Newsletter
F.IM.A.A. Italia
Commodities

Newsletter FIMAA Commodities n. 89 | 7 maggio 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 21 maggio 2025

Iscriviti alla newsletter

L'EDITORIALE
di Viviana Bardella *
Cibo, ambiente, povertà. Attesa per il successore di Papa Francesco

In attesa di sapere chi sarà il nuovo Papa, resterà a lungo il ricordo di Francesco, in particolare per le sue prese di posizione a favore degli ultimi e delle aree dimenticate dal mondo. Concreto anche il suo impegno nei confronti dell'ambiente, ben espresso nell'enciclica del 2015 "Laudato sì", dove chiarisce che senza un cambiamento spirituale e culturale nessun accordo climatico può reggere l'urto del cinismo economico. E mentre i grandi della terra sfoggiavano termini roboanti come "transizione ecologica", il Papa denunciava un sistema economico malato alla radice, che produce scarti ambientali e umani come se nulla fosse. Tema ripreso nel 2023 quando pubblica "Laudate Deum" in cui parla di un pianeta sofferente, dove c'è che cavalca il "green" per trarne profitto e sottolinea la responsabilità condivisa tra Stati, imprese e cittadini: " La lotta alla crisi climatica non è un 'opzione e non è rimandabile " ed è un tema che riguarda tutti indistintamente.

Francesco ha spesso ricordato, anche davanti ai potenti del G7, che **la fame nel mondo "è uno scandalo, un crimine contro i diritti umani"**. Non c'è giustificazione morale in un mondo che spreca cibo e produce disuguaglianza. Il suo modello di agricoltura era lontano dal modello ipertecnologico: lui aveva in mente i lenti ritmi della terra e i piccoli agricoltori. Nella sua concezione la crisi climatica era un paradigma per interpretare le altre crisi: economica, sociale e spirituale.

Vedremo se il suo successore sarà altrettanto attento ai temi ambientali e al mondo dell'agricoltura, intesa come fonte di sostentamento e non come fonte di guadagno per pochi eletti.

* Coordinatrice della Consulta mediatori merceologici di FIMAA Italia

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

Non solo morti, in Myanmar l'agricoltura fatica a riprendersi

Il recente terremoto in Myanmar, oltre a 3500 vittime secondo il bilancio provvisorio, ha provocato danni gravissimi alle abitazioni, alle imprese e all'agricoltura. Prima del sisma si stimavano già oltre 15 milioni di cittadini (circa un quarto della popolazione) alle prese con scarsità di cibo. L'insicurezza alimentare è aumentata nelle ultime cinque settimane. Un milione di cittadini si sfama solo grazie agli aiuti umanitari.
Si confida nelle potenzialità di ripresa dell'agricoltura messa in ginocchio dalla perdita di lavoratori, dalla scarsità di mezzi e di ricambi. Le regioni più colpite sono quelle vocate ai cereali, danni anche agli allevamenti e alle attività di pesca.
Al momento del terremoto la raccolta delle colture secondarie di riso e mais per il 2024/25, che rappresentano circa il 15% della produzione annua, era appena iniziata e le operazioni sono state interrotte. Il sisma ha colpito le colture in corso, in particolare ortaggi e sesamo, e ha provocato gravi perdite di riso e mais. Per fortuna la coltura principale di riso del 2024, che rappresenta circa l'80% della produzione annua, era già stata raccolta prima del terremoto.
La semina del riso e del mais per la stagione principale del 2025 avviene normalmente tra maggio e agosto. **Molti agricoltori hanno perso mezzi di produzione agricoli essenziali, come sementi, fertilizzanti e macchinari** e ciò potrebbe comportare una contrazione della superficie seminata e un impatto negativo sullo sviluppo delle piantine.

EUROPA

Meno export per l'olio d'oliva Ue, gli Usa primo mercato

di Viviana Bardella *

Le esportazioni di olio di oliva dell'Unione Europea verso Paesi terzi segnano un –5,7% rispetto allo stesso periodo del 2024. Gli Usa restano il Primo Paese di destinazione con 73.395 tonnellate (-4,8%), seguiti dal Regno Unito con 19.172 tonn. (-5,4%)) e Brasile con 17.010 tonn. (-28,4%).

Tra i Paesi in controtendenza troviamo l'Australia (9.524 tonn., + 95,2%); Canada (8.307 tonn., +12,8%); Giappone (7.896 tonn.; + 4,2%) e Cina (4.606 tonn., + 35,8%).

