

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° 37 - Diffusa il 18 ottobre 2022 (prossimo numero 1 novembre 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 Stefano Pezzoni

**Il Convegno ma anche il giorno dopo a Fondi. Quanti insegnamenti!**

Qualche volta mi chiedo se i convegni servono a qualcosa, se lasciano delle tracce o sono solo eventi pubblici che si esauriscono al termine degli stessi?

La fatica del lavoro di preparazione, sia dal punto di vista logistico che per capire l'argomento di interesse nazionale e riuscire a trovare i relatori per svolgerlo, è un impegno di alta responsabilità.

È lecito, pertanto, al termine di un convegno, porsi delle domande, soprattutto quella posta all'inizio.

In una modalità di lavoro ultimamente molto frenetica e costellata da molteplici impegni, di solito, terminato il proprio compito, uno prende la sua valigetta e torna alla routine quotidiana. Questa volta la "solita routine" si è inceppata e mi sono fermato un giorno in più a Fondi: il giorno che non ti aspetti!

Già alla sera del convegno, quando esso era terminato da poche ore, mi è capitato, girando fra le vie e i negozi del centro cittadino, di trovare qualcuno che raccontava l'evento.

Ho dapprima pensato che l'economia cittadina verte in gran parte sul Mof, Centro Agroalimentare all'ingrosso, quindi è naturale che tra le sue vie si parli di ciò che succede lì.

E' durante la cena che però sono iniziate a sorgere le prime domande.

Perché se mentre stai cenando il ristoratore ti riconosce e ti chiede chiarimenti circa la merce che tratti per lavoro, ne resti dapprima orgogliosamente soddisfatto, ma poi ti chiedi cosa ha lasciato il nostro Convegno? La mattina del giorno successivo la piacevole sorpresa.

Rivisito il luogo ove si è svolto l'evento, e anziché svolgersi una tranquilla visita, il mio essere al Mof è stato un piacevole incontro con altri mediatori con i quali ci si è confrontati sugli argomenti dibattuti durante il convegno avviando così un piacevolissimo scambio di idee e vissuti.

Mi sono reso conto che nei mercati vi sono sempre problemi e difficoltà, ma è grazie alla nostra professionalità e formazione che possiamo trovare la forza e gli strumenti per superarli. Mi sono reso conto che nonostante la federazione sia attiva da molti lustri ci sono ancora molti obiettivi da raggiungere. Obiettivi che solo grazie alla nostra perseveranza, alla nostra continua richiesta di formazione e professionalità sapremo portare avanti. Lo scambio di opinioni del giorno dopo ha risposto alla mia domanda in modo affermativo. Il dibattito a volte anche aspro mi ha evidenziato quanto sia utile un dopo convegno ove ci si possa confrontare e chiarire, capire cosa si è riuscito a trasmettere e cosa no.

Ne esci da questa esperienza più rafforzato e convinto che solo con i convegni e la formazione troveremo la forza di crescere e porci in modo autorevole sui mercati che quotidianamente frequentiamo.

*\*mediatore merceologico,  
coordinatore Consulta mediatori merceologici Fimaa*

*\*\*Gli argomenti e i contenuti del Convegno saranno ripresi anche nella prossima newsletter. I commenti e il dibattito che si terranno su di esso in questo periodo serviranno, sicuramente, ad arricchirlo ulteriormente.*

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



## MONDO

### L'indice Fao delle commodities alimentari scende. Sono dati da interpretare

La guerra c'è ancora, le tensioni sul commercio rimangono. E' giusto però segnalare che l'indicatore Fao dei prezzi delle materie prime alimentari è diminuito a settembre per il sesto mese consecutivo, scendono le quotazioni degli oli vegetali e invece continuano a crescere quelle dei cereali (vedi articolo che segue).

L'Indice FAO dei prezzi alimentari ha registrato una media di 136,3 punti a settembre, con un calo dell'1,1% rispetto ad agosto e un aumento del 5,5% rispetto al valore dell'anno precedente. E' l'inflazione globale che comincia a rientrare?

