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° 58 - Diffusa il 7 novembre 2023 (prossimo numero 21 novembre 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 **

Attenzione a seguire le fake news, i mediatori rischiano la credibilità

E’ un dato di fatto che oggi le informazioni, complice anche internet, circolano a una velocità tale per cui a volta risulta difficile controllare la veridicità delle fonti e così si diffondono pure le cosiddette “fake news”.

Purtroppo questo succede anche nel nostro lavoro: abbiamo gradualmente sostituito le lunghe chiacchierate al telefono durante le quali ci si scambiavano informazioni ed opinioni, con asettici whatsapp, messaggi didascalici sui social o sulle piattaforme di riferimento che spesso riportano il “sentito dire”. E una notizia, una volta immessa nel vorticoso circuito dei social e delle chat, diventa difficilmente controllabile.

Sarebbe opportuno fare un passo indietro e riflettere prima di prendere per oro colato qualsiasi news che corre in rete da divulgare ai nostri contatti, perché i nostri clienti potrebbero basare le proprie scelte aziendali su queste informazioni fuorvianti, con due conseguenze: la prima, per il cliente, quella di incorrere in un errore di valutazione; la seconda, per noi mediatori: perdere credibilità.

Grazie - Con grande piacere (e malcelato orgoglio) informiamo i nostri lettori che il numero di iscritti alla ***nostra newsletter*** *sta crescendo molto, al di là delle nostre più rosee aspettative. Ringraziamo tutti voi per l’attenzione che rivolgete al nostro lavoro e per l’impulso che ci date a fare sempre di più e sempre meglio.*

** Coordinatrice Consulta mediatori merceologici Fimaa*

Chi è un mediatore merceologico e come opera nel mercato. Guarda i video

MONDO

Tra alti e bassi locali, produzione di cereali +0,9% nel 2023

La FAO ha mantenuto le previsioni per la produzione cerealicola mondiale nel 2023 a 2.819 milioni di tonnellate, in aumento dello 0,9% (26 milioni di tonnellate) rispetto all'anno precedente.

La produzione mondiale di **grano** nel 2023 è prevista a 785,1 milioni di tonnellate, praticamente invariata rispetto al mese scorso e inferiore del 2,2% (18 milioni di tonnellate) rispetto al livello dello scorso anno. Sono state effettuate revisioni al ribasso delle previsioni di produzione per l'Unione Europea e il Kazakistan, dove prolungati periodi di tempo avverso hanno portato a rese inferiori rispetto alle prospettive precedenti. Questi tagli hanno compensato gli aumenti delle previsioni di produzione dall'Iraq e dagli Stati Uniti d'America, che riflettono stime di resa più elevate. La produzione globale di **cereali secondari** è fissata a 1.510 milioni di tonnellate nel 2023, invariata rispetto al mese precedente e superiore del 2,7% (38,8 milioni di tonnellate) al risultato dello scorso anno.

Con qualche novità. La revisione più importante di questo mese riguarda la Cina, dove le semine più consistenti di quanto previsto in precedenza hanno aggiunto 4 milioni di tonnellate alle previsioni di raccolto. Anche le previsioni di produzione per la maggior parte dei paesi dell'Africa occidentale sono state aumentate, in linea con i dati ufficiali recentemente pubblicati.

Queste revisioni al rialzo hanno contrastato i consistenti tagli alle previsioni di produzione di **mais** e **sorgo** per gli Stati Uniti d'America, a causa del persistere di condizioni climatiche sfavorevoli, e per l'Unione Europea, dove le prospettive di resa del mais sono diminuite a causa delle condizioni di siccità nelle zone orientali.

