Newsletter
F.IM.A.A. Italia
Commodities

Newsletter FIMAA Commodities n. 67 | 2 aprile 2024

Newsletter periodica online pubblicata ogni primo e terzo martedì del mese con il supporto dell'Ufficio studi FIMAA Italia su notizie, analisi di settore, mercati, e punti di vista dei mediatori merceologici - prossimo numero 16 aprile 2024

Iscriviti alla newsletter

L'EDITORIALE
di Viviana Bardella *
Dopo Napoli, Cibus. Venite al Convegno dei merceologici (9 maggio)

Archiviato l'evento di Napoli, che ci ha regalato momenti unici da conservare nel cassetto dei ricordi indelebili (*vedi anche articoli in questa Newsletter*), tutte le nostre energie sono ora incanalate verso il **4° convegno dei Mediatori Merceologici che avrà luogo il prossimo 9 maggio a Parma, alla Sala Pietro Barilla, in occasione di CIBUS**.
Le aspettative per questa edizione della Fiera dedicata all'Alimentare per eccellenza, insieme a Tuttofood di Milano, sono altissime: si prevedono numeri da capogiro sia sul fronte espositori che dal lato visitatori. La collaborazione con l'evento di Milano, che ha creato sinergie importanti tra le due fiere e gli scenari economici attuali di difficile interpretazione che influenzano pesantemente l'andamento dei nostri mercati, richiamano operatori da ogni parte del mondo.
E tra gli eventi in cartellone di CIBUS ci siamo anche noi, con la nostra tavola rotonda dal titolo " Alimentare il futuro", durante la quale cercheremo di capire se e come è cambiata la nostra professione in questi ultimi anni, alla luce di tutti gli scombussolamenti che i nostri mercati di riferimento hanno subito. In particolare le guerre così vicine a noi ci hanno obbligato a cercare nuove di fonti di approvvigionamento e nuove rotte; e il cambiamento climatico, che mette in crisi l'agricoltura ed obbliga ad un ripensamento delle relative politiche.
Vi aspettiamo numerosi, perché riteniamo importante confrontarci ed ascoltare insieme le opinioni degli illustri relatori che ci proporranno il loro punto di vista: l'industria, che della mediazione si avvale

quotidianamente; la logistica, la geopolitica e la politica. Tutti aspetti che analizzeremo insieme a loro e che ci forniranno sicuramente importanti spunti di riflessione.
Se ancora non lo avete fatto, vi invitiamo a riempire il **form** disponibile anche cliccando sulla locandina: **i primi 100 iscritti avranno in omaggio il biglietto di ingresso alla fiera, per poter partecipare al convegno e, successivamente, visitare gli stand in tutta tranquillità**.

* Coordinatrice Consulta merceologici Fimaa Italia

MONDO

L’India sceglie di esportare meno. Anche ai vicini di casa

Stretta alle esportazioni in India dove da qualche anno si privilegia il consumo interno. Riguarda soprattutto il grano e il riso non Basmati. Nel riso, Nuova Delhi rappresenta il 40% delle esportazioni internazionali. Il consumo e l’accumulazione interna potrebbero mettere in difficoltà Paesi vicini come il Bangladesh (170 milioni di abitanti) che chiede invece supporto al grande vicino. I due Paesi hanno discusso della questione e Dacca ha chiesto a Nuova Delhi di firmare un memorandum d'intesa su quote fisse per diversi prodotti, tra cui anche cipolle, zenzero e aglio.
Circa 30 milioni di bengalesi sono a rischio insicurezza alimentare.

EUROPA

Trattori sotto il Big Ben, troppe importazioni sotto costo

Anche gli agricoltori inglesi protestano. Con una sfilata di trattori si sono recati davanti al Parlamento britannico per protestare contro gli accordi commerciali post-Brexit che ritengono penalizzanti. Lamentano importazioni di cibo al di sotto degli standard e pratiche commerciali sleali.
Dopo l'uscita dall'Unione Europea nel 2020, il Regno Unito ha firmato diversi accordi commerciali che, secondo gli agricoltori britannici, non prevedono controlli sulle importazioni e consentono l'ingresso in Gran Bretagna di **alimenti di qualità inferiore provenienti da Paesi con normative meno severe**.
Gli agricoltori britannici sostengono che le importazioni di prodotti agricoli a basso costo sono inferiori alla produzione nazionale.
Inoltre, sostengono di soffrire per l'aumento dei costi e per la carenza di lavoratori stagionali, molti dei quali sono stranieri e il cui reclutamento è più difficile dopo la Brexit perché l'agricoltura britannica non è più protetta dalla zona di libero scambio dell'UE e dalle regole agricole del blocco.
Molti agricoltori britannici hanno appoggiato la Brexit per opporsi alla tanto criticata Politica agricola comune dell'UE. Ma ora molti sostengono che gli accordi commerciali post-Brexit tra il Regno Unito e Paesi come l'Australia e la Nuova Zelanda hanno aperto le porte alle importazioni a basso costo.

