Newsletter
F.IM.A.A. Italia
Commodities

Newsletter FIMAA Commodities n. 81 | 17 dicembre 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 21 gennaio 2025

Iscriviti alla newsletter

L'EDITORIALE
di Viviana Bardella *

Un 2025 migliore, auguri! Con i colleghi creditizi si prepara l'evento di Genova

E siamo a dicembre…. Cari e affezionati lettori della nostra newsletter, speriamo di essere riusciti a svolgere il nostro compito al meglio anche quest'anno, tenendovi aggiornati su quanto succede sui nostri mercati.
Mai come in quest'ultimo periodo abbiamo vissuto così tanti eventi inattesi e difficili da gestire, sia a livello economico che politico.
Inutile dire che ci auguriamo che il 2025 sia foriero di buone nuove e che almeno sul piano geopolitico si intravveda qualche spiraglio di luce; noi - **con la prossima newsletter che prepareremo per il 21 gennaio** - continueremo a seguire le complicate vicende dell'agroalimentare e, di pari passo, le posizioni che i diversi interlocutori prenderanno rispetto, per esempio, alle politiche di impor/export (Mercosur, dazi americani e altro).
E porteremo avanti i nostri progetti in cantiere, tra cui anche l'ambizioso proposito di organizzare un convegno a Genova con i colleghi mediatori creditizi nella prossima primavera.
Concludiamo con un ringraziamento alla Giunta FIMAA che ci ha permesso e ci permetterà ancora di proseguire il nostro lavoro e di realizzare i nostri obiettivi.
Vi auguriamo serene festività lasciandovi con un pensiero di W. T. Ellis: "E' il Natale nel cuore che infonde il Natale nell'aria".

* Coordinatrice Consulta merceologici FIMAA

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**

Guarda altri video e altre iniziative

MONDO

Nel 2025 il prezzo del petrolio non porterà costi e inflazione

Per il 2025, l'Opec, l'organizzazione dei principali produttori di petrolio, prevede ora un consumo mondiale di 105,27 milioni di barili al giorno. Nella precedente stima la previsione era di 105,57, quindi molto simile. Il consumo sarà leggermente superiore a quello stimato per il 2024 che si sta concludendo (circa 103,82). Secondo gli analisti saranno India e Cina a mantenere alta la richiesta a fronte di altri Paesi dove l'economia resterà contratta.
Gli stessi analisti prevedono che il prezzo del brent, il principale riferimento di mercato, potrà scendere sotto gli attuali 70 dollari al barile anche se i Paesi produttori cercheranno di stabilizzarlo con tagli alla produzione. Non mancano previsioni di brent a 40 dollari al barile.

EUROPA

Come sarà l'agricoltura 2025-2035? Le previsioni della Ue di Viviana Bardella *

La Commissione Europea ha pubblicato l'ultimo rapporto sulle prospettive dell'agricoltura UE fino al 2035, che rivela **come il settore, nonostante tutto, sappia resistere ed adattarsi alla triplice sfida del cambiamento climatico, della sostenibilità e dell'evoluzione della domanda dei consumatori**.
L'UE continua a registrare alti volumi di esportazione di prodotti agroalimentari e si mantiene autosufficiente sulle principali derrate, ma va evidenziato il calo di produzione delle carni rosse, la stabilizzazione di quella dei cereali, la stagnazione di quella dei prodotti caseari e, in controtendenza, l'aumento di produzione di pollame e legumi.
Nonostante il perdurare della situazione di incertezza geopolitica e climatica, il rapporto dimostra miglioramenti di diversi indicatori che monitorano l'attività delle nostre imprese agricole e dimostrano una

certa capacità di adattamento e addirittura passi avanti nella transizione verso un settore più sostenibile dal punto di vista ambientale.
Il rapporto prevede un andamento tendenzialmente costante del PNL reale nel medio periodo e livello di inflazione intorno al 2%: sulla base di queste previsioni si elaboreranno piani e proiezioni di mercato per l'agricoltura UE. Proiezioni che dovranno tenere conto anche dei dati delle Prospettive Agricole OCSE -FAO per il periodo 2024-33, che prevedono un leggero calo dei prezzi dei principali prodotti agricoli a livello mondiale e un aumento della domanda da parte dei Paesi con redditi medio-bassi.
Per quanto riguarda i consumi, si prevede un leggero calo per le carni rosse mentre aumenterà quello di proteine vegetali. Il consumo di prodotti caseari dovrebbe rimanere stabile.

