Newsletter FIMAA Commodities n. 71 | 4 giugno 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 18 giugno 2024

Iscriviti alla newsletter

L'EDITORIALE
di Viviana Bardella *

L'intelligenza artificiale? Il nostro lavoro è fatto di rapporti umani

La digitalizzazione è uno degli obiettivi perseguiti dal Green Deal per il quale l'Unione Europea intende investire notevoli risorse; il passo successivo sarà la spinta all'introduzione dell'intelligenza artificiale in tutti i settori di attività.
Il dibattito sul tema tiene banco ormai da tempo: sono più i vantaggi o gli svantaggi di una tecnologia che in parte o in tutto potrà sostituirsi all'uomo? Da una parte velocizzerà di molto le diverse fasi dei processi di produzione e snellirà le procedure burocratiche (*vedi altro articolo della newsletter*); dall'altra, però, determinerà una grande perdita di posti di lavoro e, secondo i più pessimisti, rischia addirittura di avere influenza sulla mente umana, influenzandone le scelte e i comportamenti. La prospettiva è agghiacciante.
Ma noi merceologici dobbiamo temere l'intelligenza artificiale? Il nostro lavoro consiste, appunto, nel "mediare", cioè nel trovare un accordo tra le parti mettendo in campo professionalità, competenza e la nostra capacità di intrattenere relazioni commerciali, di confidenza e addirittura in alcuni casi di amicizia con i nostri clienti. Potrebbe una macchina sostituire il rapporto umano, indispensabile nella nostra professione? Io credo di no.

* Coordinatrice Consulta merceologici FIMAA

MONDO

La Cina frena l’import di prodotti alimentari europei, brutta notizia

La Cina penalizzerà molte esportazioni europee e italiane? Tira una brutta aria per il mondo e il "free trade", pur con tutti i suoi limiti, non piace più. Il blocco dei prodotti è sempre più un'arma diplomatica. Alla Commissione europea che ha avviato un'indagine antidumping su veicoli elettrici, pannelli solari e prodotti biomedicali, **Pechino vuole replicare contestando diversi prodotti alimentari europei, con quelli italiani in prima fila**.
Si parte dal vino (circa 100 milioni il valore del nostro export) e dai prodotti caseari europei, ma ci si allarga alle carni suine e ai salumi. Nel primo caso l'accusa cinese è di sovvenzionare il settore forzando la concorrenza internazionale (sotto accusa anche il cognac francese ed è dovuto intervenire il presidente Emmanuel Macron), nel secondo ritardando o fermando le autorizzazioni sanitarie. C'è grande preoccupazione anche tra gli imprenditori del latte e dei formaggi (fatturato circa 80 milioni).

EUROPA

La Bce sta per tagliare il costo del denaro. Prudente per il futuro

E’ talmente alta l’aspettativa per un taglio dei tassi di interesse ufficiali in Europa che difficilmente la Bce potrà fare diversamente. Il 6 giugno è atteso l’annuncio della presidente Christine Lagarde e tutti gli economisti concordano nel prevedere un taglio di 0,25 punti (quindi dal 4,5% al 4,25 il tasso principale) seguito da dichiarazioni che non assicureranno altri interventi nei prossimi mesi. Quindi gli attesi altri due tagli, un altro era previsto il 18 luglio, non sono scontati.
Dopo tanti aumenti la diminuzione del costo dei prestiti (finanziamenti alle imprese, agli enti locali, mutui e altro) **darebbe fiducia agli investimenti e darebbe spazio ai consumi, alimentari compresi**. Ma il rientro dalla grande inflazione sta procedendo in modo lento (vedi altro articolo in pagina) e le banche centrali preferiscono non forzare i tempi.

ITALIA

L’intelligenza artificiale ha tante funzioni, prendiamo il meglio
di Stefano Pezzoni *

Il lavoro del mediatore è quello di mettere d'accordo un compratore e un venditore, per il raggiungimento di un affare.
Ma come si fa ad intercettare la domanda e l'offerta? Certamente conta l'esperienza, la frequentazione dei luoghi dove si trovano i contraenti, la partecipazione ad eventi di settore e talvolta attraverso ricerche sul web o attraverso l'uso dei social.