ITALIA

Noi mediatori possiamo aiutare a sviluppare prodotti di qualità?
di Stefano Pezzoni *

Durante i recenti Stati Generali FIMAA a Napoli, nella interessante relazione del dott. Scoccia sulla presentazione del mercato dell’olio di oliva, abbiamo appreso che l’Italia, tra i paesi del Mediterraneo, è tra i primi per produzione. La prima nazione produttrice è la Spagna, e l’Italia pesa per un quarto rispetto agli iberici. Tuttavia, il nostro paese si

contraddistingue per essere la prima nazione per biodiversità. Questo non è vero solo nel settore dell'olio, ma si estende anche ai cereali, al riso, alla frutta, alla verdura, ai pomodori e così via, con un elenco molto ampio. A livello generale, questa grande biodiversità nelle produzioni agricole viene immediatamente evidenziata quando si analizzano quanti prodotti DOP e IGP sono presenti in Italia rispetto all'Europa e forse al mondo. Proprio questa biodiversità rende l'Italia un paese unico dal punto di vista delle produzioni. Ciò ha anche delle controindicazioni.

La Penisola è caratterizzata da una diffusa proprietà agricola composta da piccoli appezzamenti e le aziende sono di piccola o media dimensione, il che spesso rappresenta un problema per quanto riguarda i prezzi e l'economicità dell'impresa. Per risolvere o almeno alleviare questa situazione spesso si ricorre a interventi legislativi che sovvenzionano i consorzi di tutela e le aggregazioni di rete. Un esempio tangibile di sostegno alle produzioni agricole italiane è rappresentato dal recente decreto ministeriale attuativo presentato l'8 marzo. Questo decreto, annunciato con grande enfasi dal Governo, si pone l'ambizioso obiettivo di regolamentare un investimento di 25 milioni di euro, mirato a rafforzare i consorzi di tutela delle Denominazioni di Origine Protetta (DOP). Le DOP rappresentano un'eccellenza nell'ambito dell'agroalimentare italiano, garantendo la qualità e l'autenticità di prodotti che vantano una stretta correlazione con il territorio di provenienza.

L'importanza di questo decreto risiede nel suo impatto diretto sulle filiere produttive, fornendo risorse finanziarie cruciali per sostenere la promozione, la valorizzazione e la tutela delle DOP italiane. Ciò non solo contribuisce a preservare la tradizione e l'identità dei prodotti locali, ma rappresenta anche un'opportunità concreta per stimolare l'economia delle aree rurali e promuovere la competitività dell'agricoltura nazionale sul mercato globale. Tuttavia, questo decreto rappresenta solo uno dei tanti sforzi necessari per garantire un sostegno efficace e duraturo al comparto agroalimentare italiano, che si trova costantemente a confrontarsi con sfide e opportunità in un contesto internazionale sempre più complesso e competitivo. Non è sufficiente produrre un buon prodotto, è necessario anche farlo conoscere, valorizzarlo e venderlo. In questo processo, noi mediatori abbiamo qualche speranza di essere protagonisti?

Molti colleghi spingono per la crescita delle produzioni agricole e del PIL, pensando di poter poi essere i soli capaci di commercializzare il prodotto. Altri invece si interrogano sul futuro, poiché vedono nella crescita dei consorzi la perdita delle opportunità di accesso ai prodotti gestiti direttamente da essi, ai quali il cliente si rivolge direttamente. Certamente, ci sono casi virtuosi che hanno permesso ai mediatori di essere attivi e protagonisti negli affari.

Poiché uno dei compiti di questa newsletter è favorire la conoscenza e lo scambio di idee ed esperienze, **invito dunque qualche collega a raccontare la propria positiva esperienza**, affinché tutti possano trarne giovamento e trovare stimoli per continuare ad essere artefici e protagonisti nell'economia agroalimentare italiana.

