Newsletter FIMAA Commodities n. 90 | 21 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 4 giugno 2025

Iscriviti alla newsletter

L'EDITORIALE

di Viviana Bardella *

Frutta e verdura costosa perchè non si guarda al territorio

Vogliamo aprire questa newsletter con un'opinione che ho condiviso con i colleghi della Consulta dei mediatori merceologici e che ha portato a diversi spunti di riflessione, in particolare da chi conosce da vicino le dinamiche dei mercati ortofrutticoli: a mio parere, in questi giorni frutta e verdura hanno raggiunto prezzi incredibilmente alti e non riesco a capire il perché. Condizioni climatiche avverse che hanno compromesso i nostri raccolti? Costi della logistica che impattano più che in passato? (Effettivamente, buona parte dell'offerta arriva dall'estero). Quanto pesa la speculazione?

La mia personale riflessione è che le nostre politiche nazionali dedichino sempre meno attenzione e risorse all'agricoltura a livello microeconomico. Perché **non basta imporre regole dall'alto (in particolare dalla Commissione Europea) se non si comprende la tipicità e la particolarità di ciascun territorio**, se non si decide una volta per tutte di abbandonare l'approccio demagogico e non si analizzano le eccellenze ma anche le criticità dell'Italia agricola, che sta perdendo poco a poco il suo patrimonio di risorse umane perché scoraggiate e disilluse.

* 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

Commodities deboli, dicono i ricercatori della Banca Mondiale

E' uno scenario di prezzi stabili, anche cedenti, quello delineato da Let's Talk Development. Il blog dei ricercatori della Banca Mondiale descrive materie prime in diminuzione nel 2025, per effetto del miglioramento delle forniture, dell'incertezza politica e del previsto rallentamento della crescita economica globale. Gli economisti prevedono che i prezzi dell'energia - determinanti finora per gran parte dell'attività economica - registreranno il calo più netto, con l'indice dei prezzi dell'energia della Banca Mondiale previsto in calo del 17% nel 2025 e di un ulteriore 6% nel 2026. In una parte del Rapporto si prevede che i prezzi agricoli diminuiranno gradualmente: dell'1% nel 2025 e del 3% nel 2026.

I prezzi delle materie prime alimentari sono diminuiti del 2% nel primo trimestre del 2025 e hanno continuato a diminuire ad aprile, sostenuti dalle condizioni meteorologiche favorevoli in Sud America e dalle persistenti preoccupazioni sulla domanda globale.

Si prevede che l'indice dei prezzi alimentari della Banca Mondiale diminuirà del 7% nel 2025 e diminuirà leggermente nel 2026, trainato dall'abbondante offerta di cereali e dall'allentamento delle restrizioni all'esportazione di riso dall'India. Al contrario, i prezzi delle bevande sono aumentati del 16% nel primo trimestre del 2025, trainati dai massimi storici di cacao e caffè dovuti alle perturbazioni meteorologiche. Si prevede che l'indice dei prezzi delle bevande aumenterà di quasi il 20% nel 2025, prima di scendere dell'11% nel 2026 con la ripresa della produzione.

EUROPA

I limiti ai pesticidi non sono uguali per tutti. Concorrenza sleale

di Viviana Bardella *

Prendo spunto da un articolo apparso sulla stampa spagnola che parla dell'allarme degli agricoltori catalani per l'introduzione sul mercato europeo di frutta e verdura provenienti da Paesi terzi sui quali vengono rilevati limiti di pesticidi superiori a quanto previsto dalle nostre normative europee.

E' un tema che abbiamo già trattato sulla nostra Newsletter: mentre da una parte le norme comunitarie si fanno via via più rigide per i nostri agricoltori, in alcune parti del resto del mondo c'è meno attenzione a questo tema. Noi importiamo con regolarità da questi Paesi prodotti a prezzi molto competitivi e ciò comporta un potenziale pericolo per la salute dei consumatori, oltre ad un chiaro esempio di concorrenza sleale.

Ciò che contestano gli agricoltori all'UE è una politica dei due pesi e delle due misure: massima severità in Europa e, al contrario, un

atteggiamento più permissivo nei confronti delle importazioni extracomunitarie.