* Coordinatrice Consulta merceologici FIMAA

ITALIA

Riso, dopo un 2024 molto anomalo qualche ipotesi per il 2025
di Stefano Pezzoni *

In chiusura del 2024 si possono tirare le somme della campagna di commercializzazione 2023/24 e dare qualche indicazione sulla campagna 2024/25.
Il risone, raccolto nel 2023, dopo una gestazione complicata a causa della siccità dell'anno precedente, che ha stressato molti terreni ed in alcuni casi ha azzerato la produzione, è stato venduto. I quantitativi rimasti al 31 agosto, chiusura della campagna risicola, sono stati collocati in settembre ed ottobre senza difficoltà, causa il ritardo accumulato dal nuovo raccolto 2024/25 che ha iniziato ad arrivare sul mercato alla fine di ottobre.
I prezzi del risone, nel 2024, si sono mossi all'aumento fino a marzo/aprile, per poi dare segnali di discesa in giugno/metà luglio, per poi risalire, anche in misura molto importante, tra settembre e ottobre.
L'arrivo del nuovo raccolto, in ritardo di circa 50 giorni sullo standard, a causa delle piogge nel momento della semina e della raccolta, non ha mitigato gli aumenti e ora in dicembre ci troviamo a un livello di prezzi in generale ben superiore a quello di fine 2023.
Si possono fare delle previsioni per il 2025? Certamente alcune considerazioni sono possibili e potrebbero dare delle interessanti indicazioni. Almeno quattro sono gli elementi che caratterizzano il raccolto 2024/25:

1. Un raccolto disomogeneo per qualità; risoni raccolti prima delle piogge di buona qualità, risoni raccolti dopo le piogge più fragili in resa e disformità pronunciate.
2. Prezzi elevati rispetto allo standard per molte varietà di risi per risotti (arborio, carnaroli, roma) e una discreta concorrenza da paesi produttori europei che, con prezzi inferiori, hanno e andranno a soddisfare la domanda per i mesi di novembre, dicembre, gennaio.

3. Forte concorrenza del riso extra UE e che arriva già confezionato, senza dazi, sulle tavole dei consumatori europei e una forte preoccupazione per possibili importazioni massicce dai paesi produttori del Mercosur.
4. La sparizione di alcune varietà di riso (Luna, Sole, Barone) che avevano conquistato un buon mercato e che per questioni di brevetto non è stato più possibile coltivare e la loro sostituzione con nuove varietà tutte da provare sia negli usi industriali che nel piatto.

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

---

I fattori chiave per i cereali: clima, politiche agricole e volatilità dei prezzi
di Simone Ruffato *

Il mercato europeo dei cereali si prepara ad affrontare un 2025 caratterizzato da sfide e opportunità, in un contesto di cambiamenti climatici, evoluzioni normative e domanda globale in crescita. Secondo gli analisti, la produzione e il commercio di cereali saranno influenzati da tre fattori principali: le condizioni climatiche, le politiche agricole dell'Unione Europea e la volatilità dei mercati internazionali.

Aumento della domanda di cereali sostenibili
La crescente attenzione verso la sostenibilità sta spingendo i produttori europei a orientarsi verso pratiche agricole più ecologiche. L'adozione della strategia "Farm to Fork" dell'UE, che punta a ridurre l'uso di pesticidi e fertilizzanti chimici, potrebbe però comportare una lieve riduzione della produttività in alcune aree. Tuttavia, questa transizione è vista come un'opportunità per conquistare mercati di nicchia, soprattutto nei Paesi del Nord Europa e nei mercati globali che richiedono prodotti certificati biologici o sostenibili.

Impatti del cambiamento climatico
Eventi climatici estremi, come siccità o alluvioni, potrebbero avere un impatto significativo sui raccolti di grano, mais e orzo, principali cereali prodotti in Europa. I produttori del Sud Europa, in particolare, potrebbero affrontare sfide maggiori rispetto a quelli del Nord, dove le condizioni climatiche potrebbero rimanere più favorevoli. Investimenti in tecnologie di precisione e irrigazione efficiente saranno essenziali per mantenere la competitività del settore.

Prezzi e domanda globale
L'andamento dei prezzi sarà influenzato dalla domanda crescente nei mercati emergenti, come l'Africa e l'Asia, e dalle tensioni geopolitiche che potrebbero limitare l'accesso alle esportazioni da Paesi concorrenti come Ucraina e Russia. L'Europa, grazie alla qualità dei suoi prodotti e alla stabilità normativa, potrebbe rafforzare il suo ruolo di esportatore di cereali di alta qualità, specialmente in periodi di incertezza globale.