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

Mercato suinicolo mondiale, la peste africana si fa sentire
di Elettra Triani *

Già nel 2019 una grave epidemia di peste suina africana (PSA) aveva decimato il patrimonio suinicolo cinese; purtroppo la malattia ha continuato a diffondersi e alla fine del 2019 era presente in nove stati membri UE: Belgio, Bulgaria, Slovacchia, Estonia, Ungheria, Lettonia, Lituania, Polonia e Romania. Dal 2020 è presente anche in Germania.
Dalla metà del 2023 questa malattia si è diffusa in tutta Europa, trasmessa prevalentemente dai cinghiali selvatici, e quindi anche in Italia oggi si deve affrontare questo preoccupante problema.
La commissaria europea per la salute e la sicurezza alimentare, Stella Kyriakides, è intervenuta per esporre gli effetti devastanti sul mercato suinicolo europeo e non. Fino al 2022 in Italia la PSA era presente in maniera endemica solo in Sardegna ove era proibito spostare i suini nel continente; oggi assistiamo ad un ondata epidemica in varie regioni: Piemonte, Lazio, Liguria, Calabria, ma soprattutto in Lombardia dove un focolaio nella provincia di Pavia ha provocato l'abbattimento di oltre 33.000 (trentatremila) maiali. Questa malattia virale provoca una elevata mortalità nei suini e nei cinghiali selvatici infettati; il virus genera significative perdite economiche dovute alla morte degli animali, alle restrizioni per l'esportazione dei prodotti lavorati, ed infine all'elevato costo delle misure di controllo. Purtroppo al momento non esistono vaccini, e quindi **l'unico modo per fermare l'epidemia restano le misure restrittive** e di prevenzione per evitare i contatti con gli animali infetti.
Va ricordato inoltre che il virus è innocuo per l'uomo e non trasmissibile allo stesso, ma comunque crea nel mercato zootecnico dei gravi problemi, con un aggravio di costi (* vedi sotto) importante per le aziende coinvolte nella filiera (allevatori, macelli, aziende di trasformazione).
* Il maggior aumento del prezzo dei suini, causato principalmente dalla salita vertiginosa del costo dei mangimi, si è avuto nel 2022; e naturalmente la PSA è stata un aggravante di questa condizione che ha portato l'aumento medio del prezzo dei suini nei paesi europei del 27%; e, anche se nel 2023 questi dati si sono un pò ridimensionati, a tutt'oggi il prezzo dei maiali in Italia, così come in Europa, resta abbastanza elevato.

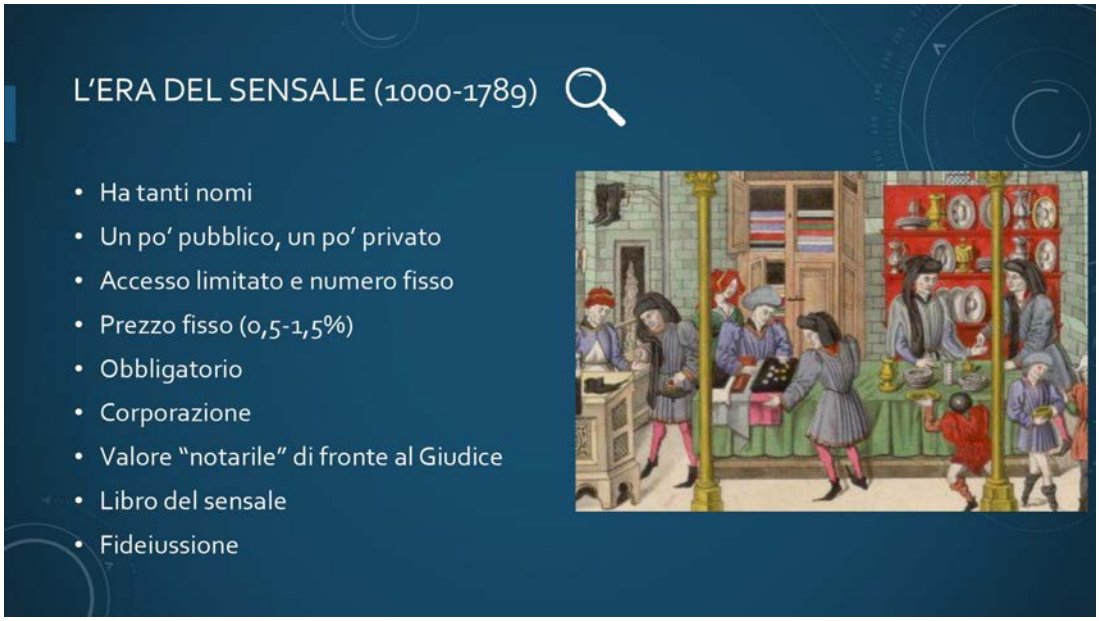
* Mediatore merceologico Fimaa Parma

A Napoli la storia della nostra professione, il passato è futuro
di Viviana Bardella *

