

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° 39 - Diffusa il 15 novembre 2022 (prossimo numero 6 dicembre 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

Il caro energia sposta i consumi e detta la competizione tra le merci (e i paesi)

Il tema della crisi energetica monopolizza l'attenzione e le preoccupazioni dell'intero sistema economico mondiale, dei governi, delle famiglie. Mostratasi in tutta la sua gravità in stretta derivazione del conflitto ucraino, adesso non si riesce a distinguere se ne è figlia o madre. I suoi effetti nefasti incidono direttamente sulle vite delle persone, anche al di fuori dell'area del confronto bellico: il rincaro delle bollette di luce e gas sta letteralmente mettendo in ginocchio intere fasce di popolazione del pianeta.

Con riferimento all'Italia e agli altri paesi europei, ciò significa che gran parte del potere di acquisto delle famiglie è destinato al pagamento delle utenze domestiche e delle spese per il trasporto. Tutto ciò a discapito di altre spese (alimentazione, abbigliamento, istruzione, cure mediche, voluttuarie, ecc.), determinando un forte calo di consumo di molti beni e servizi. Anche il rincaro di questi ultimi per le medesime motivazioni energetiche fa conseguire una naturale diminuzione dei consumi.

Quasi tutte le filiere economiche sono in grave sofferenza e questo noi mediatori merceologici lo verificiamo giorno per giorno nell'ambito dell'esercizio delle nostre professioni. La rottura dei normali equilibri economici sta determinando la composizione di nuove alleanze di nazioni: la fornitura a prezzi vantaggiosi di gas e petrolio (ed altre commodities) ad alcuni stati invece che ad altri costituisce nuovi fronti politici, in sostituzione di quelli ideologici. La componente energetica, inoltre, diventa discriminante per la competitività di aziende o di interi sistema-paese, mortificando in parte i know-how posseduti.

Non pensiamo che questa situazione faccia determinare unicamente benefici per chi riesce a trarre maggiori profitti da quotazioni più elevate di gas, petrolio e altre fonti energetiche. Gli equilibri economici sono un complicato rapporto di molte forze (domanda interna, export, valore della propria divisa, credibilità politica, stabilità sociale, impegno per le politiche ambientali, la fiducia nel futuro dei cittadini...) e questo rapporto si costituisce nel corso di decenni.

Dobbiamo confidare che il valore della componente energetica rientri nella sua naturale, giusta proporzione. Il talento delle persone e delle loro comunità, anche in forma di aziende, sarà sempre premiante.

**mediatore merceologico*

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

MONDO

L'India è in difficoltà, è il secondo produttore di riso

Attenzione a quanto sta accadendo in India, circa 1,3 miliardi di abitanti, protagonista da sempre nella cultura e nell'economia mondiale. In questo momento soffre e non riesce a riprendere il volo dopo l'appesantimento della fase Covid. E' il secondo produttore di riso dopo la Cina e il primo esportatore.

A causa della guerra in Ucraina e della situazione economica globale, la Banca centrale indiana ha abbassato le previsioni di crescita per l'anno in corso al 7%. Il FMI è stato più pessimista, abbassando le sue previsioni al 6,8%. La Banca Mondiale prevede una crescita del PIL indiano del 6,5%. E alcuni economisti ritengono che la crescita indiana non raggiungerà nemmeno questo livello. Non ci sono le condizioni per rispettare la promessa di creare decine di milioni di nuovi posti di lavoro. Il tasso di disoccupazione è salito in

agosto all'8,3% (era 7,12% a maggio). Tra i giovani il tasso di inattività è del 25% e preoccupa come l'inflazione che corre.

L'agricoltura? Secondo un rapporto del Global Agricultural Information Network del Foreign Agricultural Service (FAS) del Dipartimento dell'Agricoltura degli Stati Uniti, le esportazioni di riso dell'India nella campagna di commercializzazione 2022-23 dovrebbero scendere a 17 milioni di tonnellate, rispetto al record di 21,5 milioni di tonnellate dello scorso anno.

