

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° 32 - Diffusa il 21 giugno 2022 (prossimo numero 5 luglio 2022)

[Iscriviti alla newsletter](#)

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

Scrivi alla redazione merceologici@fimaa.it



L'EDITORIALE

*di Stefano Pezzoni

Le capacità di un buon mediatore

Una delle prerogative che contraddistingue il mediatore merceologico da altre figure di ausiliari del commercio è la conoscenza dei prodotti, oltre che dei mercati.

L'esperienza lavorativa di un mediatore è il frutto del costante rapporto che esso ha con molte aziende produttrici, dai differenti processi produttivi e dai differenti prodotti.

Agenti e rappresentanti, lavorando su incarico di una o più aziende, ma tra loro diverse e non in concorrenza, difficilmente possono avere una visione a 360° dei differenti prodotti e delle differenti tecniche di produzione presenti sul medesimo mercato.

Ecco perché il mediatore merceologico può spesso offrire una conoscenza dei prodotti, delle regole e dei processi che altri non hanno e che permette alle parti di trovare più velocemente ciò che cercano.

Un esempio per far comprendere il concetto: un cliente chiede del riso adatto per la fabbricazione di suppli di riso, che possa essere ritirato in base ad una programmazione giornaliera con il proprio corriere, in confezioni da 20 kg e con il rispetto di alcuni standard qualitativi e di processo costanti. Tante domande alle quali dare risposta indicando il miglior fornitore al miglior prezzo del momento e preferibilmente del prossimo futuro.

Spesso ciò ci riesce così bene che potrebbero definire il mediatore un calcolatore umano con la funzione filtri sempre attiva ma con la capacità di elaborare anche una trattativa sul risultato determinato dalla ricerca a filtri.

**mediatore merceologico, Coordinatore consulta mediatori merceologici Fimaa*

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

MONDO

Perché la piccola Romania può sbloccare il grano ucraino. Giorni decisivi

E' rimasta sullo sfondo la presenza del presidente rumeno Klaus Iohannis, che ha affiancato la visita a Kiev dei numeri uno di Francia, Germania e Italia. Non era certo nelle intenzioni di Emmanuel Macron, Olaf Scholz e Mario Draghi nascondere il primo rappresentante della Romania. Anzi.

Bucarest è determinante per la resistenza ucraina ed è indispensabile per sbloccare la movimentazione del grano e altre materie prime bloccate nei porti contesi dell'Ucraina. I tempi stringono e le produzioni ucraine, cereali e di oli di girasole, non possono essere messe in circolazione via mare dai principali porti. Dovranno muoversi via terra, sui fiumi, su ferrovia e dove possibile anche con aerei cargo.

Rendere disponibili quelle produzioni farebbe bene al bilancio ucraino (grande esportatore di commodities primarie) e permetterebbe di normalizzare il prezzo del grano nei prossimi mesi. Aree del Nord Africa, e non solo, rischiano la fame per lo stop forzato delle esportazioni. E' l'arma non militare che Vladimir Putin ha affiancato al razionamento delle forniture di gas.

Attraverso la Romania, utilizzando anche i flussi del Danubio, i vertici europei spingono per mettere il grano sul mercato. Utilizzabile è anche il porto rumeno di Costanza che dall'inizio del conflitto ha smaltito un milione di tonnellate di scorte accumulate. Costanza ha una capacità di stoccaggio per 1,5 milioni di tonnellate. Non

è tantissimo se si pensa che dai porti ucraini, ora bloccati e minati, partivano in tempo di pace 4,5 milioni di tonnellate al mese. Kiev punta a rimettere in circolo 20 milioni di tonnellate ora protette nei silos. I tempi stringono e il governo rumeno sta riattivando 4,5 chilometri di ferrovia che collegavano le strade (intasate da file lunghissime di camion) al porto di Galati. Il grande fiume dell'Est dovrà fare la sua parte e trasportare più chiatte possibili soprattutto dai piccoli approdi ucraini di Ismail e di Reni. La Moldavia sta agevolando i movimenti di merci.

Tra fine luglio e inizio settembre inizieranno le mietiture e nonostante la devastazione della guerra, il raccolto sarà solo parzialmente inferiore agli scorsi anni; alcune stime indicano un calo del 20% circa. Ma il grano dovrà essere poi stoccato e venduto. Appare remota la possibilità che Odessa e gli altri porti vengano liberati da un accordo tra le parti fissando un corridoio blu dove far transitare navi commerciali scortate da imbarcazioni militari. Anche nel caso migliore occorrerebbero almeno due settimane per sminare i porti. E per ora non se ne parla.

