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° 62 - Diffusa il 16 gennaio 2024 (prossimo numero 6 febbraio 2024)

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 **

Un Felice Anno Nuovo !!! Dove vi aspettiamo nei prossimi mesi

Gennaio è tradizionalmente il mese delle buone intenzioni e noi ci adeguiamo. I nostri, però, sono qualcosa di più di semplici propositi; sono

progetti già avviati che svilupperemo nel corso dei prossimi mesi e che renderanno ancora più ricche le nostre proposte per i Merceologici FIMAA.

Abbiamo già parlato del nostro prossimo convegno che si terrà a Parma il **9 maggio**: **vi consigliamo di segnare questa data** sul calendario perché in quell'occasione FIMAA Merceologici sbarcherà nientepopodimeno che a CIBUS, l'evento clou dell'agroalimentare. Parlare di convegno però è riduttivo: abbiamo in mente qualcosa di diverso e soprattutto su un tema che, ne siamo sicuri, catturerà l'attenzione di tutti, anche dei nostri Clienti che saranno sicuramente presenti in Fiera. E saremo in grado di proporre una formula super vantaggiosa a chi deciderà di partecipare all'evento.

Abbiamo anche già raccontato del testo che stiamo elaborando, pensato per gli aspiranti mediatori merceologici che devono preparare l'esame di idoneità; piano piano stiamo mettendo insieme i pezzi e speriamo di poter presto presentare la nostra creazione.

Tra i nostri piani futuri ci sarebbe anche quello di mettere a punto delle "pillole" di formazione rivolte esclusivamente a noi Merceologici, webinar come quelli già ampiamente collaudati per i nostri colleghi Immobiliari, con la collaborazione e la guida di FimaaForma.

E se dobbiamo parlare degli eventi FIMAA che non riguardano solo il nostro settore ma tutta la Grande Famiglia, non possiamo non citare il 70° Anniversario della nostra Federazione che cade il prossimo 31 gennaio, ma che verrà celebrato il **14-15-16 marzo prossimi nella meravigliosa cornice di Napoli**: evento durante il quale i Merceologici avranno il loro spazio.

Tanta carne al fuoco, dunque. Tanto lavoro che ci aspetta ma, sicuramente, anche tante belle soddisfazioni.

** Coordinatrice Consulta mediatori merceologici Fimaa*

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

MONDO

I prezzi delle materie prime alimentari scendono, assicura la Fao

L'Indice Fao dei prezzi alimentari, che traccia le variazioni mensili dei prezzi internazionali di una serie di materie prime alimentari scambiate a livello globale, ha registrato una media di 118,5 punti a dicembre, **in calo dell'1,5% rispetto a novembre e del 10,1% rispetto a dicembre 2022**.
Per l'intero 2023, l'indice è stato inferiore del 13,7% rispetto al valore medio dell'anno precedente.

Per quanto riguarda il prezzo dei cereali, è aumentato dell'1,5% rispetto a novembre, poiché i prezzi di grano, mais, riso e orzo sono cresciuti, riflettendo in parte le interruzioni logistiche che hanno ostacolato le spedizioni dai principali paesi esportatori.
Per l'intero anno, l'indice è stato del 15,4% al di sotto della media del 2022, riflettendo una buona offerta dei mercati globali.

Per gli oli vegetali, al contrario, l'indice è diminuito dell'1,4% rispetto a novembre, riflettendo gli acquisti contenuti di olio di semi di palma, soia, colza e girasole, con l'olio di soia in particolare influenzato da un rallentamento della domanda da parte del settore del biodiesel e dal miglioramento delle condizioni meteorologiche nelle principali aree di coltivazione del Brasile.
Per l'intero 2023, questo indice è stato inferiore del 32,7% rispetto al livello dell'anno precedente.

Lo zucchero è diminuito del 16,6% rispetto a novembre, toccando il minimo di nove mesi, anche se ancora in aumento del 14% da dicembre 2022.