Chiedono quindi che gli alti standard qualitativi richiesti per le produzioni europee siano pretesi anche per i prodotti in importazione, perché la forte riduzione dell'uso di pesticidi, come richiesto dall'UE, comporta un notevole sforzo anche in termini economici per i nostri coltivatori: maggiori costi che inevitabilmente si ripercuotono sui prezzi di frutta e verdura.

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

ITALIA

Gli eventi con i mediatori, dopo Cemi altro appuntamento il 27/5

di Stefano Pezzoni *

La Newsletter si propone come un ponte tra le notizie e i mercati di interesse per gli agenti d'affari in mediazione. L'obiettivo non è solo informare, ma anche trasformare le notizie attraverso il punto di vista e la sensibilità di un mediatore. In questo modo, la visione d'insieme si amplia, comprendendo contemporaneamente le prospettive di chi vende e di chi compra, creando un equilibrio che arricchisce la comprensione dei mercati.

Nel numero precedente della Newsletter, avevamo suggerito di partecipare al CEMI, l'evento organizzato dalle associazioni granarie di Milano, Torino e Bologna. Giunto alla sua sesta edizione, il CEMI ha superato ogni aspettativa, attirando più di mille aziende da tutta Europa.

Tra i partecipanti, numerosi mediatori che operano nel commercio di materie prime come cereali, semi oleosi e olii. L'atmosfera dell'evento si è distinta per la sua alta professionalità e per la qualità dei rapporti commerciali instaurati, offrendo un esempio di successo per il settore.

Se qualcuno dei lettori della Newsletter ha seguito il consiglio di partecipare, non avrà avuto sicuramente motivo di pentirsene.

Seguendo il successo del CEMI, la Newsletter segnala un nuovo appuntamento imperdibile. Il 27 maggio, a Milano, presso la sala contrattazioni dell'Associazione Granaria di Milano (via Lombroso 54, Palazzo Foody Center - sotto la locandina), si terrà un evento dedicato al mercato dell'olio di oliva. Sarà un'opportunità cruciale non solo per gli operatori del settore, ma anche per chiunque voglia approfondire la propria conoscenza di un prodotto così quotidiano e, allo stesso tempo, così complesso.

Durante l'evento, esperti del settore condivideranno le loro competenze su temi fondamentali come le dinamiche di mercato, i flussi di produzione e la qualità del prodotto. Sarà un'occasione per comprendere meglio un

bene che fa parte della nostra vita quotidiana, anche se si è solo consumatori.

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

Olio d'oliva, i fiori maggio anticipano una buona produzione
di Adriano Caramia *

E' un periodo di particolare attenzione per il settore degli oli di oliva in quanto, nel mese di maggio, si assiste allo sviluppo della fioritura. Ciò è il primo stadio nel quale le piante manifestano visivamente gli auspici della prossima raccolta. E' da sottolineare che poi occorrerà considerare l'allegagione (ossia la percentuale di trasformazione del frutto in fiore, che di solito è intorno al 2-3%) e lo sviluppo e maturazione dell'oliva: tutti processi critici, sempre soggetti ai fenomeni atmosferici e agli attacchi degli agenti patogeni.

Ma una ottima fioritura è una buona base di partenza per ben sperare. E quest'anno il quadro che si presenta induce ad un giustificato ottimismo (almeno per le quantità e le qualità).

In tutto il bacino mediterraneo gli alberi di ulivo si presentano in maniera splendida: una miriade di fiori li adorna. Le regioni del sud Italia (Calabria, Sicilia e Puglia) hanno tutte un forte carico, le regioni del centro e del nord, in maniera eterogenea, presentano un buon aspetto, anche in considerazione delle aree dove l'anno scorso c'è stata più produzione e che quest'anno hanno una minore dotazione.