In sintesi, il mercato europeo dei cereali nel 2025 si prospetta dinamico e resiliente, con opportunità legate alla sostenibilità e all'innovazione. Tuttavia, sarà cruciale per gli attori del settore adattarsi rapidamente ai cambiamenti climatici e alle nuove dinamiche della domanda globale.

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

Qualità e valori del Parmigiano reggiano che piace (Usa +21%) di Pier Giuseppe Romanini *

Il Parmigiano Reggiano è molto più di un semplice formaggio: è un simbolo di eccellenza gastronomica e tradizione italiana. Il suo prezzo, spesso percepito come elevato, è il risultato di una combinazione unica di fattori legati alla qualità, alla lavorazione artigianale e alle dinamiche di mercato. Ma cosa c'è dietro il costo di questo prodotto d'eccellenza? E come si può spiegare il suo valore, che va oltre il semplice prezzo al chilo?

La Qualità: Un Processo di Produzione Rigoroso

La qualità del Parmigiano Reggiano deriva da un rigido disciplinare che regolamenta ogni aspetto della produzione, dalla selezione delle materie prime alla stagionatura.

- **Latte fresco e non pastorizzato**: proviene da vacche alimentate principalmente con foraggi locali, senza insilati o mangimi fermentati. Questo garantisce un sapore unico e inconfondibile.
- **Produzione artigianale**: ogni forma è realizzata a mano in uno dei circa 300 caseifici certificati nelle province di Parma, Reggio Emilia, Modena, Bologna (a sinistra del Reno) e Mantova (a destra del Po).
- **Stagionatura prolungata**: il minimo di 12 mesi può arrivare fino a 36 mesi o oltre, durante i quali il prodotto sviluppa aromi complessi e una struttura unica.

Ogni dettaglio del processo richiede tempo, manodopera specializzata e controllo costante, elementi che si riflettono direttamente sul prezzo finale.

I costi di produzione

Il Parmigiano Reggiano è un prodotto ad alta intensità di lavoro e a basso margine iniziale, a causa di:

- **Quantità di latte**: per produrre una forma di Parmigiano Reggiano da circa 40 kg servono oltre 500 litri di latte.
- **Tempi di lavorazione e stagionatura**: durante la stagionatura, che può durare anni, il formaggio perde del peso in acqua e grasso, aumentando il costo per chilo.
- **Controlli di qualità**: ogni forma viene ispezionata dal Consorzio del Parmigiano Reggiano per garantire che rispetti gli standard di

qualità. Solo le forme che superano questo controllo ottengono il marchio DOP.

Il Prezzo sul Mercato
Il prezzo del Parmigiano Reggiano al consumatore dipende da vari fattori.

- **Stagionatura**: un Parmigiano Reggiano di 24 mesi può costare di più rispetto a quello di 12 mesi, a causa del tempo e dello spazio necessari per la maturazione. Ad esempio al 14 dicembre 2024 il Parmigiano Reggiano 24 mesi costa circa il 18% in più rispetto ai 12 mesi all'ingrosso.
- **Distribuzione**: i costi variano tra vendita diretta nei caseifici, negozi gourmet e grande distribuzione.
- **Mercati esteri**: fuori dall'Italia, il prezzo può variare in modo considerevole anche a causa di dazi, trasporto e posizionamento come prodotto di lusso.

Gli Stati Uniti rappresentano il principale mercato estero per il Parmigiano Reggiano, con **14.000 tonnellate esportate nel 2023** (22,5% dell'export totale), e un incremento del **+21,7% nel primo semestre 2024**.
Per consolidare questa crescita, il Consorzio ha aperto una corporation negli USA con l'obiettivo di rafforzare la tutela del marchio, svolgere ricerche di mercato, educare operatori e consumatori e intensificare le relazioni istituzionali.
Le priorità per il 2025 includono il contrasto a possibili dazi, che penalizzerebbero i consumatori americani senza proteggere i produttori locali, e il rafforzamento del dialogo tra Italia e USA.

