Newsletter
F.IM.A.A. Italia
Commodities

Newsletter FIMAA Commodities n. 86 | 19 marzo 2025

Newsletter periodica online pubblicata con il supporto dell'Ufficio studi FIMAA Italia su notizie, analisi di settore, mercati, e punti di vista dei mediatori merceologici - prossimo numero 2 aprile 2025

Iscriviti alla newsletter

L'EDITORIALE
di Adriano Caramia *

Siamo tutti "indaziati". Sfusi e semilavorati con differenti tassazioni?

Tra le tante problematiche di un mondo alla ricerca di nuovi equilibri geo-politici ed economici, e che sembra abbia dismesso ormai la via delle trattative per adottare l'uso della forza sia militare che commerciale, la questione dei dazi è la più urgente.
Il fatto che un alleato storico, come gli Stati Uniti, usi lo strumento (o solamente lo evochi) dei dazi è un fatto destabilizzante per le economie e le politiche europee.
Certo non è la prima volta, ma le precedenti erano in risposta a specifici casi (si ricordi quello del tema Boeing - Airbus per cui vennero fissate percentuali di tassazione sui prodotti importati negli USA colpendo maggiormente - ma non solo - i partecipanti al consorzio del costruttore di aeromobili europeo).
Oggi l'imposizione dei dazi sembra assoggettarsi più a ragioni ideologiche (Make America Great Again): nei settori dove la produzione statunitense è debole rispetto alle filiere estere, si usa la leva della tassazione.
Il consumatore americano dovrebbe essere orientato a comprare prodotti a stelle e strisce.
Nella scorsa era trumpiana, prendendo in esame taluni prodotti agroalimentari, si differenziavano le merci tra confezionate (finite) e sfuse o semilavorate. Ciò aveva spinto alcune aziende europee a costituire unità produttive oltre oceano, al fine di poter esportare derrate alimentari in esenzione; ma di fatto concedendo alla economia americana importanti segmenti del plusvalore dei prodotti.
Tra l'altro, questa posizione è ben rappresentata dalla dichiarazione di Howard Lutnick, segretario al commercio dell'amministrazione Trump il

quale dichiara: “Anche l’Italia sarà colpita dai dazi ad aprile, spostate qui le vostre fabbriche”.
Qualcuno ipotizza che questi provvedimenti servono a compensare quello che è l’IVA in Europa, che negli USA non esiste. No, perchè l’IVA è uno strumento generalizzato, mentre i dazi sono selettivi verso (contro?) specifici paesi.
Altro aspetto riguarda la risposta che occorre dare. Il governo italiano ha un buon rapporto con l’amministrazione USA ed è un bene. Ma pensare di risolvere la questione con iniziative singole bilaterali Roma - Washington invece che con azioni comuni con tutti i paesi membri di Bruxelles, provocherebbe un vulnus politico insanabile.

*** Mediatore merceologico 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**

MONDO

Brasile e India produrranno meno zucchero, il prezzo riprende

Non solo il caffè. **Anche lo zucchero potrebbe diventare più caro invertendo un andamento che nel 2024 lo aveva visto perdere il 18% circa**. Sarebbe l'effetto di una carenza di produzione che sta toccando importanti aree come il decisivo territorio di San Paolo in Brasile. Soprattutto gli incendi hanno indebolito le rese e le piantagioni. Il Paese produce 38,4 milioni di tonnellate ed è un grande esportatore. Segue L'india e l'Associazione dei produttori ha rivisto al ribasso la sua previsione di produzione di zucchero per la stagione in corso che terminerà a settembre. La nuova stima si attesta a 26,4 milioni di tonnellate metriche, segnando una diminuzione del 2,94% rispetto alla precedente previsione di 27,2 milioni di tonnellate.
La revisione al ribasso è attribuita a rese inferiori della canna da zucchero e alla chiusura anticipata degli zuccherifici, che hanno influito negativamente sulla produzione di quest'anno. Il calo è attribuito anche a una malattia che colpisce la coltivazione della canna da zucchero nell'Uttar Pradesh, la principale regione produttrice di zucchero dell'India.