Il Portogallo tenderà a ribadire le quantità dell'anno scorso, mentre la Spagna potrebbe arrivare quasi al doppio della produzione attuale; e sappiamo quanto importante possa essere questo dato, essendo il paese iberico il principale produttore al mondo con una quota che si attesta tra il 40% e il 60% dei quantitativi globali, secondo le annate.
La Grecia si presenta in maniera molto buona, mentre la Turchia non riuscirà a ripetere le performances dell'anno scorso, seppure la fioritura sia discreta in tutto il paese.
Il Marocco, dopo un biennio di raccolto scarso, ha ottime prospettive.
Insomma, un quadro al momento molto positivo per le quantità. Molto meno per i prezzi, che al momento e nella prospettiva futura risentono del peso della prevista abbondante disponibilità di merce.
In Tunisia si parla di possibile raccolto record sicuramente superiore alle 400mila tonnellate, i più ottimisti sperano di avvicinarsi alle 500mila (condizioni climatiche permettendo).
Si spera che, almeno, le quotazioni appetitose facciano da spinta vigorosa per i consumi e che si ristabilisca un efficace equilibrio nel gioco della domanda e dell'offerta.
Ma ricordiamo, ovviamente, che tutto deve sottostare al vaglio di una lunga estate ed inizio autunno, per cui ogni cosa può succedere.

* **Mediatore merceologico FIMAA**

Grano e orzo sembrano arrivati. E il mais?

di Simone Ruffato *

Manca circa un mese al nuovo raccolto del grano tenero in Italia, qualcosa di meno per l'orzo.
Nonostante le incertezze del momento, dovute in particolare alla politica estera americana e ai vari conflitti ancora in corso nel mondo, per questi due cereali vernini sembrano essere arrivate le cifre di acquisto che mettono d'accordo un po' tutti i compratori (zona Veneto euro 215 per il grano base partenza, euro 190 per l'orzo ps. 62).
Prezzi più bassi fino a 50,00 euro/ton rispetto al vecchio raccolto di due mesi fa, ma comunque più alti rispetto all'inizio campagna dello scorso anno.
Certo, il meteo può fare ancora grandi scherzi, con piogge abbondanti sotto trebbia che potrebbero compromettere la qualità e salubrità del prodotto. Ma è un'incognita che vi è ogni anno, fa parte del gioco dell'agricoltura e ogni professionista sa barcamenarsi dentro le incertezze del mestiere.
Tutti d'accordo dunque. Ed il mais?

I prezzi della nuova campagna oscillano intorno ai 215/225 euro/ton partenza porto (le differenze sono date dal porto di partenza, dal periodo e dalle fluttuazioni euro/dollaro). Prezzi molto buoni rispetto ai primi futures.

Tuttavia, in questo momento i nuovi raccolti dei tre principali prodotti agricoli e drivers del mercato – ovvero grano, semi di soia e mais – sono dati per abbondanti pressoché in ogni angolo del pianeta (in primis America del Sud, America del Nord, Russia, Ucraina ed Europa).

Certo, le semine del mais nell'emisfero boreale sono appena partite, per cui stilare il vincitore al primo chilometro di gara è sempre rischioso. Con condizioni di partenza così ottimali, è facile immaginarsi un weather market assai feroce nei prossimi mesi.

Eppure, i vecchi saggi non possono non paragonare il prezzo del nuovo raccolto mais con il prezzo del nuovo raccolto grano. La dottrina vorrebbe un mais sotto di almeno 10 euro rispetto al prezzo del grano.

Oggi i due nuovi raccolti viaggiano in parallelo. Tradotto: il mais potrebbe perdere altri 10 euro/ton secondo questa filosofia. Ne siamo così sicuri? A giudicare dal prezzo di acquisto del mais verde, nuova campagna dei mesi scorsi, per molti agricoltori/raccoglitori sarebbe un grande fallimento avere il mais secco a 205 partenza.

Staremo a vedere. Nel frattempo, meglio procedere adagio, con casco ben allacciato e luci accese anche di giorno.

* Mediatore merceologico FIMAA in cereali e semi leguminosi

Brusca frenata delle vendite del prosciutto Dop in Italia

di Maria Elettra Triani *

Secondo i dati Assica nel periodo 2022-2024 le vendite in Italia di prosciutto stagionato DOP hanno registrato un calo in volume del 6%. Il vero e proprio boom del periodo Covid e post Covid trainato dalle confezioni di preaffettato da acquistare in banco frigo resta un lontano ricordo. Lo scenario odierno è di una flessione dei consumi, penalizzati dal rincaro dei prezzi.

