Newsletter
F.IM.A.A. Italia
Commodities

Newsletter FIMAA Commodities n. 73 | 2 luglio 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 luglio 2024

Iscriviti alla newsletter

L'EDITORIALE
di Simone Ruffato *
Italia spaccata in due dal meteo, dovremo abituarci?

E' da solo pochi giorni che al Nord Italia si può dire sia iniziata l'estate. Ed essendo il 2 luglio, non è una anomalia da poco.
Una primavera così piovosa non si verificava in settentrione dal 1978, e le costanti piogge scese copiose in questo periodo di raccolta grano non fanno che appesantire la difficile situazione.
Dall'altra parte dello Stivale il meridione, con una primavera decisamente poco piovosa, e con la caratteristica estate mediterranea che in prospettiva porterà secco fino al prossimo autunno.
Insomma, clima tropicale al Nord, clima desertico al Sud!
Dovremo abituarci a questo scenario?
Il clima atteso per l'Italia - elaborando i diversi modelli climatici disponibili - prevede un aumento della temperatura fino a 2°C nel periodo 2021-2050 (rispetto a 1981-2010). Nello scenario peggiore l'aumento della temperatura potrà raggiungere i 5°C. Diminuzione delle precipitazioni estive nelle regioni del Centro e del Sud, aumento di precipitazioni intense soprattutto al Nord. In tutti gli scenari aumenta il numero di giorni caldi e dei periodi senza pioggia.
Le stime prevedono che i danni economici nel Sud Europa saranno otto volte maggiori di quelli nel Nord.
Questo riguarda il nostro intero paese, ma in maniera più consistente il nostro meridione.
I sistemi agricoli andranno incontro ad una aumentata variabilità delle produzioni con una tendenza alla riduzione delle rese per molte specie

coltivate, accompagnata da una probabile diminuzione delle caratteristiche qualitative dei prodotti. Impatti negativi sono attesi anche per il settore dell'allevamento, con impatti sia diretti che indiretti sugli animali allevati e conseguenti ripercussioni sulla qualità e la quantità delle produzioni.
Insomma, un quadro non roseo, verso il quale vale la pena impegnarsi e prepararsi.
Il Green Deal europeo prevede un piano ambizioso di contrasto e gestione del cambiamento climatico, tuttavia mal recepito e attualizzabile in molte parti.
Le strategie politiche e collettive sono le più importanti, eppure guardare in faccia la realtà, adattarsi, evolversi ed ingegnarsi in base ai nuovi scenari climatici sarà una prerogativa imprescindibile per ogni imprenditore agricolo.

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

CHI È UN MEDIATORE MERCEOLOGICO E COME OPERA NEL MERCATO

Guarda i video

MONDO

Tutti pronti a tagliare i tassi ma l’inflazione cala lentamente

Non è lineare la discesa dell'inflazione e la questione non è di poco conto. Ogni mese il calcolo dell'evoluzione dei prezzi è elemento di tensione nei mercati finanziari. Ne sono dipendenti i tassi di interesse (se l'inflazione scende si tagliano, altrimenti si lasciano invariati o addirittura si aumentano), quindi l'acquisto di case per i relativi mutui e in genere gli investimenti. L'inflazione alta crea incertezza e rallenta i consumi, alimentari compresi. **Generalmente i prezzi stanno scendendo, con qualche sorpresa**. Il Canada è un caso particolare: l'indice annuale dei prezzi a maggio era salito del 2,9% rispetto ad aprile. In controtendenza rispetto ad aprile quando la progressione rispetto a marzo era stata di un più ridotto 2,7% in un contesto che sembrava incoraggiante.
Sembra sotto controllo il percorso dell'inflazione Usa che ora viaggia al + 2,6% in attesa di sgonfiarsi ancora. L'iperbolica inflazione argentina (300%) è obiettivo del nuovo Governo che annuncia di aver fermato almeno il prezzo di bevande e alimentari.