L'8 settembre scorso il governo indiano ha vietato le esportazioni di parti della produzione e ha imposto un dazio all'esportazione del 20% sul riso in lolla e sul riso semilavorato o lavorato diverso dal parboiled e dal basmati. In base alle ultime statistiche ufficiali, le scorte finali del 2021-22 sono state abbassate a 35 milioni di tonnellate, mentre quelle del 2022-23 dovrebbero scendere a 32 milioni di tonnellate.

EUROPA

Troppo spreco di cibo, i dati del 2020

Il Vecchio Continente spreca troppo cibo, sia nella produzione/distribuzione che nelle case. Nel 2020 nell'Ue sono stati sprecati circa 127 chilogrammi di cibo per abitante. Soprattutto le famiglie hanno generato il 55% degli sprechi alimentari, pari a 70 kg per abitante. Il restante 45% è costituito da rifiuti generati nella filiera alimentare. Il dato italiano non è confortante: 146 chili nel dato generale e 107 per quello in casa anche se il conteggio potrebbe essere impreciso per alcune modalità di calcolo differenti. La più virtuosa è la Slovenia, l'isola di Cipro è ultima in classifica.

ITALIA

Nuovo Governo, nuovo Ministro, nuovo nome. I mediatori aspettano le scelte

di Stefano Pezzoni*

Per noi mediatori di merci, prevalentemente in riferimento al settore agroalimentare, è sempre necessario essere informati di quanto avviene sui tavoli della politica, siano essi europei, italiani o regionali. Spesso infatti succede che le iniziative e le discussioni in quei tavoli siano in contrasto tra loro e una volta prevalga una linea di pensiero ed un'altra volta poi si adattino scelte diametralmente opposte.

Sul fronte nazionale, già nella volta scorsa newsletter, abbiamo dato notizia del nuovo Ministro del Ministero dell'agricoltura e della sovranità alimentare: Francesco Lollobrigida. Il ministero ha cambiato nome diverse volte, prima MAF poi MIPA e a seguire MIRAF, MIPAF, MIPAAF e ora MASAF. Un nuovo nome che riassume la politica del nuovo Ministro che ha spiegato: *“vuol dire rimettere al centro l'imprenditore agricolo, rimettere al centro la possibilità di un popolo di definire le proprie strategie per produrre in modo da tutelare il lavoro, l'ambiente, la qualità e farlo compatibilmente anche con lo sviluppo di un export che si basa su questo tipo di principio. La sovranità alimentare significa questo, significa riappropriarsi della capacità di avere coscienza di quello che è il nostro patrimonio e l'agricoltura è un asset strategico per l'Italia”*.

In altra occasione il neo Ministro ha detto: *“bisogna togliere il limite ai terreni incolti: abbiamo un milione di ettari coltivabili. Dobbiamo aumentare la resa delle produzioni attraverso un piano nazionale di coltivazione che non può prescindere da contratti di filiera chiari. Attivare la legge sulle pratiche sleali, affinché non ci siano schiacciamenti sull’anello debole della filiera, ovvero il produttore. Investire sull’innovazione e mettere un freno alla speculazione sulle materie prime come il grano”*.

A ciascun lettore il commento su tali intenzioni, ai mediatori una riflessione su quanto i contratti di filiera e le pratiche speculative possano influire sul loro lavoro.

**mediatore merceologico,
coordinatore Consulta mediatori merceologici Fimaa*

Via alle Commissioni che si occuperanno di questioni agricole

Mirco Carloni della Lega, di Fano e già vicepresidente e assessore della Regione Marche è il nuovo presidente della Commissione Agricoltura della Camera. Con lui come vicepresidenti la vicentina Maria Cristina Caretta (Fdi) e Maria Chiara Gadda (Azione) di Tradate (Varese). Sul sito della [Camera dei deputati](#) potete trovare tutti i componenti della Commissione, il partito rappresentato, la città di nascita e il collegio dove sono stati eletti.