Il prosciutto crudo DOP, in particolare quello venduto a prezzo e peso imposto in confezione, ha perso in volume l'8% delle vendite. Le esportazioni registrano un trend ancora positivo, ma, non va dimenticato che le vendite all'estero rappresentano ancora solo il 20% circa del fatturato dei prosciutti Dop italiani.

Il settore trainante resta, in gran parte, il mercato nazionale. Anche la distribuzione tradizionale nel banco salumeria che da sempre è stata il caposaldo dei prosciutti Dop e Igp (basti pensare che il Parma vi realizza il 90% delle vendite) soffre; infatti il 72% di chi acquista prosciutto crudo al

taglio compra quello nazionale, contro il 56% che sceglie il Parma e il 46% che va sul S.Daniele. Poi ci sono anche 3,8 milioni di famiglie che si dividono tra il Modena Dop e il Veneto Dop. (Dati rilevazione ASSICA) C'è poi da rilevare un altro fattore e cioè che i consumatori sono tornati a preferire il prodotto al taglio perché più conveniente di quello in vaschetta che ha sentito maggiormente la spinta inflazionistica, con un aumento del prezzo medio del 7% nell'ultimo anno. Il preaffettato è diventato molto più costoso perché i costi di materia prima e lavorazione sono cresciuti e le promozioni sul Dop sono diminuite.

Ancora una volta è il prezzo a creare oggi le maggiori criticità, ma anche la sensazione, da parte del consumatore finale, che gli aumenti non giustifichino una qualità veramente superiore rispetto ad altri prosciutti non sostenuti dai controlli di filiera. Infatti, paradossalmente, nel panorama di crisi che investe il prosciutto di Parma e S.Daniele, vanno in controcorrente il Carpegna Dop ma soprattutto il Norcia Igp considerati crudi "minori" ma che chiudono con una crescita sia in valore che in volumi; il Norcia in tre anni ha aumentato la produzione di oltre l'8% arrivando a più di 450000 pezzi annui.

E' auspicabile da parte del Consorzio del Prosciutto di Parma un intervento di largo respiro che vada dalla pubblicità su ampia scala, alle promozioni verso la GDO che dal periodo post Covid sono state completamente sospese; infatti molti erano fermamente convinti che il calo continuo della produzione sarebbe bastato per far decollare il prezzo ma oggi è chiaro che non è così; un prodotto che entra in crisi va spinto, in modo da evitare che che la concorrenza di altri prodotti di salumeria presenti sul mercato prendano il suo posto.

*** Mediatore merceologico FIMAA Parma**

Apofruit raggiunge la maturità. Da 65 anni faro della produzione di Ervin Mosca *

Ben 2.750 soci, 1,5 milioni di quintali di potenziale produttivo, 9.500 ettari coltivati, 245 milioni di euro di valore medio della produzione, 2.000 lavoratori stagionali e 250 dipendenti fissi, per un patrimonio netto di 107 milioni di euro. Numeri importanti, come le linee guida che si riassumono in: cooperazione, radicamento territoriale, innovazione e capitale umano.

La splendida festa per i 65 anni di Apofruit Italia, tenutasi al Frontemare di Rimini il 6 maggio, è stata l'occasione per radunare 300 invitati selezionati tra fornitori, clienti ed addetti della grande cooperativa cesenate, giunta in splendida forma all'appuntamento della maturità. Nata nel 1960 come C.O.F. si è poi sviluppata nei decenni fino a diventare una delle principali realtà cooperative italiane, con 12 stabilimenti dislocati lungo tutto lo

Stivale. E il Presidente Mirco Zanotti ha orgogliosamente snocciolato i numeri di Apofruit.

Non solo. **Zanotti ha sottolineato come in Apofruit il ricambio generazionale sia positivamente in corso e con dati migliori rispetto alla media nazionale dei giovani soci under 40**. Il Direttore, Ernesto Fornari, ha focalizzato l'attenzione sul processo di innovazione tecnologica necessario allo sviluppo, con macchinari di nuova concezione e un costante aggiornamento delle risorse umane, uniti a valori fondamentali come la parità di genere, la prevenzione degli infortuni e il rinnovo dei contratti di lavoro per rendere la cooperativa un luogo dove la professionalità sia centrale.

