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° 52 - Diffusa il 20 giugno 2023 (prossimo numero 4 luglio 2023)

Iscriviti alla newsletter

Per maggiori informazioni sulla mediazione merceologica e su Fimaa clicca qui

Scrivi alla redazione merceologici@fimaa.it

L'EDITORIALE

*di Viviana Bardella **

Vi aspettiamo il 6 luglio a Bologna, conosciamoci meglio

E’ iniziato il countdown. Mancano ormai poco più di due settimane al nostro convegno di Bologna e il nostro stato d’animo in questi giorni passa dall’ansia all’euforia, dall’impazienza al timore di avere dimenticato qualcosa.

Comunque sia, ci siamo quasi. Crediamo che l’importanza e il valore di questi eventi siano fondamentali per la nostra formazione e per ravvivare il nostro senso di appartenenza ad una categoria, quella dei Mediatori Merceologici, che rappresenta un vero punto di forza nel rapporto tra domanda e offerta.

Noi ci abbiamo messo tutto il nostro entusiasmo: vi aspettiamo numerosi il prossimo **6 luglio a Bologna**, cari Colleghi. Ed estendiamo l’invito a tutti i nostri Clienti e Collaboratori che già hanno fiducia nel nostro lavoro e che abbiano voglia di conoscerci un po’ meglio.

** Coordinatrice Consulta mediatori merceologici Fimaa*

Il nostro ruolo: GUARDA IL VIDEO >

MONDO

La produzione di carne aumenterà di poco, prevede la Fao

Di poco ma crescerà. In valore e in volumi. Con una evoluzione in alcune aree e altre più stagnanti. Per la Fao, che ha pubblicato il suo rapporto biennale di settore, la produzione mondiale di carne dovrebbe aumentare nel 2023 per una spesa alimentare globale di 1,98 trilioni di dollari. L’aumento è dell'1,5% rispetto allo scorso anno.
Sarebbe un nuovo record, anche se l'aumento dei prezzi rallenterà la domanda.

In volumi, si prevede che la produzione globale di carne nel 2023 aumenterà marginalmente a 363,9 milioni di tonnellate equivalenti di peso della carcassa, rispetto ai 362,6 milioni di tonnellate dello scorso anno. Pochissimo. E la spinta arriverà dalla carne di pollame, a causa dell'aumento della domanda e della sua attrattiva come carne facilmente disponibile. Anche la produzione mondiale di carne ovina dovrebbe aumentare in Asia e Oceania.

Si stima invece un calo della produzione mondiale di carni suine a seguito della

diminuzione della produzione europea dovuta all'impatto della peste suina africana, all'indebolimento dei margini dei produttori e alla diminuzione della domanda interna.

Sulla produzione mondiale di carne bovina c'è prudenza: potrebbe diminuire marginalmente a causa degli alti costi dei mangimi, della carenza di foraggio e del minor peso in diverse regioni produttrici.

L'attività di compravendita della carne resterà stazionaria intorno ai 42 milioni di tonnellate equivalenti. Brasile e Australia aumenteranno i loro flussi di vendita. Ma i prezzi saranno leggermente cedenti rispetto ai massimi del giugno 2022.

EUROPA

La Francia ha tanta sete, problemi per allevamenti e produzioni

Nonostante le piogge di maggio, la Francia teme una nuova estate di siccità con carenza d'acqua per tutti gli usi, Agricoltura compresa. Gran parte delle prefetture hanno avviato monitoraggi sullo stato delle dighe e delle scorte che devono far fronte ai molteplici usi di vita, di sicurezza antincendi, agricoli, energetici, turistici. Ne è nata anche qualche tensione tra i diversi operatori.

Il presidente francese Emmanuel Macron aveva già richiamato l'attenzione sui rischi di scarsità chiedendo la collaborazione di tutti per evitare gli sprechi. Promettendo la costruzione di nuovi bacini. A rischio sono gli allevamenti e la produzione di latticini, in alcuni casi gli animali sono stati abbattuti per l'imminente carenza di foraggio. Anche le vigne non possono restare all'asciutto. Lo scorso anno in Francia, soprattutto al Sud e in Corsica, circa 700 comuni hanno denunciato problemi d'acqua. Quest'anno potrebbe andare peggio. Sui prezzi degli alimentari e dell'acqua potrebbero scaricarsi costi ulteriori.