* Mediatore merceologico formaggi e latticini FIMAA Parma

IL SUCCESSO

Il nostro ruolo. Guarda il video

Mercosur/1 Nel 2025 dovrà essere introdotto. Cosa cambia?
di Viviana Bardella *

Alla fine, l'accordo di libero commercio con Mercosur è diventato realtà: venerdì 6 dicembre l'Unione Europea ha firmato il trattato al quale stava lavorando da ben 25 anni. L'intesa promette di eliminare o ridurre fortemente gli ostacoli che impediscono alle imprese di Ue e Mercosur di operare liberamente nei reciproci mercati." Una giornata storica", secondo la Presidente Ursula Von der Leyen:, "finalmente quella che era una semplice idea si è trasformata in realtà". L'accordo, secondo la Presidente, non rappresenta solo una necessità economica, ma anche un'opportunità politica. L'abbattimento delle barriere tra i due mercati – Europa e America del Sud – comporterà significativi vantaggi per tutti, in particolare per le nostre imprese esportatrici.
Nella versione finale del trattato, l'Europa è riuscita ad ottenere un impegno più forte contro la deforestazione in Brasile e sul rispetto degli accordi di Parigi sul clima (Argentina); in cambio Bruxelles ha promesso maggiore flessibilità sulle politiche industriali, in particolare nel settore automotive, in cui i Paesi del Mercosur sentono il peso della minore competitività. Il settore agricolo invece non è stato praticamente toccato.
Sulla carta il trattato dovrebbe risultare vantaggioso soprattutto per il nostro export, dato che, tra l'altro, sono stati eliminati dazi su diversi prodotti. E sui nostri settori più sensibili all'import vengono applicate quote tariffarie che non dovrebbero avere forte impatto sui prezzi e comunque prevedono clausole di salvaguardia che consentono di reintrodurre dazi e fornire aiuti compensativi agli agricoltori in caso di necessità.
Tutto ciò non basta per convincere le principali organizzazioni degli agricoltori, nonostante l'Unione Europea abbia dimostrato di dare ascolto alle loro istanze facendo passi indietro, in particolare su diverse politiche ambientali penalizzanti per il settore. Per il timore che Mercosur si trasformi in un pretesto per esprimere il malumore diffuso, Von der Leyen ha anche annunciato diverse proposte per rivedere le norme sull'organizzazione comune dei mercati e sulle pratiche commerciali sleali.
Per quanto riguarda la posizione dell'Italia, mentre il mondo dell'industria si è mostrato favorevole all'accordo, immaginando nuove possibilità di investimento nell'America del Sud, Confagricoltura si è sempre opposta fermamente, in quanto il patto tra i due mercati non garantirebbe equità e reciprocità nei rapporti.
E il nostro governo? Dopo un primo momento in cui prevaleva la perplessità, oggi sembra piuttosto orientato a valutare gli aspetti positivi del trattato.

Mercosur/2 - Il Commissario all'agricoltura Ue vede più benefici
di Viviana Bardella *

Tra le voci a favore dell'accordo Mercosur si distingue quella del Commissario europeo per l'Agricoltura, Christophe Hansen, secondo cui

“non si tratta di un patto in cui sia tutto bianco o tutto nero” ma è tuttavia un accordo da cui deriva un alto beneficio per l’Europa in generale e quindi anche per il nostro settore agricolo. Si dovrà comunque prestare attenzione e proteggere i settori più sensibili. **Alla Francia, contraria all’accordo, chiede di aspettare la traduzione del testo e di valutare in seguito la concretezza dei risultati ottenuti**.
Proprio sul tema della traduzione dell’accordo Hansen chiede particolare meticolosità, perché i ministri dei diversi Paesi della UE dovranno avere tutti gli elementi, espressi correttamente, per valutarne il valore.
“Adesso il compito passa ai legislatori, sia dei Paesi membri che del Parlamento europeo, il compito di fare un bilancio di quanto abbiamo conseguito e valutare se risponde alle aspettative dell’Europa”.
Per quanto riguarda il malumore del mondo agricolo, il Commissario afferma di avere preso in considerazione le preoccupazioni espresse e continuerà a farlo e l’introduzione delle molte clausole e meccanismi di salvaguardia introdotti nel testo ne sono una prova.
Una volta ratificato ed entrato in vigore, l’accordo eliminerebbe i dazi che i Paesi del Mercosur oggi impongono - tra gli altri - su veicoli, macchinari, strumenti tecnologici in generale, tessile, cioccolato, vino.
Ma quello che preoccupa maggiormente i produttori europei è l’eliminazione dei dazi in entrata per i prodotti importati dal Sud America, che potrebbero determinare una posizione di debolezza, in termini di concorrenza, per l’Europa stessa.

