Newsletter
F.IM.A.A. Italia
Commodities

Newsletter FIMAA Commodities n. 78 | 5 novembre 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 19 novembre 2024

Iscriviti alla newsletter

L'EDITORIALE
di Stefano Pezzoni *
L'export cresce tra standardizzazione e rischi. Il ruolo del mediatore

Sono sempre più convinto che il Mediatore possa diventare la figura centrale del sistema commerciale agroalimentare, a condizione che riceva una formazione adeguata e il supporto necessario dalla filiera e dalle istituzioni.
I nostri giovani Fimaa per questo si incontreranno nei prossimi giorni a Bologna (15-16 novembre).
Negli ultimi anni, il settore agroalimentare ha conosciuto una significativa evoluzione, soprattutto in Italia, stimolato dalla crescente domanda internazionale. All'inizio del 2020, il valore delle esportazioni agroalimentari italiane era di circa 40 miliardi di euro; oggi, si punta a raggiungere i 70 miliardi (*vedi altri articoli nella newsletter*).
Questi numeri impressionanti celano però una realtà preoccupante: la ricchezza generata non è equamente distribuita e risente di un aumento dei costi. In tutti i comparti agricoli, si sta assistendo a un fenomeno comune: ottimizzazione delle pratiche agricole, razionalizzazione delle operazioni commerciali, maggiore attenzione alle filiere, economie di scala e un massiccio ricorso al marketing. Questi fattori sono alla base del successo italiano.
Tuttavia, ci siamo venduti il nostro know-how, il nostro artigianato e la nostra creatività, creando una standardizzazione anche delle nostre eccellenze. Questa standardizzazione, purtroppo, può rivelarsi effimera: **una volta standardizzato un processo, diventa semplice copiarlo e**

replicarne il modello, perdendo così il valore unico che era stato raggiunto.

La nostra attenzione si è concentrata sui modelli e sulle buone pratiche, oltre a campagne di sensibilizzazione ambientale e di riduzione delle emissioni di CO_2, spesso a scapito della formazione del personale e della cultura aziendale che, nel dopoguerra, era caratterizzata da un forte senso di famiglia. Oggi, molti dirigenti e operatori vengono sostituiti, o cercano opportunità migliori, e il modello continua a funzionare. Non importa se ieri a rispondere c'era una persona e oggi ce n'è un'altra; le relazioni costruite con fornitori e clienti possono svanire, ma il modello deve rimanere operativo.

Le prospettive future, tuttavia, sembrano smentire questo approccio imprenditoriale. Una figura di riferimento, professionalmente preparata e attenta alle dinamiche di mercato e alle esperienze passate, diventerà sempre più cruciale per il sistema economico. Questo è il ruolo che spetta al Mediatore.

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

---

CHI È UN MEDIATORE MERCEOLOGICO E COME OPERA NEL MERCATO

Guarda i video

VUOI DIVENTARE UN MEDIATORE MERCEOLOGICO?

Puoi rivolgerti a FIMAA per avere indicazioni sui corsi e sugli esami, ti daremo tutte le informazioni di cui hai bisogno.
Se vuoi diventare un mediatore merceologico scrivi a **merceologici@fimaa.it**

MONDO

Le commodities nel 2025 nelle stime della Banca Mondiale

Non è mai facile prevedere il futuro soprattutto con guerre in corso e variabili geopolitiche come le elezioni americane. **Economisti e centri studi che macinano milioni di dati cercano comunque di dare indicazioni agli operatori** e così ha fatto la World Bank (Banca Mondiale) immaginando lo scenario dei prezzi per le principali materie prime agricole. L'indicazione generale 2025 è di prezzi stabili o cedenti.
Nell'ultimo Commodities market outlook rilasciato da pochi giorni, i fattori rialzisti vengono individuati nei disastri climatici, ulteriori tensioni geopolitiche, i prezzi dei biocarburanti e qualche ricambio nelle scelte produttive. Di contro, il prezzo del petrolio dovrebbe restare in area compatibile, cioè sotto i 90 dollari al barile. Se dovesse sfondare la soglia, sulla produzione agroalimentare si scaricherebbero oneri da riversare a valle fino al consumatore. I prezzi dei fertilizzanti, già in calo del 24% quest'anno, dovrebbero subire qualche calo.
Potrebbero tenere i prezzi di cacao e caffè mentre si stimano indebolimenti ulteriori per il frumento (-21% quest'anno) e una

sostanziale tenuta su prezzi deboli per il mais. I risi dovrebbero cedere posizioni dopo il +8% di quest'anno in presenza di una produzione globale da record. Nelle carni meglio il settore bovino del pollame.
Qualche aumento per lo zucchero. Tutto con le informazioni disponibili ora ma le variabili saranno molte, innanzitutto l'esplosione ulteriore del conflitto in Medio Oriente.