ITALIA

Il nostro Convegno (6 luglio a Bologna), obiettivi e nomi di spicco

di Viviana Bardella *

Finalmente è arrivato il momento tanto atteso in cui possiamo finalmente scoprire le carte e presentare il programma definitivo del nostro 3° Convegno dei Mediatori Merceologici FIMAA che si terrà al Parco FICO di Bologna il prossimo 6 Luglio.

Perché questo convegno? Innanzitutto, per rafforzare il nostro senso di appartenenza ad un settore di attività spesso sottovalutato ma che, al contrario, rappresenta un tassello fondamentale nella relazione tra domanda e offerta.

In secondo luogo, perché vogliamo crescere insieme, ampliando il più possibile la nostra rete; fare formazione significa anche condividere le nostre esperienze, così diverse l'una dall'altra e da ognuna di esse trarre spunti di riflessione.

Abbiamo chiesto a figure di spicco nei loro rispettivi campi di attività, tutte legate in qualche modo alla Mediazione Merceologica, di aiutarci in questo cammino di formazione e di crescita e siamo orgogliosi di poter proporre interventi di Professionisti con la P maiuscola su temi di grande interesse per la nostra attività a tutti coloro che vorranno partecipare al nostro evento . Qui di seguito trovate il programma completo.

Dato che pensiamo che anche la convivialità abbia la sua importanza, vi aspettiamo al Parco Fico di Bologna dalle ore 10.00 per prendere insieme un caffè e rompere il ghiaccio. E dopo il convegno, siete invitati al rinfresco presso la Bottega del Vino Fontanafredda per un buffet di congedo.
Vi aspettiamo numerosi!

** Coordinatrice Consulta mediatori merceologici Fimaa*

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

Il mediatore merceologico: valore aggiunto e tutela delle parti

6 luglio 2023

dalle 10.00 alle 13.00 presso FICO Centro Congressi Bologna
Via Paolo Canali, 8, 40127 Bologna BO - Sala "A"

ore 10	**REGISTRAZIONE e welcome coffee**
ore 10,30	**SALUTI ISTITUZIONALI**
Valerio Filetti	*presidente AGER Borsa Merci Bologna*
Stefano Bonaccini	*presidente Regione Emilia Romagna (IN ATTESA DI CONFERMA)*
Enrico Postacchini	*presidente ASCOM Bologna*
Santino Taverna	*presidente F.I.M.A.A. ITALIA*
Roberto Maccaferri	*presidente F.I.M.A.A. Bologna*
Marco Marcatili	*presidente Centro Agroalimentare Bologna - responsabile sviluppo Nomisma*
Gianluca Galletti	*ex ministro Ambiente - presidente UCID - presidente Emil Banca*
	INTERVENTI
Simone Ruffato	IL MEDIATORE: IL VALORE AGGIUNTO *CONSULTA MEDIATORI MERCIOLOGICI F.I.M.A.A.*
Valentino Di Pisa	IL MEDIATORE: PUNTO DI FORZA PER L'IMPRENDITORE *PRESIDENTE FEDAGROMERCATI*
Claudia Bellani	IL MEDIATORE: LA TUTELA DELLE PARTI *UFFICIO LEGALE F.I.M.A.A.*
Damiano Gelsomino	IL MEDIATORE: L'IMPORTANZA DELLA FORMAZIONE *PRESIDENTE UNIONCAMERE PUGLIA*
Maurizio Pezzetta	IL MEDIATORE: PERCHÈ ASSOCIARSI A F.I.M.A.A. CONVIENE! *PRESIDENTE VICARIO F.I.M.A.A. ITALIA*
Paolo Zucca	MODERATORE *GIORNALISTA*
ore 13,00	**SALUTO DI CHIUSURA**
Bruno Filetti	*PAST PRESIDENT MERCEOLOGICI F.I.M.A.A.*
	RINFRESCO

sitagri

PAPIROK by TOOMATIC

ITALIA
F.I.M.A.A.

