

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° 36 - Diffusa il 4 ottobre 2022 (prossimo numero 18 ottobre 2022)

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 Marco Mainas

**Finalmente “il convegno”, dopo tanto lavoro preparatorio**

Quello che si terrà a Fondi il 15 ottobre è il risultato di un grande lavoro che la Consulta della mediazione merceologica Fimaa ha messo in campo!

Una scommessa vinta, quella cioè di riuscire ad organizzare il **2° Convegno nazionale della merceologia** al MOF.

Sì, ho scritto bene perché l'evento in programma altro non è che il risultato di un percorso che è partito qualche anno fa da Latina.

Un giorno il collega Pasquale Di Santo, componente della Consulta, mi chiese (visto che con la mia delega incontro colleghi di tutte le regioni d'Italia) la possibilità di poter avere un contatto con qualche mediatore merceologico di Fondi, devo dire che inizialmente non diedi tutta quella importanza alla sua richiesta, ma poi, coinvolgendo il Presidente di Latina Acampora durante un convegno organizzato proprio da lui, ebbi la possibilità di conoscere il responsabile dei merceologici della Fimaa Latina, Roberto Fiorillo.

Ed è da allora che grazie al suo coinvolgimento nella grande squadra di Fimaa Italia si programmò a distanza di tempo, una prima visita e un primo contatto programmando un incontro proprio con l'amministratore delegato del MOF, uno dei mercati ortofrutticoli più importanti a livello europeo. Per poi con un grande gioco di squadra, organizzare un altro importante appuntamento annuale itinerante della mediazione merceologica.

Non amo dilungarmi sulle presentazioni ma vorrei fare, in queste poche righe di presentazione, un grande plauso a tutta la Consulta e a ognuno dei suoi componenti perché, così come è nostra consuetudine in "casa Fimaa", il buon risultato è frutto di un grande lavoro collettivo.

Vi ringrazio per l'opportunità che mi avete dato e vi aspetto a Fondi per salutarvi tutti così come il simbolo che identifica il logo di appartenenza alla Fimaa, la stretta di mano.

*\*vicepresidente nazionale Fimaa, con delega all'organizzazione*

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



Convegno Nazionale F.I.M.A.A. Settore Merceologico

# Stretta di mano e Decreto legislativo 198/2021

operatori e mediatori: quali regole?

15 ottobre 2022

MOF Centro Agroalimentare all'ingrosso di Fondi  
viale Piemonte, 1 - 04022 Fondi (LT) - Sala polivalente "Benedetto Recchia"

ITALIA



F.I.M.A.A.