(*Per il 2024 troverete un altro articolo previsivo nella nostra newsletter*)

EUROPA

I viticoltori francesi in piazza contro le importazioni dalla Spagna

Vanno tenuti d'occhio i movimenti in corso tra Francia e Spagna, grandi produttori di **vino** come l'Italia. Nel Sud della Francia si registrano proteste contro l'importazione di vino spagnolo a basso prezzo che va a deprimere il valore delle

bottiglie locali. Qualche manifestazione è degenerata quando i vignerons hanno bruciato copertoni, svuotato camion con pomodori e vino. Qualche camion per il trasporto di vino è stato fermato, il liquido versato a terra.
Sotto accusa sono i commercianti e i supermercati francesi che preferirebbero prodotti di più bassa qualità ai danni delle attività locali già in difficoltà per costi crescenti e consumi calanti. “Non abbiamo nulla contro i viticoltori spagnoli. Ma i commercianti sfruttano il loro lavoro per abbassare i nostri prezzi" hanno dichiarato i manifestanti. I viticoltori del dipartimento dell’Aude hanno annunciato una nuova manifestazione per il 25 novembre a Narbonne. Nel 2022, la Francia ha importato, secondo l'Organizzazione Internazionale della Vigna e del Vino (OIV), più di sei milioni di ettolitri di vino. In un’annata di grandissima quantità nonostante la siccità abbia colpito anche le vigne d’Oltralpe. Complice la peronospora italiana, quest’anno il maggior produttore mondiale saranno proprio i cugini. La produzione di vino francese "dovrebbe attestarsi (quest'anno) a 46 milioni di ettolitri, un livello paragonabile a quello del 2022 e superiore del 3% alla media 2018-2022".

ITALIA

La volatilità dei mercati è più accentuata che in passato

*di Stefano Pezzoni **

Sembrava essere un caso isolato quanto successo nei mercati delle materie prime, soprattutto cerealicole, quando i prezzi hanno avuto variazioni molto importanti e rapidamente, durante il periodo di commercializzazione dello scorso anno.
Tutti davano la responsabilità alla guerra, al post Covid o ad altre situazioni comunque molto circoscritte nel periodo.
Invece da giugno 2023 ad oggi, la volatilità si è ripresentata, sempre sotto la veste di episodi circoscritti, quali l’attacco a Israele o la guerra prolungata tra Russia e Ucraina.
Questa volatilità sta mettendo in crisi anche gli addetti ai lavori, pure noi mediatori iniziamo ad essere in difficoltà ad individuare linee guida generali che permettano un'analisi approfondita e sofisticata degli avvenimenti.
Si ha quasi l'impressione che i prezzi dei prodotti siano legati più al sentiment che ai fattori concreti di una realtà di impresa.
Quello che spaventa è l'importo delle variazioni poiché, se una volta le variazioni di

prezzo erano dell'ordine di +/- 3 euro alla tonnellata, oggi è quasi generalizzato uno scalino di 30 €/ton e ciò tradotto vuol dire molti soldi in gioco, troppi in realtà.
Nonostante i principali fattori che contribuiscono alla volatilità dei prezzi nei mercati agroalimentari siano sempre le condizioni climatiche, l' offerta/domanda, la fluttuazione dei prezzi delle materie prime per la produzione, politiche governative, eventi geopolitici, speculazione finanziaria dei mercati a termini, cambiamenti valutari, il periodo attuale ci sta insegnando che occorrerà capire quanto essi incidono sulla realtà. Sembra valga più una notizia ancora non verificata che l'effettivo avverarsi delle conseguenze di quanto raccontato.

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

Banca Mondiale, nel 2024 il prezzo del riso terrà. Deboli gli altri

Secondo l'ultimo Global Commodity Outlook della Banca Mondiale, i prezzi del **riso** a livello mondiale non dovrebbero calare in modo significativo prima del 2025 a causa delle limitazioni alle esportazioni da parte dei principali Paesi produttori e della continua minaccia di El Niño.
Il recentissimo rapporto sostiene che i prezzi globali del riso, che nel 2023 sono in media più alti del 28% rispetto al 2022, dovrebbero aumentare di un altro 6% nel 2024. Ciò è dovuto in parte alla minaccia di El Niño, alla risposta politica di importanti esportatori e importatori e alla concentrazione geografica e di mercato della produzione e delle esportazioni di riso.
Questo dovrebbe risvegliare l'India, che rischia un calo della produzione nazionale di riso kharif nel 2023, a causa del monsone di agosto. Si è determinata una stretta sulle esportazioni di riso dall'India, eliminando così quasi il 40% delle forniture dai mercati mondiali.
Complessivamente, secondo il rapporto, i prezzi agricoli dovrebbero diminuire del 7% nel 2023 (vedi anche un altro articolo della newsletter) di un ulteriore 2% nel 2024 e nel 2025 a causa di un'ampia offerta.
Il rapporto indica inoltre che i prezzi del **mais** dovrebbero terminare l'anno in corso con un calo del 22% rispetto ai livelli del 2022 e diminuire ulteriormente dell'8 e del 4% nel 2024 e nel 2025.
Per quanto riguarda il **grano**, la Banca Mondiale ha affermato che nel 2023 i prezzi del grano a livello mondiale saranno mediamente più bassi del 20% rispetto ai livelli