Per la carne, indice Fao -1% rispetto a novembre, raggiungendo un livello inferiore dell'1,8% rispetto a dicembre 2022, a seguito della persistente debolezza della domanda di importazioni dall'Asia per la carne suina. Anche l'interesse all'acquisto a livello regionale è rallentato per la carne bovina e avicola, nonostante le ampie forniture esportabili nelle grandi regioni produttrici. I prezzi della carne ovina, al contrario, sono aumentati prima delle festività.

In controtendenza ci sono i prodotti lattiero-caseari con +1,6% su novembre, pur rimanendo inferiore del 16,1% rispetto al valore di dicembre 2022.

EUROPA

L'inflazione rallenta, energia e alimentari a ritmi diversi

Si arresta la discesa dell'inflazione a dicembre nell'Eurozona. Secondo la stima flash di Eurostat, il mese scorso l'indice che misura l'andamento dei prezzi al consumo si è attestato al 2,9% rispetto al 2,4 di novembre. A incidere sull'andamento dell'inflazione soprattutto una **riduzione dei**

prezzi dell'energia meno marcata: a dicembre la flessione è stata del 6,7% contro l'11,5% di novembre. L'aumento più forte è stato invece quello dei prezzi di alimentari, alcolici e tabacco (più 6,1% contro il 6,9% di novembre).

Lo scorso novembre nell'Eurozona i prezzi alla produzione nell'industria hanno registrato mediamente una flessione dello 0,3% rispetto ad ottobre e dell'8,8% rispetto al novembre 2022.

Nell'insieme dei 27 Paesi Ue la diminuzione è stata dello 0,2% su ottobre e dell'8,1% rispetto a un anno prima. Dai dati Eurostat emerge tra l'altro che l'Italia su base annua, ovvero rispetto a novembre 2022, ha fatto registrare la maggiore flessione dei prezzi alla produzione (meno 16,3%) dopo quella del Belgio (meno 18,7%).

ITALIA

Effetto Suez/ Nuovo anno, vecchi problemi. La guerra e i noli

***di Stefano Pezzoni** **

I primi giorni dell'anno, anche se c'erano delle avvisaglie a fine dicembre, ci hanno già riservato alcune sorprese, fra tutte, quella più rilevante, per alcuni mercati, è **l'aumento delle tariffe dei noli**, dall'Asia all'Europa.
Il trasporto mondiale su navi è infatti in una situazione globale molto difficile.

Il canale di Suez serve il 34% del traffico globale di container e il 5% del traffico globale di materie prime secche alla rinfusa o confezionate. Mentre il Canale di Panama serve il 9% del traffico globale e il 2% delle rinfuse secche totali.

Il Canale di Panama, causa El Niño, sta subendo la peggiore siccità dal 1950 e sta limitando la produttività, ovvero la quantità di navi che possono passare giornalmente.

Il Canale di Suez, nel frattempo, è stato attaccato dagli Houthi con sede nello Yemen, portando la maggior parte dei grandi spedizionieri a rifiutare quella rotta.

Il più grande trasportatore del mondo, MSC, ha annunciato che dirotterà tutte le navi dirette in Europa verso il Capo di Buona Speranza fino a nuovo avviso, unendosi ad altre navi di linea, tra cui Maersk e CMA CGM.

Ma cosa comporta passare per Capo di Buona Speranza?
Il viaggio tra Shanghai e New York è più lungo del 17% e del 37% attraverso il Canale di Suez e il Capo di Buona Speranza, rispettivamente (rispetto al Canale di Panama). Il viaggio tra Shanghai e Rotterdam (Paesi Bassi) è più lungo del 32% attraverso il Capo di Buona Speranza (rispetto al Canale di Suez).
In sostanza, la deviazione dal Canale di Suez prolungherà la durata del viaggio e quindi rimuoverà una parte della capacità effettiva.

Ciò porterà a un maggiore stress sulla catena di approvvigionamento globale, in un momento in cui molti ritengono che le scorte siano state esaurite dopo il periodo del Covid.
Le tariffe di spedizione pertanto sono già cambiate. Lo Shanghai Containerized Freight Index (SCFI) ha registrato in dicembre aumenti di circa il 10% su fine novembre e le ultime quotazioni in vigore dall'11 gennaio sono più che raddoppiate o in alcuni casi triplicate rispetto a dicembre.
Se tali aumenti si protrarranno per molti mesi, avremo certamente delle ripercussioni su tutti i mercati e come sempre l'Europa si dimostrerà debole e senza difese.
Ciò sarà l'ennesima dimostrazione che la storia non insegna e che alcune realtà economiche hanno ancora lacune e la scarsa propensione a prevenire simili problematiche.