*** Coordinatrice Consulta merceologici FIMAA**

Cambia il consumo di ortofrutta. E importiamo di più
di Ervin Mosca *

L'ultimo aggiornamento disponibile sui dati aggregati del mese di settembre vede una crescita delle esportazioni del 10% a volume e del 6% a valore rispetto al dato 2023, che significa che vendiamo più merce, ma non riusciamo a tenere i prezzi altrettanto su.
Al contrario esaminando le importazioni si palesa chiaramente una tendenza ad importare di più col 10% a volume, pagando cara la merce con un notevole +12% a valore (fonte dati Agroter). Il famigerato "saldo", cruccio di ogni governo, risulta dunque negativo.
Da qualche anno l'Italia è diventata importatrice netta, che significa non essere in grado di produrre tutta l'ortofrutta che viene consumata, ma a magra consolazione vanno fatte alcune considerazioni di tipo sociologico.
I fondamentali prodotti tipicamente italici performano ancora bene, recentemente hanno dato ottimi risultati le drupacee e l'uva da tavola, ma il trend dei consumi sembra premiare le importazioni di referenze non tipiche dello Stivale, tra i quali spicca l'avocado, o che hanno visto un calo della produzione nazionale da compensare come il Kiwi. Bene gli agrumi del sud, che stanno riprendendosi il loro giusto spazio nei mercati europei.
Oggi, quando si parla di ortofrutta, bisogna necessariamente focalizzare sulle abitudini di acquisto. La composizione della popolazione che vede

una quota importante di nuovi residenti di origine straniera comporta anche la necessità di rivedere gli assortimenti sugli scaffali.
Crescono le importazioni di prodotti tipicamente originari di altri continenti che hanno un valore solitamente più elevato dell'ortofrutta nazionale. Anche l'apertura massiccia di punti di ristorazione che propongono cibo etnico o non attinente alla dieta mediterranea influisce sulle importazioni di generi nuovi.
Assistiamo ad un'ibridazione della cucina italiana con stili culinari diversi che prevedono ingredienti vegetali atipici ed il mercato delle forniture ne deve tener conto. Un solo dato fotografa il trend: le importazioni di avocado segnano un ragguardevole aumento del 67% a volume e del 108% a valore.
Quindi tanto e caro. Le aziende nazionali, che spesso fanno da hub per la redistribuzione in Europa, si stanno attrezzando per competere, ma bisognerà fare necessariamente dei ragionamenti sull'aumento della produzione nazionale di queste referenze considerate esotiche, che potrebbero trovare nelle regioni del sud terreno fertile.

* Mediatore ortofrutticolo FIMAA Trento

Le tante variabili dell'olio d'oliva. E ci sarà una ripresa dei consumi?
di Adriano Caramia *

L'anno che si chiude lascia in eredità molteplici temi da sviluppare per il 2025 nel settore dell'olio di oliva.
Innanzitutto le piogge occorse, seppure in maniera disomogenea e non periodica, durante la campagna passata hanno alleviato di molto lo stato permanente di stress idrico delle piante, dando luogo a buoni raccolti.
Ciò ha provocato brusche cadute dei livelli di prezzo per gli oli esteri, non incidendo sui mercuriali degli oli extra vergini italiani.
Quindi sarà interessante vedere se e come la forbice tra merce italiana ed estera si accorcerà o meno, e se questo sarà possibile grazie all'incremento dei livelli degli oli degli altri paesi o perché quelli nostrani perderanno terreno.
Sembra al momento che il prodotto italiano stia avendo un corso differente rispetto alle altre provenienze, specie per le migliori qualità (infatti il lampante ed i vergini risentono della concorrenza straniera).
Si prevede una buona ripresa dei consumi e questo farà certamente bene al settore: sarà importante però quantificare l'entità di questo fenomeno auspicato.
Come sempre, una variabile determinante sarà il livello delle precipitazioni di qui sino a primavera prossima in tutto il bacino mediterraneo, prodromo per buone campagne future (o scarse, se le piogge dovessero essere insufficienti).
L'influenza delle produzioni di alcuni paesi, oltre ovviamente la Spagna, comincia ad essere preponderante: Tunisia e Turchia sono players fondamentali dato che la loro raccolta congiunta doppia e talvolta quasi triplica una buona campagna italiana.
Il loro intervento sul mercato dell'offerta condiziona sensibilmente i listini, specie per le merci destinate alla riesportazione. Inoltre la loro