Fornari ha poi illustrato come Apofruit sia riconosciuta nel mondo per la qualità dei suoi prodotti ortofrutticoli, con i marchi Solarelli e Almaverde Bio, molto apprezzati dai consumatori. La serata è proseguita con l'intervento del professor Giuliano Noci, docente di Ingegneria Economico-Gestionale al Politecnico di Milano che ha sottolineato il percorso virtuoso dell'aggregazione per arrivare a volumi interessanti, mantenendo la qualità imprescindibile del prodotto made in Italy, riconosciuta a livello globale. Una giornata iniziata con il taglio del nastro presso lo stand Apofruit a Macfrut da parte del Ministro Francesco Lollobrigida e conclusa con il taglio della squisita torta celebrativa e l'augurio di altri 65 anni di cooperazione e sviluppo. Non sono mancate anche le risate garantite dal noto duo comico "Ale e Franz" con la loro mitica panchina, osservatorio ironico e disarmante sulla realtà sociale italiana.

*** Mediatore ortofrutticolo FIMAA Trento**

Ad Expoliva non c'è solo l'effetto Trump. Tanti i nuovi progetti di Viviana Bardella *

Dal 14 al 17 maggio si è tenuta a Jaen, nel cuore dell'Andalusia e della produzione di olio di oliva spagnola, la XXII edizione di Expoliva, la Fiera Internazionale dell'olio d'oliva e dell'industria ad esso correlato.

È un importante evento a cadenza biennale che riunisce operatori di tutto il mondo e che fornisce un'importante occasione di confronto e di approccio alle novità del settore.

Il clou della manifestazione è stato senz'altro la tradizionale "Mesa del Aceite" (letteralmente "Tavola dell'Olio"), durante la quale operatori provenienti da tutti i Paesi produttori sono soliti trascorrere un pomeriggio insieme per discutere sul tema. Quest'anno, in particolare, oltre ad analizzare i dati sulla produzione e sulle esportazioni 2024/25, l'attenzione si è focalizzata sull'incertezza generata sul mercato dall'amministrazione Trump.

Negli spazi espositivi, le grandi aziende produttrici di mezzi agricoli hanno presentato l'ultima generazione di trattori, dando ampio risalto ai mezzi specializzati per l'olivicoltura.

È stato poi illustrato il progetto Alperujo H2, che consentirà di produrre idrogeno verde, metanolo verde e bioetanolo partendo da residui della lavorazione delle olive, progetto che vedrà la luce verosimilmente nel 2027. **Non ultimo, uno studio che ha analizzato come sia possibile ottenere polimeri per la realizzazione di materiali di imballaggio partendo dai residui della potatura degli ulivi**.

Merita una menzione anche un progetto che riguarda la digitalizzazione del settore oleicolo, con particolare riguardo ai problemi legati alla tracciabilità, alla cybersecurity e all'applicazione (non così banale) del diritto applicato al mondo digitale.

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

Le fiere sono incontri di operatori. I numeri di TuttoFood e Macfrut

I grandi numeri di TuttoFood e Macfrut (Milano e Rimini) dicono molto dell'importanza dell'incontro fisico tra gli operatori dell'intera filiera. **La stretta di mano, la partecipazione a un evento di dibattito o anche un semplice incontro negli stand non sono per il momento sostituibili. Ci si presenta tutti per favorire i possibili affari**. Laddove è previsto, anche un pubblico di visitatori interessati aiuta l'evento e la promozione delle merci.

In quattro giorni TuttoFood ha raccolto 95mila presenze, con circa 3mila top buyers e 7mila rappresentanti di catene distributive. Il 25% degli operatori non era italiano. L'accordo tra le Fiere di Milano e Parma alternerà Cibus e l'appuntamento milanese, senza sovrapposizioni.

Successo anche di Macfrut, nella tre giorni riminese i visitatori sono stati 61mila per incontrare i 1.400 espositori (40% dall'estero), i buyers erano 1500. Il presidente Renzo Piraccini ha annunciato che l'edizione 2026 si terrà dal 21 al 23 aprile.

IL SUCCESSO

Il nostro ruolo. Guarda il video

IL SETTORE - VINI

Dall’export segnali positivi. Ma anche cautela

di Federico Repetto *

Ad aprile 2025, l'export del vino italiano ha registrato una crescita significativa, raggiungendo 2,5 miliardi di euro nel primo quadrimestre, con un aumento del 7% a valore e del 5,8% a volume rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente.

