

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° 40 - Diffusa il 6 dicembre 2022 (prossimo numero 20 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 Stefano Pezzoni

Ai “collegi dispersi”, la newsletter è un'opportunità di confronto

Siamo giunti al nr. 40 della nostra newsletter. Un'occasione per fare festa. Non è facile dare continuità ad un lavoro di redazione, di comunicazione e di scrittura con l'intenzione di creare una sorta di bagaglio comune di informazioni per i lettori, che siano mediatori merceologici o persone interessate al settore delle merci.

Per attirare l'attenzione del lettore su questo numero, caratterizzato da argomenti sempre attuali che abbracciano mondi e prodotti diversi, ma che hanno il comun denominatore di guardare il mercato con gli occhi dell'esperto, avrei voluto intitolare questo editoriale "L'agricoltura messa a nudo". Il nudo, non so perché, attira sempre.

Ovviamente il concetto si sarebbe esplicitato nella ricerca dell'essenziale, nell'analisi della struttura dei mercati, focalizzata su tematiche senza fronzoli o orpelli. Alla fine, ho preferito titolare "ai colleghi dispersi" per evidenziare che nonostante i 40 numeri ci sia ancora la necessità di raggiungere una platea maggiore di operatori, di ampliare gli iscritti sia alla newsletter che, soprattutto, alla Fimaa. Tutto ciò per rendere possibile quelle azioni, tipiche di un sindacato, che sono volte a proteggere, aiutare, rafforzare, formare un operatore associato.

Con la nostra newsletter vogliamo parlare agli iscritti Fimaa e a quelli che non lo sono ancora. Vogliamo dire alla comunità economica che ci sono degli operatori, chiamati mediatori, capaci di lavorare per soddisfare le necessità di ciascuno. Il mediatore è colui che mette in relazione una o più parti per la conclusione di un affare senza avere rapporti di collaborazione, di dipendenza e di rappresentanza con esse.

Di questi primi quaranta numeri pieni di contenuti, di informazioni ne andiamo orgogliosi. Invito tutti ad aprire qualche vecchio numero (cercatelo in coda al nostro notiziario) e vedrete quanto materiale informativo abbiamo prodotto od evidenziato tra le tantissime notizie che ogni giorno ci arrivano. Il pregio di questa newsletter finora è stato quello di essere snella, di agevole lettura ma con interessanti approfondimenti ed essere il mezzo di collegamento tra la federazione, gli associati e gli operatori, tant'è che suggerimenti o analisi ci sono arrivati anche da colleghi stranieri, che cogliamo l'occasione di ringraziare.

L'interazione con la federazione è sempre auspicabile e invito voi lettori, che magari ricevete questa NL attraverso amici, conoscenti, strutture provinciali di Fimaa ad andare sul [sito](#) per iscrivervi direttamente. Più aumenteranno i lettori più grande sarà la prossima festa Fimaa merceologici. Un grazie di cuore per l'attenzione e la condivisione.

**mediatore merceologico, coordinatore della Consulta merceologici Fimaa*

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

MONDO

Finisce un anno complicato, ecco le prime stime 2023 degli analisti

L'indice dei prezzi alimentari della Banca Mondiale è sceso del 12% nel terzo trimestre del 2022 dopo aver raggiunto un massimo storico in aprile. Ma gli analisti ricordano che l'indice rimane più alto di quasi il 20% rispetto a un anno fa. Si prevede che i prezzi alimentari scenderanno del 5% nel 2023 prima di stabilizzarsi nel 2024. Nonostante il calo previsto, la maggior parte dei prezzi alimentari rimarrà elevata rispetto alle medie storiche anche per effetto del rafforzamento del dollaro. Per i prossimi mesi i rischi sono tanti.

Anche gli analisti di Rabobank, specializzati nelle materie prime, stimano che i prezzi delle materie prime agricole come il caffè, i cereali per mangimi e i semi oleosi potrebbero diminuire l'anno prossimo con l'entrata in recessione di molte grandi economie, ma rimarranno alti in termini storici. La banca ha affermato che i consumatori restano prudentissimi in presenza di pericoli geopolitici e carenze continue di alcune materie prime chiave come il grano che non lasciano presagire nulla di buono per la sicurezza alimentare globale.