Il bellunese Luca De Carlo (Fdi) è presidente della [9° Commissione del Senato che comprende anche l’agricoltura](#). Con lui i vicepresidenti Giorgio Maria Bergesio, piemontese della Lega, Gisella Naturale, pugliese e rappresentante dei 5Stelle.

Olio di oliva, ecco le nuove norme di commercializzazione

*di Viviana Bardella**

Il 4 novembre 2022 è stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale dell’Unione europea il Regolamento Delegato della Commissione 2022/2105 che stabilisce norme relative alla commercializzazione dell’olio di oliva e abroga il regolamento CEE 2568/91 e il regolamento di esecuzione del 2012.

La premessa è che l’olio di oliva possiede particolari proprietà organolettiche e nutritive che gli permettono di avere accesso al mercato ad un prezzo relativamente elevato rispetto agli altri grassi vegetali, per cui è opportuno stabilire delle norme di commercializzazione che garantiscano la qualità del prodotto e combattano efficacemente le frodi.

A questo fine bisogna in primo luogo determinare le caratteristiche fisico-chimiche ma anche quelle organolettiche del prodotto e, per non indurre in confusione il consumatore e non creare concorrenza sleale sul mercato, è opportuno consentire la miscelazione con altri oli vegetali o l’incorporazione in prodotti alimentari solo alle categorie di olio che possono essere vendute al consumatore finale. Per garantire l’autenticità dell’olio di oliva, si richiedono, per il commercio al dettaglio, imballaggi di dimensioni ridotte provvisti di sistemi di chiusura adeguati. Si consente comunque l’utilizzo di imballaggi più grandi per olio destinato alle collettività.

Dato che oli appartenenti alla stessa categoria possono presentare qualità e sapore notevolmente diversi se

provenienti da Paesi (e quindi anche prezzi diversi), è opportuno indicare sull'etichetta il luogo di origine della merce. Lo stesso vale se si tratta di miscele di oli provenienti da diversi Paesi. Per quanto riguarda DOP e IGP, per non generare confusione nel consumatore, si richiede di designare l'origine a livello regionale. Il luogo di origine dovrebbe riferirsi alla zona geografica nella quale l'olio è stato ottenuto; se la zona di raccolta delle olive è diversa da quella di produzione dell'olio, si richiede la specificazione sull'etichetta.

Le indicazioni riportate sull'etichetta non devono indurre in errore l'acquirente; è opportuno stabilire norme armonizzate per alcune indicazioni facoltative utilizzate frequentemente, che consentano di definirle con precisione e di controllarne la veridicità (es. spremitura a freddo). Gli operatori dovrebbero essere poi autorizzati ad indicare la campagna di raccolta sull'etichetta, ma solo se il 100% dell'olio in bottiglia proviene da un'unica campagna di raccolta. I prodotti alimentari che contengono "anche" olio di oliva non devono indurre in errore il consumatore sfruttando la sua reputazione: devono quindi essere riportati in etichetta tutti gli ingredienti.

Con il Regolamento di esecuzione (UE) 2022/2105 si definiscono le regole relative ai controlli di conformità delle suddette norme di commercializzazione. Riepiloghiamo brevemente i punti più significativi. Gli Stati membri devono eseguire controlli di conformità volti a verificare la rispondenza al Reg 2104, in particolare per quanto riguarda la conformità dell'etichetta al contenuto del recipiente. Si richiede a tutti gli Stati membri l'introduzione di requisiti minimi in materia di controllo; questi dovrebbero essere tenuti a presentare alla Commissione una relazione annuale sui controlli di conformità. Poiché i controlli sugli operatori responsabili della produzione e/o della prima immissione sul mercato devono essere condotti dallo Stato membro, è opportuno prevedere una procedura di collaborazione tra la Commissione e gli Stati membri.