Volendo guardare anche un po' più lontano, già si potrebbe intuire che **con le elezioni europee alle porte**, molti mercati saranno poco attivi e quindi un raffreddamento degli ordini con un generale rialzo dei prezzi non potrà portare a nulla di buono.
Ancora una volta, dunque, ai mediatori sarà richiesta competenza e visione a 360°.

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

Effetto Suez/ Perchè gli Usa si muovono, rischio tassi e inflazione

L'azione diretta negli Stati Uniti, e in parte della Gran Bretagna, nella protezione militare ai transiti nel Canale di Suez ha una spiegazione più che mai economica. Gli attacchi del gruppo sciita filoiraniano Houthi rischiano di invertire le attese sul movimento dei tassi di interesse o quantomeno di rallentarne la diminuzione. Gli economisti sono divisi sul rischio di ripresa dell'inflazione che stava rientrando gradualmente a livelli più gestibili.

Molto dipenderà dalla durata della minaccia alle navi. Se l'operatività degli Houthi verrà bloccata nelle prossime settimane il danno potrebbe risultare contenibile. Altrimenti il rinvio del taglio dei tassi e l'aumento prolungato dei costi avrà evidenti riflessi sui consumi. Gli operatori dei mercati finanziari attendono il primo taglio della Fed (Federal reserve, la banca centrale Usa) per marzo. Gli analisti di Jp Morgan spostano la diminuzione dei tassi ufficiali a giugno.

Ma nessuno può garantire che i ribelli Houthi verranno sconfitti in breve tempo. Secondo altri economisti il rischio è sopravvalutato perché i costi di trasporto incidono mediamente per un 5% sui prezzi finali. Gli analisti di HSBC, una delle più grandi al mondo, hanno inviato una nota ai clienti spiegando che se gli attacchi dovessero continuare oltre il primo trimestre si determinerebbero extracosti rilevanti.

Effetto Suez/ Mele, la situazione a metà campagna

***di Ervin Mosca** **

La produzione totale italiana raccolta da agosto a novembre 2023 si è attestata su 2.174.674 tonnellate (fonte Assomela), dato in linea con le quantità espresse dalle aziende agricole nazionali in annate normali. Al 1° gennaio 2024 le giacenze a magazzino sono stimate a 1.215.750 tonnellate, dato anch'esso pienamente in bolla. La buona partenza commerciale in agosto, favorita dall'assenza di scorte da smaltire, ha sollecitato anche un buon decumulo autunnale, mentre emergono alcune criticità per le vendite invernali.

L'apprezzata mela italiana incontra difficoltà logistiche nel raggiungere i fondamentali mercati mediterranei, mediorientali ed orientali a causa delle recenti vicissitudini belliche nel canale di Suez, con conseguente aumento dei tempi di transito per la circumnavigazione del Capo di Buona Speranza e dei costi dei noli marittimi. Si registra anche una preoccupante carenza di containers vuoti dovuta ai cambiamenti di rotta delle grandi navi. Come già visto in passato i prodotti freschi sono i primi a pagare le conseguenze dell'instabilità geopolitica vista la loro limitata finestra commerciale. Tornando ai dati di produzione si segnala il record con

227.000 tonnellate delle mele club, che identificano numerose nuove varietà, solitamente coperte da brevetti e royalties, che stanno rapidamente sostituendo altre varietà tradizionali.

Stabile, ma purtroppo non in crescita, il raccolto di frutti biologici, che pagano lo scotto dei maggiori costi di produzione e delle minori rese in campo, nonché delle ristrettezze economiche del consumatore medio.
La campagna commerciale sembra proseguire abbastanza fluidamente, ma gli operatori italiani temono i contraccolpi delle difficoltà logistiche e della perdurante stagnazione dei consumi che potrebbe riflettersi sull'andamento delle contrattazioni.