CONFCOMMERCIO  
IMPRESE PER L'ITALIA



CAMERA DI COMMERCIO  
FROSINONE LATINA

**PER INFORMAZIONI:**  
[www.fimaa.it/  
merceologici](http://www.fimaa.it/merceologici)

**INGRESSO  
LIBERO**

ore 10

**ACCOGLIENZA/coffee**

ore 10,30

**INIZIO LAVORI**

**SALUTI ISTITUZIONALI**

**Vittorio Piscitelli**

*presidente F.I.M.A.A. Lazio Sud*

**Giovanni Acampora**

*presidente C.C.I.A.A. Frosinone Latina  
presidente Confcommercio Lazio*

**Vincenzo Di Lucia**

*presidente Confcommercio Fondi*

**Roberto Fiorillo**

*consulta mediatori merceologici F.I.M.A.A.*

**Beniamino Maschietto**

*sindaco Città di Fondi*

**Salvatore De Meo**

*europarlamentare, commissione Agricoltura e sviluppo rurale*

**Claudio Fazzone**

*senatore*

**Valentino Di Pisa**

*presidente Fedagromercati*

**Vincenzo Addressi**

*AD MOF Centro Agroalimentare all'ingrosso Fondi*

**INTERVENTI**

**Santino Taverna**

*presidente nazionale F.I.M.A.A.*

**Marco Mainas**

*vicepresidente nazionale F.I.M.A.A.  
con delega all'organizzazione*

**Viviana Bardella**

*consulta mediatori merceologici F.I.M.A.A.*

**Daniele Mammani**

*ufficio legale nazionale F.I.M.A.A.*

**Claudia Bellani**

*ufficio legale nazionale F.I.M.A.A.*

ore 13,30

**CHIUSURA LAVORI/lunch**

**MODERATORE**

**Stefano Pezzoni**

*coordinatore consulta mediatori merceologici F.I.M.A.A.*



### I fertilizzanti sono strategici, Biden spinge il Made in Usa

Avere scorte a sufficienza per i consumi interni, che è il presupposto per la sicurezza alimentare, vuol dire avere produzioni abbondanti. Servono fertilizzanti adeguati per non dover dipendere dagli altri. La guerra ha mostrato che anche la penuria di fertilizzanti può diventare un fattore di debolezza. Per chi domina il mercato può diventare invece un'arma. L'Europa è in difficoltà. L'Italia importa gran parte del fabbisogno di materie prime di base.

Il Segretario del Dipartimento dell'Agricoltura degli Stati Uniti (USDA) Tom Vilsack ha annunciato che l'Amministrazione Biden-Harris ha invitato gli agricoltori e i produttori agricoli statunitensi a presentare domanda di sovvenzioni nell'ambito del Programma di espansione della produzione di fertilizzanti. L'Amministrazione ha annunciato che metterà a disposizione 500 milioni di dollari in sovvenzioni attraverso il programma per aumentare la produzione di fertilizzanti di origine americana, stimolare la concorrenza e combattere l'aumento dei prezzi per gli agricoltori statunitensi causato dalla guerra in Ucraina.

*"Il programma di espansione della produzione di fertilizzanti è uno dei tanti modi in cui l'amministrazione Biden-Harris investe nella catena di approvvigionamento agricolo proprio qui in patria",* ha dichiarato Vilsack. I prezzi dei fertilizzanti sono più che raddoppiati rispetto all'anno scorso a causa di molti fattori, tra cui le impennate dei prezzi causate dalla guerra in Ucraina, l'offerta limitata dei minerali in questione, gli alti costi dell'energia, l'elevata domanda globale e i prezzi delle materie prime agricole, la dipendenza dalle importazioni di fertilizzanti e la mancanza di concorrenza nel settore dei fertilizzanti.

Le sovvenzioni saranno utilizzate per sostenere una produzione americana di fertilizzanti indipendente, innovativa e sostenibile per rifornire gli agricoltori americani. I fondi serviranno anche a espandere la produzione, la lavorazione di fertilizzanti e alternative ai nutrienti negli Stati Uniti e nei loro territori. I prodotti devono essere fabbricati da aziende che operano negli Stati Uniti o nei loro territori, per creare posti di lavoro ben retribuiti in patria e ridurre la dipendenza da forniture estere potenzialmente instabili e incoerenti.

Le tecniche miglioreranno i metodi di produzione dei fertilizzanti e le tecnologie di utilizzo efficiente per dare il via alla prossima generazione di fertilizzanti e alternative ai nutrienti. Nelle intenzioni i prodotti ridurranno l'impatto sui gas serra del trasporto, della produzione e dell'uso grazie a fonti energetiche, materie prime e formulazioni rinnovabili, incentivando una maggiore precisione nell'uso dei fertilizzanti.

## EUROPA

### Tutto cambia nei supermercati. Il caso Francia vale per tutti

La fiammata del caro-prezzi sta cambiando nel profondo i comportamenti delle famiglie e in tutta Europa, per questo distribuzione e consumi vengono analizzati in continuazione come mai era accaduto negli ultimi decenni. Lo scenario economico non permette di immaginare un rapido rientro dell'inflazione.