CONFCOMMERCIO IMPRESE PER L'ITALIA
ASCOM CITTÀ METROPOLITANA DI BOLOGNA

CAMERA DI COMMERCIO
INDUSTRIA ARTIGIANATO E
AGRICOLTURA DI BOLOGNA
Camera dell'economia

ASSOCIAZIONE GRANARIA EMILIANA AGER RIPRODUZIONE VIETATA BOLOGNA

Per informazioni: https://fimaa.it/mediatori-merceologici INGRESSO LIBERO

SCARICA LA LOCANDINA

REGISTRATI AL CONVEGNO

Sostenibilità insostenibile, l'ortofrutta chiede un confronto alla Ue

***di Viviana Bardella** **

A inizio mese, i rappresentanti delle principali cooperative del settore ortofrutticolo di Francia , Italia e Spagna hanno esposto dinanzi al Parlamento Europeo il proprio punto di vista sulle norme attualmente in discussione in Commissione Agricoltura che potrebbero condizionare pesantemente in maniera negativa la loro attività, come nel caso delle proposte di regolamento che riguardano l'impiego sostenibile dei pesticidi e degli imballi, così come lo smaltimento degli imballaggi stessi.

Il settore dell'ortofrutta ha da subito manifestato la propria intenzione di perseguire l'obiettivo della sostenibilità e lo ha dimostrato con i fatti, impegnandosi, per esempio, a razionalizzare l'uso dei pesticidi, a ad investire sulle coltivazioni biologiche, ad ottimizzare l'impiego degli imballaggi; ma ritiene che questo obiettivo si debba raggiungere calibrando in maniera diversa gli interventi, adattandoli alle tecniche e alle risorse disponibili in ogni regione in un dato momento storico.

Nel concreto: le organizzazioni di cooperative qualificano come "arbitraria, sproporzionata e discriminatoria" la drastica proibizione di usare imballi per confezioni di frutta e verdura inferiori a 1,5 kg. In base alla loro esperienza le confezioni di plastica sono imprescindibili per offrire sul mercato prodotti fragili e facilmente deperibili come la frutta e la verdura, per rispondere alle aspettative del consumatore in termini di qualità, sicurezza e prezzo. Tra l'altro, la vendita dei prodotti non confezionati potrebbe determinare un aumento dello spreco alimentare, in netto contrasto con le indicazioni della U.E. e portare ad una riduzione del consumo di frutta e verdura se si toglieranno dal mercato confezioni più piccole e convenienti.

Si chiede quindi al Parlamento Europeo di opporsi al divieto drastico di imballi suggerito dalla Commissione e di proporre invece una politica di incentivi a favore degli imballi rispettosi dell'ambiente (riutilizzabili o riciclabili), dell'eliminazione di imballaggi superflui e di una migliore gestione di quelli necessari.

I rappresentanti degli agricoltori hanno sottolineato inoltre la necessità di evitare che proliferino norme diverse in ogni Paese membro per preservare il buon funzionamento del mercato unico comunitario e che ogni progetto di regolamento sia valutato in maniera obiettiva dal punto di vista del suo impatto e della sua effettiva applicabilità.

Riguardo all'uso dei prodotti fitosanitari, le cooperative di Francia Spagna e Italia chiedono a gran voce all'Unione Europea di smettere di criminalizzare l'attività produttiva degli agricoltori; il settore dell'ortofrutta ha già fatto molto per razionalizzare l'uso dei pesticidi: le diverse regioni del Sud Europa hanno raggiunto, su questo tema, livelli di sostenibilità senza paragoni nel resto del mondo; le istituzioni europee dovrebbero conoscere questa realtà, che ha avuto un grosso impulso con la PAC. Ma gli obiettivi che si pone l'Unione Europea sono in alcuni casi arbitrari e irrealistici. Con il risultato che oggi alcune coltivazioni, a seguito delle successive riduzioni di trattamenti fitosanitari, risultano indifese di fronte agli attacchi di parassiti particolarmente resistenti provenienti da Paesi terzi. Ogni strategia della Commissione che abbia oggetto la limitazione dell'uso di pesticidi dovrebbe basarsi su criteri scientifici e studi di impatto sulle diverse produzioni. Tra l'altro, la UE sembra essere particolarmente severa nell'imporre limiti all'uso dei pesticidi ai produttori europei mentre sembra avere un atteggiamento più permissivo nei confronti dei prodotti provenienti dai paesi extra UE.

