Newsletter FIMAA Commodities n. 99 | 03 dicembre 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 17 dicembre 2025

Iscriviti alla newsletter

L'EDITORIALE

di Ervin Mosca*

FoodAG in Pakistan - Bene ma la mediazione non è "click and sell"

L' evoluzione delle metodologie che regolano gli scambi commerciali è soggetta ad una rapidità che negli ultimi anni si può definire esponenziale, con risvolti che possono apparire paradossali quando tale velocità si scontra con i colli di bottiglia rappresentati dalla fisicità delle merci, dagli step della logistica a lungo raggio e dalla giungla documentale.

Partecipando ad una fiera del settore agroalimentare in un paese emergente come FoodAG 2025 in Pakistan (vedi anche l'articolo del collega Stefano Pezzoni) sono emersi numerosi spunti da analizzare nelle prossime settimane, che da un lato porterebbero a ritenere i paesi indo-asiatici come nuovi partner commerciali per una vasta gamma di prodotti, ma la realtà della situazione consiglia prudenza nell'elaborazione di nuovi programmi di acquisto o fornitura.

La ribalta fieristica tende sempre a dare un'immagine patinata dei vari settori, giustamente in vetrina si mette la merce migliore, ma l'esperienza insegna che tutti gli aspetti della filiera vanno pesanti con attenzione con l'obiettivo di costruire rapporti stabili e duraturi. **Complice anche la riscontrata giovane età degli addetti alle relazioni internazionali assistiamo a una metodologia di lavoro che ricalca il modello "click and sell" in puro stile e-commerce, che considera un europeo appena incontrato come immediato compratore**. Sedendosi al tavolo e

approfondendo gli aspetti legati a residui, certificazioni, tempi di consegna e documentazioni allegate, la musica è cambiata radicalmente e abbiamo potuto notare una rapida presa di coscienza che il lavoro preparatorio non può essere saltato con un click.

In fiera abbiamo avuto modo di incontrare varie tipologie di aziende, dai grandi esportatori affermati del settore cerealicolo fino alle piccole imprese tradizionali a conduzione familiare desiderose di nuovi contatti all'estero. Quest'ultime, obiettivamente non tutte pronte per il grande passo del trade intercontinentale, saranno in futuro sicuramente più strutturate se riusciranno a dotarsi degli strumenti necessari ed in questo saranno di grande aiuto i numerosi programmi di sviluppo portati avanti dal governo pakistano con TDAP e anche dall'UE con GRASP. La frammentazione produttiva, riscontrata soprattutto nel settore ortofrutticolo locale, potrebbe essere un limite alle possibilità di forniture continuative, mentre la bassa capacità di spesa della maggioranza della popolazione e la logistica interna complicata rappresentano un ostacolo alle importazioni.

Il futuro di molti paesi emergenti, in piena spinta demografica, dipenderà dalle scelte più o meno lungimiranti dei governi e su questo aspetto il ministero del commercio pakistano ha dato un incoraggiante e tangibile prova di attenzione al settore.

* Mediatore ortofrutticolo Fimaa Trento

CHI È UN MEDIATORE MERCEOLOGICO E COME OPERA NEL MERCATO

Guarda i video

VUOI DIVENTARE UN MEDIATORE MERCEOLOGICO?

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

MONDO

Le stime 2026 degli analisti Bofa su olio e farina di soia e grano

Gli analisti di settore di Bank of America (Bofa) si sono espressi sull'andamento 2026 dell'olio di soia , grano e farina di soia. Sono convinti che le condizioni di domanda e offerta, in un contesto di forti tensioni geopolitiche, determineranno andamenti divergenti. Il rapporto - diffuso nei giorni scorsi - conferma la previsione di una robusta domanda di olio di soia spinta dal suo crescente ruolo nei biocarburanti. Ciò fornisce un sostegno strutturale ai prezzi, distinguendolo dalle materie prime agricole più tradizionali. Viceversa il prossimo anno potrebbe essere difficile per il grano e la farina di soia penalizzati da un'abbondanza di offerta, quindi concorrenza accesa e prezzi calanti. **Il tutto in una tensione, ma anche confusione, geopolitica dove i rapporti commerciali tra le grandi potenze non sono definibili**.
L'olio di soia ne resta fuori per l'interconnessione tra produzione agricola e

politiche per le energie rinnovabili. Sono prevedibili - secondo gli analisti - decisioni di semina e strategie di investimento a lungo termine, favorendo colture con forti applicazioni industriali.

