotto, prime previsioni su nuove annate in presentazione, sono solo alcune delle argomentazioni funzionali alla causa. Conoscere e ampliare il proprio portfolio di contatti fruttuosi grazie a competenza percepita e fidelizzata porta ad una naturale e sincera condivisione di informazioni utili, vero grande faro per un ottimale lavoro di chi è impegnato in questo ramo aziendale.

Lorenzo Zavaglia, mediatore merceologico

Agricoltura 4.0. cosa c'è di buono nella nuova rivoluzione

di Viviana Bardella*

La trasformazione digitale ormai è diventata parte integrante della nostra vita, in qualsiasi settore, rivoluzionando il nostro modo di produrre e di interagire; le applicazioni tendono a specializzarsi sempre di più per ogni singolo settore. Uno dei settori che ha risentito maggiormente in termini positivi di questa rivoluzione è l'agricoltura: considerata come ambiente "tradizionalista" e poco propenso al cambiamento, in realtà sta sperimentando un drastico cambio di rotta grazie, appunto, all'introduzione della digitalizzazione.

Se negli ambienti produttivi si indica la "digital transformation" con il termine "industria 4.0", l'ingresso delle tecnologie digitali nelle coltivazioni prende il nome di "agricoltura 4.0"

L'"agricoltura 4.0" è il risultato dell'applicazione di tecnologie innovative nel campo dell'agrifood che riguardano, per esempio: trattori a guida autonoma; l'automatizzazione della raccolta; l'utilizzo di droni e sensori, che forniscono informazioni direttamente dai campi. Le tecnologie digitali supportano l'agricoltore nella sua attività quotidiana e nella pianificazione delle strategie, compresi i rapporti con tutti gli anelli della filiera.

L'inizio dell'applicazione di tecnologie per l'agricoltura di precisione in Italia risale agli anni '90: pensiamo per esempio agli interventi per rendere più efficiente l'irrigazione senza sprecare risorse idriche; alle tecnologie per il planting; alla somministrazione mirata di antiparassitari e fertilizzanti. L' "agricoltura di precisione è il predecessore più diretto dell'agricoltura 4.0", e rappresenta la base da cui partire per adattare i processi produttivi alle singole necessità grazie a interventi mirati e tempestivi in grado di adattarsi alle esigenze del momento. Per rendere più efficaci queste tecnologie, che possono anche essere automatizzate, è fondamentale l'utilizzo dei dati che giungono in tempo reale dai campi.

I principali vantaggi dell'agricoltura 4.0 sono quelli di una razionalizzazione delle risorse e, di conseguenza, di un risparmio economico per le aziende della filiera. Ma anche controlli più efficaci sui prodotti che arrivano sulle tavole dei consumatori. Si stima che l'applicazione della digital transformation nell'agricoltura determini un risparmio di spesa del 30% circa ed un aumento del 20% di produttività. Senza considerare l'utilizzo più limitato di sostanze chimiche.

L'analisi dei dati che provengono in tempo reale dai campi è estremamente utile per intervenire tempestivamente solo e dove ce n'è bisogno, evitando sprechi sia nell'utilizzo delle macchine agricole, sia nel consumo dell'acqua e dei fertilizzanti. Sempre grazie a queste informazioni, è possibile prevenire malattie delle piante o contrastare i parassiti.

**mediatore merceologico*

- Il settore cereali -

Come è difficile scattare una fotografia di settore, sfondo negativo e pochi dettagli

Difficile per tutti aumentare la produzione di grano, le cose da sapere. La produzione mondiale di grano è destinata a diminuire per la prima volta in quattro anni, secondo le previsioni del governo statunitense (Usda) sulla prossima stagione agricola. Si confermano tutti i timori di un'ulteriore contrazione dell'offerta e di un aumento dell'inflazione alimentare.

I prezzi del grano sono infatti saliti dopo che il Dipartimento dell'Agricoltura degli Stati Uniti ha pubblicato le prime stime mondiali per la stagione agricola 2022-23. I futures per il nuovo raccolto con consegna a settembre, scambiati a Chicago, sono saliti fino a 12 dollari al bushel, con un aumento dell'8% sulla settimana, prima di rallentare leggermente. I futures sul grano di Euronext hanno toccato in quell'occasione un massimo di due mesi a 411,50 euro la tonnellata.

I commercianti di grano, le aziende alimentari e i governi tengono sotto controllo le forniture da quando l'invasione russa dell'Ucraina ha interrotto l'attività agricola nel Paese, uno dei primi cinque esportatori di grano. L'Usda ha previsto che la produzione di grano dell'Ucraina diminuirà del 35% rispetto all'anno precedente, scendendo a 21,5 milioni di tonnellate. Risulta difficile spostare il buon raccolto ucraino via mare e il trasporto su strada verso l'Europa occidentale è complesso, costoso e soffre della carenza di camion e mezzi. L'Usda ha previsto per il 2022-23 una produzione totale di grano pari a 774,8 milioni di tonnellate, il primo calo dalla stagione 2018-19. Le scorte di riserva globali sono previste a 267 milioni di tonnellate, in calo per il secondo anno consecutivo e al livello più basso degli ultimi sei anni.

Per gli analisti, la guerra in Ucraina ha evidenziato la natura interconnessa e la fragilità dei sistemi agricoli, con gravi conseguenze per la sicurezza alimentare, ha dichiarato il Programma alimentare mondiale delle Nazioni Unite. Il numero di persone che si trovano ad affrontare l'insicurezza alimentare acuta ha raggiunto la cifra record di 193 milioni nel 2021. La Fao stima un pesante incremento in corso (+17%) e per la sola Africa l'insicurezza alimentare, a diversi gradi, riguarderebbe 738 milioni di persone. E rischia di aumentare per la scarsità della produzione, gli ostacoli ai trasporti e una gestione geopolitica degli alimenti. L'effetto combinato è l'aumento dei prezzi, quindi inflazione, o peggio ancora carestie. E, a caduta, l'instabilità politica di un intero continente.

- Se ve li siete persi -

- [Borsa italiana](#) -

- [Ministero della Transizione Ecologica](#) -

- [AskaNews](#) -

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](#)
[Fimaa Commodities n.18 16.11.2021](#)
[Fimaa Commodities n.19 7.12.2021](#)
[Fimaa Commodities n.20 21.12.2021](#)
[Fimaa Commodities n.21 18.01.2022](#)
[Fimaa Commodities n.22 1.02.2022](#)
[Fimaa Commodities n.23 15.02.2022](#)
[Fimaa Commodities n.24 1.03.2022](#)
[Fimaa Commodities n.25 15.03.2022](#)
[Fimaa Commodities n.26 5.04.2022](#)
[Fimaa Commodities n.27 19.04.2022](#)
[Fimaa Commodities n.28 3.05.2022](#)
[Fimaa Commodities n.29 ed. speciale 17.05.2022](#)

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 Confindustria-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>