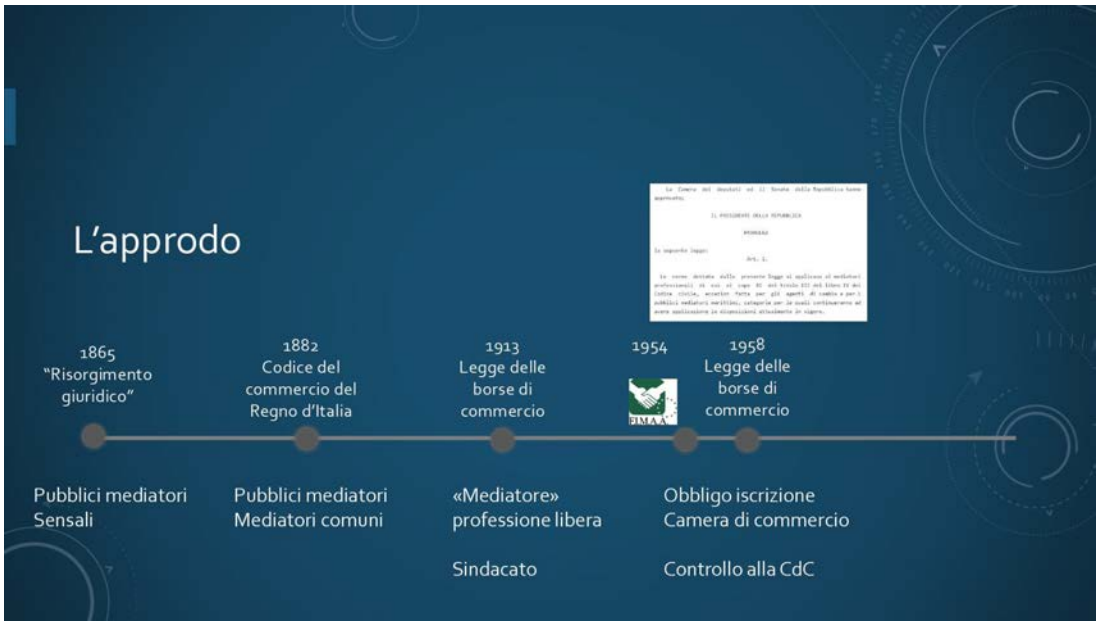
Con il suo intervento "La Ricerca dell'accordo", lo storico Marco Cappelli ci ha raccontato, in modo veramente coinvolgente, come si è evoluta nel tempo la figura del mediatore, che nei secoli ha assunto denominazioni diverse – **da proxeneta a sensale a mediatore**, appunto – e come essa

abbia sempre rappresentato una figura chiave nella storia degli scambi commerciali. (*vedi articolo che segue*)
Una professione che arriva da lontano, in termini di tempo e di luogo: figura chiave già ai tempi degli antichi Greci, poi dei Romani e così via, attraversando tutti i secoli e tutti i territori fino ad arrivare ai nostri giorni.
Inutile ricordare che le città italiane sono sempre state grandi protagoniste del commercio internazionale fin dai tempi più antichi; e anche qui, infatti, la figura dell'intermediario negli scambi commerciali appare sempre presente e con un suo ruolo ben definito.

La mediazione è nata con la merceologia e noi oggi siamo gli eredi di quell'enorme bagaglio di storia e di esperienza che si è tramandata nei secoli di generazione in generazione: il mondo si è evoluto e con esso gli scambi e le rotte commerciali, ma noi svolgiamo sempre il nostro ruolo di intermediari come i nostri antenati, alla continua ricerca di nuove formule, nuovi prodotti, nuovi mercati, perché il flusso dei commerci non si interrompa mai.