Per quanto riguarda le importazioni, tra ottobre 2024 e gennaio 2025 nell'Unione Europea sono entrate 56.914 tonnellate: -2,7% rispetto ai primi quattro mesi della campagna precedente, di cui: 39.425 dalla Tunisia (a fronte delle 30.838 tonn. importate nello stesso periodo dell'anno scorso); 9.416 dalla Turchia (+ 28,4%); 2.232 tonn. dall'Argentina (-56,5%); 1.139 tonn. dal Cile (-49,1%); 1.056 tonn. dal Marocco (-41,4%); 908 tonn. dalla Siria (-81,5%) e 217 tonn. dal Perù (-77,6%).

* Coordinatrice della Consulta mediatori merceologici di FIMAA Italia

ITALIA

Non perdetevi il Cemi, dal 9 maggio a Milano

di Stefano Pezzoni *

Il 9 maggio, presso l'ex Palazzo del Ghiaccio in via Piranesi 14 a Milano, si terrà la 6ª edizione del **CEMI – Commodities Exchange Milano**. Un evento imperdibile per tutti gli operatori del settore delle materie prime, cereali, oli e farine.

La giornata sarà dedicata agli incontri tra professionisti provenienti da tutta Italia e, soprattutto, dall'estero. **Nel corso degli anni, il CEMI si è affermato come la manifestazione più prestigiosa a livello nazionale, sia per l'alto numero di partecipanti che per la qualità degli interventi e delle occasioni di networking**.

Anche noi della **Consulta Merceologica FIMAA** abbiamo partecipato in passato con uno stand, conservandone un ricordo indelebile. È stato un momento prezioso per incontrare i tantissimi mediatori presenti, ma anche un vero e proprio trampolino di lancio per le successive attività che la Consulta ha sviluppato sul territorio.

Le Borse, le Fiere e i Mercati rappresentano da sempre i luoghi centrali per l'attività del mediatore: è lì che si creano relazioni, si colgono opportunità e si costruisce il successo professionale. Il CEMI, nel settore cerealicolo, è senza dubbio uno di questi appuntamenti chiave.

Anche quest'anno, invitiamo tutti i colleghi a partecipare numerosi. Sarà possibile incontrare alcuni componenti della Consulta Merceologica e registrarsi direttamente all'ingresso della manifestazione.

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

Un segno più sulle Borse cerealicole e riprenderanno i mercati

di Simone Ruffato *

Sapere quando è il momento giusto di comprare è l'arte sopraffina di ogni produttore, commerciante, investitore. Spesso si consiglia di acquistare quando i prezzi sono bassi rispetto ai valori storici, puntando a investimenti a lungo termine.

Le materie prime tendono a seguire cicli di domanda e offerta. È utile quindi monitorare i segnali di mercato, come i report sulle scorte, le tendenze di produzione e consumo, le previsioni economiche. Alcuni preferiscono acquistare durante tendenze ribassiste o periodi di volatilità elevata, in attesa di un eventuale riprezzamento futuro.

Per molte commodities è spesso vantaggioso acquistarle prima della stagione di raccolta, quando i prezzi tendono ad essere più bassi, oppure subito dopo la raccolta, quando l'offerta aumenta e i prezzi possono abbassarsi temporaneamente.

Eppure, anche considerando tutto questo il mercato non si muove, come in questo periodo. **Si chiama fattore psicologico, forse il più importante di tutti per comprendere il commercio**.

Il mercato, prima ancora che di numeri, analisi e statistiche, è fatto di umori, pancia, esperienza. Ed è il motivo per cui, giusto o sbagliato che sia, nove volte su dieci si acquista quando il mercato sale (e si vende quando il mercato scende). Sembra una banalità, ma è sempre andata così. E con il senno di poi, a ragion veduta per i compratori di quest'anno.

Per cui, facciamocene una ragione: si riprenderà a fare affari ai primi segnali positivi delle borse merci.

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

Macfrut mette in vetrina il meglio dell'ortofrutta italiana

di Ervin Mosca *

Si è aperta a Rimini (martedì 6 maggio) l'edizione numero 42 del salone Macfrut dedicato al settore ortofrutta. **Confluiscono nella città romagnola operatori da tutto il mondo per esporre le novità e discutere delle problematiche comuni**. A corollario delle trattative business è previsto un ricco calendario di eventi dedicati all'ortofrutta come veicolo del benessere. Tra questi spicca "The Healthy Food Show Talk", una grande Arena che farà dialogare rappresentanti del mondo scientifico, grandi firme della cucina, imprese del settore, insieme a testimonial del mondo dello sport e dello spettacolo amati dal grande pubblico. Gli eventi termineranno con una degustazione a cura dei cuochi dell'Associazione CheftoChef. I testimonial del mangiare sano saranno ben 11: Manuela Arcuri, Valentina Vezzali, Matilde Brandi, Daniele Lupo, Valeria Marini, Justine Matera, Stella Menna, Mirko Casadei, Annalisa Minetti, Raimondo Todaro, Mercedes Henger.