Seguono altre aree mondiali, come la Thailandia, dove si produce ma non si prevede possano stabilizzare un mercato molto volatile.

EUROPA

Dazi Usa/ Due settimane decisive, in meglio o in peggio

Data prevista 2 aprile, non lontana. Con il ruolino di marcia della nuova amministrazione Usa, e le relative risposte Europee (ma anche canadesi e cinesi) tutto può cambiare in giornata. In meglio o in peggio come si è capito nella minacciosa bagarre sugli alcoolici.
La guerra commerciale, la reciproca bordata di tassazione di prodotti, non lascia tranquilli produttori, mediatori, trasformatori e consumatori.
Qualche numero. Per l'Europa, cui spetta gran parte della trattativa sui commerci, a rischio ci sono circa 600 miliardi, 157 (dati Eurostat 2023) sono appannaggio della Germania, poi l'Italia con 67 e segue poco dietro l'Irlanda. Per questi tre Paesi, ma in misura diversa per tutta l'Europa (Francia 43 miliardi) una tassazione al 25% rappresenterebbe un indebolimento dell'economia rivolta all'esterno. **Molte aree italiane sono a rischio e guardando solo all'agroalimentare, che vale più di un decimo, i riflessi sarebbero considerevoli sui conti, sull'occupazione e per l'indotto di vaste aree produttive**. Pensiamo ai formaggi (0,5 miliardi) e ai vini (1,9 miliardi) per citare due settori fortemente in allarme. Ovviamente il calo dell'export dipenderà dal calo della domanda di prodotti italiani ed europei da parte della distribuzione e dei consumatori Usa.

Dazi Usa/ Con Fabbri a Genova per capire lo scenario geopolitico di Viviana Bardella *

Ormai ci siamo: venerdì 21 a Genova si terrà il nostro Convegno, organizzato per la prima volta insieme ai colleghi Mediatori Creditizi.
Confrontandoci in questi mesi per mettere a punto il programma ci siamo resi conto di quanto **entrambe le categorie siano estremamente condizionate dall'andamento dei mercati e, di conseguenza, dagli scenari geopolitici che si susseguono a ritmo incalzante**, in particolare in questo preciso periodo storico.
Abbiamo deciso di partire da qui, da un'analisi dei come si presenta il mondo allo stato attuale, quel mondo con cui quotidianamente facciamo i conti per impostare il nostro lavoro e ne affidiamo l'esposizione ad uno dei massimi esperti nazionali di geopolitica, Dario Fabbri. Seguirà una riflessione su quale sia il valore aggiunto che le nostre professioni possono offrire alle aziende con cui ci confrontiamo quotidianamente per rispondere con rapidità e competenza alle loro esigenze di resilienza e sviluppo tra mille difficoltà.
Qui di seguito trovate la locandina dell'evento: vi aspettiamo!

* Coordinatrice della Consulta mediatori merceologici di FIMAA Italia

---

ITALIA

Dazi Usa/ il 2024 del Prosciutto di Parma. I nuovi scenari * di Maria Elettra Triani e Rocco Carra*

Secondo i dati di produzione pubblicati dal Consorzio del Parma si conferma, per il terzo anno consecutivo, il trend negativo sulla produzione DOP PARMA. Dai circa 9 milioni di pezzi siamo arrivati sotto i 7 milioni del 2024. L'aumento esponenziale delle cosce fresche ha fatto sì