Nel passato, guerre e periodi bui hanno determinato brusche contrazioni delle attività commerciali; purtroppo, anche noi oggi stiamo attraversando un momento non facile. La storia dovrebbe insegnare ma purtroppo non impariamo mai abbastanza. Ben venga allora chi ci sa raccontare il nostro passato con competenza ed entusiasmo, fornendoci tanti spunti di riflessione.



*** Coordinatrice Consulta merceologici Fimaa Italia**

"Il mediatore c'è da sempre e rende fluido il mercato" di Marco Cappelli *

"Se non c'è storia senza commercio, esiste il commercio prima della storia. Sin dalla più remota preistoria è possibile trovare traccia archeologica degli scambi commerciali tra gli uomini. I nostri antenati si scambiavano prodotti, acquistando e comprando, di solito con il meccanismo del baratto.

Un tempo si pensava che le società antiche fossero molto localizzate, sfruttando soprattutto i beni locali. Oggi sappiamo invece che - già nell'età del bronzo, nel II millennio a.C. - c'era un fiorente commercio internazionale all'interno di una vasta area che includeva tutto il Mediterraneo, il Medio-Oriente e l'Asia centrale. Questo commercio richiedeva certamente delle figure specializzate.
Infatti, in epoche antichissime, il commercio poteva svolgersi per lo più all'interno di una comunità, dove tutti si conoscono e sanno esattamente se le parti sono degne di fiducia, oppure no. Ma cosa accade quando le parti di un potenziale commercio provengono da luoghi molto distanti tra loro, come nel caso dell'età del bronzo? Cosa accade quando le città stesse diventano vaste metropoli da centinaia di migliaia di abitanti, dove il vincolo della conoscenza è più fragile? Succede che diventa fondamentale discriminare il commerciante con buona mercanzia da quello con mercanzia di bassa qualità, o discriminare l'acquirente squattrinato che difficilmente sarà in grado di pagare da quello con spalle solide. Non solo: occorre qualcuno che, quando un mercante di rame giunge in città, indichi al mercante chi sono i potenziali acquirenti del rame, e aiuti a concludere l'affare.
Emerge allora la necessità che **qualcuno si occupi di introdurre la domanda all'offerta**, o viceversa, e che funga da mediatore tra le parti per giungere alla conclusione del negozio. In sostanza, nasce la professione del mediatore".

*** Storico - Tratto da "La ricerca dell'accordo"**

CHI È UN MEDIATORE MERCEOLOGICO E COME OPERA NEL MERCATO
Guarda i video

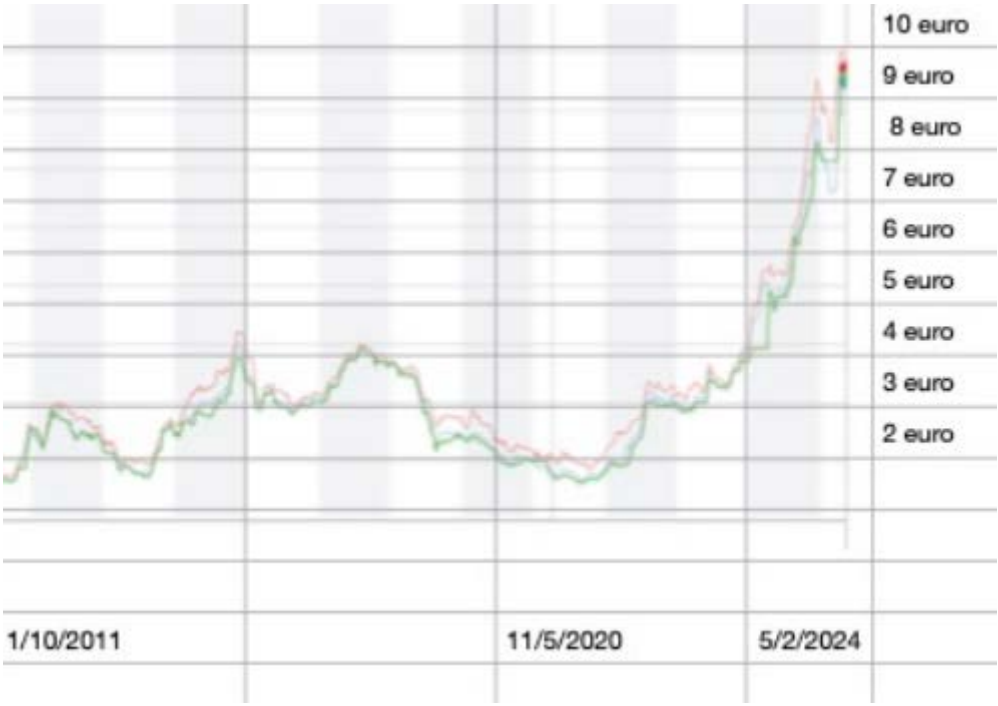
Perchè nei mercati (cereali compresi) gli speculatori servono
di Simone Ruffato *