EUROPA

Piccole piattaforme crescono. Alcuni casi di mercati digitali all'ingrosso. I limiti

Sono da tenere sotto osservazione le modalità di funzionamento delle piattaforme delle materie prime agricole che si propongono come punti di incontro nel commercio B2B, quindi saltando quei passaggi intermedi (che aggiungono però competenza) a vantaggio del prezzo.

Dal 2018-2019 alcune esperienze europee hanno sviluppato mercati all'ingrosso digitali che entrano in competizione con più parti della filiera di fornitura. Nella formazione dei prezzi sono potenzialmente concorrenti delle Borse merci laddove dove le quantità scambiate risultassero sufficienti per rendere credibile un prezzo. Solo un primo esame di alcune realtà continentali evidenzia che le piattaforme sono nate su stimoli di operatori del settore, forse inizialmente per autopromozione delle attività poi come progetto di mercato digitale aperto.

E' il caso di Consentio, i cui fondatori Benoit Vandevivere e Vincent Rosso da imprenditori hanno lanciato una startup per lo scambio di prodotti freschi che permette agli attuali 5mila gruppi registrati di esporre prezzi di acquisto e/o di vendita.

Interessante è anche il caso di Magistange, società francese specializzata in frutta e verdura per l'industria, con base nel Sud-ovest della Francia. L'idea di una piattaforma di presentazione e di scambio è venuta all'attuale Ceo, Willy Athanase, che ha raccolto online parte della filiera di trasformazione dei prodotti. Dal 2019 ha dato vita alla piattaforma "Fruit for Industry" dove si presenta la frutta fresca e trasformata di 17 paesi Ue. "I clienti - scrive Athanase - possono vedere l'offerta e le scorte dei fornitori".

Altra esperienza è della spagnola Naranjasyfrutas.com, progetto realizzato - scrive il sito - da un team di professionisti del settore agricolo (ingegneri e agricoltori) e da un altro team del settore informatico (programmatori, web designer e informatici). Gli agricoltori possono pubblicare "i dettagli delle loro produzioni e i loro recapiti, in modo che i professionisti interessati a queste colture possano contattare l'agricoltore in modo semplice e veloce". In questo caso più che luogo di mercato la piattaforma sembra svolgere l'attività di "vetrina". Ma in tutta Europa, e anche in Italia con le prime esperienze di piattaforma di forniture, la forma dei mercati digitali è in evoluzione.

Sono interessanti pur con alcuni limiti insiti nella tipologia stessa del settore. Nell'ortofrutta, e nelle commodities alimentari in genere, determinante è la provenienza dei prodotti, la qualità della produzione e della raccolta. Ogni territorio vanta le sue peculiarità e si è perseguita negli anni la tutela della biodiversità. La forma, il colore, il profumo non sono facilmente standardizzabili e quindi comprimibili e comparabili come in un e-commerce di una lampada o di un frigorifero. Che pure hanno bisogno di un occhio esperto.

ITALIA

Il 2021 dell'agroalimentare, esportiamo di più e consumiamo meno

*di Viviana Bardella**

La buona notizia è che l'export agroalimentare continua a crescere. Quella cattiva è che si contraggono i consumi interni.

Nel 2021 abbiamo esportato la cifra record di 52 miliardi, guadagnando la Top Ten dell'export mondiale (siamo al nono posto) e per l'anno in corso è prevista un'ulteriore crescita. Prodotti cardine si confermano vino, olio e pasta, che insieme rappresentano il 22.4 % delle nostre esportazioni.

La Germania è il nostro principale mercato di sbocco, seguita da Stati Uniti e Francia. Sorprendente è il boom del Regno Unito, nonostante la Brexit.

Battuta di arresto invece sul fronte dei consumi interni: nel primo trimestre 2022 il calo delle vendite nel settore agroalimentare è stato del 6% in volume e dello 0,5% in valore. Il messaggio è piuttosto chiaro: l'aumento dei prezzi consiglia ai consumatori italiani di mantenere un atteggiamento più prudente.

E se non entra liquidità nelle nostre tasche, purtroppo questo trend rischia di consolidarsi.

**mediatore merceologico*

Nei risoni volatilità di prezzo e di ordini. La siccità ora preoccupa

*di Alessandro Barberis**

Mercati in discesa! Dopo i continui e rapidi aumenti delle quotazioni dei mesi scorsi, in queste ultime settimane si sta assistendo ad una brusca frenata della domanda di prodotto da parte dell'Industria, con un altrettanto rapido calo generalizzato dei prezzi del risone.