Si rende necessario definire in modo uniforme i metodi di analisi chimico-fisica e organolettica e i criteri di campionamento. Gli stati membri devono prevedere sanzioni in caso di non conformità constatata a livello nazionale rispetto alle norme di commercializzazione previste dal COI (Consiglio Oleicolo Internazionale). Questo sulla carta. Aspettiamo di vedere come queste disposizioni verranno recepite e attuate in Italia.

**mediatore merceologico*

Fiera Interpoma. A Bolzano (17-19 novembre) la mela è protagonista

*di Ervin Mosca**

Nel panorama fieristico italiano ed europeo Interpoma rappresenta un esempio di salone tecnico focalizzato su un singolo prodotto: la mela. Il format, a cadenza biennale, ha registrato un crescente interesse da parte degli operatori del comparto, ritagliandosi uno spazio ben definito negli appuntamenti del mondo agricolo. La sede non poteva che essere Bolzano, provincia ad altissima vocazione melicola, dove la tradizione si sposa con una continua innovazione tecnologica. Interpoma è apprezzata a livello mondiale, con un ampio parco di espositori e visitatori che comprende coltivatori, tecnici, venditori di macchinari e attrezzature, specialisti di frigoconservazione e tutte le figure aziendali che ruotano attorno al prodotto mela. Azzeccato il periodo, dal 17 al 19 novembre, momento di calma nei campi ed importante per gli aspetti commerciali. Si attendono 20.000 visitatori e circa 490 espositori da 70 paesi, numeri allettanti per una fiera di provincia, che per 3 giorni diventa capitale del settore.

**mediatore ortofrutticolo*

Mediazione del diporto, occorre l'esame presso la Camera di Commercio

Multa, sito oscurato e ulteriori accertamenti. E' costata cara l'attività di intermediazione attraverso una piattaforma online per imbarcazioni da diporto (ed eventi collegati). La Guardia Costiera di Rimini ha scoperto che una associazione culturale non a scopo di lucro responsabile della gestione e dell'uso di una piattaforma online esercitava abusivamente attività di intermediazione in forma commerciale tra skipper provenienti da tutta Italia, che offrivano aperitivi in barca lungo le coste locali o italiane oppure anche viaggi all'estero mettendo a disposizione le loro imbarcazioni, e diportisti accreditati sul portale internet che prenotavano le loro esperienze a fronte del pagamento all'associazione di una provvigione fissa del 20% sul prezzo richiesto dagli skipper.

Secondo le normative vigenti tali attività possono essere effettuate in forma di impresa da figure professionali sotto la vigilanza delle Camere di Commercio competenti per territorio. Lo scorso 5 novembre è stato pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale n.264 il decreto n.151 del 6 agosto 2021 del Ministero dello Sviluppo Economico, entrato in vigore il 20 novembre, il quale riporta il regolamento sulle modalità di iscrizione al registro delle imprese e nel REA dei soggetti esercitanti l'attività di mediatore del diporto. Ai responsabili, la polizia giudiziaria della Guardia Costiera di Rimini ha notificato ai soci membri dell'associazione che gestisce la piattaforma online due multe per circa 9mila euro per aver esercitato abusivamente l'attività di intermediazione commerciale nel diporto.

- Il settore cereali -

Primi segnali ribassisti dopo mesi di stabilità

di *Simone Ruffato**

La ritirata russa dalla città di Kherson segna un punto di svolta per il conflitto russo-ucraino. Per la prima volta dall'inizio della guerra, un alto esponente dell'intelligenza russa, Alexander Dugin, ammette l'imbarazzo e critica aspramente la condotta dell'operazione. Nel frattempo, proseguono i negoziati per il rinnovo del corridoio di grano sul Mar Nero, il quale rimane aperto e funzionante, pur fra le mille difficoltà. Tutto è ancora in divenire. L'aggressore in difficoltà, se messo spalle al muro, potrebbe utilizzare il proprio arsenale nucleare per cercare di scacciare una sconfitta umiliante. Un'ipotesi purtroppo concreta.