Svelate le intenzioni di semina dell'USDA di giovedì scorso, l'andamento del mercato cerealicolo verrà determinato dal consueto tempo meteorologico, dagli acquisti della Cina e dall'applicazione o no dei dazi nei confronti della merce Ucraina da parte dell'Europa. Su quest'ultimo punto le opinioni e i rumors sono discordanti.
Il fatto che a chiedere un intervento legislativo ci sia anche un paese come la Francia rende più concreto un intervento protezionistico.
Tuttavia siamo in campagna elettorale continentale, e tra il dire e il fare vi è in mezzo un oceano.
Offrire un maggiore impegno finanziario e militare a Kiev per poi azzoppare la sua capacità di esportare nel nostro continente i beni agricoli appare un controsenso.
Di fatto l'incertezza governa ancora nel mercato cerealicolo, con scambi ridotti al minimo indispensabile. Eppure qualche buon affare viene pensato ed attuato.
Chi specula sul mercato spende le sue fiches sia sul rialzo che sul ribasso del mercato. L'una posizione protegge l'altra posizione, e viceversa. È l'essenza del trading, che piaccia o meno ai buon pensati e agli ignoranti.
Per far questo ci vuole esperienza, preparazione ed una piccola propensione al rischio. **Il mercato ha bisogno del loro saper guardare oltre la siepe**, specie in questo momento. Una categoria di professionisti ai quali va sempre il nostro rispetto.

* Mediatore merceologico in cereali e semi leguminosi Fimaa Italia

Il mercato degli oli d'oliva cala ancora rispetto alle ultime settimane
di Adriano Caramia *

Solamente gli oli extra vergine di origine italiana mantengono livelli di prezzo sostenuti, ma vi è da dire che al 29 febbraio, a campagna ormai conclusa, le rimanenze di detta qualità erano pari a circa 135.000 tonnellate, davvero esigue.
Le altre piazze hanno subito sensibili diminuzioni: ad esempio, i lampanti di origine spagnola base 1° sono passati da 8 euro del 5 marzo a 7 euro del 26 marzo (il 12,5% in meno). Medesima traiettoria hanno percorso le altre classificazioni per origine e qualità.
Come non ci stanchiamo di ripetere, le ultime piogge (che sembrano aver migliorato abbastanza lo stato delle piante, sebbene non abbiano incrementato molto la portata degli invasi), il calo dei consumi e l'impressione che si possa attendere una prossima buona raccolta in quasi tutto il mediterraneo, sta inducendo i detentori di merce a voler alleggerire le posizioni. Maggiore offerta quindi, compratori cauti negli acquisti, mercato debole.
Il grafico che sottoponiamo all'attenzione dei lettori (fonte Consiglio Oleicolo Internazionale), riporta le curve dei prezzi del mercato spagnolo dal 1/10/2011 sino alla prima settimana di febbraio di quest'anno, con indicazione di alcune date salienti per l'escursione delle quotazioni. Siamo passati da meno di due euro a oltre 9 euro di massimo.



Purtroppo dobbiamo constatare che il repentino aumento non soddisfa esclusivamente le esigenze dei maggiori costi di produzione ed una valorizzazione percettiva maggiore del bene, bensì per gran parte riflette le conseguenze di un lungo periodo di siccità in gran parte dei paesi produttori. Pertanto, **temiamo che non appena i raccolti saranno più generosi ed aumenteranno le giacenze, si dovrà fare i conti con i consumi diminuiti** in maniera poderosa e mercati esteri agguerriti.
E' vero, prezzi più vantaggiosi potranno favorire la ripresa degli acquisti delle famiglie e gli usi industriali degli oli di oliva, ma sarà un cammino

lungo. Del resto si sa, le salite sono più dure delle discese.