Se qualche tempo fa l'ascesa dei prezzi sembrava destinata a non avere fine, oggi il panorama parrebbe drasticamente mutato. Il prezzo nazionale dei risoni continuamente in crescita ha favorito certamente l'approvvigionamento dall'estero. Il solo sentore di arrivo di merce UE o extra UE è stato sufficiente a calmierare le quotazioni nazionali. Nonostante gli aumenti dei costi di trasporto e logistica, che incidono ancora enormemente, le quotazioni del risone estero sono rimaste comunque molto competitive e questo ha favorito l'importazione in particolare di varietà Lungo B, ma anche di varietà tipo Tondo. Solo la lungaggine delle tempistiche di approvvigionamento ha evitato che i prezzi potessero diminuire anzitempo.

Nell'ultimo periodo, i forti aumenti delle quotazioni hanno di conseguenza frenato le vendite delle riserie, fattore che si è sommato anche ad un rallentamento degli ordini e alla conseguente necessità di abbassare le quantità accumulate in questi mesi di acquisto.

Di contro, c'è naturalmente da considerare che, in questa annata agraria, su alcune varietà si è assistito ad un calo di disponibilità significativo, motivo principale dell'aumento di quotazione del prodotto interno e dell'altrettanta necessità di approvvigionamento estero. Attualmente infatti assistiamo, anzitempo, ad una progressiva uscita di scena di un buon numero di varietà dai listini ufficiali delle principali Borse Merci. Questo perché, su molti gruppi varietali, le varietà di riferimento hanno raggiunto o superato il 90-95% della quantità collocabile. Certamente ciò è valso in primis per le varietà del gruppo Tondo, ma non solo.

Quindi, se da una parte si vede un calo dei prezzi, dall'altra però si osserva una sempre maggior diminuzione delle quantità di merce disponibili. Ciò va tenuto conto in funzione del fatto che i mesi che ci separano dal prossimo raccolto non sono così pochi. Infatti, proprio a proposito del prossimo raccolto, a tenere banco in queste settimane c'è il problema siccità, che attanaglia non solo l'Italia, ma anche molti altri stati Europei: Spagna, Portogallo, Grecia. In Italia il problema ha assunto una portata rilevante, tale da iniziare a parlare di "stato di calamità naturale".

La disponibilità di acqua per la coltivazione pare, in alcune zone, essere ridotta addirittura dell'80%. Il dato sta seriamente preoccupando non solo le aziende agricole, che rischiano di trovarsi nell'impossibilità di coltivare, ma anche l'Industria, che vede tangibile una concreta riduzione di prodotto disponibile per il prossimo raccolto 2022. Gli aumenti dei costi di produzione hanno già significativamente colpito tutta la filiera: sia le aziende agricole con l'aumento di carburante, fertilizzanti, concimi e diserbi, sia le riserie con l'aumento dei costi dell'energia, dei trasporti e dell'imbballaggio. Ora le problematiche ambientali rischiano di andare ulteriormente a gravare su una situazione già difficile.

**responsabile gruppo mediatori risone Vercelli e membro Consulta mediatori merceologici Fimaa*

Agricoltura italiana virtuosa, l'uso dei pesticidi è calato del 20% in dieci anni

*di Viviana Bardella**

L'agricoltura italiana è la più "green" d'Europa. In un decennio l'utilizzo dei pesticidi è diminuito del 20%: un risultato da record, considerando anche che in altri paesi Europei, come Germania e Francia, l'impiego di antiparassitari è addirittura aumentato. Lo ha reso noto Coldiretti in occasione della Giornata Mondiale della Sicurezza Alimentare dell'ONU che si è celebrata lo scorso 7 giugno.

Il nostro Paese detiene anche il primato a livello europeo in materia di sicurezza alimentare, con il 99% di prodotti regolari su un'analisi condotta su oltre 8mila campioni. È quanto emerge dalla Relazione annuale sui residui di agrofarmaci in Europa pubblicata dall'Efsa, l'Agenzia europea per la sicurezza alimentare.

Vantiamo la prima posizione anche nella graduatoria dei Paesi europei che si occupano di biodiversità, grazie all'intenso lavoro di recupero e conservazione di antiche varietà. Una curiosità: entro il 2030 la Sardegna diventerà la prima isola europea completamente bio.

**mediatore merceologico*

Nei vini rallentamento dei consumi, mercato prudente

di Federico Repetto*

Nel mercato nazionale ed europeo stiamo vedendo un rallentamento dei consumi, in particolare dei vini rossi e le quotazioni si stanno avvicinando alle minime.

La Spagna è molto pesante e di conseguenza i buyer esteri, nonostante i costi di trasporto siano aumentati, hanno visione di prezzo ribassista. Attualmente la cantina Italia ha in corpo 50,7 milioni di ettolitri in giacenza, in calo (-5,7%) rispetto allo scorso 30 aprile 2022 (- 3.090.962 hl) e superiori del 3,1% rispetto al 31 maggio 2021 (+1.518.142 hl).