EUROPA

Dazi sì, dazi no. La Spagna chiede agli Usa l'esenzione per l'olio

di Viviana Bardella*

La questione dazi USA tiene ancora banco sui mercati internazionali e c'è chi non si dà ancora per vinto: **è il caso della Spagna che, attraverso il proprio ministro dell'Economia, Commercio e Impresa a Carlos Cuerpo, chiede a gran voce agli Stati Uniti di ampliare la lista dei prodotti esenti da dazio inserendo l'olio di oliva**.

Secondo Cuerpo l'abolizione del dazio per l'olio di oliva non rappresenterebbe un vantaggio solo per i produttori spagnoli e in generale europei, ma anche per i consumatori americani; solo il 25% del consumo USA si produce localmente, mentre per il restante 98% l'America ricorre all'importazione: perché quindi ostacolare l'entrata di un prodotto che il consumatore americano dimostra di apprezzare ma che oggettivamente non può trovare sul territorio nazionale?

Analoga richiesta arriva dallo Stato tunisino, che addirittura si è visto applicare un dazio del 25%: un balzello particolarmente oneroso per un Paese che già si trova ad affrontare diverse criticità sul piano economico e politico

*Coordinatrice Consulta merceologici Fimaa

ITALIA

Al terzo FoodAg (Pakistan) abbiamo visto un forte esportatore

di Stefano Pezzoni *

Quando un Paese ha necessità di trovare una collocazione stabile e nuovi appoggi internazionali per far conoscere le proprie risorse e i propri prodotti da esportare, la prima cosa è quella di creare una vetrina, una fiera internazionale ed invitare stockholder di tutto il mondo ha partecipare e a diffondere tramite i canali media e social le impressioni ricevute da tale evento.

I mediatori merceologici Fimaa hanno avuto questa opportunità (come spiega il collega Ervin Mosca nell'editoriale).

La fiera a Karachi (Pakistan), giunta alla terza edizione, era organizzata in sei padiglioni: dalla frutta al riso, dai prodotti bakeries all'olio.

Si è trovato probabilmente tutto ciò che il Pakistan può produrre ed esportare. Una notevole quantità di prodotti con un'attenzione alla qualità che non sospettavo già così in larga scala.

Ovviamente come operatore del settore riso è stato un piacere girare per due padiglioni ad esso dedicati con tantissime aziende produttrici ed esportatori; il Pakistan insieme all'india a alla Thailandia è uno dei massimi esportatori di riso del mondo.
Il riso basmati che probabilmente tutti hanno mangiato si produce in questa regione tra India e Pakistan.
In tutta franchezza devo dire che ho riscontrato un'elevata capacità di produzione di qualità e **se non si troveranno meccanismi di collaborazione tra UE e Pakistan, alla luce delle quotazioni odierne sarà difficile per risicoltura europea poter gareggiare quella di questo paese**; se poi sommiamo le capacità di India, Pakistan, Myanmar, Vietnam, Cambogia, solo per citare la parte asiatica del mondo, non avremmo scampo.
Occorre avere vedute a lungo raggio e grande capacità diplomatica e intessere quante più relazioni possibili affinché si possa sopravvivere in un mercato sempre più globale, non dimenticandosi mai che con un seme si fa una pianta, la pianta produce frutti, una parte dei quali resta nel giardino e una parte viene consumata in un altro giardino ove più nessuno pianterà un seme visto che il frutto costerà meno del seme da piantare.

Un'esperienza da raccontare

Tanti anni fa un progetto italiano si dedicò a trasferire piante e tecnologia per sviluppare il settore dell'olio di oliva in Pakistan paese che non aveva nessuna storia alle spalle una sorta di esperimento sia sociale che economico che coinvolgeva tecnici agronomi insegnanti e i territori oggi di quell'esperimento derivano 5000 ettari di terreni investiti olivo che sono prossimi a produrre olio con le caratteristiche mediterranee pronte per essere commercializzate il mondo è grande e sembra che ci sia posto per tutti ma ne siamo proprio certi?