EUROPA

Le associazioni degli agricoltori in pressing sulle istituzioni UE
di Viviana Bardella *

Dal 23 al 25 ottobre scorsi si è tenuta a Bucarest la 11° edizione del Congresso degli Agricoltori Europei organizzato da COPA – COGECA, organizzazione creata dall'unione delle due più grandi associazioni di agricoltori europei. Oltre 400 partecipanti hanno discusso sul futuro dell'agricoltura europea, che deve diventare sempre più competitiva e sostenibile.
Il comunicato finale del congresso evidenzia come il fatto di entrare in una nuova legislatura a livello comunitario pone importanti sfide per il settore; è stato utile quindi incontrarsi per delineare strategie e sinergie per il futuro.
Oggi sono molte le difficoltà con cui il settore agricolo europeo si deve confrontare: sfide economiche, climatiche e sociali oltre a instabilità geopolitica, concorrenza sleale, costi di produzione elevati, remunerazione insufficiente e burocrazia crescente. **E' necessario che dall'UE e dai governi europei arrivi un segnale di disponibilità per aiutare l'agricoltura a diventare più competitiva e a mettere al centro dell'attenzione gli interessi dei lavoratori**.
Con il suo discorso di chiusura, il presidente di COPA Massimiliano Giansanti ha sottolineato come gli agricoltori che sono scesi in massa in strada nei mesi scorsi abbiano dimostrato quanto siano vulnerabili di fronte a tutti i fenomeni avversi che devono affrontare : l'Unione Europea deve riconquistare la fiducia di queste persone con azioni concrete e misure coerenti. Quindi : una rimodulazione della PAC in funzione delle mutate esigenze; revisione degli accordi con Mercosur (Mercado Comùn del Sur) - vedi altro articolo della newsletter - e azioni volte ad aumentare la retribuzione dei lavoratori della terra.

* Coordinatrice Consulta merceologici FIMAA

L'accordo UE-Mercosur si firmerà a metà novembre. O forse no

Una grande opportunità di crescita reciproca. Oppure un varco alla concorrenza sleale. L'accordo tra Unione Europea e area Mercosur è ormai a un passo e Olof Gill, portavoce dell'esecutivo Ue, ritiene che l'accordo "sia estremamente importante da un punto di vista economico e geo-strategico. Vogliamo che l'accordo rispetti gli obiettivi di sostenibilità dell'Ue e protegga la nostra agricoltura".

Il Mercosur è l'area di libero scambio che comprende Argentina, Brasile, Paraguay, Uruguay e Venezuela (quest'ultimo attualmente sospeso per la controversa situazione politica interna). L'appuntamento per definire l'intesa è fissato in occasione del vertice del G20 a Rio de Janeiro (18-19 novembre).

Hanno un'opinione diversa - *vedi articolo che precede* - **Copa Cogeca, Ceja, Effat e Geopa, che rappresentano gli agricoltori europei e le loro cooperative, i sindacati dei lavoratori e i datori di lavoro nel settore agricolo europeo. Chiedono di non firmare, invitano Ue e i governi che la compongono a sentire le parti e a "interrompere i negoziati dell'accordo commerciale UE-Mercosur"**.

A loro giudizio l'intesa esporrebbe il settore agroalimentare dell'UE "a una concorrenza sleale con conseguenze negative per i mezzi di sussistenza, i salari, le condizioni di lavoro e l'occupazione degli agricoltori". Inoltre l'attuale bozza "non contribuisce ad aumentare gli standard sociali e ambientali nei paesi del Mercosur e aumenta il rischio di frammentazione delle catene del valore regionali in quei Paesi. I lavoratori agricoli e gli agricoltori non possono accettare che il settore agroalimentare venga trattato come merce di scambio per promuovere l'esportazione di altri beni, senza tenere conto dei gravi impatti economici, sociali e ambientali che tali decisioni hanno sul settore primario".