In mezzo a questa bagarre il mondo del commercio cerealicolo procede con cautela. Nell'ultima borsa di Bologna, per la prima volta, dopo mesi di stabilità, il prezzo del grano tenero è andato al ribasso, seguendo i cali di mais e seme di soia avvenuti già settimane prima. Se la guerra è stato il principale fattore rialzista sul mercato di quest'anno, il calo dei consumi, la recessione economica, la neo-influenza aviaria e in ultimo il rafforzamento dell'euro sono i venti contrari che oggi spingono al ribasso i prezzi delle materie prime agricole.

D'altra parte, parliamo di prezzi aumentati di oltre il 100% rispetto a due anni fa, cosa non accaduta ahimè al potere d'acquisto delle famiglie. Tuttavia, buona parte degli acquisti per il 2023 non sono ancora stati fatti. Su tutti la farina di soia, alimento base per il mondo zootecnico. Rimane dunque necessario agire ancora sul pronto, parcellizzare le posizioni per dividere il rischio, seguire passo dopo passo il mercato per intercettare il momento giusto per vendere o acquistare. Esiste momento migliore per affidarsi ad un buon mediatore?

**mediatore merceologico, responsabile organizzativo Consulta mediatori merceologici Fimaa*

- Il settore olio d'oliva -

Tutti i timori e le incertezze di inizio campagna

di Viviana Bardella*

Nei giorni scorsi ho approfittato della visita in Italia di un cliente tunisino per fare un viaggio con lui in Italia da nord a sud e sentire l'opinione degli operatori del settore oleicolo all'inizio di questa campagna che si preannuncia complicata sotto diversi punti di vista. La preoccupazione più diffusa è che la GDO non sia in grado (o non voglia) recepire gli aumenti inevitabili della bottiglia; con i rincari dei costi di produzione e della materia prima oltre che del prezzo del vetro e degli imballi in generale, si rende necessario aumentare il prezzo di vendita sugli scaffali e quindi riversare questo differenziale sul consumatore finale.

In Italia tradizionalmente il consumo dell'olio di oliva non si è mai spostato in maniera significativa verso altri prodotti (olio di semi), ma il prossimo anno si prevede un aumento di prezzo tale per cui è anche possibile immaginare un approccio diverso e del tutto nuovo da parte del consumatore, anche in conseguenza del minore potere di acquisto. E quindi: acquisti più oculati con quantità inferiori di olio di oliva e, magari, nuovo approccio al mercato dei semi. Ulteriore motivo di preoccupazione: le fonti di approvvigionamento. La Spagna, ormai è risaputo, avrà un raccolto che si stima scarso, rispetto alla media. Gli spagnoli, sempre più veloci di noi nell'interpretare gli scenari futuri, si stanno muovendo in molte direzioni per garantirsi le coperture e sono già presenti nei mercati di Grecia, Tunisia e Turchia, dove si prevedono al contrario buone campagne.

Ma sono mercati comunque piuttosto limitati: la domanda massiccia degli spagnoli non fa bene al commercio, perché rende rigidi i prezzi alla produzione (notizia confermata dal fornitore tunisino). Noi italiani, per il momento, stiamo alla finestra. Prendiamo poche posizioni e speriamo in un evento fortuito (poco probabile, almeno nel breve periodo) che inverta il trend... e forse così perdiamo tempo ed occasioni. Vero è che con un mercato come quello attuale, che vede il prezzo aumentato di oltre 1000 euro /tonn rispetto allo stesso periodo dell'anno passato, prendere decisioni risulta alquanto difficile; un errore di valutazione può costare veramente caro.

*mediatore merceologico

- Se ve li siete persi -

- [Istat](#) -

- [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](#)
[Fimaa Commodities n.37 18.10.2022](#)
[Fimaa Commodities n.38 1.11.2022](#)

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 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>