*Mediatore merceologico Fimaa

Decreto salumi 2025, finalmente il testo definitivo

di Maria Elettra Triani *

Dopo nove mesi dal decreto 26 maggio 2016 si è concluso il complesso iter del " DECRETO SALUMI" con la pubblicazione sulla Gazzetta Ufficiale il 23 agosto 2025. Il decreto interministeriale stabilisce le nuove regole per la produzione e vendita di alcuni salumi tra cui prosciutto cotto, bresaola , speck e prosciutto crudo non tutelati dalla DOP o IGP.
Infatti l'ambito oggettivo di applicazione del decreto è limitato alle produzioni di salumeria non appartenenti ai regimi di qualità DOP e IGP, i quali seguono i controlli relativi al proprio disciplinare. **Merita di essere menzionata la nuova disciplina introdotta riguardo agli ingredienti**

facoltativi ex art. 2 del nuovo decreto: tale disposizione conferma la possibilità di impiego di tutti i prodotti già in precedenza consentiti (quali vino ,inclusi i vini liquorosi e aromatizzati; zucchero, destrosio ,fruttosio, lattosio, maltodestrine, proteine del latte, della soia, amidi, fecole e spezie).

Il decreto ammette poi ulteriori seguenti ingredienti: brandy e altri alcolici, birra, aceto(anche balsamico),piante aromatiche, gelatina, additivi consentiti, miele, tartufo, formaggio, frutta(anche a guscio), pesto, nduja, verdure fresche o congelate o disidratate. Per esempio, nell'ambito del prosciutto cotto, viene ora accordata agli OSA (Operatori settore alimentare) la facoltà di non utilizzare il nitrito, assumendosene la responsabilità ,e sempre che gli stessi siano in grado di dimostrare con soddisfazione all 'autorità sanitaria competente che le procedure utilizzate garantiscano il rispetto dei criteri microbiologici di igiene del processo produttivo e sicurezza del prodotto alimentare.

L'ultima novità riguarda la DENOMINAZIONE DI VENDITA di prosciutto crudo stagionato: ai sensi del D.I.8/08/2025 art.11 possono essere identificati e definiti tali solo i prodotti di carne stagionati, NON AFFUMICATI, ottenuti da cosce suine mediante tecnica tradizionale, basata sulla salagione a secco e sulla stagionatura a temperatura controllata. Vengono poi ridefiniti i parametri che caratterizzano il prosciutto crudo stagionato: 1) Umidità (valore inferiore al 64%) 2) Indice di Proteolisi (il cui valore deve essere genericamente inferiore al 30% eliminando la soglia minima del 22%. 3) Le Proteine (che possono essere quantificate in qualunque misura superiore al 24%).

* **Mediatore merceologico carni suine e salumi FIMAA Parma**

Produttori UE: ortofrutta, no all'import a dazio zero dal Marocco

di Viviana Bardella *

Le diverse organizzazioni europee che rappresentano i produttori di ortofrutta sono sul piede di guerra dopo la proposta della Commissione Europea di rivedere l'accordo UE-Marocco prevedendo un ampliamento dei dazi preferenziali per i prodotti in arrivo dal Sahara occidentale e la possibilità di applicare etichette di origine che indichino nomi di regioni piuttosto che la denominazione "Sahara Occidentale", nonostante una sentenza che sancisce la necessità di tale indicazione per evitare che si occulti l'origine del prodotto.

I produttori intravedono diversi rischi potenziali nella nuova proposta: a parte la mancanza di trasparenza delle etichette che genererebbe una perdita di fiducia da parte del consumatore , questo accordo esporrebbe l'Europa ad una concorrenza sleale da parte di un Paese dove non

vengono rispettati gli standard sociali e ambientali garantiti in Europa.
Inoltre, un forte aumento dell'importazione di ortofrutta dal Marocco metterebbe in crisi il sistema produttivo europeo e, tra l'altro, il controllo della merce in uscita dal Paese verrebbe affidato alle autorità marocchine, di fatto esautorando l'UE dal suo ruolo di supervisor, con qualche dubbio sull'osservanza degli standard europei di qualità.
Ultimo ma non ultimo, nonostante le innumerevoli pressioni da parte degli operatori del settore per l'introduzione di un meccanismo di salvaguardia, la Commissione ad oggi non si è ancora pronunciata in proposito, rendendo il settore ortofrutticolo europeo particolarmente vulnerabile di fronte all'instabilità del mercato e ad una concorrenza che reputano iniqua.