ITALIA

Export/1 - Segnali di dinamismo nelle quantità e nei fatturati
di Viviana Bardella *

Buone notizie arrivano dai dati UE sul commercio di prodotti agroalimentari, non tanto in termini di quantità esportate quanto piuttosto di fatturato: dai dati divulgati nelle scorse settimane sulle performances aggiornate allo scorso mese di luglio, **si registra un aumento delle esportazioni del 10% rispetto al mese precedente e un 15% in più rispetto a luglio 2023**.

Tra gennaio e luglio 2024 le esportazioni nel loro insieme hanno dato come risultato un fatturato di 137.200 milioni di euro: un 3% in più rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. Le esportazioni di olive e olio di oliva sono state quelle che hanno registrato il maggiore incremento, dovuto in gran parte al forte aumento del prezzo dei prodotti stessi (+59%).

Sempre a luglio 2024 le importazioni sono aumentate in termini di fatturato dell'11% rispetto al mese precedente e un 23% in più rispetto a luglio dell'anno precedente. Con riferimento ai prodotti, in particolare hanno inciso l'aumento dei prezzi di caffè, tè, cacao e spezie. A seguire, le importazioni di olio di oliva dalla Tunisia, quasi duplicate rispetto all'anno precedente.

* Coordinatrice Consulta merceologici FIMAA

Export/2 - Che dazi usciranno dal voto Usa? I settori in attesa

Il valore delle esportazioni italiane negli Usa per il food & beverage è di 7,3 miliardi di dollari e **un pò di apprensione per l'esito delle elezioni americane sicuramente c'è**. Nella campagna elettorale di dazi si è parlato, in entrambi gli schieramenti, e il contenzioso non è mancato negli anni scorsi. In ordine di importanza il vino è il prodotto italiano più venduto e nel 2023 ha toccato un valore di 2,1 miliardi di dollari. L'olio d'oliva si conferma un sinonimo di qualità italiana con 706 milioni di export. In terza posizione troviamo le salse e altre preparazioni alimentari, pari a 633 milioni. La quarta tipologia merceologica più venduta Oltreoceano è la pasta (597 milioni di dollari), la quinta è il formaggio (468 milioni), al sesto posto si collocano i prodotti da forno (445 milioni), al settimo le acque (309 milioni). Ottava posizione per le conserve vegetali (302 milioni), nona per i superalcolici (256 milioni) e decima per le carni lavorate (240 milioni). Un altro prodotto caratteristico del Made in Italy, il caffè, si colloca all'undicesimo posto con 137 milioni di dollari di esportazioni.

Grande volatilità di prezzo per l'olio d'oliva. Le spinte contrastanti di Adriano Caramia *

Il mercato internazionale degli oli di oliva sperimenta la forte tensione della contrapposizione di due spinte opposte: la scarsa disponibilità di merce nei vari componenti la filiera (la produzione della nuova campagna è ancora agli esordi e le quantità ad oggi ottenute sono limitate; i magazzini dei trasformatori e dei distributori ormai sono praticamente al limite minimo) e le discrete previsioni della nuova raccolta. A quest'ultima variabile si aggiunge un elemento ulteriore, costituito dalle abbondanti piogge (purtroppo catastrofiche in alcune parti della Spagna), Portogallo e Tunisia che fanno ben sperare per la riduzione dello stato di crisi idrica in quei paesi. In soldoni, questo **si traduce con quotazioni di mercato ancora abbastanza sostenute per consegne sul prontissimo e indicazioni di prezzo su consegne differite ai primi mesi del nuovo anno in sostanziale ribasso**.
Seppure nulla è certo e le situazioni, specie quelle derivanti da cause meteorologiche, possono mutare da un momento all'altro, il mercato si nutre di previsioni, di sensazioni e questi determinano gli umori generali degli operatori e la conseguente formazione dei listini. Gli oli extra vergini di oliva di origine comunitaria nuova produzione (Grecia, Portogallo, Spagna) hanno un costo all'ingrosso, franco partenza, di circa 6,30 / 6,80 euro partenza secondo le qualità.
Voci di mercato parlano di offerte di oli spagnoli a fine anno di un euro inferiori. Per il nuovo anno, questa forbice tenderà ad allargarsi ancora...
Pertanto giornalmente siamo spettatori di trattative ritenute convenienti la mattina e antieconomiche il pomeriggio, in quanto appaiono venditori che riducono nel frattempo le loro richieste.
Complica la situazione il fermo della raccolta, magari per intense piogge, che cancellano la disponibilità di nuovi oli sul mercato in talune

settimane, rinvigorendo il valore di merci invece già ottenute nei frantoi. Insomma, sembra di salire sulle montagne russe che però, ahinoi, hanno una chiara tendenza di discesa del prezzo.
In queste pagine abbiamo spesso ventilato l'ipotesi che i listini possano avvicinare i livelli infimi pre-pandemici. Un terzo della strada è stata già percorsa.