Nonostante un settembre incoraggiante è troppo presto per abbassare la guardia. Le banche centrali alzano i tassi per frenare l'inflazione e il maggior costo del denaro frena le economie. Nell'alimentare si avverte la frenata dei consumi o lo slittamento verso acquisti di qualità minore. Un rallentamento dei prezzi da leggere con attenzione, anche nel dettaglio dei settori, per la composizione delle scorte e le stime riviste.

Gli oli vegetali sono tornati ai livelli del febbraio 2021, in un mese i prezzi sono scesi del 6,6% favorendo un ridimensionamento dell'indice generale. Le quotazioni internazionali degli oli di palma, soia, girasole e colza sono state tutte inferiori. Il persistere di pesanti scorte di olio di palma, in concomitanza con l'aumento

stagionale della produzione nel sud-est asiatico, ha spinto al ribasso i prezzi dell'olio di palma. Anche le maggiori disponibilità di esportazione di olio di soia in Argentina, l'aumento delle forniture di olio di girasole dalla regione del Mar Nero e il calo dei prezzi del greggio hanno contribuito al calo di questo sottoindice.

L'Indice FAO dei prezzi dei cereali continua invece ad aumentare dell'1,5% rispetto ad agosto. E' la maggiore preoccupazione. I prezzi internazionali del grano hanno registrato un rimbalzo del 2,2%, legato alle preoccupazioni per le condizioni di siccità dei raccolti in Argentina e negli Stati Uniti d'America, al ritmo sostenuto delle esportazioni dell'Unione Europea in presenza di un'elevata domanda interna e all'accresciuta incertezza sulla prosecuzione dell'Iniziativa Cerealicola del Mar Nero oltre novembre. I prezzi mondiali del mais sono rimasti per lo più stabili, grazie al dollaro forte che ha contrastato la pressione esercitata dalle prospettive di offerta più rigide, legate al declassamento delle prospettive di produzione negli Stati Uniti d'America e nell'Unione Europea.

L'Indice FAO dei prezzi di tutto il riso è aumentato del 2,2%, in gran parte in risposta ai cambiamenti della politica di esportazione in India. L'Indice FAO dei prezzi dei prodotti lattiero-caseari è sceso dello 0,6% nel mese, quelli della carne dello 0,5%, lo zucchero in calo dello 0,7 per cento. La FAO nell'ultimo Cereal Supply and Demand Brief ha ulteriormente abbassato le previsioni sulla produzione cerealicola mondiale per il 2022, ora fissata a 2.768 milioni di tonnellate, l'1,7% in meno rispetto al risultato del 2021.

## EUROPA

### Alla fiera dei cereali di Valencia, tanta Ucraina, volatilità di umori e quotazioni

*di Simone Ruffato\**

Valencia di per sé è già una bellissima città. Se poi aggiungiamo che quest'anno, esattamente il 6 e 7 ottobre, si è tenuta l'annuale fiera europea del settore cerealicolo proprio nella città famosa per la Paella, non poteva che esserlo ancora di più. Tanti i partecipanti, da tutti i Paesi europei e non solo. Molti gli ucraini presenti, a testimoniare quanto ormai il legame con l'Europa non potrà che ulteriormente intensificarsi. Argomento comune a tutti gli incontri, l'imminente futuro sul mar Nero - vedi guerra Russo-Ucraina - e il conseguente impatto sui prezzi delle materie agricole.

Un certo pessimismo governava nell'aria, quasi a pronosticare i bombardamenti sul ponte di Kerc e la successiva controffensiva missilistica avvenuti qualche ora più tardi. Fatto sta che il lunedì successivo alla fiera si son visti, sul Cbot e sul Matif, dei tali rialzi da farci tornare in mente i momenti concitati di inizio primavera.