Altri importanti appuntamenti all'interno del salone riminese saranno: "Pianeta Rosso" un nuovo format d'incontro degli attori della filiera del pomodoro, dalle ditte sementiere ai responsabili della distribuzione moderna; "The potato symposium" evento internazionale dedicato alla patata e alla sua filiera su temi tecnico-scientifici e sulle problematiche produttive e commerciali della patata destinata al consumo fresco e al trasformato. Tanta verdura al fuoco a Macfrut, dove anche la frutta sarà protagonista con le prime battute delle campagne commerciali di importanti referenze come ciliegie, albicocche, pesche, meloni e susine. Attesi visitatori da tutto il mondo, attirati dalla varietà delle proposte di una fiera primaverile che continua a rinnovarsi e che rimane tra le principali in Europa e nel bacino mediterraneo nonostante la concorrenza di Madrid e Berlino.
Nella serata di martedì 6 si è svolto un evento celebrativo per i 65 anni della cooperativa cesenate Apofruit, del quale daremo ampio spazio nel prossimo numero.

Nella 90esima Newsletter vi riferiremo anche di TuttoFood in corso a Milano

* Mediatore ortofrutticolo FIMAA Trento

Olio d'oliva/ La produzione sarà buona, incertezza sui prezzi
di Adriano Caramia *

Nella prima settimana di maggio due sono gli aspetti che con maggiore evidenza appaiono nel mercato degli oli di oliva: il lento ribasso delle qualità meno pregiate in Spagna (i vergini sono quotati intorno a 3,1 - 3,2 euro per chilo) e l'esordio delle fioriture nelle zone più in anticipo del mediterraneo.
Dalla Tunisia (dove si sono registrate e continuano a verificarsi copiose piogge su tutta l'area vocata alla produzione olivicola - Vedi articolo che segue) alla Spagna, dalla Grecia al Marocco, l'aspetto degli alberi è davvero molto promettente. **Questo, se da un lato fa ben sperare al momento sulle quantità e qualità attese, dall'altro induce a riflettere su possibili ed ulteriori flessioni di prezzo**.
E' vero che è troppo prematuro considerare la situazione attuale come proiezione sovrapponibile agli esiti finali della raccolta delle olive; tutto può succedere e gli accadimenti del passato (siccità estiva, attacchi di mosca, infezioni delle piante, eventi atmosferici contrari nei momenti di maggiore debolezza del frutto) hanno insegnato che promettenti fioriture si sono ridotte a raccolti appena sufficienti. Ma è pur certo che si

prospettano mercati meno condizionati dalla scarsità di merce nei magazzini, come invece si è verificato nell'ultimo biennio.
Però arrivare sino all'avvio della prossima stagione olearia sarà davvero complicato perché, con i consumi in lenta ma continua crescita, si rischia di arrivare con le scorte al lumicino nel momento di congiuntura delle campagne olearie, non escludendo riprese dei prezzi. Altissimo è il divario tra i prezzi degli oli extra vergini italiani (da 9 euro al chilo più iva in sù) e gli extra comunitari (la Grecia quota intorno a 4,3 - 4,50 franco partenza e lo stesso gli oli spagnoli). La Tunisia chiede per extra di discreta qualità intorno a 3,90 al chilo franco partenza). Ovvio che questo si traduca in forte concorrenza sui mercati internazionali per gli oli del Made in Italy.

* **Mediatore merceologico FIMAA**

Olio d'oliva / Reportage dalla Tunisia, cosa dicono i produttori

di Viviana Bardella *

Capita di decidere quasi all'improvviso di accompagnare un cliente in un breve tour in Tunisia e di avere così l'occasione di fare un consuntivo della campagna ormai terminata ed una previsione di quella che verrà, ascoltando notizie ed impressioni direttamente dagli esportatori che hanno il polso della situazione.
Comincio col dire che Tunisi mi ha accolta con un panorama insolitamente verde e con una pioggia battente, mentre nelle stesse ore in alcune zone del centro della Tunisia si stava scatenando il diluvio, cosa piuttosto insolita a fine aprile ai confini del Sahara. **Tanta abbondanza di acqua fa presagire un raccolto abbondante durante la prossima campagna, a meno che non capiti qualche imprevedibile stravolgimento climatico; c'è chi parla addirittura di 500.000 tonnellate o forse più: una produzione record per la piccola Tunisia**. E gli esportatori si fregano già le mani (a dire il vero ci sarebbe il rovescio della medaglia: produzione abbondante un pò ovunque significa tanta concorrenza e prezzi al ribasso. Ma a questo si penserà in seguito (v*edi articolo sopra della newsletter*).
Per quanto riguarda questo fine di campagna, si tira un pò ad indovinare perché non esistono dati precisi sulla produzione, ma si ipotizzano 300/310.000 tonnellate, con esportazioni per circa 170.000 tonnellate da ottobre 2024 ad aprile 2025; un consumo interno di circa 40.000 tonnellate e quindi ancora 100.000 tonnellate disponibili per l'esportazione. Che per la Tunisia non sono poche. Da qui l'estrema cautela con cui le aziende italiane prendono posizioni e pianificano gli acquisti: la politica quest'anno è "zero stock" e comprare solamente ciò che è strettamente necessario, nella convinzione che le quotazioni continuino a scendere anche nei prossimi mesi.