EUROPA

Freno d’emergenza per l’import di avena dall’Ucraina

Olio d’oliva spagnolo alleggerito dall’Iva per spingere i consumi

Da ieri, primo luglio, il Governo spagnolo ha azzerato l'Iva sull'olio di oliva per aumentare i consumi. La decisione è stata presa in seguito all'aumento del prezzo registrato negli ultimi anni, a causa della drastica riduzione dei raccolti e alla siccità. Il Governo spagnolo - fornitore di quasi il 50% dell'olio d'oliva mondiale (secondo le stime del Consiglio oleicolo internazionale, che ha sede a Madrid) - **farà ricorso allo stesso regime previsto per i prodotti essenziali come il pane, la frutta e la verdura** "che beneficiano di un'aliquota strutturale super-ridotta al 4%; ma in tempi di inflazione elevata, come quello attuale, il tasso può essere ridotto a zero".
Una riduzione parziale dell'Iva (dal 10 a 5%) era già stata attuata nel 2023 senza grandi successi. Dal maggio 2023 al maggio scorso il prezzo era aumentato del 63% in conseguenza di una minor produzione dovuta al gran caldo e all'assenza di precipitazioni.

ITALIA

Studio, osservazione, psicologia è il nostro lavoro. Il caso riso di Stefano Pezzoni *

Un consiglio per i giovani che vorrebbero intraprendere una carriera nel settore agroalimentare, sia in posizioni decisionali per gli acquisti, sia nel ramo vendite, e anche per quei giovani che decidessero di fare il Mediatore: studiate psicologia, meteorologia e passeggiate in campagna osservando la natura.
Perché dico questo? Perché il mercato attuale del riso e di alcuni altri cereali è influenzato da questi primi due fattori e poiché ciascuno, di fronte a ciò, nulla può fare, diventa allora utile il terzo consiglio; chissà che nel passeggiare qualche idea non venga in aiuto.
E dall'inizio dell'anno che la commercializzazione del riso, soprattutto per le varietà “da risotto” (Arborio-Roma-Carnaroli) è stata poco attiva. Merce disponibile in quantità, ma consumi nella norma, causa anche la precedente annata ove le stesse varietà erano poco disponibili in quantità a causa della siccità e con prezzi molto alti.
A fine aprile, primi timidi segnali di risveglio dei consumi di riso lavorato, stimolati per lo più da qualche campagna promozionale, che hanno indotto le riserie a richiedere agli agricoltori qualche quantità aggiuntiva. Purtroppo, il caso ha voluto che la ripresa della domanda di materia prima coincidesse con le avverse condizioni meteorologiche di maggio, ove gli agricoltori iniziavano ad essere preoccupati per le prossime semine. Di conseguenza poca merce in vendita e domanda non soddisfatta. **La psicologia insegna che, quando la domanda non è soddisfatta i prezzi aumentano, e quando i prezzi aumentano sembra che manchi il prodotto per tutti**, e anche gli operatori che fino a quel momento non erano interessati agli acquisti si svegliano tutti contemporaneamente, innescando un processo di aumento che sembra senza fine.
Quando poi la pioggia continua, complicando così sia le operazioni di semina che vanno in ritardo e complicando altresì il normale ciclo

vegetativo della pianta, rendendola più fragile, i mercati impazziscono, i prezzi vanno alle stelle e allora è sicuramente meglio fare una passeggiata in campagna tra un diluvio prima e un acquazzone poi, sperando in un mese di luglio più tranquillo.