Il sentimento di rialzo dei prezzi di grano e mais è difficile da scacciare. Rimane il fatto che il calo dei consumi e della conseguente recessione economica sono già una tangibile realtà. "Nessun affare sul lungo, solo business sullo spot". Un mantra ripetuto da almeno un paio d'anni, tuttavia ancora il più efficace.

*\*mediatore merceologico*

*responsabile organizzativo Consulta dei mediatori merceologici Fimaa*

## ITALIA

## Speciale Fondi/Tanti contributi, tante idee al nostro dibattito

di *Viviana Bardella\**

La credibilità del mediatore merceologico può fare la differenza in tutti i passaggi di un mercato organizzato. E può supplire anche a carenze legislative, attuali e future. Intorno a questo concetto si è sviluppato il dibattito che, sabato 15 ottobre, è stato ospitato dal **MOF - Centro agroalimentare all'ingrosso di Fondi**, luogo significativo del **2° Convegno nazionale FIMAA dei Mediatori Merceologici**. Difficile immaginare location più adatta, considerando che il MOF è il secondo mercato più grande d'Europa.

Tema del convegno è stato il Decreto Legislativo 198/2021 (che riguarda il delicato tema delle pratiche sleali), spiegato in maniera più che esauriente dall'avvocato **Claudia Bellani**, parole semplici per esprimere concetti che normalmente risultano ostici a chi non mastica il linguaggio giuridico. Gli interventi "tecnici" sono stati preceduti dai saluti delle Autorità che hanno accettato l'invito di FIMAA e che hanno fornito spunti interessanti di discussione. In particolare, sia l'onorevole **Salvatore De Meo** che il Presidente di Federagromercati, **Valentino Di Pisa**, hanno evidenziato come il Decreto Legislativo in discussione non solo non sia in linea con le direttive comunitarie, avendo introdotto regole ben più restrittive di quelle europee, ma prevede anche nuove norme che mal si adattano all'attività di alcuni mediatori merceologici, in particolare di quelli che operano nei mercati ortofrutticoli, dove il contratto scritto non è consuetudine.

L'interessante riflessione suggerita al Convegno è stata quella di cercare di dare per legge maggiore responsabilità proprio al mediatore, che si potrebbe così far garante degli adempimenti previsti dal D.Lgs e verrebbe ad assumere un ruolo ancora più di rilievo nella trattativa. Anche l'Amministratore delegato del MOF, **Vincenzo Adessi**, ha parlato di "responsabilizzazione" del mediatore, sottolineando l'importanza di potersi qualificare come "mediatore merceologico": una figura professionale che deve essere ben identificabile tra le tante che operano come intermediari di commercio sul mercato.

Osservazioni riprese da **Valentino Di Pisa**, Presidente di Federagromercati. Il Presidente di FIMAA Lazio Sud **Vittorio Piscitelli**, infine, ha espresso un concetto molto semplice ma fondamentale: l'attività del mediatore merceologico deve essere contraddistinta da etica e correttezza. Con il nostro Coordinatore **Stefano Pezzoni** nel ruolo di moderatore, il Presidente nazionale FIMAA **Santino Taverna** ha illustrato le attività di FIMAA, quelle passate e quelle in prospettiva, sottolineando l'importanza di "fare Associazione". FIMAA deve essere il punto di riferimento per tutti i mediatori merceologici, così come la nostra newsletter, che svolge un importante ruolo di formazione e informazione. Presente anche il Vicepresidente nazionale FIMAA, con delega all'organizzazione, **Marco Mainas** che ha portato la propria esperienza e il proprio entusiasmo a Fondi, celebrando nell'occasione i suoi 40 anni di attività professionale.

L'avvocato **Daniele Mammani** ha raccontato il mediatore merceologico attraverso la storia e il diritto, sottolineando come la professione del mediatore merceologico sia la più antica ad essere stata disciplinata in maniera così precisa dai nostri codici, che ancora oggi le basi sono le stesse.