In Francia due studi si sono concentrati sull'alimentare. Nielsen ha rilevato che l'80% dei francesi ha già

cambiato modalità di acquisto, tagliando i prodotti alimentari. La preoccupazione per l'aumento del costo del cibo (89% degli intervistati) supera quello per le bollette e fra i primi a cambiare la composizione del carrello si notano i giovani tra i 24 e i 35 anni. Per il momento, il fatturato della distribuzione alimentare non è diminuito (+1,6%), ma solo perché i prezzi sugli scaffali sono aumentati (+3,1%).

Il clima è di pessimismo generale e le giovani famiglie sembrano le più fragili. *"È sorprendente - sostengono gli analisti - che siano le famiglie con bambini ad aver ridotto maggiormente i loro acquisti nei supermercati (-5,1%). Sono anche le stesse famiglie a ridurre maggiormente il consumo di prodotti freschi. Questo vale soprattutto per i reparti macelleria e pesce, con cali rispettivamente del 14,5% e del 12,5%. Ma è vero anche per i formaggi (-9%) e per la frutta e la verdura (-8,8%). La salumeria è meno colpita, con un calo delle vendite, nonostante tutto, del 5 per cento".*

Come era prevedibile si assiste a una ricomposizione della spesa, sia per tipologia di prodotto che per canale distributivo. I clienti cercano i primi prezzi e promozioni. Ovunque, anche in reti distributive mai frequentate prima. "Mai vista una rotazione così forte di prodotti e di rete distributiva" si sostiene nelle due ricerche. Gli ipermercati e i supermercati stanno perdendo quote di mercato a favore dei negozi locali e delle vendite online, che erano già stati premiati dal telelavoro. La necessità di risparmiare porterà a minori incassi per la grande distribuzione per circa 3 miliardi di euro.

## ITALIA

### **Il nostro convegno Fimaa (Fondi, 15 ottobre 2022) e i protagonisti del dibattito**

*di Stefano Pezzoni\**

Il 15 ottobre a Fondi si terrà il secondo convegno nazionale organizzato dal settore merceologico di Fimaa Nazionale. Già fin d'ora si può affermare che lo sforzo organizzativo di Fimaa a favore del comparto merceologico è stato notevole e di ottimo risultato; ne sono testimonianza le autorità istituzionali che hanno dato la disponibilità ad essere presenti per un saluto.

Partendo dall'istituzione di più ampio respiro con la presenza dell'onorevole Salvatore de Meo componente della Commissione Europea Agricoltura e sviluppo rurale. A seguire il senatore Claudio Fazzone al quale giungano i complimenti per il recente successo elettorale e l'augurio di poter svolgere con passione e lungimiranza il compito, non certo facile, di essere un legislatore attento alle esigenze dei cittadini e del paese; raccomandazione che rivolgeremo anche alle istituzioni del territorio vista la presenza di Beniamino Maschietto, Sindaco della Città di Fondi, e di Giovanni Acampora, Presidente CCIAA Frosinone Latina e Confcommercio Lazio.

Anche Vincenzo De Lucia, Presidente di Confcommercio Fondi darà il suo saluto come pure è importante sottolineare la presenza di Valentino Di Pisa, presidente di Fedagromercati, visto che il convegno si svolge in uno dei maggiori centri di distribuzione ortofrutticola d'Italia.

Faranno poi gli onori di casa l'amministratore delegato del MOF centro Agroalimentare all'ingrosso di Fondi Vincenzo Addessi che ha ben accolto la proposta di Fimaa di svolgere il Convegno Nazionale presso il suo centro, Vittorio Piscitelli presidente di Fimaa Lazio sud e di Roberto Fiorillo, componente della Consulta mediatori merceologici Fimaa nazionale, nonché presidente del gruppo mediatori merceologici operanti nel centro agroalimentare di Fondi.