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

Un 2025 a due facce. Il latte da stalla affronta la sfida del 2026
di Giovanni Zuanon*

Nel 2025 il mercato del latte alla stalla destinato alla trasformazione casearia ha registrato in Italia ed in Europa prezzi eccezionalmente elevati. Anche il latte spot scambiato settimanalmente ha mantenuto quotazioni superiori alla media storica, in continuità con i segnali già emersi nella seconda metà del 2024 come rilevato dalle commissioni camerali della Borsa Merci di Milano e Verona.
Tra i fattori principali spiccano le ottime performance all'export di Grana Padano e Parmigiano Reggiano, che assorbono oltre il 40% della produzione nazionale e hanno sostenuto il prezzo riconosciuto agli allevatori. Questo rialzo ha però complicato la situazione di settori più dipendenti dal mercato interno, come mozzarella, formaggi freschi e latte alimentare, penalizzati da un consumo interno rallentato e da un'inflazione alimentare 2021-2025 stimata oggi vicina al 28%.
Anche in Europa la forte domanda mondiale, soprattutto asiatica, di formaggi, polveri di latte e burro ha spinto i prezzi ai massimi tra fine 2024 e settembre 2025.
Tuttavia, da fine agosto 2025 si è verificata un'improvvisa inversione di tendenza: la disponibilità di latte è aumentata in modo anomalo per la stagione, complice l'aumento produttivo incentivato dai prezzi elevati e il calo delle macellazioni di bovini da latte. Germania e Francia registrano incrementi produttivi sulle settimane correnti rispetto alle stesse del 2024, rispettivamente del 7,5% e 5,3% (Fonte ZMP Borsa di Kempten del 26/11/2025).
In Italia la forte produzione di Grana Padano, ha costretto molti caseifici a vendere latte sfuso, per rimanere all'interno della "quota" produttiva

annua, aumentando ulteriormente l'offerta di materia prima disponibile sul mercato.
Ne è derivato un crollo delle quotazioni del latte spot, diminuite di circa il 40% in tre mesi, con effetti anche sul latte alla stalla contrattualizzato, che subirà revisioni in vista del 2026.
Parallelamente la domanda internazionale si è raffreddata a causa dei prezzi troppo elevati, favorendo la competitività di paesi come USA e Oceania. Prezzi di formaggi e burro sono calati rapidamente, con quest'ultimo in diminuzione del 30% nell'ultimo trimestre.
Sebbene la domanda mondiale rimanga solida, l'Europa dovrà recuperare competitività per mantenere un ruolo chiave nell'export lattiero-caseario anche nel 2026.

*** Agente d'affari in mediazione latte e prodotti lattiero caseari - Associato FIMAA**

Influenza aviaria, perché non bisogna abbassare la guardia
di Viviana Bardella*

Da tempo non parliamo di influenza aviaria, ma ciò non significa che il problema sia superato: anzi!
I casi di malattia negli uccelli selvatici in Europa non sono mai stati così alti: addirittura quattro volte superiori rispetto allo stesso periodo del 2024.
I casi di influenza aviaria considerati "ad alta patogenicità" riguardano principalmente uccelli acquatici, come anatre, oche, cigni e gru; considerata l'elevata circolazione del virus, l'Efsa ritiene urgentemente necessario attivare misure rigorose per ridurre il rischio di infezione per altri uccelli e mammiferi selvatici e domestici oltre ad eliminare tempestivamente le carcasse di animali infetti per prevenire il contagio tra gli allevamenti avicoli.
Unaitalia, l'associazione che rappresenta nel nostro Paese il settore avicolo, rassicura che in Italia l'attenzione è massima, che i focolai di influenza sono sotto controllo e che comunque non rappresentano un pericolo per la salute umana. Nelle scorse settimane ha creato allarmismo la notizia di un uomo deceduto negli USA, primo caso umano di contagio da influenza aviaria; tuttavia l'Associazione afferma che non sussiste alcun pericolo per la salute umana legato al consumo di carne e uova e che la trasmissione all'uomo è un evento raro.
Inoltre, la sinergia pubblico-privato ha permesso di istituire il "Piano strategico per la gestione dell'influenza aviaria ad alta patogenicità in Italia", promosso in collaborazione con il Ministero della Salute e affidato all'Istituto Zooprofilattico Sperimentale delle Venezie.