Per quanto mi riguarda, ho voluto portare a Fondi la mia personale esperienza, raccontando quanto sia importante "essere sempre sul pezzo", conoscere il mercato, ed usare imparzialità ed umiltà sempre, con la consapevolezza che il nostro ruolo è fondamentale. Ben vengano altre occasioni di confronto, anche tra noi mediatori, perché nel nostro lavoro le relazioni umane sono fondamentali.

---

*\*mediatore merceologico*

## Speciale Fondi/Piccoli appunti dal Convegno: contenuti e grande spinta

di Viviana Bardella\*

Qualche impressione a caldo, punto per punto, sul **2° Convegno nazionale FIMAA dei Mediatori Merceologici** che si è tenuto a Fondi (Latina) sabato 15 ottobre.

1. Un'organizzazione perfetta. Neanche nei sogni avremmo potuto immaginare una location così: il mercato ortofrutticolo di Fondi è una realtà che deve renderci orgogliosi e la sala, intitolata a Benedetto Recchia, che ci è stata messa a disposizione un vero gioiello. Adornata poi con prodotti locali e impreziosita da un servizio catering al top! Bravissimo **Roberto Fiorillo** che ha magistralmente coordinato i lavori, non solo il giorno del convegno ma anche in quelli precedenti, organizzando momenti di convivialità (e di ottima cucina locale) che non dimenticheremo facilmente.

2. Buona partecipazione di pubblico. Gli operatori del mercato di Fondi, e non solo, hanno risposto positivamente a questa iniziativa. Una grande opportunità per FIMAA di confrontarsi con i propri iscritti sul loro territorio.

3. Interventi azzeccatissimi e che hanno proposto interessanti spunti di riflessione anche dagli ospiti "istituzionali", da cui ci si aspettava un semplice saluto ed invece hanno gettato semi per nuovi temi da sviluppare.

4. E, serve anche quello, la giornata meravigliosa, direi quasi estiva, ha completato il quadro di questo evento decisamente ben riuscito. Che naturalmente ci sprona a rimetterci al lavoro per organizzarne altri al più presto.

\*mediatore merceologico



## Le Fiere di Milano e Parma si alleano, manifestazioni agroalimentari più forti

Per il nostro settore l'alleanza tra due grandi poli fieristici come Parma e Milano non è una notizia da poco. La lunga marcia di avvicinamento ha portato a qualche punto fermo. Non sarà una collaborazione generica. Verrà suggellata da un movimento azionario che porterà Milano nell'azionariato di Parma con una quota del 20 per cento. Dettagli maggiori arriveranno con il tempo, quanto sappiamo finora non è poco. Fiere Parma avvierà un aumento di capitale riservato a Milano che conferirà Tuttofood e avrà una presenza di capitale importante ma inferiore a quella del primo socio francese Credit Agricole (34%).

Tuttofood rimarrà un grande evento con una spinta internazionale e si chiamerà Tuttofood by Cibus sottolineando il coordinamento con la Fiera emiliana. Quindi due fiere distinte ma meno in concorrenza tra loro. Cibus si concentrerà molto sul Made in Italy e la sua valorizzazione. L'alleanza vuole rafforzare il ruolo italiano e sviluppare una presenza più concorrenziale con la tedesca Anuga e con il Sial francese.

---

## A Parigi tornano le giornate di Sial, Italia protagonista

*di V.B.*

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.

---

## Olio d'oliva, notizie sempre più allarmanti sulla produzione appena iniziata

*di Viviana Bardella*

La scorsa newsletter ci eravamo lasciati con previsioni nefaste sulla produzione di olio di oliva in Spagna. Possiamo dire, con ansia crescente, che oggi le stime sono state riviste al ribasso. E' sufficiente dare un'occhiata alla campagna e agli ulivi per vedere quanto drammatica appaia la situazione in prospettiva: predomina un panorama di terreni riarsi, alberi secchi e, dove presenti, le drupe appaiono piccole e poco polpose. Oggi la Junta de Andalusia stima una produzione di circa 750.000 tonnellate in tutta la Spagna, forse qualcosa in più se dovesse piovere nelle prossime settimane. Sebbene non tutti concordino con queste previsioni, ritenendo che alla fine i numeri possano essere leggermente migliori, è indubbio che la stagione 2022/2023 inizi in salita e per di più decisamente ripida.