La mela resta comunque uno dei prodotti ortofrutticoli più economici attualmente disponibili, viste la quotazioni molto alte di molte referenze del reparto, ma per questo anche soggetta ad azioni promozionali di offerta speciale nella grande distribuzione e nei discount con conseguente effetto di deprezzamento generale. Sempre agguerrita la concorrenza degli altri produttori europei, in primis la Polonia, che sta rosicchiando anno dopo anno quote di mercato nei paesi di sbocco come India ed Egitto. Alta competizione da parte della Spagna sulle rotte verso il Sudamerica. Nei prossimi mesi terremo monitorata l'evoluzione della situazione.

** Mediatore ortofrutticolo, Fimaa Trento*

Il nostro ruolo | Guarda il video

Per i cereali Usda prevede una spinta al ribasso. Noli sotto i livelli 2021

di Simone Ruffato *

Lasciate alle spalle le festività natalizie, l'anno nuovo è iniziato con le borse merci in generale diminuzione di prezzi. Ad incrementare ulteriormente la spinta ribassista ci ha pensato L'USDA di venerdì scorso.
Di seguito una sintesi:

Produzioni USA 2023/24: oltre le aspettative.
I dati più recenti dell'USDA del 12 gennaio 2024 rivelano le produzioni agricole degli Stati Uniti per la stagione 2023/24 superiori alle previsioni. I numeri indicano un andamento positivo con una produzione complessiva di grano in aumento rispetto alle aspettative iniziali.
Pure i livelli degli stock finali negli Stati Uniti per la stagione 2023/24 risultano essere superiori alle previsioni iniziali.

Acreaggio grano invernale USA: sorprendentemente in rialzo.

Produzioni Sud America: risultati migliori del previsto.

Stock mondo finali 2023/24: superiori alle aspettative per grano, semi di soia, mais.

Con dei dati così fortemente ribassisti, non poteva che partire molto sottotono il Chicago del 12 gennaio di tarda sera ore italiane: Corn -10,9; Grano -4,6; Semi di soia -27,5; Farina di soia -7,75; Olio di soia -0,67.

In un tale contesto, le uniche forze contrarie al ribasso sono le croniche difficoltà e scarsità logistiche, sia via camion che via treno, con un conseguente aumento dei costi di trasporto. Inoltre, la crisi del Mar Rosso sta causando un incremento dei costi dei noli, sebbene allo stato attuale, non paragonabile all'aumento dei prezzi del 2021.

** Mediatore Fimaa in cereali e semi leguminosi*

Riso, ecco perché le varietà storiche italiane rischiano di sparire

di Alberto Ferraris *

Non è roseo il futuro per il riso italiano. In particolare su stiamo parlando delle varietà storiche, quelle che l'Ente Nazionale Risi dovrebbe proteggere e valorizzare.
Un tentativo è stato fatto con l'introduzione nella stagione 2018-19 del sistema di tracciabilità per la coltivazione delle varietà denominate "classico". Le varietà fregiate del titolo "Classico" inizialmente erano 7: Arborio, Baldo, Carnaroli, Ribe, Roma, S.Andrea e Vialone Nano. Il

protocollo prevede, a garanzia della tracciabilità del sistema, la presentazione da parte degli agricoltori aderenti di alcuni documenti.
Per ogni varietà classica coltivata vanno presentati: la denuncia di superficie, la denuncia di produzione, l'eventuale fine vendita per la campagna, i documenti comprovanti l'acquisto di semente certificata (ovvero i certificati di trasferimento risone, le fatture di acquisto, i cartellini) insieme ad altri documenti.
La quantità prodotta deve essere stoccata separatamente da tutte le altre varietà e il luogo di stoccaggio deve essere identificato in modo da consentire un eventuale campionamento.
Il tutto sotto il controllo dei tecnici dell'Ente Risi. La parte burocratica è stata impostata, correttamente, onde evitare truffe.