del 2022 e dovrebbero diminuire ulteriormente di circa il 3 e il 5% rispettivamente nel 2024 e nel 2025.

Olio non è solo condimento, è salute. La posizione di Assitol

*di Viviana Bardella **

Negli ultimi due anni il prezzo dell'olio extra vergine di oliva ha raggiunto livelli inimmaginabili fino a poco tempo fa, con quotazioni quasi triplicate rispetto al 2021: lo scenario attuale di inflazione e di incertezza economica fanno temere che i consumatori si allontanino da questo prodotto. Per questo Assitol si è chiesta se non sia arrivato il momento di pensare ad un riposizionamento, cambiando il modo di interpretare l'olio di oliva.

Secondo Anna Cane, presidente del Gruppo Olio di Oliva dell'Associazione, questo non è un semplice condimento ma un vero e proprio toccasana per il cuore e per il sistema cardiocircolatorio, per cui non può essere equiparato ad altri condimenti. Vittima delle vendite sottocosto, questo prodotto finora è stato sottovalutato e pagato troppo poco: per anni la filiera ha lavorato ai limiti della sostenibilità accontentandosi di margini ridotti pur di occupare posizioni sul mercato.

Ma adesso non può più essere considerato una "commodity" e va marcata la differenza rispetto ad altri grassi. Purtroppo le fasce deboli della popolazione potrebbero rivolgersi verso altri prodotti più convenienti ma di minore qualità e per questo Assitol chiede alle istituzioni di sostenere il concetto dell'importanza dell'olio extra vergine di oliva nella nostra dieta quotidiana, a vantaggio della nostra salute e di quella della filiera attraverso un'efficace campagna di comunicazione: il rischio di mangiare peggio per risparmiare.

** Coordinatrice Consulta mediatori merceologici Fimaa*

Il nostro ruolo | Guarda il video

C’è Cibus e Cibus, nel Tec non c’è solo il prodotto. Il nostro ruolo

*di Alberto Ferraris **

Con il passare degli anni Cibus Tec, che si è tenuta a Parma dal 24 al 27 ottobre, ha acquisito sempre maggior importanza anche a livello internazionale. Ai tradizionali settori della trasformazione e confezionamento si sono aggiunte negli ultimi anni quelli della logistica, dell'informatica e analisi di laboratorio. La crescita professionale del mediatore merceologico passa anche dalla conoscenza e approfondimento di quelle che sono le innovazioni non solo della merce ma anche del tipo di lavorazione che quest'ultima subisce.

L’allargamento della platea degli espositori permette agli attori della filiera di accedere a molte informazioni che altrimenti sarebbero difficilmente consultabili. Il settore informatico, a cui è stato dedicato uno stand apposito per le Startup, permette di mantenere la continuità della filiera, dall’agricoltura 4.0 all’industria 4.0. Ampliando il concetto di logistica e affiancandogli la tracciabilità si riducono i tempi e si accresce la sicurezza e l’affidabilità. La richiesta di maggior sicurezza alimentare, con l'obiettivo di garantire migliore qualità e prodotti sostenibili, sta condizionando anche il settore dei laboratori.

Al Cibus Tec si è dato rilievo al laboratorio del futuro. Dalla strumentazione che esegue analisi e raccolta dati in modo più efficace, allo studio sulla autenticità del prodotto e alla ricerca dei residui.