Riguardo a questi ultimi c'è da qualche anno un ulteriore strumento che se ben utilizzato può generare contatti e conoscenze ovvero l'intelligenza artificiale (IA).
L'IA è oggi argomento molto attuale nelle conversazioni delle persone; c'è chi è contro, chi è a favore, chi ne ha capito l'importanza e chi ne ha paura. La nostra newsletter non può esimersi dal parlarne cercando di analizzare gli aspetti imprenditoriali e di aiuto nei rapporti di lavoro (*vedi anche l'editoriale di questo numero*).
Innanzitutto, vediamo quali sono in linea generale le applicazioni che girano intorno all'intelligenza artificiale e quali attività ne sono coinvolte.

1. **Attività di automazione**
2. **Utilizzo creativo**
3. **Aspetti legali che grazie all'IA possono essere velocemente ricercati**
4. **Attività di marketing intelligence**

Se all'inizio, l'aspetto principale dell'utilizzo dell'intelligenza artificiale era quello di ottimizzare i compiti ripetitivi o troppo complessi dell'automazione, in questi ultimi tempi si sta utilizzando anche nel settore della ricerca e selezione di partner commerciali.

Vediamo quindi di chiarire il concetto. Fino a ieri quando si voleva cercare un'azienda sul web si utilizzava un motore di ricerca e questo, attraverso l'individuazione delle parole chiave, forniva molte informazioni suddivise per importanza, sponsorizzazione e visibilità. Se poi la ricerca voleva essere più mirata si potevano consultare i database forniti da società specializzate o da cataloghi di fiere.
Tutte queste attività di ricerca possono essere svolte ora dall'Intelligenza Artificiale analitica che filtrando le operazioni presenti nel web nei vari database commerciali e finanziari e di rating è in grado di estrapolare un report dettagliato, unitario, completo pure di dati finanziari e delle persone con cui interloquire trovando possibili partner affini alla ricerca desiderata.

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

Chi c'era e cosa si è detto alla festa per i 30 anni di Mundi Riso di Massimo e Francesco Gregori *

Il 17 maggio 2024, la nostra società, rappresentata da mio figlio Francesco Gregori (che ha redatto questa nota) ha avuto l'onore di essere invitata alla celebrazione dei 30 anni di attività di Mundi Riso s.r.l. a Vercelli.
Vale la pena ricordare che Mundi Riso s.r.l. è una Società italiana appartenente interamente al Gruppo Spagnolo Ebro Foods, primo gruppo agroalimentare in Spagna, leader mondiale nel settore riso e secondo nel settore pasta che, con un fatturato di circa 2,5 miliardi di EUR (2022) gestisce oltre 60 marchi distribuiti in tutto il mondo.

Le attività sono iniziate intorno alle 10:30 del mattino per accogliere gli ospiti che, successivamente, sono stati invitati a prendere posto per assistere all'evento principale. Il moderatore ha introdotto sul palco diverse personalità di rilievo, tra cui Salvador Loring Lasarte, amministratore Unico di Mundi Riso s.r.l., il rappresentante del Consiglio Regionale della Regione Piemonte, il Sindaco di Vercelli, il Presidente del Consorzio d'irrigazione Sesia Est e il Console Generale del Giappone; tra gli invitati diversi mediatori merceologici, partner abituali di mundi Riso s.r.l. e diverse industrie risiere italiane.
Dopo i discorsi delle autorità intervenute e una breve cerimonia di premiazione per i collaboratori storici dell'azienda e i rappresentanti di alcune aziende partner, Massimo Magistrini, responsabile degli acquisti di Mundi Riso s.r.l., ha chiesto la parola. Ha iniziato ringraziando il suo predecessore (Luigi Orbelli) e ha proseguito con un sentito ringraziamento a tutti i Mediatori merceologici presenti, sottolineando che, molto probabilmente **senza il loro apporto professionale, il quantitativo di riso movimentato in questi 30 anni non avrebbe raggiunto gli attuali volumi**. Ha evidenziato inoltre che la collaborazione con i Mediatori merceologici ha reso molto più agevole sia l'approvvigionamento della materia prima, che l'esecuzione dei contratti.