Le cooperative hanno approfittato di questa occasione per ricordare al parlamento Europeo che il settore agricolo sta attraversando un momento particolarmente difficile e chiedono quindi che l'Unione si astenga dall'introdurre ulteriori misure che possano determinare nuove voci di spesa per gli agricoltori, che poi inevitabilmente si trasferirebbero sugli altri anelli della catena alimentare.

** Coordinatrice Consulta mediatori merceologici Fimaa*

Allarme consumi per l'ortofrutta. Contromisure cercasi

di Ervin Mosca *

I dati che arrivano quotidianamente dai punti vendita italiani non lasciano spazio all'entusiasmo, ma stimolano una necessaria riflessione su quali potranno essere le contromisure da adottare celermente.

Gli italiani mangiano meno frutta e verdura, in verità un calo costante nell'ultimo quadriennio, ma che si è acutizzato implacabilmente nell'ultimo anno con un -8% in quantità.

Nel confronto dei prezzi rilevati nel primo quadrimestre tra 2022 e 2023 si è registrato un aumento inflattivo dell'8% che dimostra inequivocabilmente come la diminuzione dei consumi sia specularmente collegata ai rincari. Avremmo voluto convincerci che la progressiva disaffezione dei consumatori verso i prodotti agricoli freschi fosse passeggero e dipendente da mode alimentari facilmente correggibili, ma non è così.

Si mangiano meno frutti della terra perché molte famiglie non destinano più lo stesso budget ad essi o meglio con lo stesso budget comprano meno chili. Soluzioni? No, al massimo contromisure d'urgenza per limitare i danni in attesa di tempi migliori. Le istituzioni hanno recentemente iniziato a verificare la congruità degli aumenti di prezzo, operazione obiettivamente molto complicata in un regime di libero mercato e che porterà al massimo ad avere una fotografia un po' più nitida della situazione. L'andamento climatico schizofrenico degli ultimi mesi con alternanza di siccità ed inondazioni è sicuramente tra i principali indiziati del caro ortofrutta, ma anche in questo caso l'opera di contrasto potrà essere nell'immediato poco efficace. Un attento controllo dei costi lungo tutta la filiera è già in atto, ma si rischia di mettere nel mirino dei capri espiatori che non hanno più colpe degli altri attori. L'unica soluzione percorribile, escludendo un'improbabile riduzione dell'Iva sui prodotti agricoli e sui materiali che concorrono a produrli, rimane lo stimolo del consumo. Come farlo è la grande sfida dei prossimi anni.

Apprezzabili gli sforzi di alcuni produttori che si sono consorziati per iniziative promozionali comuni nei punti vendita, ma non basterà. Ci vuole un consistente intervento attraverso i mezzi di comunicazione per far passare un chiaro messaggio di utilità: se riduci i consumi di ortofrutta ne risentirai in salute e benessere. Tagliare la spesa per la buona alimentazione in favore di altre spese volubili non significa risparmiare e potrebbe avere effetti nefasti sulla capacità produttiva del Paese con tutte le conseguenze immaginabili sull'occupazione e sul prodotto interno lordo.

**Mediatore ortofrutticolo*

Mister Prezzi rafforza il monitoraggio

Il Garante per la sorveglianza dei prezzi, Benedetto Mineo, ha avviato un progetto pilota per una continua trasmissione di dati e informazioni rilevati da alcune Camere di commercio sui prezzi all'ingrosso nel settore agroalimentare nei loro territori. Il progetto, realizzato in collaborazione con Unioncamere e alcune Camere di commercio, prevede la condivisione dei dati sul prezzo di filiera di alcuni prodotti monitorando il costo delle materie prime (grano, mais e bestiame) e il prezzo all'ingrosso dei beni alimentari particolarmente rappresentativi della spesa delle famiglie (carni, latte, formaggi, uova, oli, riso e cereali).