Il grano (vedi anche la nostra newsletter) continua a risentire della guerra tra Russia e Ucraina e Rabobank prevede un deficit di 6 milioni di tonnellate l'anno prossimo, anche a causa delle incerte prospettive climatiche nell'Unione Europea, negli Stati Uniti e in Argentina. Gli analisti vedono una crescita della domanda di caffè ben al di sotto dei livelli medi, pari all'1,5%, con un clima favorevole che lascia al mercato un'eccedenza di 4 milioni di sacchi. E stimano prezzi dello zucchero relativamente bassi, grazie ancora una volta al clima favorevole.

EUROPA

La produzione di olio in Grecia è in controtendenza. E i prezzi crescono

di Viviana Bardella*

Premesso che trascorrere una settimana con amici greci è un'esperienza unica per la cordialità e il clima di serenità (almeno apparente) che si percepisce e che fanno bene allo spirito, in particolare in un momento difficile come quello che stiamo attraversando, l'umore si risollewa anche osservando da vicino la campagna rigogliosa e, in particolare, gli ulivi con i rami piegati dal carico di drupe e dalla pioggia copiosa che abbiamo avuto il piacere di veder cadere.

Confermate le stime di produzione che parlano di circa 370.000 tonnellate, in controtendenza rispetto agli altri Paesi del Mediterraneo (vedi altro articolo della nostra newsletter) che devono fare i conti con un'annata difficile, e con buone chance di raccolto record a Creta, sebbene si debbano fare i conti con insidie come mosca olearia e funghi vari, che proliferano con il clima caldo umido di questo periodo. La qualità dell'olio prodotto è mediamente buona, con punte di eccellenza in alcune zone, tradizionalmente di alta gamma, come la zona di Sparta. Fin qui le notizie positive.

Il fatto che la Grecia sia l'unico Paese da cui in questo momento si possa attingere olio di buona qualità, sta richiamando mediatori e compratori da ogni dove, generando turbolenza su un mercato di per sé abbastanza ristretto e dove le informazioni circolano in tempo reale. Da qui forti rincari del prodotto, che oggi si vende oltre a 5 Euro/kg partenza frantoio. Anche in Grecia, come da noi, si discute su quanto il consumo possa ancora sopportare rincari, tra l'altro generalizzati a tutti i prodotti ortofrutticoli e non solo.

E' probabile che le vendite dell'olio di oliva subiscano una flessione ancora più marcata di quella rilevata nell'anno in corso, perché l'aumento dell'olio, sommato ai rincari di energia e packaging, verranno inevitabilmente riversati sulla bottiglia presente sugli scaffali del supermercato, mentre il potere d'acquisto di chi va a fare la spesa purtroppo diminuisce. L'incertezza e l'imprevedibilità del mercato nei prossimi mesi sta creando non poche preoccupazioni tra i confezionatori, non solo italiani, che si trovano oggi a dover fare i conti con scorte limitate e a dover decidere se, come e quanto comprare a prezzi mai registrati prima d'ora sul mercato dell'olio di oliva.

*mediatore merceologico

L'inflazione è seduta nel carrello della spesa. A cosa si rinuncia

Un italiano su due ha ridotto la spesa alimentare e uno su tre ha ridotto la qualità dei prodotti. L'inflazione è ormai nelle case da mesi e anche il food sta subendo le conseguenze. Il Censis per la Coldiretti ha indagato sui comportamenti cercando di capire cosa si consuma meno, chi consuma meno e lo stato d'animo dei consumatori per il 2023 ormai vicino. Per quantità le rinunce sono tante e in termini di volume, Ben il 60% della fascia meno abbiente dichiara di aver cambiato il modo di riempire il carrello. con un'attenzione obbligata al costo. Magari le stesse cose ma meno.