Massimo Gregori:
"*Ritengo che dichiarazioni di questa portata, sia per il contenuto sia per il contesto in cui sono state esternate, abbiano un peso specifico notevole e possano lasciare un segnale positivo ai nostri giovani colleghi in merito alla nostra figura professionale nelle varie filiere agroalimentari*"

*** Mediatori merceologici FIMAA Italia**

Olio di oliva: in Tunisia si pensa positivo, nuove iniziative per il futuro di Viviana Bardella *

Quasi archiviata la stagione in corso, con rimanenze così esigue da impensierire non poco gli importatori durante i mesi estivi, in Tunisia serpeggia invece ottimismo per la prossima campagna. Le previsioni parlano di un discreto raccolto: i più pessimisti parlano di 240.000 tonnellate, gli altri di oltre 300.000.
Anche se è ancora presto per poter ritenere scongiurato un altro annus horribilis, perché l'estate può sempre riservare brutte sorprese, come ad esempio un caldo eccezionale che può mettere a dura prova le piante.
Inoltre resta l'incognita clorofirifos, un temibile fitosanitario molto efficace ma potenzialmente pericoloso per la salute umana, il cui utilizzo è vietato nell'Unione Europea ma che purtroppo è ancora utilizzato altrove. La scorsa estate in Tunisia è stato usato in dosi massicce per arginare una malattia che ha colpito i fichi d'india, ma purtroppo con criteri discutibili, tanto che sono state coinvolte anche altre coltivazioni, tra cui, appunto, quelle degli ulivi.
Durante la campagna che si è appena conclusa molte partite provenienti da quel Paese sono risultate contaminate e quindi non vendibili sul

mercato europeo. La speranza è che provvidenziali piogge attese nel mese di settembre lavino in maniera definitiva i terreni ed eliminino gli ultimi residui del contaminante.
Per quanto riguarda gli anni a venire, **la Tunisia ambisce a diventare uno dei principali Paesi produttori di olio di oliva con azioni mirate**: cura estrema degli alberi più datati e investimenti in nuovi uliveti intensivi e in frantoi e magazzini all'avanguardia con laboratori super efficienti e accreditati dal COI (consiglio oleicolo internazionale).

*** Coordinatrice Consulta merceologici FIMAA**

L'inflazione scende ma non come si sperava. Tempi più lunghi

L'aumento dei prezzi rallenta ma non in modo lineare, con un maggio ancora contraddittorio in Italia e in Europa. Nell'eurozona era atteso un aumento del 2,5 e invece si è arrivati al 2,6% annuo. Ad aprile l'aumento annuale era stato un più incoraggiante 2,4%. Le motivazioni, paese per paese, sono diverse. In Germania sono venuti meno i sussidi che "schiacciavano" il costo dei trasporti. Il prezzo dell'energia ha sbalzi transitori.
In Italia, secondo i dati Istat, la stabilità dell'inflazione "sottende andamenti contrapposti di diversi aggregati di spesa". In rallentamento risultano i prezzi dei Beni alimentari lavorati (da +2,5% a +2,1%), dei Servizi relativi ai trasporti (da +2,7% a +2,4%) e dei Servizi relativi all'abitazione (da +2,8% a +2,6%); per contro, si attenua la flessione dei prezzi degli Energetici non regolamentati (da -13,9% a -13,5%) e regolamentati (da -1,3% a una variazione tendenziale nulla) e accelerano lievemente quelli dei Beni alimentari non lavorati (da +2,2% a +2,3%).
Nel mese di maggio l'"inflazione di fondo", al netto degli energetici e degli alimentari freschi, decelera così come quella al netto dei soli beni energetici (entrambe da +2,1% a +2,0%).
I prezzi dei Beni alimentari, per la cura della casa e della persona (il "carrello della spesa) rallentano su base tendenziale (da +2,3% a +2,0%), mentre quelli dei prodotti ad alta frequenza d'acquisto restano stabili (a +2,6%).
L'aumento congiunturale dell'indice generale riflette, per lo più, la crescita dei prezzi dei Beni alimentari non lavorati (+1,5%), dei Beni energetici regolamentati (+1,2%) e dei Servizi ricreativi, culturali e per la cura della persona (+1,0%). Gli effetti di questi aumenti sono stati solo in parte compensati dalla diminuzione dei prezzi dei Beni energetici non regolamentati (-1,1%) e dei Beni durevoli (-0,3%).