Un insieme di personalità autorevoli vicine a Fimaa e ai mediatori. Il convegno è stato voluto dalla Consulta dei Mediatori Merceologici Fimaa sia per dare voce al comparto della mediazione merceologica, sia per fare formazione, sempre più necessaria per supportare il mercato agroalimentare nel migliore dei modi da parte dei mediatori e degli operatori.

Fulcro del convegno saranno quattro interventi che cercheranno di inquadrare il lavoro del mediatore; di far comprendere che il sindacato FIMAA è al servizio degli associati e che occorre la partecipazione di tutti. Si cercherà anche di spiegare come si può interagire con il sindacato.

Verrà inoltre raccontata la storia della professione “il mediatore merceologico” e infine come la nuova normativa del decreto 198/21 è andata a modificare gli scenari giuridici apportando modifiche che per alcuni settori saranno probabilmente complicate da attuare. Nuovi scenari che impongono una riflessione su quanto il mediatore possa essere ancora più determinante a supporto delle parti venditrice/fornitore e compratrice/cliente.

Un programma per tanto molto interessante che dovrebbe stimolare tutti i mediatori merceologici a venire a Fondi sabato 15 ottobre. Ci si arriva abbastanza facilmente poiché è a soli 60 minuti di treno da Roma e l'inizio del convegno è fissato per le 10 e il centro Agroalimentare si trova attaccato alla stazione.

Spesso, ho sentito molti mediatori rassegnati al fatto che la loro Federazione (Fimaa) non sviluppasse dibattiti o iniziative su argomenti merceologici quindi speriamo che il nuovo corso, iniziato già con il convegno di Bari che aveva come titolo “*Il mediatore merceologico advisor del mercato agroalimentare*”, con il convegno attuale possa essere di stimolo per gli operatori ancora non iscritti a Fimaa ad associarsi e che possa essere gratificante per i fedeli associati che avranno l'occasione per avere informazioni utili, formazione adeguata e servizi in fase di sviluppo.

### **Tutti a Fondi con idee e suggerimenti.**

*\*mediatore merceologico*

*coordinatore Consulta mediatori merceologici Fimaa*

---

## **Olio di oliva, le stime di produzione non sono incoraggianti. Come in Spagna**

*di Viviana Bardella\**

Secondo le stime di Coldiretti e di Unaprol (una delle principali associazioni di produttori olivicoli) la produzione italiana di olio di oliva nella campagna 2022-2023 non supererà le 230.000 tonnellate: il 30% in meno rispetto alla scorsa campagna. Pesa il calo della Puglia dove, all'annoso problema della xylella, si somma quest'anno la siccità. Male anche Sicilia e Calabria, gli altri due importanti bacini di produzione.

Sui cattivi risultati pesano anche i rincari dell'energia: saranno molti i frantoi italiani che rinunceranno a lavorare. Per sostenere la produzione nazionale e resistere ai cambiamenti climatici, sempre secondo Coldiretti e Unaprol, non è più rinviabile un piano strategico per realizzare nuovi impianti olivicoli, per trovare risorse per contrastare l'aumento vertiginoso dei costi di gestione delle aziende agricole e per realizzare nuovi sistemi di irrigazione.

Se l'Italia piange, la Spagna non ride. Se in Italia il pessimismo è diffuso, in Spagna non se la passano meglio: ormai appurato che non si raggiungerà neanche la soglia di produzione del milione di tonnellate,

giudicata già di per sé non sufficiente per garantire un'annata tranquilla, si prova ad ipotizzare quale sarà alla fine della campagna 2022/2023 il risultato finale, che comunque vada sarà un insuccesso e determinerà forti turbolenze sul mercato per tutta la stagione.