L'iniziativa, indubbiamente lodevole, purtroppo parte tardi. Il primo ritardo, se così si può chiamare, è sul Ribe. Varietà del gruppo lungo A cristallino, a cui presta il nome, non più coltivato in Italia da molti anni.
I dati disponibili sono il numero di aziende agricole che hanno aderito al sistema.

Purtroppo non sono disponibili né la superficie coltivata né la produzione. Basandoci solo sui numeri dei produttori comunque è evidente il declino di questa iniziativa. Nel 2018 le aziende erano in totale 335 e la parte più importante era costituita dai produttori di Carnaroli Classico. Ben 191. Dai dati pubblicati per l'attuale campagna 2023-24 il numero dei produttori si è praticamente dimezzato.
Tengono Carnaroli e Vialone con un calo rispettivamente del 35% e del 27%. Emblematico il caso del Roma che, ormai sparito da due stagioni dal mondo del classico, si è sentito anche nella coltivazione convenzionale. Sostituito negli anni passati dal Barone CL varietà con "tecnologia clearfield", l'interesse verso la varietà originale si è affievolita velocemente.

Il problema dei **detentori delle nuove tecnologie è che non hanno come priorità il mantenimento delle caratteristiche varietali originali**, così di passaggio in passaggio si perde la qualità che ha permesso ai risi italiano di essere apprezzati anche all'estero.

A partire dalla prossima campagna si è aggiunto un meccanismo che sottrae al sistema "Classico" una caratteristica che potrebbe renderlo meno interessante. Da qualche mese i risicoltori sono obbligati ad acquistare seme certificato per non perdere i contributi europei. L'obbligo di "certificare" e quindi tracciare, la varietà coltivata fino alla passata stagione era una prerogativa di contratti di filiera o del "Classico". Ora si può dire che tutta la produzione italiana è certificata, o tracciata, per quanto riguarda la certezza della varietà coltivata. Sparisce così un pilastro importante del sistema di tracciabilità del riso "Classico". Questa è la sua fine?

* *Mediatore merceologico Fimaa*

Contratto 4 (risone), la proposta dei merceologici Fimaa Vercelli

di Alessandro Barberis, Alberto Ferraris, Massimo Gregori e Stefano Pezzoni *

Ne avevamo già parlato nelle newsletter n. 59 del 21 novembre 2023 e nella 60 del 5 dicembre 2023.

Oggi la FIMAA di Vercelli, su sollecitazione dei suoi associati merceologici, ha proposto l'attivazione di un gruppo di lavoro costituito da mediatori FIMAA provenienti dalle province vocate alla produzione di risone. Il gruppo avrà il compito di redigere una propria proposta di modifica del contratto tipo per il risone.
A seguire è stata programmata una riunione plenaria, presso la sede ASCOM di Vercelli, in data **23 gennaio 2024 alle ore 14.30**. I mediatori che sono disponibili a partecipare al gruppo di lavoro possono contattare via mail:

- Alessandro Barberis | ostabarberis@gmail.com
- Alberto Ferraris | alberto@oryzon.it
- Massimo Gregori | max@massimogregori.it
- Stefano Pezzoni | reschiriso@gmail.com

Mentre per partecipare alla riunione plenaria è consigliato mandare una mail con la dicitura “conferma partecipazione riunione plenaria” all’indirizzo federico.graglia@ascomvc.it

** Mediatori merceologici Fimaa*

Con la Mdd la distribuzione moderna diventa più influente

Mdd è l'acronimo di Marca del distributore.
Il cliente ha fiducia nella catena e apprezza i prodotti che vengono impacchettati con il suo marchio. Dovendo scegliere, anche perché spinti da campagna e posizionamento sugli scaffali, scelgono quelli. Sembra, a prima vista, un problema solo tra industria e distribuzione. Forse, se i dati futuri confermeranno la tendenza, sposterà l'ago della bilancia nettamente a favore della moderna distribuzione che avrà maggior peso contrattuale su tutti i soggetti coinvolti. Per il momento vanno registrati i nuovi dati: la quota di mercato dei prodotti a marchio del distributore, a fine 2023, era del 31,5% rispetto al 28,3% di cinque anni fa. Il fatturato, compresi i discount, è salito a 25,4 miliardi. Nel retail alimentare i prodotti MDD sono andati in controtendenza continuando a crescere nei volumi.