che i produttori si siano rivolti più verso una materia prima nazionale non DOP o addirittura verso carni di provenienza estera.
Questo trend produttivo iniziato già nel 2022 e consolidatosi nel 2024 fa si che oggi noi abbiamo un mercato del prodotto stagionato che, pur essendo calata significativamente la produzione DOP, non riesce a raggiungere delle quotazioni soddisfacenti per i produttori che a volte faticano a coprire i costi di produzione. Anche l'autoregolamentazione introdotta dal Consorzio alcuni anni fa non ha prodotto i risultati sperati.
La maggior produzione di prosciutti crudi esteri e nazionali non marchiati ha, di fatto, spesso sostituito sulle tavole degli italiani il prosciutto di PR, complice una situazione socio economica complessa e di innegabile recessione.
Gli unici dati positivi sul fronte del prosciutto di PR sono dati dal consumo di pre-affettato in aumento nel 2024 dell'8,3%, in totale kg 10.024.561 con variazioni differenti tra i paesi UE e extra UE. In USA , ad esempio, sono andati 1.770.245 kg con un aumento percentuale del 21,5 (Elaborazione del Consorzio del PR su dati CSQA). Si capisce quindi che ci siano grandi timori per i dazi paventati da Trump che per ora, sui prodotti agricoli, carni suine comprese, hanno colpito la Cina ma ad aprile dovrebbero arrivare anche per i prodotti europei secondo il presidente USA del 25%.
I nostri made in Italy DOP e IGP valgono in termini di export in USA circa 2,5 miliardi di euro, se veramente queste tariffe verranno applicate il prosciutto di PR potrebbe sparire dalle tavole americane con gravi ripercussioni sul mercato interno, poichè più di 1 milione di pezzi potrebbero essere immessi sul mercato nazionale aggravando una condizione di per sé statica come abbiamo evidenziato.

* Mediatori merceologici FIMAA Parma

IL SUCCESSO

Il nostro ruolo. Guarda il video

Dazi Usa/ Il settore vini è vulnerabile, serve una risposta
di Federico Repetto *

Il mercato del vino italiano negli Stati Uniti rappresenta una componente fondamentale dell'export enologico nazionale. **Nel primo semestre del 2024, le esportazioni di vino italiano verso gli USA hanno raggiunto un valore di 939 milioni di euro, con un incremento del 4,7% in valore e del 2,5% in volume rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente**.
Questo dato sottolinea l'importanza del mercato statunitense, che assorbe quasi il 29% delle vendite globali di vino italiano.
Le stime dell'Unione Italiana Vini (UIV) indicano che l'introduzione di dazi del 25% potrebbe causare perdite dirette per 470 milioni di euro, con un impatto complessivo che potrebbe sfiorare il miliardo di euro, considerando gli effetti sull'export globale. Questo scenario evidenzia la vulnerabilità del settore vinicolo italiano alle tensioni commerciali internazionali e sottolinea la necessità di strategie diplomatiche per evitare l'implementazione di tali tariffe.
In un mercato che ha chiuso il 2024 a -6.1% valore contro il -2.6% del 2023, l'impatto di nuove tariffe sarebbe devastante.

* Mediatore merceologico Med&A

Si vende più ortofrutta all'estero. Ma quanta se ne importa?
di Ervin Mosca *

Vedere un segno "più" sulle statistiche quando si parla di esportazioni fa sempre nascere un sorriso, soprattutto di questi tempi. Le vendite di prodotti ortofrutticoli italiani verso l'estero segnano un confortante +9% a volume e un altrettanto comunque apprezzabile +5% a valore, che testimoniano la grinta degli operatori nel difendere il forte e una tendenza al recupero di posizioni perse recentemente nella battaglia quotidiana per una fettina della torta mondiale.
Nelle mura del forte però si notano crepe in continuo allargamento e porte carraie spalancate, visto che le importazioni cavalcano spedite registrando a valore un corposo +13% e si consolidano con un eguale +9% a volume. Un analista occasionale commenterebbe che se si importano più quantitativi e più cari significa che girano più "sghei" nelle tasche degli italiani, ma dal nostro punto di vista privilegiato non possiamo palesare altrettanto ottimismo.
La bilancia commerciale del settore vede un continuo sbilanciamento negativo a volume, che va ad erodere anno dopo anno il dato ancora di poco positivo a valore. Considerato che i prodotti importati valgono sempre di più e quelli che esportiamo tendono a valere meno, sarà destino naturale arrivare ad un dato negativo per la bilancia commerciale totale del settore ortofrutta. Invertire questa tendenza sembra al momento alquanto difficile, nonostante gli sforzi di produrre di più e valorizzare i prodotti.
L'export italiano di frutta e verdura del 2024 vale 6 miliardi di euro, cifra certamente ragguardevole, con buone performance per mele e uva da tavola, tengono angurie e meloni, un recupero di posizioni per