* Mediatore merceologico FIMAA

Le mele italiane alle prese con nuove insidie
di Ervin Mosca *

"Venturia asperata" è il termine che potrebbe togliere il sonno a molti agricoltori e tecnici nei prossimi anni. Va a sommarsi ad altri numerosi e famigerati nomi di fitopatologie che affliggono la salute delle piante di melo. La ticchiolatura, che si manifesta con macchioline scure sulla buccia, è la malattia fungina più importante che attacca tale coltura, provocata dall'ascomicete "Venturia inaequalis" il cui contrasto necessita di una difesa chimica importante attraverso ripetuti trattamenti preventivi in campo.
Data la progressiva riduzione delle molecole ammesse nei protocolli europei il mondo vivaistico ha perfezionato e introdotto nei decenni scorsi nuove varietà di mela naturalmente resistenti alla ticchiolatura che hanno il pregio di poter contenere al minimo tali trattamenti. **La progressiva comparsa della "Venturia asperata" sta facendo rumore nell'ambiente melicolo, noto per una capillare rete di controllo e monitoraggio delle minacce fitopatologiche, che sta già predisponendo le adeguate contromisure**. Gli operatori, nel frattempo, si interrogano sulla reale possibilità di contrastare oggi e in futuro questo tipo di problematiche inaspettate.
L'adozione di varietà resistenti alla ticchiolatura avrebbe dovuto tenere al sicuro le produzioni, ma la natura sembra pensarla diversamente e ci ritroviamo a dover fare i conti con un'evoluzione della Venturia. Le cause? Probabilmente proprio nel fatto che la diffusione di varietà resistenti abbia ridotto anche il contrasto del patogeno, che si è evoluto passando quasi inosservato date le caratteristiche molto simili. Dalle prime osservazioni in Italia del 2012 all'odierna manifestazione chiara del problema sono passati solo 12 anni, nemmeno la vita utile di un normale meleto. Dicevamo sopra "fare i conti" perchè proprio di crudi conti, alla fine, si tratta: dover intervenire con trattamenti chimici ripetuti costa caro, trovarsi con mele ticchiolate non commerciabili costa carissimo.
Sostituire e rinnovare un ettaro di meleto già in piena produzione significa investire mal contati 40.000 euro, rinunciare al relativo reddito per 3-4 anni ed accendere un cero a San Martino sperando di aver azzeccato la nuova varietà piantata. Tra le tante sorprese ed innovazioni che il settore richiede continuamente forse questa era la meno attesa. Situazioni similari di nuove fitopatologie avanzanti si registrano anche su altre tipologie di colture, sempre con il medesimo schema: il settore

contrasta al meglio la problematica, trova soluzioni, ma nel medio periodo esse non risultano più efficaci.
Probabilmente bisognerà cambiare approccio, ma bisognerà anche decidere a livello politico e sociale se farlo utilizzando le tecnologie o se privilegiare il corso naturale. Scelta difficile.

* Mediatore ortofrutticolo FIMAA Trento

IL SUCCESSO

Il nostro ruolo. Guarda il video

I 90 anni del Consorzio Parmigiano Reggiano (con Mattarella) di Davide Del Fante *

La storia e l'attualità. Nella splendida cornice del Teatro Regio di Parma si è svolta il 16 ottobre la celebrazione del 90° anniversario del Consorzio con la presentazione dell'Archivio Storico digitale e della nuova Identità Sonora del Parmigiano Reggiano.
L'evento è stato organizzato in maniera impeccabile dal Consorzio che ha curato nei minimi particolari tutto lo svolgimento della manifestazione con la presentazione di un patrimonio di materiali costituito da oltre 1.550 fotografie, 200 video, 3.000 documenti tra cui i verbali dei Consigli, rassegne stampa, pubblicazioni oltre ai famosi Caroselli dei primi anni Sessanta fino alle campagne televisive e i manifesti pubblicitari di oggi.
L'identità sonora invece è rappresentata da un brano dal titolo 7 battiti che intende sottolineare come non solo il gusto ma anche il suono abbiano caratterizzato da sempre la storia del Parmigiano Reggiano attraverso il rituale della "battitura": il controllo di ogni singola forma per verificare la qualità del prodotto a opera di esperti denominati "battitori" mediante il tipico martelletto.
Il Presidente del Consorzio Nicola Bertinelli ha rimarcato l'importanza sociale del Parmigiano-Reggiano che rappresenta una risorsa economica che alimenta consumi per oltre 3 miliardi di euro l'anno, con 292 caseifici produttori, 2100 allevatori e una filiera produttiva che coinvolge