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

Reportage/ La nuova Turchia, forte concorrente e partner di Viviana Bardella *

Nove giorni in Turchia per un tour immaginato come culturale, all'insegna dell'arte e della storia, in un Paese che conserva un numero infinito di testimonianze del proprio glorioso passato, si è trasformato a poco a poco anche in una full immersion in una realtà produttiva che non immaginavo: campi coltivati a perdita d'occhio, gestiti in maniera impeccabile, anche grazie ad un buon livello di automazione e a macchinari all'avanguardia.
Rientrata in Italia, mi sono imbattuta in una pubblicazione divulgata in Italia dalla Presidenza della Repubblica Turca che mi ha aiutato a capire le dimensioni del settore agricoltura e l'importanza che questo riveste nel mondo.
La Turchia moderna è un Paese assolutamente unico, tutt'oggi un incredibile crocevia tra economie appartenenti all'estremo, medio e vicino oriente e l'Europa, che durante i secoli ha saputo miscelare antiche tradizioni, culture e religioni di popoli completamente diversi tra loro. La presenza di un collegamento marittimo come il Bosforo, che rappresenta uno degli sbocchi commerciali più importanti tra il Mar Nero e il Mar di Marmara, fa della Turchia un punto d'incontro indispensabile per i rapporti politici e commerciali tra Oriente e Occidente e fa sì che oggi si presenti come uno dei Paesi più vitali dell'Europa orientale.
Le industrie medio - piccole e le aziende artigianali sono in costante crescita e in continua evoluzione grazie all'alto tasso di laureati nei settori chiave della ricerca. Malgrado l'inflazione galoppante, la Turchia sta vivendo un nuovo periodo di espansione economica del settore agricolo ed industriale nonché turistico. Questa dinamicità alimenta un flusso di esportazioni sia del settore primario che industriale.
La Turchia è il primo Paese in Europa per valore della produzione agroalimentare; il 10° a livello mondiale e il 3° Paese produttore al mondo di commodity agroalimentari (frutta, ortaggi, latticini, vino, olio).
È il primo produttore al mondo di ciliegie, nocciole, mele cotogne, fichi e frumento e comunque entro i primi tre per la gran parte di frutta e ortaggi. L'agroalimentare è uno dei pilastri della crescita del Paese, tant'è che occupa il 18% della popolazione attiva e il PIL di settore è cresciuto 2 volte e mezzo negli ultimi 20 anni. Il fatturato è passato da 22,6 miliardi di $ nel 2002 a 34,90 nel 2022.
Il settore agroalimentare rappresenta il 10% dell'export della Turchia; nel primo trimestre del 2024 l'export agricolo turco è stato da record, con un aumento dell'8,6% su base annua; secondo i dati dell'Agenzia Anadolu e

dall'Assemblea degli esportatori turchi, tali vendite rappresentano circa il 14,6% delle esportazioni complessive della Turchia, che sono aumentate del 3,6% su base annua, raggiungendo i 59,88 miliardi di euro nel periodo indicato, secondo i dati ufficiali. Da evidenziare che i prodotti turchi sono particolarmente convenienti anche per la continua svalutazione della lira turca rispetto all'euro.
Se si considerano gli ultimi 20 anni, l'export è aumentato addirittura del 520%; una significativa parte di prodotti sono importati in Turchia, lavorati nel Paese e riesportati: frutta secca, oli vegetali e farine, per esempio, con crescite da capogiro.
Nel campo dell'agricoltura e della meccanizzazione agricola, la Turchia offre innovazioni tecnologiche e soluzioni di automazione, dai trattori alle macchine per la raccolta. Negli ultimi cinque anni, il Paese è diventato un player importante sulla scena mondiale, conducendo ricerche e determinando la direzione del settore. Nei primi nove mesi del 2023, la Turchia è stata il quarto produttore mondiale di trattori, con 68.534 unità prodotte.
E' indubbio che le esportazioni dalla Turchia rappresentino una forte concorrenza per i prodotti agricoli europei, e le politiche commerciali adottate dal governo, a volte poco chiare e determinate più che altro da scelte protezionistiche, crea non pochi problemi sui mercati internazionali. Un esempio è il blocco a singhiozzo dell'export di olio di oliva che determina periodicamente perturbazioni sul mercato, oppure quello del grano, dal 24 giugno scorso fino a metà ottobre. In questo caso in realtà, la decisione del governo turco rappresenta una buona opportunità per l'agricoltura europea, altrimenti schiacciata dal massiccio import di prodotto turco.
Turchia in Europa sì o no? Se ne parla da decenni. Il forte sviluppo dell'industria e dell'agricoltura turche potrebbe servire da traino per nostri settori un pò zoppicanti, ma è anche vero che il boom turco è dovuto in gran parte all'assenza di lacci e lacciuoli che in qualche modo possono rallentare l'attività delle realtà produttive europee; penso per esempio alla sostenibilità, che l'UE giustamente persegue a spron battuto ma che, come abbiamo già avuto modo di dire, implica costi aggiuntivi che rendono meno competitive le aziende europee rispetto a Paesi come la Turchia, appunto.