Tuttavia, permangono preoccupazioni legate a disallineamenti nei dati di importazione, in particolare in Germania, dove le importazioni di vino italiano sono diminuite del 12%, nonostante un aumento dello 0,4% nell'export verso il paese.

In risposta alle sfide nei mercati tradizionali, vedi i dazi statunitensi, le aziende vinicole italiane stanno esplorando nuovi sbocchi. Paesi come Polonia (+26%), Repubblica Ceca (+47%), Romania (+22%), Messico (+3%) ed Ecuador (+56%) hanno mostrato una crescente domanda di vini italiani.

Inoltre, mercati emergenti come la Cina, il Giappone e la Corea del Sud stanno registrando un aumento dell'interesse per i vini italiani, in particolare quelli biologici e biodinamici.

Le previsioni indicano una crescita media annua dell'export vinicolo italiano del 2,9% nei prossimi tre anni, superando gli 8,5 miliardi di euro entro il 2026. Mercati come gli Stati Uniti, il Regno Unito e il Canada continueranno a essere fondamentali, mentre si prevede un'espansione significativa in paesi asiatici come il Giappone e la Cina

Bulk wine

Ad aprile il mercato del vino sfuso è stato abbastanza calmo con trattative

costanti ma senza grandi avvenimenti sul mercato. Si lavora principalmente al completamento dei contratti fatti in vendemmia con prodotti come Prosecco, Pinot Grigio. Buona la performance delle due denominazioni che confermano il trend positivo di vendite e certificazioni.
Le quotazioni restano costanti, Prosecco 1,80 – 1,05 e Pinot Grigio doc Delle Venezie a 1,15 €/lt. La disponibilità del Pinot Grigio, paragonata agli anni precedenti, sembra inferiore. Dati di vendite del prosecco nel mese di aprile restano positivi, circa +4% così come anche il Pinot Grigio DOC.
MCR mantiene quotazione costante di 2,26 – 2,28 €/kg per prodotto italiano ma la richiesta, per consegna in vendemmia, sta scendendo rispetto ai mesi precedenti. Quotazioni dei mosti muti, così come anche dei vini generici, in continuità con i mesi precedenti.

Scorte

Al 30 aprile 2025 negli stabilimenti enologici italiani sono presenti 49,7 milioni di ettolitri di vino, 3,5 milioni di ettolitri di mosti e 116.749 ettolitri di vino nuovo ancora in fermentazione (VNAIF). Rispetto al 30 aprile 2024, si osserva un valore delle giacenze inferiore per i vini (-0,5%) e per i mosti (-14,1%) e superiori per i VNAIF (+82,9%). Rispetto al 31 marzo 2025 il dato delle giacenze è inferiore per i vini (-5,9%), per i mosti (-13,5%) e per i VNAIF (-23,5%).
Rinnovo la particolare attenzione che va data alla situazione dei mosti, in confronto alle scorte fine Aprile 2024 abbiamo un -14,1% disponibilità di prodotto. La maggior parte dei 3,5 milioni di ettolitri di mosti italiani è detenuta nelle regioni del nord (58,6%) e del sud (32,4%) Italia. Due regioni detengono il 54,3% dei mosti, la Puglia (30,2) e l'Emilia-Romagna (24,1%).

* **Mediatore merceologico Med&A**

MOSTI	30/04/2025	30/04/2024	2025 vs 2024
Mosto concentrato	52.192	75.758	-31,1%
MCR	150.617	229.510	-34,4%
Altri mosti	3.283.504	3.751.885	-12,5%
ITALIA	*3.486.313*	*4.057.152*	*-14,1%*

Se ve li siete persi

NEL 2024 NUOVO RECORD EXPORT DISTRETTI AGROALIMENTARI ITALIANI

IL COST PASS-THROUGH NEI PANNELLI DI LEGNO

Cosa abbiamo scritto nei precedenti numeri

FIMAACommodities n. 89 | 7.05.2025

FIMAA Commodities n. 88 | 16.04.2025

FIMAA Commodities n. 87 | 2.04.2025

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