Come è evidente nella ricerca del risparmio si cercano prodotti e offerte convenienti chiudendo un occhio sulla qualità. Il dato è preoccupante perché nelle famiglie a basso reddito il 46% ha dovuto rinunciare ai prodotti migliori. Solo il 22% dell'intera popolazione riesce a scegliere il meglio per prezzo-qualità. I giovani tagliano più degli anziani. Ma a cosa si rinuncia? L'indagine evidenzia gli alcolici, i dolci e i salumi. Si difendono frutta, verdura e pasta che subiscono tagli inferiori ad altri alimenti. Meno del 20% degli italiani dichiara di aver tagliato questi alimenti basic. Infine prevale il pessimismo e sei connazionali su dieci sono convinti che il 2023 sarà ancora problematico.

Una produzione di sole 208mila tonnellate. Poco olio dalle regioni forti

*di Viviana Bardella**

Stiamo per affrontare uno dei peggiori scenari mai vissuti nel settore dell'olio di oliva, con previsioni di produzioni catastrofiche quasi ovunque, ad eccezione di Grecia e Turchia (vedi altro articolo della newsletter). In Italia le ultime stime dell'ISMEA riferiscono di una produzione 2022/2023 di 208.000 tonnellate, ma c'è chi teme che alla fine il risultato sia ancora peggiore. Le cause sono soprattutto strutturali ma anche legate alla contingenza: oltre alla siccità patita durante l'estate, il clima caldo-umido dell'autunno, con l'arrivo delle piogge e la temperatura eccezionalmente mite per questo periodo, hanno determinato la diffusione, in alcune aree (non solo in Italia) della mosca olearia.

Per La Puglia, che rappresenta il 50% della produzione nazionale, ISMEA stima una riduzione della produzione di oltre il 50% (circa 85.000 tonnellate); contesto negativo anche per la Sicilia (-25%) e per la Calabria (-42%) e, in generale per tutto il Meridione. In controtendenza Lazio, Toscana e Umbria. Il nostro Paese, oltre a essere un importante consumatore (in media 600mila tonnellate l'anno) è anche un importante esportatore (circa 400mila tonnellate/anno): va da sé che l'import sia assolutamente indispensabile. Ma purtroppo la situazione è complicata anche altrove.

La Spagna registrerà, dopo anni di continua crescita, in cui si è posta come garante della copertura del fabbisogno mondiale di olio di oliva, una forte flessione: quest'anno sono previste 750.000 tonnellate, forse anche meno. Gli effetti si vedono già, con una consistente contrazione dell'offerta e prezzi in continuo rialzo. Vero è che stanno crescendo altre realtà nell'area del Mediterraneo, come Egitto, Marocco, Algeria e persino la Libia e che la Turchia prevede un ottimo raccolto, ma è difficile immaginare questi Paesi come validi sostituti della Spagna, sia per le quantità che per la qualità che sono in grado di proporre.

Slitta l'introduzione del Nutriscore, il Governo spinge il Made in Italy

Il contestato sistema di etichettatura europea dei prodotti alimentari, fondato sul sistema di segnalazione Nutriscore, non verrà introdotto dall'attuale parlamento Ue ma slitterà al prossimo, quindi sostanzialmente tra due anni. Allentano la guardia molti settori produttivi, olio e vino tra i più importanti, che temevano una interpretazione penalizzante perché svincolata dalla quantità prevista da una normale alimentazione mediterranea. Nell'ambito del finanziamento governativo di sostegno alle produzioni Made in Italy una parte dei fondi potrebbe essere dedicata alla tutela delle qualità nazionali. Una risposta indiretta per evitare la svalorizzazione implicita di alcuni comparti che hanno sofferto durante il dibattito europeo su Nutriscore.

Evoluzione continua per la mela. Cosa è emerso da Interpoma 2022

*di Ervin Mosca**

Conclusa la fiera Interpoma 2022 che ha visto a Bolzano una folta partecipazione di operatori da tutto il globo. Una cartina tornasole della situazione, in continua evoluzione, della melicoltura italiana, europea e mondiale, dove si possono individuare linee di azione ormai ben definite. In primis l'automazione delle operazioni dal campo al confezionamento, con futuristici droni e manipolatori, che proveranno a supplire alle strutturali carenze di manodopera. La tecnologia dei sensori e delle telecamere è entrata con forza in tutti i macchinari della filiera, dall'erpice agli irrigatori fino al carro raccolta, con l'obiettivo di un efficientamento delle operazioni. Velocità, ma soprattutto precisione e sicurezza, sono i target dei produttori di attrezzature, che in certi casi assomigliano più a mezzi da allunaggio.