presenza sui mercati internazionali del prodotto confezionato diventa una crescente insidia per le aziende italiane e spagnole, storicamente più affermate.
Quindi non si potrà perennemente confidare nelle posizioni acquisite perché la concorrenza fa passi in avanti in ogni direzione e sarebbe poco saggio confrontarsi con agricolture, tecnologie e know-how di decenni addietro: oggi il livello della competizione cresce. Ma le aziende italiane sono pronte a raccogliere queste nuove sfide.
Una buona redditività è necessaria per tutti gli anelli della filiera: frustrare le aspettative di giusto reddito di ognuno dei soggetti economici potrebbe, alla lunga, portare all'abbandono delle coltivazioni, oppure allo scardinamento del sistema commerciale di raccolta e trasformazione delle merci. O anche a quello della distribuzione. E perché ciò avvenga bisogna che i prezzi trovino il giusto equilibrio.
Lo abbiamo già detto in altre occasioni: un livello di salvaguardia dei prezzi minimi sarebbe indispensabile. L'Unione Europea dovrebbe investire su questo, perché il deterioramento di un tessuto economico così importante per tutto il sud Europa costerebbe ancora di più.

* Mediatore merceologico FIMAA

IL SETTORE - VINI

Prezzi migliori a novembre, mosti compresi
di Federico Repetto *

Il mese di novembre si è rivelato ancora una volta positivo per le principali denominazioni vinicole italiane. Il Pinot Grigio DOC delle Venezie ha registrato un aumento del +10% in imbottigliamento rispetto al mese precedente e un +3% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso. Anche il Prosecco ha segnato un incremento del +1,8% rispetto al mese scorso e del +6,5% negli ultimi 11 mesi. Si tratta di dati incoraggianti per il settore.
Nel mercato del vino sfuso, il Pinot Grigio DOC delle Venezie ha raggiunto prezzi compresi tra €1,05/litro per un tenore alcolico dell'11% e €1,20/litro per qualità superiore. Rispetto all'anno precedente, si registra un aumento di circa €0,05 sul prezzo più basso. Il Prosecco, invece, si mantiene stabile a €1,85/litro, mentre si attendono le dichiarazioni di produzione per confermare il volume effettivo prodotto, che dovrebbe risultare inferiore a quello del 2023 a causa dell'assenza di riserve.
Si osserva un continuo aumento nei prezzi dei vini bianchi, che si sono stabilizzati sui seguenti livelli:

- **Puglia**: +10%, €0,59–€0,60/litro
- **Romagna**: +10%, €0,62–€0,65/litro
- **Veneto**: +10%, €0,65–€0,70/litro

Le scorte di vini bianchi sono basse, poiché i principali acquirenti hanno già completato i loro acquisti. In linea con questa tendenza, sono aumentati anche i prezzi dei mosti, con un ulteriore rialzo per il mosto

concentrato rettificato. Questo è dovuto alla scarsa disponibilità di mosto non fermentato sul mercato, in particolare in Puglia.
Nell'ultimo mese si è assistito anche a un aumento dei prezzi del Primitivo e dei vini rossi generici in tutta Italia.

- **Primitivo**: in Puglia, i prezzi non scendono sotto i €0,90–€1,00/litro per l'IGT Puglia e raggiungono €1,10/litro per il Salento. Le vendite sono state intense e i principali attori del mercato pugliese hanno già completato i loro acquisti.
- **Vini rossi generici**: in linea con l'andamento emotivo del mercato dei bianchi, i prezzi sono aumentati, oscillando tra €5 e €5,5 per ettogrammo (hg).

In Abruzzo, data la scarsità di scorte della vendemmia 2023 e una raccolta 2024 meno che ottimale, il Montepulciano DOC viene venduto senza difficoltà a prezzi di €6,5/hg.
In Toscana, insieme alla Romagna, la produzione è stata superiore rispetto all'anno scorso. I prezzi dei prodotti risultano molto variabili, con Chianti e Sangiovese che mostrano ampie oscillazioni a seconda della qualità (colore, struttura e tenore alcolico).

* Mediatore merceologico Med&A FIMAA

Se ve li siete persi

TUTTOFOOD MAGGIO 2025 - A MILANO

LE AZIONI DEL SETTORE DEL LEGNAME SALGONO

Cosa abbiamo scritto nei precedenti numeri

Fimaa Commodities n. 80 | 3.12.2024

Fimaa Commodities n. 79 | 19.11.2024

Fimaa Commodities n. 78 | 5.11.2024

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