La crisi del prosciutto di Parma e delle Dop. Le iniziative di rilancio di Elettra Triani *

Già dal 2020 il prosciutto di Parma chiude con una sensibile riduzione della produzione, i prosciutti marchiati sono stati circa 8.700.000 con un calo del 2,2% mentre le cosce avviate alla produzione nel 2023 sono state 7.800.000 in diminuzione del 10% rispetto al 2019. Nel 2022 la grave crisi

inflazionistica ha determinato lo spostamento dei consumi verso prodotti più economici, nei primi nove mesi dell'anno gli italiani hanno acquistato l' 11% in meno di prosciutto crudo di Parma risparmiando il 6% in termini di euro nei negozi e supermercati e questo si è riscontrato anche in alcuni dei principali mercati europei; tuttavia si pensava che il mercato si sarebbe ripreso poiché, non essendoci eccesso di produzione, si sarebbe potuto mantenere un prezzo che avrebbe permesso ai produttori di non rimetterci.
Purtroppo non è stato così, e il problema maggiore non si era ancora presentato; infatti l'espandersi della peste suina (peraltro, quasi interamente circoscritta a carcasse di cinghiali selvatici) ha creato numerose zone interdette all'export (Cina, Corea, Giappone e Canada).
L'aumento dei prezzi al consumo continua a penalizzare le DOP dei prosciutti crudi (PARMA e S. Daniele) con uno spostamento verso prosciutti di prezzo inferiore. Occorre un intervento per ridare fiducia nel prodotto e incentivarne i consumi.
Dal febbraio di quest'anno è operativo il progetto PARSUTT (Parma ham high SusTainability sTandard) già in cantiere dal 2021 e realizzato dal Consorzio del Prosciutto di Parma in concerto con CSQA certificazioni, CRPA (Centro ricerche produzioni animali) di Reggio Emilia, Università degli studi di Milano e l'ente di formazione Dinamica. **L'obiettivo è delineare un modello di filiera suinicola caratterizzato da standard di benessere animale e biosicurezza più elevati di quelli imposti dalla normativa vigente**. Oggi il progetto è divenuto un protocollo operativo a disposizione di tutti gli anelli della filiera produttiva affinchè questi ne possano applicare i parametri. Gli elementi essenziali del protocollo prevedono una attenzione particolare al benessere delle scrofe in gestazione e maternità, dei suinetti in post svezzamento, e dei suini in ingrasso. Includono la disponibilità di spazi di allevamento superiori ai minimi di legge, di superfici di riposo confortevoli, maggiori quantità di paglia e materiali fibrosi.
Il CPRA, da sempre, persegue una politica di sostenibilità e benessere animale, per questo è importante che il consumatore finale, se acquista il prosciutto di Parma, sappia che è ottenuto nel modo più genuino e sostenibile (riduzione dei farmaci ai suini, sostenibilità ambientale ed economica, benessere degli animali). Ci auguriamo che le future strategie di marketing facciano leva su questi argomenti, visto che la riduzione dell'impatto ambientale e la ricerca di metodi di allevamento sempre più animal friendly saranno la sfida per incentivare un consumatore sempre più attento e sensibile a queste problematiche.

* Mediatore merceologico FIMAA Parma

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

Grano duro italiano: scarsa produzione ma i prezzi non risalgono
di Simone Ruffato *

Difficile situazione del mercato del grano duro in Italia, caratterizzata da una produzione ai minimi storici e da prezzi stagnanti. Nonostante una perdita del 10% del valore da inizio anno, i prezzi del grano duro di alta qualità restano intorno ai 340 euro per tonnellata sulla piazza di Bologna, mentre la categoria "sotto mercantile" si vende a 100 euro in meno.
I prezzi dei nuovi raccolti non promettono prestazioni migliori, in quanto merce estera sui porti italiani continua ad essere sempre disponibile.
A livello nazionale, la produzione è stimata in calo del 10%, a 3,4 milioni di tonnellate, come di consueto insufficiente per coprire il fabbisogno dell'industria molitoria italiana. La riduzione della produzione è