Ottenuto il frutto dalla pianta bisogna poi anche venderlo sui mercati, quindi altro must è il precursore delle mode di consumo, tradotto in una spasmodica ricerca di varietà che possano incontrare il gusto del consumatore. Più di 40 varietà club, con relativi imballaggi brandizzati, erano esposte in un'interessante mostra pomologica che permetteva rapidi confronti. Sentiment diffuso e non celabile tra i principali player del settore è la sensazione che tali nuove varietà siano troppe e che il mercato ne premierà solo una parte.

Apprezzabile comunque lo sforzo dei produttori di prendere in mano l'indirizzamento del consumo, piuttosto che subirlo. La sensazione generale è che tutti stiano dando una mano a tirare la volata, ma con grandi incognite sulla ricettività dei mercati, dove l'inflazione sta frenando i consumi e dove la mela, prodotto non più considerato stagionale, deve confrontarsi con tutta la frutta disponibile 365 giorni all'anno. Si può ormai parlare di confronto tra commodities. Tra due anni la prossima edizione che sicuramente riserverà altre novità.

**mediatore ortofrutticolo*

World Bulk Wine di Amsterdam. Ecco cosa ho notato quest'anno

*di Federico Repetto**

Dopo un anno con poche presenze causa contagi Covid, si è tenuta ad Amsterdam, dal 21 al 22 novembre, la fiera del vino sfuso "World Bulk Wine Exhibition". All'interno di un evento incentrato sulla ricerca di soluzioni, nonostante il contesto di incertezza che regna nel settore, hanno partecipato oltre 220 aziende vinicole provenienti da 24 Paesi diversi e 6.000 visitatori da 57 Paesi. La WBWE ha vissuto la sua edizione più vivace dopo i due anni di pandemia che hanno lasciato un contesto economico difficile a cui si aggiungono la crisi dei trasporti, la guerra in Ucraina, la sfida dell'impronta di carbonio, l'imbottigliamento a destinazione e le nuove richieste dei consumatori con i nuovi formati.

I principali produttori internazionali si sono riuniti ancora una volta con i loro clienti, con i loro mediatori e con tutti i protagonisti della filiera vitivinicola. Forte la presenza di espositori francesi e spagnoli, per quanto riguarda l'Europa, ed argentini per il nuovo mondo meno dall'Italia rispetto alle edizioni precedenti ma sempre ben presenti come visitatori. Partecipo a questa fiera dagli albori e ho notato nel tempo una costante diversificazione degli espositori e dei prodotti, i quali riflettono sempre l'andamento del mercato.

Ad esempio, come scrivevo nel mio ultimo intervento su questa newsletter, a pesare nel mondo sono soprattutto le scorte di vino rosso, di conseguenza troviamo presenti più espositori provenienti dall'Argentina rispetto alle edizioni passate. La WBWE è una fiera sempre interessante, dalla quale si possono percepire i possibili andamenti di mercato, le forze/debolezze della vendemmia in Europa e, confrontandosi con produttori mondiali, anche i possibili sviluppi del settore.

**mediatore merceologico Med&A*

Piccoli spazi espositivi crescono. A Codogno due nuovi padiglioni

A Codogno (Lodi) è iniziata la ristrutturazione dello spazio espositivo nel quartiere San Biagio e l'idea è di tenere la fiera storica alla fine del 2023. Cancellando così due anni pesantissimi per la pandemia e ripristinando una storia pluricentenaria raccolta in AgriFiera. L'investimento è di 6,5 milioni, con il contributo ministeriale, della Fondazione Cariplo e di altri. Troveranno spazio settori forti del territorio, innanzitutto zootecnica e lattiero caseario.