Per saperne di più, rimando al documento che potete trovare al link seguente:

TURCHIA -AGROALIMENTARE, LOGISTICA E TRASPORTI

* Coordinatrice Consulta merceologici FIMAA

Da prodotto ortofrutticolo a commodity il passo è breve e segnato di Ervin Mosca *

Negli ultimi vent'anni abbiamo assistito ad un cambiamento radicale nelle impostazioni delle campagne commerciali dei prodotti

ortofrutticoli. Siamo passati da una commercializzazione che prevedeva precisi periodi stagionali caratterizzati dalle vendite di determinate categorie di prodotti che risultavano praticamente invendibili fuori dai canonici mesi tipicamente riservati ad essi ad una graduale estensione del periodo di proposta sui banchi fino ad arrivare ad un sostanziale sistema di vendita che può essere riassunto nel motto "tutto e sempre". A tale epocale rivoluzione si è arrivati con gradualità dati i grandissimi investimenti in termini di assetto varietale ed estensione degli areali produttivi, ma è più corretto utilizzare il termine "diversificazione".
Referenze tipiche delle aree del Nord sono state progressivamente coltivate anche in altri areali più meridionali per favorire un anticipo di produzione, mentre altri prodotti tipici delle zone calde sono stati impiantati anche in areali che garantiscono una produzione successiva.
Di conseguenza la campagna commerciale un tempo molto breve e circoscritta è diventata molto più lunga e geograficamente più variegata.
Un caso tipico è il prodotto estivo per eccellenza, ovvero il melone, che inizia ad arrivare in inverno dai paesi africani, prosegue in primavera con l'Europa del Sud e termina in piena estate con gli areali della pianura padana arrivando fino all'autunno. Nel breve periodo di indisponibilità dell'emisfero nord il consumo viene garantito dalle produzioni sudamericane. Potremmo fare altri numerosi esempi come il mirtillo o la pesca, senza citare la mela che copre già con la sola produzione nazionale tutti i dodici mesi. Nuove selezioni varietali, nuove tecniche culturali e avanzatissimi sistemi di conservazione e trasporto consentono oggi di prolungare la commerciabilità e di conseguenza non si può più parlare di prodotto tipicamente stagionale bensì di commodity soggetta a variazioni di disponibilità, ma non più di irreperibilità.
Probabilmente a breve sentiremo anche parlare di quotazioni di tipo borsistico anche per i prodotti ortofrutticoli, viatico ancora tutto da definire, ma sicuramente già segnato, arrivando alla borsa merci del fresco.
Forse sarebbe il caso di iniziare a parlarne a livello istituzionale perché un cambio di paradigma come questo potrebbe innescare dei cambiamenti nell'assetto economico dai risvolti imprevedibili se non adeguatamente governati. Abbiamo già visto cosa succede quando i mercati regolati da quotazioni borsistiche vanno in fibrillazione e va assolutamente analizzato con molto anticipo il modus operandi che potrebbe regolare l'estensione di tale sistema anche ai prodotti freschi per evitare perdite di produzione o blocchi delle vendite.