A qualcuno potrà sembrare tutto questo superfluo. Ma in realtà, in un futuro prossimo, nelle filiere 4.0 e successive, il **mediatore merceologico** dovrà inserirsi congruamente. Vale la pena ricordare che l'articolo 2 del contratto recita: “Il prodotto deve essere “sano, leale e mercantile". Il venditore è tenuto alla identificazione del lotto ai sensi dell’art. 18 e seguenti, in modo tale da consentirne la rintracciabilità”.
Che si potrebbe sostituire con la “tracciabilità” e/o “sostenibilità”.
Quindi il mediatore deve essere in grado di leggere e usufruire di dati informatici e di laboratorio in modo da garantire la continuità della filiera tra produttore e industria. Parlando con alcuni espositori alla fiera non vi nascondo la loro iniziale perplessità sull'utilità del mediatore per il loro concetto di filiera ma, dopo avergli spiegato la realtà della nostra professione, hanno capito la validità del nostro operato.

** Mediatore merceologico*

Alcuni segnali che arrivano dalla Fiera Anuga di Colonia

di Viviana Bardella *

Riflessioni a caldo al termine di un'intensa giornata all’Anuga di Colonia, la più grande fiera europea dedicata al “food & beverage”.
Innanzitutto, una temperatura decisamente insolita per l'autunno tedesco ha accolto i visitatori, che per una volta hanno lasciato a casa i cappotti. Mai sofferto il caldo in fiera come quest'anno! Un indizio del cambiamento climatico?
Anche di questo si è discusso nei diversi convegni e tavole rotonde organizzate dal 7 al 12 ottobre. Particolare attenzione poi è stata rivolta al cibo bio, vegano, alla svolta green che coinvolge un po’ tutti e che sembra interessare particolarmente i visitatori.
Ho notato un afflusso di persone provenienti da ogni parte del mondo come non si vedeva da tempo, sicuramente dall’epoca pre-covid ma forse anche da prima, quando ancora la crisi economica in diversi Paesi non aveva spento un po’ l’entusiasmo per questo genere di eventi. Tutti diligentemente in fila per sottoporsi al metal detector e al controllo di borse e zaini. Anche questa è una rievocazione del passato, quando il rischio di attentati faceva alzare l’allerta e i controlli all’entrata delle fiere erano più severi. Dopo anni di relativa tranquillità, purtroppo la drammatica situazione internazionale attuale obbliga a prendere di nuovo provvedimenti di questo tipo.

Non so se qualcuno potrà smentirmi, ma non ricordo una varietà di offerta come quest'anno: espositori ovunque, anche nei corridoi e nelle salette adiacenti agli stand principali. Buono o cattivo segno? C'è bisogno di andare in fiera perché non si vende più come prima o, al contrario, il prodotto tira e quindi ci sono i soldi per allestire lo spazio espositivo?

Ho girato la domanda ai miei Clienti, industriali oleari, e devo dire che nonostante la tempesta che si è abbattuta sul nostro settore negli ultimi anni, sono tutti mediamente soddisfatti delle loro performances, sebbene molto preoccupati per quanto potrebbe riservarci il futuro se continuasse a mancare l'acqua, soprattutto in Spagna oltre che per turbolenze dovuto alle guerre in corso.

** Coordinatrice Consulta mediatori merceologici Fimaa*

Frejus, Monte Bianco. Italia e Francia faticano a capirsi

Italia e Francia non si capiscono ma sperano di capirsi più avanti. Il traforo ferroviario del **Frejus** è bloccato non si sa fino a quando e se l'Italia preme non altrettanto preoccupati sembrano i cugini d'Oltralpe. Non c'è una data di ripristino della normalità se non un generico riferimento all'estate 2024.

Le merci italiane subiscono maggiori costi da percorsi più lunghi. Ovviamente anche le francesi ma dall'altra parte del confine non c'è urgenza. "Ci auguriamo che i francesi facciano prima possibile" ha detto diplomaticamente il ministro italiano degli Esteri, Antonio Tajani. Il flusso è bloccato da una frana caduta in territorio francese il 27 agosto scorso. E' stato possibile riavviare il traffico su gomma ma non quello sui binari. Sono 36mila i Tir che transitano ogni anno nel traforo, oltre ai 30 treni al giorno.

Il flusso ridotto complica la movimentazione delle merci nei varchi di Nord-Ovest vista la chiusura del Tunnel del **Monte Bianco** per impegnativi lavori di manutenzione che si fermeranno a ridosso del Natale.