oltre 50 mila persone. L'occasione di riunire in un singolo evento tutte le cinque provincie di produzione: Parma, Reggio Emilia, Modena, Bologna e Mantova, si è rivelata vincente coinvolgendo circa un migliaio di persone. Al culmine dell'evento è stato conferito il premio speciale "Coltellino d'Oro" al Presidente della Repubblica Italiana. La serata si è conclusa con la cena di gala presso il Palazzo della Pilotta.

* Mediatore merceologico FIMAA Parma

Oltre 6mila visitatori per Luv a Bari, si prepara l'edizione 2026 di Giuseppe Laudadio *

Luv Fiera, un grande successo con oltre 6000 visitatori. La prima edizione dell'evento, tenutosi a Bari l'ha resa capitale europea dell'uva da tavola. I numeri spesso sanno dire più delle parole ed è il caso della fiera. Con il LUV un percorso sembra essere tracciato l'unione di istituzioni operatori commerciali, produttori può diventare operativo non solo per dare il giusto valore a un'eccellenza italiana, infatti l'uva da tavola con il 55% di produzione in Puglia e il 35% in Sicilia, potrebbe attirare gli sguardi di chi vuole innovare il comparto dalle fondamenta. Politica, scuola, ricerche ed enti di formazione potrebbero essere gli attori principali di questo rinnovamento.
Da sottolineare l'intervento di Donato Fanelli membro della CUT (commissione dell'uva da tavola) il quale Intervenendo sul palco con la sua metafora giapponese del Kintsugi (riparare con l'oro) vorrebbe riunire intorno a un tavolo breeders produttori licenziatari e tutti i membri della filiera, riparando a una spaccatura creatasi dopo una sentenza e cercare i presupposti di un accordo commerciale in grado di soddisfare tutti.
Un plauso va indirizzato anche al Dottor Mirko Sgaramella che con l'ausilio di altri collaboratori è l'artefice di questo evento.

LUV, fiera dell'uva da tavola, è già pronta a un nuovo capitolo. Il prossimo appuntamento è per il 2026.

* Mediatore merceologico in uva da tavola FIMAA

IL SETTORE - CEREALI

Nella campagna (in corso) del mais gli effetti territoriali delle piogge
di Simone Ruffato *

Stop del mais nelle ultime due settimane. L'abbondanza di merce sul porto e le numerose posizioni future fatte nell'ultimo mese hanno generato una discesa dei prezzi che ha sorpreso più di qualche operatore. Molto mais verde estero non è stato venduto quest'anno, per cui è presumibile aspettarsi che buona parte di questa merce invenduta arrivi nel nostro paese come merce secca, alimentando in parte l'afflusso futuro del comunitario via camion.
Ciononostante, siamo all'inizio della stagione, con alcune zone d'Europa ancora alle prese con la raccolta del mais. C'è tempo ed i venditori non sembrano preoccupati di dover vendere a tutti i costi.
I prezzi dei rimpiazzi della merce via treno e via nave non scendono così facilmente al livello richiesto dai compratori, ponendo qualche dubbio sulla durata di questa flessione.
Prepariamoci dunque ad una stagione a singhiozzo, visto l'incertezza generata dall'economia, dalle odierne elezioni americane, dalle tante crisi internazionali a noi vicine.
Mercato attendista, dunque, come un leone nascosto sotto l'erba secca della savana, in attesa del transito della prossima preda.

* Mediatore merceologico in cereali e semi leguminosi FIMAA

Se ve li siete persi

SPRECO ALIMENTARE

PREZZI AL CONSUMO OTTOBRE 2024

Cosa abbiamo scritto nei precedenti numeri

Fimaa Commodities n. 77 | 15.10.2024

Fimaa Commodities n. 76 | 1.10.2024

Fimaa Commodities n. 75 | 17.09.2024

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

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