Cantina Italia, i dati dell'aggiornamento a fine ottobre preoccupano

*di Federico Repetto**

Con molti dei registri ancora da chiudere la situazione che si prospetta per l'Italia vinicola è preoccupante. Al 31 ottobre 2022 negli stabilimenti enologici italiani sono presenti 46,6 milioni di ettolitri di vino, 17,7 milioni di ettolitri di mosti e 15,1 milioni di ettolitri di vino nuovo ancora in fermentazione (VNAIF). Rispetto al 31 ottobre 2021, si osserva un valore delle giacenze superiore per tutte le categorie di prodotto: vini (+26,4%), mosti (+98,1%) e Vini Nuovi In Fermentazione (+3,6%). Anche rispetto al 30 settembre 2022 il dato delle giacenze è superiore sia per i vini (+18,8%) che per i mosti (+54,2%) e per i VNAIF (+193,3%).

**mediatore merceologico Med&A*

Che mercato difficile! Le spiegazioni possibili e una speranza

di Simone Ruffato*

Sono quattro settimane che il mercato dei cereali è in costante calo. Basandosi sul listino Ager Bologna, rispetto al bollettino del 3 novembre 2022, nell'ultima sessione di giovedì scorso il grano tenero ha perso 13 euro/ton, il grano duro 18 euro/ton, il mais zootecnico 22 euro/ton, i semi di soia addirittura 65 euro/ton! Tutto nell'arco di meno di un mese.

Com'è stato possibile? Diverse le spiegazioni:

- 1) Il proseguo del corridoio dei cereali dal Mar Nero del 22 novembre è stato il detonatore della fase ribassista. Erano già 20 giorni che il mercato l'aveva annusato, anticipando la discesa dei prezzi.
- 2) La spinta della merce ucraina, sia via mare che via terra, e la conseguente abbondanza di merce nei porti e negli interporti.
- 3) La debolezza del dollaro, con il conseguente rafforzamento dell'euro.
- 4) Il costante calo dei consumi, dovuto anche al riaffacciarsi dell'influenza aviaria.
- 5) Il persistere dei lockdown in Cina, e il successivo rallentamento economico.

Quanto potrà andare avanti questa discesa? Sul Matif, il future "Corn marzo 2023" è appena 10 euro sopra il punto più basso toccato dopo il 24 febbraio 2022. È una resistenza importante, difficile pensare ad uno sfondamento. La merce acquistata in campagna da stoccatore/importatori è stata pagata cara, in molti casi per un valore superiore al prezzo di vendita di oggi. Se uno deve rimetterci, tanto vale aspettare. La crisi economica in atto ha ridotto inoltre i carichi di prodotti da esportare (farine proteiche su tutto). In questo modo vengono a ridursi i "backloads", ovvero i carichi di ritorno. Ne consegue una scarsità di offerta di trasporti ed una conseguente tenuta dei prezzi.

Gli stock mondiali sono ancora molto bassi; se la Cina dovesse riprendere a consumare - vedi il cambio della propria politica Covid 0 - potrebbe innescarsi un ritorno importante degli acquisti del gigante asiatico, con rialzo dei prezzi. La guerra russo-ucraina, anche se non più in prima pagina, ahimè non è ancora finita. Tutto è in divenire, con la possibilità di un peggioramento. L'Ucraina senza energia, con l'inverno appena iniziato, pone delle sofferenze a persone ed aziende locali con effetti difficili da prevedere.

Infine, la scarsità di gas per l'anno 2023. L'Europa quest'inverno dovrebbe riuscire a sopravvivere al "freddo" grazie agli stock accumulati quest'estate. Ma con i gasdotti russi fuori uso, come affronteremo le successive necessità energetiche continentali? Anche questa volta, speriamo di saper trasformare le difficoltà in opportunità.

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

- Se ve li siete persi -

- [Ansa](#) -

- [Agi](#) -

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](#)
[Fimaa Commodities n.39 15.11.2022](#)

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_organico=1180009

https://www.camera.it/leg18/1099?shadow_organico_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>