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

IL SUCCESSO

Il nostro ruolo. Guarda il video

IL SETTORE - OLIO D'OLIVA

Sarà la Spagna, tra pochi giorni, a dare la direzione del mercato

di Adriano Caramia *

Il mercato dell'olio di oliva mondiale sta affrontando la nuova campagna con tendenze di prezzo divergenti. Parlando di qualità medie, il prodotto italiano ormai quota intorno ai sette euro (ed anche meno per alcune provenienze), con un calo di oltre il 20 % dai massimi di questa estate.

La merce comunitaria mantiene al momento i prezzi delle ultime settimane, ciò determinando una riduzione della forchetta con il Made in Italy. Nella prima settimana di dicembre si potrà dire che tutti i frantoi del mediterraneo saranno a pieno regime, dato che si comincerà la raccolta e spremitura della varietà picual, della regione di Jaen. Gli esiti delle qualità e dei rendimenti di queste produzioni influenzeranno molto i listini: se le piogge di fine ottobre – inizi novembre, assieme al calo delle temperature adesso finalmente in atto, avranno avuto i loro effetti sulla capacità di "mettere olio nelle olive" di questa cultivar tardiva, i rendimenti e le qualità saranno migliori di quanto sino ad ora avvenuto per l'arbequino (varietà che ha visto cominciare il processo produttivo agli esordi di ottobre). Il picual è la varietà maggiormente presente in Spagna, pertanto le sue performance sono molto attese dagli operatori oleari.

La Tunisia ha, come anticipato più volte, un'ottima produzione, probabilmente record, le qualità e le rese sono molto buone. Continua a piovere nel paese nordafricano cosicché le piante si predispongono bene

per affrontare un ulteriore ciclo fenologico.
La Grecia presenta al momento merci non sempre ineccepibili sia per il profilo organolettico sia per le acidità: le alte temperature sinora avutesi nel paese ellenico non hanno giovato; anche le quantità complessive sono riviste leggermente al ribasso rispetto a quanto pronosticato ad inizio raccolta: infatti i prezzi per gli oli discreti, nel mercato domestico, rendono difficile l'export verso l'Italia che, in effetti, è molto rallentato.
A metà dicembre sapremo quindi quanto olio sarà stato prodotto in Spagna nel mese di novembre e come influenzeranno le quotazioni gli oli nuovi di Jaen, dando una chiave di lettura più chiara del mercato.
Sempre augurandosi che i consumi si rafforzino in maniera progressiva, aumentando la redditività di tutta la filiera. A margine di queste commenti, ci sembra utile riportare le conclusioni di uno studio effettuato in Spagna, presentato il 26 novembre: le influenze che il Panel Test ha sul reddito degli olivicoltori. SI tratta di un esame attento di come una differente classificazione merceologica degli oli, in funzione di condizionamenti del panel che sfuggono al criterio di oggettività, determina perdite per il proprietario della merce. Vengono posti in evidenza di come sia importante che questo strumento, senz'altro utile per lo sviluppo qualitativo del settore negli ultimi 20 anni, abbia bisogno di essere aggiornato alla luce delle nuove tecnologie.
Riteniamo utile riportare il link per reperire lo studio, al fine di meglio comprenderne le ragioni.

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

Studio sull'impatto dell'analisi organolettica sul reddito netto dell'olivicoltore

Se ve li siete persi

Lula, l'accordo Ue-Mercosur

Dati e cifre sulla politica agricola dell'UE

Cosa abbiamo scritto nei precedenti numeri

FIMAA Commodities n. 98 | 19.11.2025

FIMAA Commodities n. 97 | 05.11.2025

FIMAA Commodities n. 96 | 22.10.2025

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