Uno dei principali problemi in Spagna è la mancanza d'acqua, che si protrae ormai da anni, tant'è vero che i numerosi invasi artificiali sono arrivati ormai al loro livello minimo; e se il periodo di siccità dovesse continuare ancora nei prossimi mesi, risulterebbe fortemente compromessa anche la campagna successiva. Si lamentano poi gli alti costi di produzione, che potrebbero portare ad utilizzare meno risorse umane per la raccolta di olive e quindi un rallentamento nel processo di lavorazione; ciò potrebbe determinare un calo anche della qualità qualora le olive rimanessero troppo a lungo sugli alberi o addirittura al suolo.

Non dimentichiamo poi l'ondata di calore straordinaria che ha colpito la penisola iberica e che a partire da maggio ha attanagliato e continua ad attanagliare la Spagna: giugno, luglio e agosto hanno battuto tutti i record e a fine settembre la temperatura in Andalusia si aggirava ancora intorno ai 30 gradi: troppo caldo anche per i resistentissimi alberi di ulivo.

*\*mediatore merceologico*

---

## **Le prospettive di Argea, nuovo polo vitivinicolo da 420 milioni**

*di Federico Repetto\**

Nasce ARGEA, il nuovo polo del vino italiano pensato dal Fondo Clessidra e condiviso dalle controllate Botter e Gruppo Mondodelvino, aziende acquisite dal Fondo negli ultimi anni. Il gruppo genera ricavi consolidati per circa 420 milioni di euro nel 2021, in crescita di oltre il 18% rispetto al risultato dell'anno precedente ottenuto da Botter e Mondodelvino separatamente. L'estero genera il 95% dei ricavi grazie alla presenza in 85 Paesi.

L'obiettivo è di aumentare entro il 2025 il numero di bottiglie, dalle 170 milioni attuali fino ad arrivare a 220 milioni. Per ottenere tale risultato è atteso anche un ulteriore investimento da circa 50 milioni di euro per consolidarsi come azienda top player nel settore vitivinicolo italiano privato.

*\*mediatore merceologico, Med&A*

---

## **Dal 15 ottobre Sial Paris, presenti 800 aziende italiane**

*di Viviana Bardella\**

Dopo lo stop forzato a causa della pandemia, torna SIAL PARIS, il salone internazionale dell'alimentare, dal 15 al 19 Ottobre a Villepinte: 310.000 operatori attesi e 7.200 espositori provenienti da 120 Paesi; l'Italia è la seconda nazione con circa 800 aziende presenti.

L'evento, oltre ad essere un importante punto di incontro per operatori del settore alimentare, rappresenta anche un importante osservatorio delle tendenze che interessano il mondo food & beverage a livello mondiale. Focus dell'edizione 2022 è Own the Change: produrre di più inquinando di meno; esplorare nuove fonti di approvvigionamento; puntare su una maggiore trasparenza di filiera.

*\*mediatore merceologico*

## Mele nel pieno della raccolta, con risultati alterni

di Ervin Mosca\*

Fine settembre è il periodo nel quale si delineano i connotati della campagna melicola. Dopo l'esordio non proprio esaltante delle Gala agostane, che ha evidenziato come l'andamento climatico possa influenzare negativamente la qualità dove le altre temperature picchiano forte e l'irrigazione scarseggia, si è passati alla raccolta di Golden e Granny, che nelle zone di pianura non hanno dato soddisfazione. Le quotazioni sono rimaste al di sotto delle aspettative per tre fattori: scarsa tenuta alla conservazione, alta percentuale di prodotto non adatto al confezionamento, temperature miti che hanno favorito un prolungamento della richiesta di frutta tipicamente estiva. Va sottolineato che non si può parlare di uniformità, perché si notano grandi differenze da partita a partita a seconda della tipologia di tecnica colturale adottata.