Vedremo. Ormai abbiamo imparato che nel mondo dell'olio di oliva non esistono certezze e che anche le previsioni che appaiono più scontate possono risultare completamente sbagliate.

*** Coordinatrice della Consulta mediatori merceologici di FIMAA Italia**

IL SUCCESSO

Il nostro ruolo. Guarda il video

IL SETTORE - FORMAGGI

Il buon momento dei biologici, la tendenza globale è in crescita

di Pier Giuseppe Romanini *

Negli ultimi anni, il consumo di formaggi biologici ha registrato una crescita sostenuta a livello mondiale. Questo fenomeno riflette una profonda trasformazione nei comportamenti alimentari dei consumatori, sempre più attenti alla salute, all'ambiente e alla qualità dei prodotti che acquistano. Se a livello globale il mercato dei formaggi bio si espande con un tasso di crescita impressionante, è in Europa che si trova il cuore pulsante di questa tendenza. Nel 2022, il mercato globale dei formaggi biologici è stato stimato intorno agli 8 miliardi di dollari, con previsioni che indicano un possibile raddoppio entro il 2033, raggiungendo i 16,9 miliardi di dollari. Si parla di un tasso di crescita annuale composto (CAGR) del 7,63%.

Questa espansione è trainata da diversi fattori:

- **salute e benessere, perché i consumatori preferiscono prodotti privi di pesticidi, ormoni e antibiotici, percepiti come più sicuri e naturali**;

- **sostenibilità ambientale, perché l'agricoltura biologica promuove pratiche rispettose del suolo e della biodiversità**;
- **dalle tendenze gastronomiche**.

Il ritorno a sapori autentici e prodotti artigianali spinge verso formaggi di alta qualità, spesso biologici e dalle certificazioni, perché i sistemi di etichettatura chiari e affidabili accrescono la fiducia dei consumatori.
Tuttavia, il settore deve affrontare sfide importanti: costi di produzione elevati, disponibilità limitata di latte biologico, e difficoltà logistiche in alcune regioni.
Oggi l'Europa è leader mondiale del formaggio biologico e rappresenta circa il 35% del consumo mondiale di formaggi biologici. Questo primato è il risultato di una combinazione di fattori: una lunga tradizione casearia, una forte cultura del cibo di qualità, e normative severe in materia di biologico.
La Francia è tra i leader europei, con una produzione di circa 340.000 tonnellate di formaggi bio nel 2022, in aumento del 15% rispetto all'anno precedente. Il consumatore francese, molto attento all'origine del cibo, trova nei formaggi bio un'alternativa sana e sostenibile. I prodotti sono ampiamente distribuiti, sia nei mercati locali che nelle grandi catene specializzate come Biocoop. **In Germania, il mercato biologico è il più grande d'Europa. Nel 2023, circa il 10% del formaggio venduto era certificato bio**. Il successo è legato alla forte presenza di catene come Alnatura e Denn's Biomarkt, che promuovono una vasta offerta di prodotti biologici accessibili.
L'Italia, patria di innumerevoli formaggi DOP, è in crescita ma ancora distante dai livelli di Francia e Germania. Solo il 5% della produzione casearia italiana è bio. Le sfide principali sono la frammentazione della filiera e i costi elevati di conversione. Tuttavia, realtà virtuose come Caseificio Bio Valsamoggia stanno aprendo la strada a una trasformazione del settore. Danimarca e Svezia mostrano un impegno esemplare verso il biologico. In Danimarca, ben il 13% del formaggio consumato è bio, grazie anche a politiche pubbliche favorevoli e al ruolo attivo delle mense scolastiche nel promuovere alimentazione sana e sostenibile.
La sfida per il futuro sarà rendere questi prodotti sempre più accessibili, mantenendo elevati standard di qualità.

* **Mediatore merceologico FIMAA e Vicepresidente FIMAA Parma**

Se ve li siete persi

PREZZI AL CONSUMO APRILE 2025

INDICE FAO PREZZI DEI PRODOTTI ALIMENTARI

Cosa abbiamo scritto nei precedenti numeri

FIMAA Commodities n. 88 | 16.04.2025

FIMAA Commodities n. 87 | 2.04.2025

FIMAACommodities n. 86 | 19.03.2025

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