* Mediatore merceologico Fimaa Italia

IL SUCCESSO

Il nostro ruolo. Guarda il video

Agroalimentare e sostenibilità. Next Generation a Trento
di Ervin Mosca *

Il tema della sostenibilità occupa un posto di primo piano nell'agenda delle grandi imprese del comparto agroalimentare. L'immagine di produttore attento alle questioni ambientali facilita le vendite, crea fidelizzazione, apre nuove opportunità. L'impostazione delle politiche commerciali non può più prescindere dalla continua implementazione della connotazione "Green" dell'impresa. Presentare un bilancio di sostenibilità non è più un semplice biglietto da visita ma è ormai diventato un obbligo sia morale che di legge per soggetti che superano determinate dimensioni.
Lunedì 25 marzo si è tenuto a Trento presso il Muse, frequentatissimo nuovo museo delle scienze, un importante convegno denominato "Next generation: ricette di sostenibilità ambientale, economica e sociale" organizzato dal consorzio Melinda. Con la moderazione del conduttore televisivo Vincenzo Venuto e la partecipazione dello chef Simone Rugiati, il giovane team della nota cooperativa melicola trentina ha presentato tutte le iniziative scientifiche e di ricerca che porteranno nei prossimi anni grande innovazione nella coltura e nella frigoconservazione dei pregiati frutti della Val di Non. In particolare è stato dettagliatamente spiegato ai numerosi presenti come la gestione complessiva del **processo produttivo dal campo alla tavola sarà incentrato su pratiche ecosostenibili** volte al risparmio di acqua e di energia, nonché alla salvaguardia dell'integrità dei suoli e dell'ambiente circostante.

Adottando i più recenti dispositivi tecnologici di supporto alle operazioni agricole come irrigatori di precisione a goccia e spruzzatori sovrachioma si otterranno notevoli economie idriche e una riduzione sostanziale dei prodotti chimici. La salvaguardia dell'ambiente verrà favorita da un controllo periodico dei suoli e dall'introduzione di nuove popolazioni faunistiche tra i frutteti. Per quanto riguarda le strutture è stato presentato dal direttore Zaglio il progetto, già in fase realizzativa, dell'innovativo impianto a fune per il trasporto della frutta nel sito ipogeo ricavato nelle grotte ex miniere di Dolomia, soluzione mai vista nel mondo. Grande rilievo ha avuto inoltre il tema della collaborazione tra soggetti dello stesso territorio come Trentino marketing, Fondazione Edmund Mach, Università di Trento e la società sportiva Aquila Basket impegnata nel massimo campionato.
La sostenibilità ambientale dovrà diventare veicolo di promozione del turismo e dell'adozione di corretti stili di vita per i giovani. Le nuove generazioni vengono così responsabilizzate e coinvolte nella valorizzazione del territorio e dell'economia locale. Simone Rugiati ha portato la sua personale esperienza di divulgatore di buone pratiche sociali nonché alimentari, focalizzando l'attenzione sul ruolo etico dello Chef che deve prestare la massima attenzione a tutta la filiera degli ingredienti che utilizza nella preparazione dei piatti, come dovrebbe fare ogni persona che cucina un pasto per sé o per i propri cari.
Il Presidente Seppi ha concluso i lavori con vivo apprezzamento per la qualità degli interventi dei giovani relatori e ha dato appuntamento ai prossimi eventi promozionali che vedranno coinvolto il consorzio Melinda. I presenti hanno infine potuto visitare la splendida serra tropicale del Muse e gustare un variegato aperitivo tra i suggestivi pezzi esposti nelle sale museali.

*** Mediatore ortofrutticolo Fimaa Trento**

Alimentaria a Barcellona, più internalizzazione per Food e Horeca

Oltre 3200 aziende provenienti da 68 Paesi e 107.900 visitatori di 120 nazioni diverse hanno partecipato ad Alimentaria & Hostelco a Barcellona dal 18 al 21 marzo.
Ancora una volta questa fiera ha rappresentato un evento globale strategico per l'internazionalizzazione delle aziende espositrici: oltre alle imprese spagnole, erano presenti circa 900 ditte internazionali, con una forte presenza italiana; gradito il ritorno delle aziende asiatiche provenienti da Cina, Corea del Sud e Thailandia.
Alimentaria ha svolto ancora una volta il suo ruolo di importante piattaforma di scambi con oltre 2200 buyers provenienti da mercati strategici per l'esportazione di prodotti alimentari e Horeca. L'innovazione nel settore alimentare, la gastronomia, il focus sulle proteine, così come le ultime tendenze del settore alberghiero sono stati i temi protagonisti degli oltre 350 ed eventi condotti da prestigiosi esperti del settore e rinomati chef.
Per quanto riguarda in particolare l'innovazione, grande rilievo è stato dato alla trasformazione digitale che sta sperimentando il settore, dove

le nuove tecnologie e l'intelligenza artificiale aiutano l'ottimizzazione della gestione dei ristoranti e degli alberghi. La prossima edizione di Alimentaria si terrà sempre a Barcellona, nel recinto di Gran Vìa, dal 23 al 26 marzo 2026.