Il mercato è molto calmo, a causa del concatenarsi di diverse situazioni, tra le quali la carenza dei materiali secchi, aumento dell'inflazione che causa diminuzione dei consumi e l'attuale instabilità dell'est Europa.

Il 55% del vino è detenuto nelle regioni del Nord, prevalentemente nel Veneto. Il 50,5% del vino detenuto è a DOP, il 28,0% a IGP, i vini varietali costituiscono appena l'1,3% del totale. Il 20,1% è rappresentato da altri vini. Le giacenze di vini a Indicazione Geografica sono molto concentrate; infatti, 20 denominazioni su 526 contribuiscono al 57,2% del totale delle giacenze. Le principali DOC sono andate bene, soprattutto il Prosecco che traina il mercato.

Bene anche il Grigio nonostante il rallentamento degli ultimi mesi segna +0,8% rispetto all'anno precedente. Vini generi di basso grado ormai scarsa disponibilità, quotazioni costanti nei mesi senza picchi.

*mediatore merceologico, Med&A

Olio extravergine, negli Usa piace il chupito. Una novità vecchia di millenni

di Viviana Bardella*

Ultima moda negli USA: il "chupito" di olio di oliva extra vergine come rituale quotidiano di bellezza e salute. La North American Olive Oil Association (NAOOA) si fa portavoce di questo nuovo trend che spopola tra le celebrities americane e vanta testimonial come Beyoncé, Goldie Hawn, Kourtney Kardashian, Selena Gomez, le quali assicurano che bere due cucchiaini di extravergine prima di andare a letto oppure usarlo per massaggiarsi il viso contribuisce a mantenere la pelle giovane e con un aspetto sano.

Niente di nuovo, considerando che già ai tempi degli antichi romani gli atleti si massaggiavano con olio di oliva prima di affrontare una prova atletica.

*mediatore merceologico

- Il settore ortofrutta -

La campagna frutticola estiva entra nella fase clou. Ecco gli andamenti

di Ervin Mosca*

A metà giugno possono essere fatti i primi bilanci sulla campagna commerciale della frutta denominata "estiva", che vede però la prima fase di contrattazione svolgersi in primavera. Le temperature miti hanno invogliato i consumatori italiani ed europei a ricercare con molto anticipo le primizie, impattando in un mercato di offerta ancora non pronto a soddisfare le richieste, con la conseguenza di vedere importazioni di frutta da zone extraeuropee e stacchi di prodotto locale non ancora al giusto grado di maturazione.

Come già visto in altre precedenti campagne il prezzo interessante ha spinto il mercato a forzare i tempi sulle varietà precoci, con risultati organolettici poco soddisfacenti e un inevitabile rimbalzo negativo sulle quotazioni.

Il clima siccitoso non ha aiutato lo sviluppo in calibro dei frutti, fattore che influenza in modo determinante il prezzo soprattutto di un'eccellenza italiana come la ciliegia. Negli areali del sud si sono innescate tensioni tra i produttori non soddisfatti dalla remunerazione.

La situazione sembra essere oggi più normale per le albicocche, che sono in piena raccolta con le varietà centrali e possono sviluppare a pieno aroma e gusto. Iniziata con soddisfazione anche la commercializzazione di pesche e nettarine, che godono della bassa concorrenza spagnola dovuta alle problematiche meteo che hanno colpito la regione iberica.

Prosegue fluida la collocazione di meloni e angurie, apprezzate nella calura persistente dell'ultimo periodo. Per la fragola prosegue una stagione con volatilità delle quotazioni, ma comunque soddisfacente.

Le aziende agricole italiane si devono districare tra i noti problemi di carenza irrigua, che sta raggiungendo livelli drammatici e gli alti costi energetici, ma altri due fattori stanno preoccupando gli operatori: la penuria di manodopera specializzata e la difficoltà nel trovare trasporti. Sembrava impensabile che prodotti di alta qualità rimanessero in pianta o a giacere in magazzino, ma sta accadendo.

Le cause sono sempre le solite: burocrazia e poca programmazione da parte degli enti preposti, ma ormai è innegabile che anche i sussidi concessi a soggetti abili al lavoro hanno disincentivato l'occupazione. La tendenza inflattiva sta iniziando a presentare il conto con un certificato calo degli acquisti di frutta, spesso erroneamente ritenuta bene non indispensabile nel paniere delle famiglie. Contracolpi anche sulle vendite in export, dove paghiamo le inefficienze del sistema Paese. Continueremo a monitorare le tendenze con aggiornamenti mensili.

**mediatore merceologico*

- Se ve li siete persi -

- [Rai News 24](#) -

- [Il Sole 24 Ore](#) -

- [Avvenire](#) -

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](#)
[Fimaa Commodities n.30 24.05.2022](#)
[Fimaa Commodities n.31 07.6.2021](#)

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 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>