Il coinvolgimento delle Camere di commercio, che si aggiunge alla collaborazione avviata qualche giorno fa con le Regioni, costituirà un ulteriore strumento con cui il Garante potrà realizzare un monitoraggio sempre più accurato e capillare dei prezzi nelle prime fasi della filiera agroalimentare, consentendo così di evidenziare eventuali tensioni che dovessero generarsi ed anticipandone al contempo il possibile impatto sul bilancio delle famiglie.

https://osservaprezzi.mise.gov.it/

Frumenti, parte la campagna 2023. Decisiva la qualità

di Simone Ruffato *

Ormai ci siamo.
I tempi sono giusti per il nord Italia, un pò in ritardo per il centro sud. Le condizioni climatiche degli ultimi mesi han fatto ritardare, causa le persistenti piogge, il normale ciclo di raccolta del grano tenero e duro, specie nel mezzogiorno. Ci troveremo quindi con una raccolta pressoché simultanea in tutta la penisola.

Le semine dei cereali vernini sono state abbondanti un pò in tutta Europa, per cui, più del rischio quantitativo, vi potrà essere un rischio qualitativo. L'abbondante acqua caduta recentemente pone il rischio del don alto, specie per il grano duro.

Inoltre, a giudicare la qualità dell'orzo appena raccolto, scarsi pesi specifici potrebbero presentarsi anche sui frumenti, con la conseguente abbondanza di grano zootecnico. Tanto grano feed sul mercato potrebbe impattare sul prezzo del mais, divenendone concorrente.

Ciononostante, nell'ultima settimana vi è stato qualche movimento rialzista sul mercato fisico. Per il grano si aspettano prezzi nettamente più bassi rispetto all'anno scorso, ma forse non così drammatici come ci si aspettava qualche settimana fa. Tutto dipenderà dalla qualità che verrà raccolta, con buona pace di chi giudica noioso il lavoro dell'agricoltura.

** Mediatore merceologico*

Nata la Federazione dell'industria della prima trasformazione

di Stefano Pezzoni *

E' di questi ultimi giorni la notizia che in ambito di Confindustria è nato un nuovo soggetto di rappresentanza creato dalla volontà di tre importanti associazioni che annoverano moltissimi clienti dei mediatori merceologici. Sono:

- Assalzoo - Associazione Nazionale tra Produttori di Alimenti Zootecnici;
- Assocarni - Associazione Nazionale Industria e Commercio Carni e Bestiame;
- Italmopa - Associazione Industriali Mugnai d'Italia.

Queste tre associazioni hanno dato il via ad un nuovo soggetto federativo, denominato "Confindustria agroalimentare della prima trasformazione" che, in questa prima fase, rappresenta settori merceologici con un fatturato complessivo superiore a 25 miliardi di euro.

L'obiettivo del progetto è quello di incrementare l'incidenza del comparto sia nei riguardi degli interlocutori istituzionali nazionali, sia all'interno del sistema confederale, con la partecipazione, tra l'altro, al Consiglio Generale Confindustria.

Nonché di rispondere in modo adeguato alle crescenti aspettative di tutela e assistenza delle Aziende rappresentate sul piano politico-economico, legale e sindacale in un contesto fortemente evolutivo degli scenari economici interni, comunitari e internazionali.

Questo nuovo soggetto federativo sarà aperto all'adesione di altre componenti, con particolare riferimento a quelle che rappresentano, a livello nazionale, Aziende che operano nel settore agroalimentare.

A questo punto lo scenario di rappresentanza del settore agroalimentare inizia a cambiare forma: da una parte le associazioni di rappresentanza agricola (Coldiretti, Confagricoltura, Cia, ecc….), dall'altra Confindustria agroalimentare della prima trasformazione, e chissà se riusciremo come Fimaa-Confcommercio ad inserirci in mezzo a questi colossi per divenire, come accade sempre sul mercato, punto di convergenza di interessi contrapposti?

** Membro della Consulta mediatori merceologici - Responsabile dell'organizzazione*

IL SETTORE | OLIO D'OLIVA

Un altro anno con carenza di prodotto. Le misure necessarie

di Adriano Caramia *

Il settore degli oli di oliva si accinge ad affrontare una estate piena di incertezze, sia riguardo al clima sia riguardo gli andamenti del mercato. Periodi lunghi di mancanza di piogge hanno caratterizzato lo sviluppo fenologico delle ultime stagioni ed anche la raccolta in itinere, purtroppo, non nasce sotto buoni auspici.