IL SETTORE - IL RISO

Molta calma sul mercato e incertezza per la prossima campagna
di Massimo Gregori *

L'Associazione delle industrie risiere italiane (AIRI) ha diffuso, nell'ultima decade di marzo, due comunicati con i quali, in maniera piuttosto preoccupata, teme dei rischi per la filiera risicola italiana per due fattori:

1. L'approccio della UE fortemente spostato verso l'iper-cautela nei confronti della salubrità, con la riduzione di molti LMR (limiti massimi di residui) sia sui principi attivi, sia sulle sostanze contaminanti (metalli pesanti). Sul tema della riduzione dei LMR sui contaminanti da metalli pesanti, scrivemmo l'articolo "Facciamo un po' di chiarezza sull'arsenico inorganico nel riso", pubblicato nella newsletter Fimaa N° 46 del 21 marzo 2023, con il quale evidenziammo il fatto che le popolazioni di Hong Kong e del Giappone, dove il consumo annuale di riso corrisponde mediamente a circa 90 kg pro-capite (contro quello italiano/europeo pari a 5-6 kg pro-capite) e con dei LMR sui contaminanti da metalli pesanti maggiori del 166% rispetto a quelli fissati dalla UE, vantano comunque una longevità superiore a quella italiana, dimostrando che, per quanto riguarda il riso, l'approccio iper-cauto adottato dalla UE in merito ai contaminanti da metalli pesanti, in questo frangente, non trova riscontro.
   In relazione all' orientamento europeo fortemente spostato verso l'estrema cautela nei confronti della salubrità, l'AIRI chiede da sempre che i LMR vengano fissati a livelli che siano ragionevolmente ottenibili mediante l'adozione delle corrette pratiche agricole.

2. L'altro fattore che preoccupa AIRI, e che potrebbe danneggiare la filiera risicola italiana, è legato al fenomeno delle importazioni di riso confezionato dall'estero (più che raddoppiate negli ultimi sette anni) giungendo a rappresentare oggi il 25% del totale importato nell'UE: si tratta di quattrocentomila TM. di prodotto che arriva nell'UE già lavorato e confezionato, pronto per essere venduto al consumatore finale; prodotto che viene coltivato, lavorato e confezionato in paesi terzi dove, i temi della sostenibilità e della salubrità alimentare, non sempre sono tenuti in considerazione e rispettati come in UE.

La questione del riso importato dai paesi terzi già lavorato e confezionato, probabilmente è una delle cause che stanno rendendo il

mercato particolarmente calmo; gli agricoltori, che sono già in procinto di seminare per la nuova campagna, hanno faticato a redigere il piano varietale del prossimo raccolto perché le quotazioni di tutte le varietà, ad eccezione di Baldo, S. Andrea e Vialone Nano, sono raggruppate su valori quasi equivalenti, rendendo minime le differenze di prezzo che si sono sempre manifestate fra varietà comuni e varietà pregiate; questo, unitamente agli alti stock di merce ancora invenduta e che probabilmente sarà destinata ad essere riportata a nuovo raccolto, è stato il motivo che ha reso difficile ogni scelta varietale per la nuova campagna.

* **Mediatore merceologico Fimaa Italia**

Se ve li siete persi

FIAMMATA INAUDITA PER CACAO MA OK PREZZI PER LA PASQUA

VINITALY, VINO EUROPA VALE 130 MILIARDI DI EURO

Cosa abbiamo scritto nei precedenti numeri

Fimaa Commodities n. 66 | 18.03.2024

Fimaa Commodities n. 65 | 04.03.2024

Fimaa Commodities n. 64 | 20.02.2024

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/

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.

Il Mediatore Merceologico

Fimaa Italia
Piazza G.G. Belli 2, Roma, 00153 IT Rm
www.fimaa.it