WOOE a Madrid, riflettori sull'extra vergine di oliva

di Viviana Bardella *

Olio di oliva extra vergine alla ribalta in occasione del WOOE – World Olive Oil Exhibition – che avrà luogo **a Madrid nei giorni 26 e 27 febbraio**, presso gli spazi espositivi di IFEMA.

Una fiera monografica che rappresenta un punto d'incontro imprescindibile per tutta la filiera, dal produttore al consumatore, e che vedrà la partecipazione di operatori provenienti da ogni parte del mondo.

Due giorni pienissimi di iniziative che proporranno il meglio e le ultime novità del settore: dall'area degustazione, a masterclass e conferenze guidate dai più rinomati professionisti dell'olio di oliva; da degustazioni guidate, allo spazio cucina creativa. Per concludere con la premiazione alle migliori aziende che utilizzano l'olio di oliva nei loro prodotti e agli chef che hanno saputo proporre la migliore interpretazione di piatti con alcuni ingredienti, oltre all'olio naturalmente, suggeriti dalla giuria. Tra i premiati anche un giovane cuoco italiano, Carmine Bavuso, originario della Basilicata.

** Coordinatrice Consulta mediatori merceologici Fimaa*

IL SETTORE | OLIO D'OLIVA

L'aumento dei prezzi pare inarrestabile. Vantaggi e svantaggi

di Viviana Bardella *

Quotazioni dell'olio di oliva in controtendenza rispetto alle informazioni che arrivano dall'indice FAO, che registra un -13,7% sui prezzi delle materie prime alimentari a fine 2023.
Se nel gennaio 2023 un chilo di olio si poteva acquistare in produzione tra 5 e 6 euro, a seconda della qualità e dell'origine (e già il prezzo pareva esagerato, considerando che solo due anni prima, nello stesso periodo, costava tra i 2,50 e i 3 euro/Kg), **oggi abbiamo toccato un po' ovunque i 9 euro e l'aumento pare inarrestabile**.

Non deve stupire, quindi, che al supermercato si trovino bottiglie di olio di oliva extra vergine a prezzo abbondantemente superiore ai 10 euro, fatta eccezione per le promozioni e le confezioni scontate perché vicine alla scadenza.

Abbiamo già raccontato in diverse occasioni le cause: la siccità che ha colpito in particolare la Spagna ha ridotto drasticamente i raccolti nel Paese principale produttore al mondo; Turchia e Marocco hanno bloccato le esportazioni per proteggere il mercato interno; la Grecia fa i conti con una campagna piuttosto scarsa per svariati e concomitanti motivi. La congiuntura sfavorevole su più fronti determina una situazione mai vissuta prima, alla quale l'industria olearia cerca di far fronte.

C'è chi dice che finalmente l'olio assume il valore che effettivamente gli compete e forse non ha tutti i torti, perché pagare 3 euro al chilo il

nostro oro giallo significava sminuire le qualità di un prodotto cardine della nostra dieta mediterranea, ma è anche vero che, alle quotazioni attuali, il consumo dell'extra vergine sta subendo una bella batosta, in particolare in quei Paesi, come la Spagna (si parla di un -40%), dove il consumatore è particolarmente sensibile al prezzo e passa abbastanza velocemente dall'oliva all'olio di semi.

** Coordinatrice Consulta mediatori merceologici Fimaa*

SE VE LI SIETE PERSI

STUDIO, IN AGRICOLTURA TUNISINA SI CONSUMA TROPPA ACQUA >

LA LUNGA CRISI DELL'AGRICOLTURA ITALIANA: OGGI SI PRODUCE IL 10% IN MENO DI VENT'ANNI FA >

COSA ABBIAMO SCRITTO NEI PRECEDENTI NUMERI

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
Fimaa Commodities n. 58 7.11.2023
Fimaa Commodities n. 59 21.11.2023
Fimaa Commodities n. 60 5.12.2023
Fimaa Commodities n. 61 19.12.2023

ALCUNI LINK 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/