patate, pere, pesche e albicocche ed un lieve rallentamento per il kiwi che regge comunque le quotazioni. Sul fronte import da segnalare 1,5 miliardi di euro di frutta secca, che è la vera star del mercato. Notevoli i quantitativi di cipolle e patate, oltre alle sempre presenti banane, frutto più scaricato nei porti. In leggera contrazione i volumi totali di arance in arrivo da Spagna, Egitto, Marocco e Sudafrica, mentre le difficoltà produttive nei campi nazionali aprono ancora la strada agli acquisti oltre confine di frutta estiva e pomodori. Sembra veramente un controsenso, ma per quanto riguarda l'ortofrutta un'eventuale rissa "tutti contro tutti" a livello daziario potrebbe riservare sorprese diverse dal sentimento prevalente.

* Mediatore ortofrutticolo FIMAA Trento

Il caso del mais Ogm Bt in America. Parassiti, rese e costi
di Stefano Pezzoni *

La consapevolezza della necessità di applicare il principio di cautela, in particolare nel settore sementiero, è imprescindibile. Di conseguenza, sostenere o ostacolare la ricerca scientifica senza una valutazione obiettiva è sempre inadeguato.
Nell'analisi tra costi e benefici è fondamentale identificare le opzioni che comportano i minori rischi possibili. Questa affermazione è corroborata da una recente notizia riguardante uno studio pubblicato sulla rivista Scienze.
Il titolo evidenziava che agricoltori americani hanno subito perdite significative, ammontanti a centinaia di migliaia di dollari, a causa dell'uso intensivo del mais OGM BT. Lo studio ha esaminato gli effetti negativi dell'utilizzo intensivo del grano geneticamente modificato BT, progettato per produrre tossine letali per la diabrotica.
Dopo dodici anni di ricerca e osservazione, è emerso che i parassiti, anziché scomparire, sono diventati più resistenti e numerosi, mentre le rese sono diminuite. Inoltre, il costo delle sementi è aumentato.
Questi fattori negativi, confrontati con colture meno intensive e programmi di rotazione, hanno rivelato costi superiori e ricavi inferiori per gli agricoltori che hanno utilizzato il mais BT in forma intensiva.
Ancora una volta, la tecnologia degli OGM ha mostrato segnali contrastanti in termini di economicità e inefficacia nella risoluzione dei problemi per cui era stata concepita. Attualmente, la scelta europea di non coltivare OGM si sta dimostrando efficace per la tutela della produzione agricola a lungo termine; un passaggio verso l'agricoltura rigenerativa potrebbe portare ulteriori benefici agli operatori e ai consumatori.
In passato, nelle pagine di questa newsletter, si è discusso anche delle TEA (tecnologie di evoluzione assistita) e del loro accoglimento positivo da parte della comunità scientifica europea, eccezion fatta per alcune frange estremiste che hanno distrutto i primi campi sperimentali di riso TEA in provincia di Pavia. Le TEA, a differenza degli OGM, non introducono caratteri genetici estranei nelle piante, ma accelerano solo gli incroci che potrebbero verificarsi naturalmente, seppur con molta

fortuna e tempi lunghi. Pertanto, sembrano rispettare il principio di cautela sopra menzionato, ma anche in questo caso saranno sempre necessari studi adeguati e possibilmente più rapidi.

* Responsabile dell'organizzazione della Consulta mediatori merceologici di FIMAA Italia