particolarmente evidente nel Sud Italia, con situazioni critiche in Puglia e Sicilia a causa di condizioni climatiche particolarmente siccitose. Anche nel Nord Italia, eventi climatici estremi – vedi le recenti abbondanti piogge – pare abbiamo già compromesso buona parte della produzione.
L'industria molitoria italiana invita alla collaborazione tra agricoltori e molini per soddisfare il fabbisogno dei pastifici, sottolineando l'importanza delle importazioni per mantenere le quote di mercato dell'export di pasta italiana. Si osserva un ritorno del Canada come principale fornitore, con un +40% del raccolto rispetto all'anno precedente, insieme agli aumenti previsti negli USA, Russia e Turchia.
Il grano duro rimane una coltivazione importante in Italia, ma rappresenta una piccola nicchia a livello globale, il che rende il mercato vulnerabile a variazioni nella produzione mondiale.
I nuovi dazi Ue sull'import dalla Russia purtroppo avranno effetti ridotti sul mercato interno, in quanto già presenti precedentemente.
Bene quindi chiedere maggiore protezione alla politica, tuttavia bene investire maggiormente sulla qualità della materia prima e sui contratti di filiera.

*** Mediatore merceologico FIMAA in cereali e semi leguminosi**

IL SUCCESSO

Il nostro ruolo. Guarda il video

IL SETTORE - MATERIE PRIME ALIMENTARI

Perché aumentano ancora cacao e caffè. Tanti motivi di Viviana Bardella *

Durante il nostro convegno dello scorso 9 maggio a Cibus Parma è emerso che il trend dei prezzi delle principali derrate alimentari negli ultimi tre anni ha assunto un andamento piuttosto omogeneo, con

quotazioni in discesa su tutti i mercati, tranne che per l'olio di oliva, in controtendenza a causa della grave siccità che ha colpito in particolare la Spagna.
In realtà **esistono altri due mercati che mostrano prezzi in aumento: quello del caffè e quello del cacao**.
Il caffè è uno dei settori più dinamici ed è influenzato da tutta una serie di variabili che in questi ultimi anni hanno avuto ripercussioni sulla domanda e sull'importazione, in particolare del caffè Robusto. Negli ultimi mesi il prezzo del caffè è costantemente aumentato a causa della crescente domanda, della scarsità di offerta e dalle difficoltà dei trasporti. La congestione del Canale di Suez ha avuto un impatto diretto sull'importazione del caffè Robusto, una delle specie di caffè più richieste, coltivata principalmente in India, Vietnam e Africa centrale. Allo stesso tempo è aumentata la domanda, in particolare per la sua proprietà di resistere alle malattie e alle condizioni climatiche avverse. A ciò si aggiunga la scarsità di offerta dal Brasile, a causa del clima troppo secco che ha pregiudicato i raccolti.
Stesso andamento per il cacao. La ragione principale è che i due principali Paesi produttori, Costa d'Avorio e Ghana, che insieme rappresentano il 60% della produzione mondiale, hanno ridotto drasticamente le rispettive produzioni a causa delle condizioni meteorologiche avverse che hanno danneggiato le coltivazioni, oltre alla diffusione della malattia del baccello nero e del virus dei germogli gonfi. A ciò si aggiungano i disordini politici. Un altro fattore che sta determinando l'aumento delle quotazioni del cacao è l'attenzione sempre maggiore degli speculatori per questo mercato: a febbraio i futures del cacao si aggiravano intorno ai 6000 dollari contro i 2500 dell'anno precedente, mentre a maggio hanno toccato i 10.500 dollari.

* Coordinatrice Consulta merceologici FIMAA

Se ve li siete persi

PORTO DI GENOVA - AUTOTRASPORTO DI CONTAINER

TRAFORO MONTE BIANCO - CHIUSURE PROGRAMMATE PIU' BREVI

Cosa abbiamo scritto nei precedenti numeri

Fimaa Commodities n. 70 | 21.05.2024

Fimaa Commodities n. 69 | 7.05.2024

Fimaa Commodities n. 68 | 19.04.2024

Link utili

AGENZIA EROGAZIONI IN AGRICOLTURA

ISTITUTO SERVIZI MERCATO AGRICOLO ALIMENTARE

ENTE NAZIONALE RISI

MINISTERO IMPRESE E MADE IN ITALY

ASSOCIAZIONE GRANARIA DI MILANO

MEDIATORI MERCEOLOGICI FIMAA

MINISTERO AGRICOLTURA, SOVRANITÀ ALIMENTARE E FORESTE

WORLD ECONOMICS

IX COMMISSIONE PERMANENTE SENATO

XIII COMMISSIONE PARLAMENTO

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