Parecchie aree tradizionalmente vocate alla coltivazione dell'olivo, in particolare modo la Spagna, aggiungono un'altra annata di modeste previsioni produttive. Rammentiamo che il paese iberico fornisce mediamente il 50% dei consumi mondiali di oli di oliva, nelle sue differenti classificazioni merceologiche; pertanto occorrerà sempre fare i conti con la situazione spagnola. Non sarebbe un dramma affrontare una campagna con pessime stime fornite da Madrid, ma quest'anno si partirà con una drastica diminuzione delle scorte complessive di merce in tutto il bacino mediterraneo.
Forniamo alcune cifre del mercato spagnolo per chiarire il concetto:

Periodo	Prezzo medio lampante	Scorte complessive	Uscite mensili
maggio 2021	**€ 3,10**	**857.000 tons**	**137.000 tons**

maggio 2022	**€ 3,20**	**950.000 tons**	**160.000 tons**
maggio 2023	**€ 5,60**	**525.000 tons**	**92.000 tons**

E’ sin troppo ovvio verificare quanto la leva dei prezzi abbia influito per ridurre le vendite (e quanto ancora sarà duraturo questo effetto, considerati gli ultimi aumenti del mercato all’ingrosso ancora non pienamente trasferiti alla distribuzione, come sempre molto restia ad accettarli). Vi è da considerare anche che, delle 525.000 tonnellate di scorte, solo circa 265.000 sono in mano ai produttori, essendo l’altra quota residua nelle disponibilità degli industriali per le correnti esigenze di rotazione di magazzino.

Ne deriva che sarà arduo, per gli utilizzatori che avranno necessità di fare ricoperture, avventurarsi in un mercato sempre al rialzo (ultime quotazioni di oggi del lampante sfiorano i 5,90 euro per chilo). Né tanto meno è ipotizzabile un più agevole accesso ad altre fonti, alla luce di giacenze risicate in tutti i paesi del mediterraneo. Speriamo tutti che l’estate non aggravi la situazione con alte temperature e assenza di piogge, nonché con il diffondersi di agenti patogeni, anche alla luce delle forti limitazioni di presidi chimici per fronteggiarli. Chi conosce gli effetti nefasti sulle passate raccolte da parte della mosca olearia può ben intendere a cosa alludiamo.

Sappiamo quanto il comparto oleicolo nel sud Europa sia strategico e costitutivo di un radicato sistema economico, culturale e sociale di vaste regioni. E conosciamo quanto facili siano i travasi dei consumi dalla bottiglia dell’olio di oliva a quelle degli oli da semi in fasi di forti aumenti dei primi rispetto ai secondi (ed è questo il caso). Sarà molto dura riconquistare percentuali a doppia cifra di decrementi di quantità vendute, in particolare modo nei mercati nuovi, i quali non hanno tradizionalmente nella loro dieta una giornaliera dose del nostro oro verde. La tenuta delle aziende e dell’intero comparto è fondamentale per assorbire questi shock e ricostruire, nel prossimo futuro, sistemi più forti e capaci di meglio organizzare le produzioni.

Una nuova visione riguardo i cambiamenti climatici, l’utilizzo degli antiparassitari, il ripristino di formule di gestione delle scorte nei momenti di eccedenza delle produzioni, non sono più rinviabili.

** Mediatore merceologico*

Se ve li siete persi

Si ferma l'export vino nel primo trimestre, giù rossi, Dop e Igp >

Trasporto intermodale: accordo tra Interporto Quadrante Europa di Verona e Kombiverkehr >

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
Fimaa Commodities n.40 6.12.2022
Fimaa Commodities n.41 20.12.2022
Fimaa Commodities n.42 17.01.2023

Fimaa Commodities n.43 07.02.2023
Fimaa Commodities n. 44 21.02.2023
Fimaa Commodities n. 45 7.03.2023
Fimaa Commodities n. 46 21.03.2023
Fimaa Commodities n. 47 4.04.2023
Fimaa Commodities n. 48 18.04.2023
Fimaa Commodities n. 49 2.05.2023
Fimaa Commodities n. 50 16.05.2023
Fimaa Commodities n. 51 5.06.2023

Alcuni link che possono essere utili

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 vogliano 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 previsione 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

https://fimaa.it/mediatori-merceologici/