---

Il consumo di olio d'oliva sta cambiando. Ecco come e dove
di Viviana Bardella *

A inizio marzo, nell'ambito della fiera Sol2Expo, si è tenuto un interessante convegno dedicato al mercato dell'olio di oliva, valutandone le prospettive future. Il buon proposito scaturito dal dibattito è quello di riposizionare il prodotto italiano verso l'altro e trasformare quindi la spinta inflattiva determinata dalla crisi produttiva mondiale in opportunità.
Secondo l'analisi dell'Osservatorio Sol2Expo-Nomisma l'aumento dei prezzi del prodotto comunitario ha già determinato una riduzione degli acquisti di olio di origine estera (che comunque rimangono al 62%) dal 47% del 2022 al 20% del 2024 a favore del 100% italiano.
Sul fronte della GDO negli ultimi tre anni la combinazione tra scarse produzioni e inflazione ha portato ad una contrazione delle vendite a volume di olio extra vergine di oliva del 10% a fronte di un rincaro del 64% (anni 2022-2024).
Per quanto riguarda il mercato estero, l'export italiano oggi raggiunge 160 Paesi ma il 65% del valore delle vendite è realizzato in cinque mercati: USA (32% - in attesa di conoscere le implicazioni a seguito dei dazi promessi dal governo americano che saranno ufficializzati a breve), seguiti a distanza da Germania (15,5%) , Francia (7,9%), Canada (4,7%) e Giappone (5,3%). Tra gennaio e novembre 2024 l'olio di oliva Made in Italy ha registrato ottime performance in Germania, Corea del Sud, Australia e Messico. In particolare, l'EVOO ha ottenuto risultati molto soddisfacenti, non solo in termini di fatturato ma anche di quantità esportate, in Corea del Sud e Germania.
In 20 anni il consumo mondiale dell'olio di oliva extra vergine è cresciuto a piccoli passi (da 2,7 a 3 milioni di tonnellate) , con tassi di crescita più rilevanti nei Paesi extra -UE, che hanno visto aumentare il loro peso dal 28% al 57%, in particolare nei Paesi non produttori, mentre in Italia, Spagna e Grecia la domanda è diminuita. E' cresciuto molto il consumo negli Stati Uniti, in Brasile e in Francia, ma si rilevano segnali di crescita interessanti anche in Sud America e Asia, in particolare Cile, Perù, Colombia, Corea del Sud e Indonesia.

* Coordinatrice della Consulta mediatori merceologici di FIMAA Italia

---

Oltre ai fedelissimi ci sono i curiosi di prodotti biologici
di Viviana Bardella *

Biologico sì o no? Dalle due recenti fiere di settore, la Biofach di Norimberga e la più modesta Sana nostrana, ciò che emerge è che in questo settore di mercato l'Italia è ben posizionata: le nostre esportazioni nel 2024 - ne abbiamo scritto nell'ultima newsletter -

hanno registrato un + 7% rispetto all'anno precedente e soprattutto possiamo contare su un'eccellente immagine. Da un'indagine Nomisma risulta infatti che l'Italia è il primo Paese per qualità percepita nei mercati chiave, tra cui gli Stati Uniti, maggior consumatore e importatore mondiale.
Attualmente in Europa il mercato del biologico è in sviluppo, dopo un periodo di stop post covid dovuto all'inflazione e si prevede un lieve ma costante aumento della domanda anche nel corso di quest'anno (eccetto Grecia e Finlandia).
Diverse indagini di mercato dividono i consumatori principalmente in due gruppi: quello rappresentato dai clienti storici, regolari, che non badano al prezzo e che rappresentano circa la metà del consumo di biologico in Europa e quello delle famiglie con doppio reddito ed età compresa fra i 50 e i 75 anni, oppure sempre a doppio reddito, più giovani e con figli piccoli. A questi si aggiungono i curiosi, sempre in cerca di prodotti nuovi. Tutti i consumatori appartenenti al secondo gruppo acquistano principalmente nei supermercati e nei discount, non sono fedeli alla marca e sono sensibili ai richiami che riguardano la sicurezza alimentare, il packaging innovativo, la sostenibilità, ecc. Insomma: **hanno idee abbastanza varie e confuse ma rappresentano il futuro e il target a cui i player del biologico devono puntare**. E l'immagine positiva del Bel Paese potrebbe aiutare se sapremo sfruttarla in modo corretto.