Ma per il completamento della manutenzione serviranno anni. Il Monte Bianco avrebbe bisogno di un raddoppio, i francesi per ora non sono disponibili. Tutto il sistema dei valichi alpini, in questi mesi, è sotto pressione con danni e costi per operatori e consumatori.

IL SETTORE | ORTOFRUTTA

Mercato in chiaroscuro. L’evoluzione del comparto e cosa cambia

di Ervin Mosca *

Il ridimensionamento del dato tendenziale dell'inflazione a ottobre, +1,8% su base annua, farebbe sperare in una nuova fase meno onerosa per le famiglie, ma va letto con i dovuti distinguo che evidenziano purtroppo un dato allarmante per il comparto ortofrutticolo, che nel paniere dei prodotti alimentari fa segnare ancora un +5% anche se in tendenza decrescente. Tradotto significa che si sta calmando l'ondata inflattiva sul cibo, ma non abbastanza per ridare slancio ai consumi. Il settore ortofrutticolo ha pagato dazio pesantemente nei mesi scorsi data la continua e martellante narrazione mediatica sulla costosità dei prodotti, ma ha retto il colpo.

Un'estate lunga e calda, con un autunno temperato, ha favorito i consumi e ha tramutato per molti operatori in una buona campagna commerciale quella che si preannunciava come una fase piena di incognite. La situazione va però analizzata con attenzione, perché va ben distinto l'andamento della produzione da quello del commercio. Le produzioni sono tendenzialmente ridotte a causa di vari fattori, sia climatici che di limitazione degli investimenti. Si è prodotto meno, volutamente in certi casi per limitare le spese, ma spesso anche perché le aziende agricole non avevano certezze sulla manodopera e soprattutto non avevano credito dal sistema bancario. Producendo meno si sono aperte finestre di scarsità di offerta, quindi conseguenti rialzo dei prezzi di taluni prodotti difficilmente reperibili, aprendo spazi all'importazione da altri paesi europei o extraeuropei.

I mercati all'ingrosso italiani sono diventati vitali centri di smistamento delle referenze che scarseggiavano. I problemi maggiori si registrano nelle campagne, dove il maltempo e le fitopatologie hanno acuito l'instabilità della redditività, portando a clamorose situazioni di crisi di interi comparti. Emblematico il caso della pera, con una produzione in continuo calo, nonostante gli sforzi. Recenti le notizie di dissesti finanziari di organizzazioni storiche anche in zone considerate felici, ma anche di fallimenti di entità nate da poco e considerate innovative. Difficile riassumere in poche righe situazioni molto complesse, ma il comune denominatore sembra essere l'incapacità di remunerare gli investimenti o talvolta l'impossibilità di fare gli investimenti richiesti dall'evoluzione tecnologica e varietale per mancanza di adeguata dotazione finanziaria.

Per produrre bene e restare al passo col resto del mondo bisogna continuamente spendere e il sistema bancario di recente spesso valuta come molto rischioso l'impegno nel settore agroalimentare, agricolo nello specifico. Si parla di garanzie

statali sui crediti all'agricoltura, che sembrerebbe essere l'unica via percorribile per non inceppare il sistema produttivo, ma andranno individuati gli strumenti realmente adottabili. Nel frattempo i mercati si adeguano ed è tornata in voga una vecchia pratica che sembrava in disuso: la programmazione degli acquisti. Tutto il comparto deve far tesoro di queste esperienze per tornare a parlare di collaborazioni tra produttori e distributori, per dare stabilità alla redditività in agricoltura. Tornata la redditività torneranno di conseguenza anche i crediti dal sistema finanziario.

** Mediatore ortofrutticolo*

Se ve li siete persi

INDUSTRIA LATTE E DERIVATI: 2022 CATASTROFICO >

TRIMESTRE ANTI INFLAZIONE AL SUPERMERCATO >

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
Fimaa Commodities n. 52 20.06.2023
Fimaa Commodities n. 53 4.07.2023
Fimaa Commodities n. 54 18.07.2023
Fimaa Commodities n. 55 19.09.2023
Fimaa Commodities n. 56 3.10.2023
Fimaa Commodities n. 57 17.10.2023

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/