Per continuare con la "cronaca nera", Coldiretti e Unaprol avvertono che nel 20% degli uliveti italiani quest'anno non verranno raccolte le olive a causa degli effetti del protrarsi della guerra in Ucraina che ha determinato un forte aumento dei costi di produzione, rendendo non più redditizia questa attività.

Le due organizzazioni affermano che i costi sono aumentati fino al 200% e stimano che un produttore su 10 lavori in perdita. Si parla di un +170% per i fertilizzanti; +129% per il gasolio; +30% per l'acquisto di bottiglie e di etichette; +40% per il cartone; +60% per le latte e +70% per la plastica. A ciò si aggiunga il costo dell'energia elettrica, che è quintuplicato. Come abbiamo già avuto modo di dire, lo stimato 30% in meno di

produzione rispetto all'anno scorso è dovuto anche alla siccità devastante che ha sottoposto a forte stress idrico gli uliveti, soprattutto nelle zone dove non si è potuti intervenire con irrigazioni.

*\*mediatore merceologico*

---

## - Il settore vitivinicolo -

### **Vendemmia: scorte alte e produzione meglio delle stime. Costi fuori controllo**

*di Federico Repetto*

Nonostante la siccità e le difficoltà riscontrate durante la campagna vitivinicola 2022 il risultato atteso è al di sopra di quanto aspettato. Attendiamo quindi una vendemmia con volume simile all'anno precedente, quindi circa 50 milioni di ettolitri con l'Italia che manterrà il primato produttivo Europeo e Mondiale. A preoccupare, oltre i costi di produzione che affronteremo dopo, sono le ingenti scorte. Le giacenze 2022 sono in aumento del 6%. I dati di chiusura della campagna stimati dall'Osservatorio del Vino Unione Italiana Vini indicano i volumi al 31 luglio pari a 41,4 milioni di ettolitri, 2,45 milioni di ettolitri in più rispetto alla chiusura dell'anno passato. Anche settembre (dato certificato da Cantina Italia), si conferma +6% rispetto all'anno precedente.

A questo problema delle scorte si aggiunge l'enorme sfida dei costi energetici, un'indagine dell'Unione italiana vini e insieme a Vinitaly riscontra che sul settore vitivinicolo ci sono maggiori costi per 1,5 miliardi. Questi costi sono assorbiti dai produttori e non scaricati sui listini per circa 600 milioni di oneri. Per coprire in toto questi costi i prezzi dei vini italiani sarebbero, infatti, dovuti aumentare dell'11%. A subirne di più le conseguenze sono le aziende verticali, che rappresentano la maggioranza dei produttori italiani ma anche quelli con meno potere contrattuale.

Dall'indagine è emerso inoltre che l'aumento dei costi ha comportato una bolletta di 1,5 miliardi di euro di maggiori oneri corrispondente ad un aumento del 28% rispetto all'anno precedente. La maggioranza di questi costi, circa 425 milioni, dipendono dai fattori energetici. Come se non dovesse bastare, questi costi si aggiungono al miliardo circa determinato dai rincari delle materie prime secche (vetro, carta, cartone e alluminio). A fronte di tutto ciò, ci troviamo in una situazione paradossale, il costo di produzione dei vini della campagna 2022 è ovviamente maggiore rispetto al 2021 ma il prezzo della maggior parte dei vini, tranne qualche eccezione, è inferiore.

*\*mediatore merceologico, Med&A*

---

- Se ve li siete persi -

**- Coldiretti -**

**- Il Sole 24 Ore -**

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](#)  
[Fimaa Commodities n.36 4.10.2022](#)

---

### **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/>

---

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 metereologiche; 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>

---