Infatti parte dei produttori è rimasta soddisfatta del grado zuccherino particolarmente elevato gradito dal consumatore. Dagli areali di pianura si sta entrando nel clou della raccolta nelle zone collinari e montane, dove la situazione in campo si presenta molto diversa grazie alla frescura e alle disponibilità irrigue. Qui la frutta si presenta di calibro equilibrato tendente al medio-grosso, con colorazione accesa e croccantezza tipica. Alcuni problemi legati alle grandinate si segnalano in alcune valli alpine. Quindi una situazione molto variegata se si guarda all'insieme, che preannuncia una campagna commerciale a due velocità. Le maggiori incertezze derivano sempre dai costi in continuo aumento, che fanno propendere molti operatori privati ad una veloce vendita degli stock per evitare alte spese di frigoconservazione.

Da oggi 4 ottobre il mondo frutticolo si ritrova alla fiera di Madrid per confrontarsi con produttori e trader da tutto il mondo. Nelle settimane successive, con il termine della raccolta e il riassunto definitivo dei dati, si potrà avere un quadro più dettagliato. Una certezza è la propensione del consumatore italiano ed europeo ad una spesa più oculata che influenzerà sicuramente le azioni commerciali degli operatori.

\*mediatore merceologico

## Report di fine settembre, sul riso ricadute dalla gran siccità

di Alessandro Barberis\*

L'inizio della campagna di contrattazione del riso si sta dimostrando piuttosto "fiacca". Purtroppo i timori previsti come conseguenza di questa anomala estate, legati principalmente alla siccità ed al caldo eccessivo che è stato una costante dal mese di maggio in avanti, si sono concretizzati. La mancanza di acqua sin dall'inizio della semina ha creato numerosi problemi.

Poco o tanto, molte zone risicole sono state colpite, anche se probabilmente le situazioni più complicate si sono viste nella zona del Pavese e Lomellina, Milanese e parte del Novarese, dove molte aziende agricole hanno dovuto addirittura propendere per decisioni drastiche: l'abbandono di ettari di seminato per destinare le acque ai campi che avevano più possibilità di essere salvati. Comunque anche nei casi meno estremi, i



problemi di gestione delle acque sono stati notevoli, causando numerose conseguenze: difficoltà di germinabilità della coltura, impossibilità nell'operare i trattamenti in campo nelle tempistiche e con le frequenze opportune, sviluppo di molti infestanti, malattie della pianta e naturalmente una scarsissima produzione a raccolto.

La siccità purtroppo è stata accompagnata anche da un caldo costante dalla semina sino ancora a poche settimane fa. In particolare questo fattore ha influito su un altro aspetto che si riscontra in questo inizio di campagna vendite, ovvero la scarsa resa in lavorazione di gran parte delle varietà di riso.

Traendo le dovute considerazioni, quindi, non ci sono certamente i presupposti per un inizio positivo. Tra scarsa produzione, scarsa qualità del prodotto e una semina complicata che porterà una lentezza nella tempistica di raccolto, che sta infatti procedendo piuttosto a rilento, non ci si aspetta molto da questa annata.

Certamente, considerato quanto detto, le prime quotazioni hanno fatto registrare prezzi decisamente sopra le medie del passato e allineati ai prezzi massimi raggiunti nella scorsa stagione, già caratterizzata da forti rialzi. Le quotazioni attuali riguardano esclusivamente le varietà che attualmente sono disponibili, in base alle tempistiche di raccolta. Mentre i risoni Lunghi B si attestano su quotazioni di 50,00 euro/q. IVATO, le varietà come Carnaroli e similari partono da prezzi record, dai 110,00 ai 120,00 euro/q. IVATO, seguite dai similari del comparto Arborio a 85,00 euro/q. IVATO e dal gruppo di risoni tipo Baldo, Roma e similari sui 70,00 euro/q. IVATO.

Quotazioni di tutto rispetto, ma che difficilmente potranno compensare la scarsa produzione e qualità del prodotto. Di contro va considerata l'enorme difficoltà dell'industria di trasformazione, che sta affrontando costi di produzione e logistica elevatissimi. Le riserie, messe di fronte a questi aumenti di costo e di acquisto della materia prima, stanno avendo difficoltà nella vendita del prodotto finale. Oltretutto l'autunno sarà caratterizzato da un minor potere di acquisto delle famiglie e quindi si prospetta un conseguente calo di consumi, non solo in Italia ma in tutti i paesi europei.