* Coordinatrice della Consulta mediatori merceologici di FIMAA Italia

---

A febbraio le scorte di vino si riducono, ma restano alte
di Federico Repetto*

Le scorte di vino in Italia sono scese a 55,4 milioni di ettolitri al 28 febbraio 2025, segnando un calo dell'1,3% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente. **Tuttavia, queste giacenze rimangono elevate, superando una vendemmia media**. Inoltre, sono stati registrati 304.612 ettolitri di vino nuovo ancora in fermentazione (+71,4% rispetto all'anno precedente) e 4,5 milioni di ettolitri di mosti (-7,1%).
Le giacenze di vini a Indicazione Geografica sono altamente concentrate: il 54,8% è rappresentato da vini a Denominazione di Origine Protetta (DOP) e il 26,5% da vini a Indicazione Geografica Protetta (IGP). Il Prosecco DOC da solo costituisce l'11,8% delle giacenze totali, con 5,3 milioni di ettolitri. La quotazione del Prosecco DOC resta costante e le certificazioni del mese di febbraio restano positive segnando un +12%.

* Mediatore merceologico Med&A

IL SETTORE - OLIO D'OLIVA

Bene le piogge per le produzioni, prezzi cedenti nell'area mediterranea
di Adriano Caramia *

Alla conclusione dei raccolti nei Paesi del Mediterraneo (salvo sporadiche eccezioni), il mercato oleario mostra segni di cedimento su tutte le piazze e le qualità, ad eccezione dell'olio italiano che mantiene

buone quotazioni. Le rimanenze dell'olio extra vergine di oliva Made in Italy a fine febbraio ammontano a 80.000 tonnellate di olio sfuso, più altre 8.000 tonnellate già confezionate. La esiguità del prodotto nostrano spiega la tenuta dei listini. Per fare un paragone, gli oli di oliva (complessivamente tutte le qualità) detenute in Spagna a pari data, ammontavano a 1.100.000 tonnellate.

Altra storia è quella degli oli dei Paesi esteri, sia comunitari che extracomunitari. In Spagna e Grecia le qualità discrete quotano da 4,50 in su franco partenza, la metà circa di quanto costa l'olio italiano.

Se è vero che le vendite in Spagna si stanno riprendendo, numerosi giorni di pioggia in Tunisia e Andalusia (qui una media che va oltre i 100 litri nella settimana passata ed ancora piove) hanno decisamente posto fine alla emergenza siccità per gli uliveti e stanno ricostituendo pian piano gli invasi per la disponibilità all'irrigazione durante l'estate.

Quindi all'orizzonte campagne ancora buone (e speriamo che succeda anche per l'Italia). Occorre però dire che se il consumo di olio manterrà il trend positivo, sospinto dai prezzi inferiori della metà rispetto ai massimi dello scorso anno, si potrebbero avere tensioni nei mesi di collegamento tra la vecchia e nuova campagna, con il rischio che molti operatori arrivino "corti". E non è sempre detto che le buone premesse di sviluppo fenologico delle piante si traducano in ottime produzioni.

E' davvero emblematico di quanto troppo legato al fattore climatico sia tutto il mondo oleario. E di quanto i prezzi siano caratterizzati principalmente dalla poca o molta disponibilità di merce. Ciò significa che in generale non vi è un reale, percepito valore del bene; ma semplicemente un prezzo che oscilla in relazione alla abbondanza o meno nei magazzini.

E' anche testimoniato tale fenomeno dalla gran parte di olio che è venduto in promozione rispetto al prezzo nominale di listino. E di quanto poco fidelizzato sia il consumatore verso i brand, come riportato da Roberto Buttarelli, presidente Federdistribuzione, durante il convegno della Confagricoltura a Roma del 18 febbraio 2025.

Un peccato, anche guardando i prezzi allo scaffale del burro, ad esempio, al quale l'olio di oliva non ha nulla da invidiare.

* **Mediatore merceologico FIMAA**

Se ve li siete persi

SEMPRE MENO PESCE PER I CAMBIAMENTI CLIMATICI

PUNTARE SUI BENEFICI DELL'EXTRA VERGINE

Cosa abbiamo scritto nei precedenti numeri

Fimaa Commodities n. 85 | 5.03.2025

Fimaa Commodities n. 84 | 19.02.2025

Fimaa Commodities n. 83 | 5.02.2025

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