*Mediatore ortofrutticolo FIMAA Trento

IL SUCCESSO

Il nostro ruolo. Guarda il video

Trasporto su treno al Gottardo, dal 2 settembre torna la normalità

C'è una data e c'è una certezza. I treni che transitano dalla galleria del san Gottardo potranno riprendere un flusso regolare dal 2 settembre prossimo. Vale per i passeggeri e vale per le merci. Il transito era stato interrotto per un deragliamento grave il 10 agosto del 2023, senza vittime ma con danni alla galleria di base. **I 57 chilometri di tunnel sono attraversati giornalmente 750 treni merci con carichi importanti per le nostre esportazioni**. Ma sono 480 anche i treni passeggeri interessati dalla riapertura.
L'emergenza comportava una deviazione che faceva perdere una preziosa ora soprattutto ai passeggeri. Nel limite del possibile le autorità ferroviarie svizzere avevano favorito un transito ridotto e rallentato durante i lavori proprio in relazione all'importanza strategica del traffico merci.

IL SETTORE - MATERIE PRIME AGROALIMENTARI

Ecco come andranno mercati e fertilizzanti secondo le stime FAO

La relazione “Food Outlook” dell’Organizzazione delle Nazioni Unite per l’Agricoltura e l’Alimentazione (FAO) prevede per il 2024/24 un periodo di relativa stabilità sui mercati agroalimentari e dei fertilizzanti.
Secondo la FAO le forniture di tutti i principali prodotti alimentari del mondo dovrebbero essere adeguate al fabbisogno globale, sebbene il cambiamento climatico, l’instabilità geopolitica, **i frequenti cambi al vertice in diversi Paesi potrebbero potenzialmente destabilizzare i delicati equilibri tra domanda e offerta** a livello mondiale e impattare sui prezzi.
Per quanto riguarda la produzione, la FAO prevede che le produzioni mondiali di riso e semi oleaginosi raggiungano livelli senza precedenti, mentre quelle di grano e mais probabilmente segneranno un modesto

segno meno. Più o meno stabili le produzioni delle altre principali derrate alimentari.
Con riferimento al fatturato dell'import, la FAO prevede per il 2024 un aumento del 2,5%, dovuto alle condizioni macroeconomiche in generale relativamente favorevoli e a prezzi in calo.
La relazione tiene conto degli effetti del considerevole aumento dei costi di trasporto, variabile difficile da controllare a causa dei conflitti in atto sulle rotte del Mar Nero e del Mar Rosso e dell'impraticabilità del canale di Panama per la siccità. Naturalmente l'impatto maggiore risulta per quei Paesi con una forte dipendenza dalle importazioni dall'estero.
Un capitolo è riservato ai fertilizzanti, il cui prezzo è stato particolarmente influenzato negli ultimi anni dalle diverse crisi mondiali, in particolare dalla guerra in Ucraina, da cui tradizionalmente si importano nutrienti primari come nitrogeno, fosforo e potassio. Il prezzo in aumento del gas naturale ha reso la produzione di fertilizzanti antieconomica e altri fattori, come i costi di trasporto e di assicurazione, hanno impattato fortemente sulle quotazioni dei fertilizzanti. Da qui, una contrazione significativa del commercio degli stessi nel 2021-2023; da quest'anno i prezzi dei fertilizzanti hanno cominciato a scendere nuovamente fino a toccare quotazioni pari a circa un terzo di quelle dell'aprile 2022 e di conseguenza il commercio ha trovato nuovo impulso.

* Coordinatrice Consulta merceologici FIMAA

Se ve li siete persi

BERGAMO - INTERVENTO DA 17MIL PER L'ORTOMERCATO

SANA FOOD - DAL 23 AL 25 FEBBRAIO 2025 A BOLOGNAFIERE

Cosa abbiamo scritto nei precedenti numeri

Fimaa Commodities n. 72 | 18.06.2024

Fimaa Commodities n. 71 | 4.06.2024

Fimaa Commodities n. 70 | 21.05.2024

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