Ad incidere sui mercati, ci sarà anche l'incognita del prodotto di origine extra UE. I costi di trasporto restano elevati e le tempistiche di consegna incerte, si veda l'esempio recente dell'India che ha bloccato le esportazioni a causa di una minor disponibilità di merce raccolta. Ma con rincari del prodotto notevoli e minor disponibilità di merce nazionale, la soluzione estera, la dove fattibile, è sempre concreta.

*\*Consulta mediatori merceologici Fimaa  
presidente gruppo mediatori di risone di Vercelli*

## - Il settore cereali/2 -

### **Quotazione del mais nei prossimi mesi, un bell'esercizio di calcolo**

*di Simone Ruffato\**

Nel mondo dei cereali, nulla ruba la scena quanto le quotazioni del mais. Quantomeno in Italia, è la commodity agricola più venduta, per cui non sorprende vederla in cima all'interesse di mediatori e commercianti. Capire quale sarà il prezzo da qui alla prossima campagna non è certo facile; tuttavia, possiamo tracciare alcuni scenari e prepararci ad essi.

La prima considerazione da fare è che siamo partiti già in campagna raccolta con dei prezzi altissimi. E

quando si parte alto, le probabilità di una discesa del prezzo sono più elevate. Siamo partiti alti per diversi fattori, fra tutti la scarsità, in termini quantitativi e qualitativi, del raccolto nazionale e di quello comunitario. Altri fattori rialzisti sono i costi energetici (ricordiamo che il mais va essiccato) e le difficoltà logistiche aumentate con la guerra russo/ucraina.

A raffreddare la situazione, un calo dei consumi generalizzato che coinvolge anche le commodities, l'apertura del corridoio delle merci sul Mar Nero ed una disponibilità di merce portuale che fino ad oggi non è mai venuta a mancare. È da almeno un mese che ci troviamo in un plateau senza grandi variazioni di prezzo. Continuerà così anche nei prossimi mesi?

A vedere i fondamentali verrebbe da dire che il prezzo del mais sia destinato a crescere nel nostro paese, almeno fino alla prossima campagna. Tuttavia, va fatta una importante considerazione. Da questa settimana partiranno i contratti future ott/nov/dic 2022, stipulati nei mesi precedenti. Una buona parte di questi contratti sono stati fatti partenza porti. Ed una buona parte dei compratori ha pensato di gestire il mese di settembre con acquisti spot, sia dal porto che arrivo via camion.

Nonostante nell'ultimo mese si sia lavorato molto sul mercato pronto, la domanda non è stata elevata come negli anni precedenti. Il calo dei consumi è tangibile. Ora che ci si avvia all'esecuzione dei contratti future dell'ultimo trimestre, come potrà essere la domanda? La possibilità che possa ulteriormente contrarsi è concreta, con un'inevitabile riduzione del prezzo fino a ridosso di dicembre. Certo la situazione sul mar Nero è più che mutevole, la possibilità che l'accordo salti o venga pesantemente modificato dopo il 22 novembre è altrettanto concreta. Per farla in breve, potremmo trovarci in una sacca ribassista nell'imminente futuro, ma con buone possibilità di forte risalita da gennaio 2023.

*\*mediatore merceologico*

*responsabile organizzativo Consulta dei mediatori merceologici Fimaa*

- Se ve li siete persi -

- [SkyTg24](#) -

- [Istat](#) -

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 07.6.2022](#)  
[Fimaa Commodities n.32 21.06.2022](#)  
[Fimaa Commodities n.33 5.07.2022](#)  
[Fimaa Commodities n.34 19.07.2022](#)  
[Fimaa Commodities n.35.20.09.2022](#)

---

### **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/>

---



## 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>

