

Newsletter periodica online  
Viene pubblicata ogni primo e terzo martedì del mese

Le notizie e le analisi di settore, i mercati, i punti di vista dei mediatori merceologici

Con il supporto dell'Ufficio studi F.I.M.A.A. Italia

N° 15 - Diffuso il 5 ottobre 2021 (prossimo numero 19 ottobre 2021)

[Iscriviti alla newsletter](#)

*Per maggiori informazioni sulla mediazione merceologica e su Fimaa [clicca qui](#)*

*Scrivi alla redazione [merceologici@fimaa.it](mailto:merceologici@fimaa.it)*



L'EDITORIALE

\*di Stefano Pezzoni

**Il progetto Cun frumento duro è sbagliato? Lo sapremo presto**

Fra le varie notizie di queste ultime settimane, una in particolare mi spinge a fare qualche considerazione che voglio condividere con i lettori. Leggo che il 20 settembre 2021 si è svolta la prima riunione della Commissione sperimentale nazionale frumento duro, incontro in videoconferenza, convocato dal Mipaaf, assistito da BMTI, nel quale sono stati presentati il regolamento di funzionamento della Commissione ed i 20 commissari designati (sono 10 da Italmopa, 5 da Coldiretti, 2 da Confagricoltura, 2 da CIA e 1 da Liberi Agricoltori). A loro il compito di formulare le tendenze di mercato, i relativi prezzi indicativi per il grano duro. Alla commissione settimanale partecipano però solo 5 commissari da parte venditrice e 5 da parte acquirente e già si profila qualche problemuccio in seno alla parte venditrice ove probabilmente Coldiretti a turnazione dovrà verosimilmente lasciare un posto a Liberi Agricoltori, mentre Copagri rivendica a CIA un posto. Non so ancora i risultati della riunione successiva del 4 ottobre ma è certo che il periodo non è molto favorevole ad una equa, trasparente e verosimile quotazione di riferimento visto che è da fine luglio che i prezzi hanno un'oscillazione verso l'alto difficile da pronosticare settimanalmente.

Chissà se i commissari, che per legge non devono avere interessi nel settore, e quindi devono necessariamente prendere informazioni presso gli operatori che quotidianamente si interfacciano con il mercato, riusciranno nel gravoso compito. Già inizialmente devono accordarsi sulla scelta di cosa quotare, una sola voce di Grano Duro Nazionale o le tre voci che abitualmente troviamo sui comuni mercuriali? Noi abbiamo sempre pensato che il progetto CUN sia tutto sbagliato, chissà forse ora ne avremo la prova! Oppure prenderemo atto di aver sbagliato e allora ci sarà da ripensare alla nostra attività e al positivo apporto che reputiamo di dare al sistema Paese.

*\*Coordinatore Consulta Merceologici Fimaa*

## MONDO

### Usa-Cina, Brexit. Quando il business vince sulla geopolitica

Gli Usa abbandonano il Medio Oriente e stringono accordi militari per combattere il colosso asiatico. Ma il business agroalimentare con la Cina prosegue. E' una buona notizia, anche se sorprendente, visto lo stop chiesto agli alleati per frenare la penetrazione di Pechino. I dati commerciali 2021 dicono, per ora, un'altra cosa. La "fase uno" dell'accordo commerciale bilaterale sottoscritto nel gennaio 2020 non ha avuto contraccolpi anche dopo l'elezione di Joe Biden. L'export di prodotti agroalimentari Usa sul mercato cinese ha toccato a fine agosto circa 18 miliardi di dollari (15,5 miliardi di euro). Resta sotto del 12% al massimo potenziale dell'accordo, cresce del 120% rispetto al gennaio-agosto 2020 pur in presenza di difficoltà nel settore trasporti, Covid e sospetti vari. In sostanza, a oggi, il 16% dell'export totale di prodotti agroalimentari Usa va in Cina. Corrono a Oriente container di grano e soia per alimentare gli allevamenti cinesi colpiti dalla peste suina africana e ora da ricostituire. Per ora l'accordo va avanti, scadrà a fine anno. E' all'insegna del pragmatismo anche la decisione unilaterale del Governo britannico di rinviare ulteriormente fino all'anno venturo i controlli sui prodotti agroalimentari in arrivo dalla Ue. La norma doveva entrare in vigore in questi giorni. Il flusso è però cambiato. Secondo i dati diffusi nei giorni scorsi dalla Commissione Ue e relativi ai primi sei mesi di quest'anno, le esportazioni agroalimentari britanniche destinate agli Stati membri sono diminuite di circa 2 miliardi di euro, il 30% in meno rispetto al semestre 2020. In calo anche l'export della Ue sul mercato del Regno Unito, ma in misura ridotta (-2% circa pari a 450 milioni). Il ridimensionamento del mercato britannico, al momento, non pare in grado di deteriorare significativamente l'export Ue.

## Expoliva 2021, cosa si è detto all'appuntamento clou di settore

*\*di Viviana Bardella*

Dopo l'annullamento del tradizionale evento di maggio, dal 22 al 25 settembre si è tenuto a Jaen l'appuntamento fisso a cadenza biennale più importante del settore olivicolo : la Feria del Aceite de Oliva e Industrias Afines, EXPOLIVA, arrivata ormai alla sua XX edizione. Per sottolineare l'importanza dell'evento, il Re di Spagna Felipe II ha inaugurato l'esposizione, dimostrando così il proprio interesse per uno dei settori trainanti dell'economia spagnola. EXPOLIVA è diventato negli anni il punto di incontro di tutti gli operatori internazionali del settore, dai produttori ai confezionatori; le principali aziende mondiali di macchine per l'agricoltura e per le diverse fasi di produzione propongono le ultime novità; addirittura banche e società di assicurazione offrono soluzioni per agricoltura e industria: una grande festa per il mondo oleicolo, un'occasione di incontro favorita anche da incontri conviviali presso il ristorante della Feria, dove si consuma un banchetto al quale partecipa per tradizione il top del settore oleicolo e nel grande spazio organizzato all'aperto con offerta di specialità gastronomiche spagnole. Commenti entusiasti da parte di tutti i partecipanti all'evento: "La miglior fiera al mondo del settore oleicolo", secondo la Presidentessa del Consiglio di Amministrazione di "Feria Jaen", Africa Colomo. Nonostante la particolare situazione dovuta alla pandemia di COVID -19, lo spazio espositivo è stato occupato al 100% (cosa impensabile nei mesi scorsi) anche con stand di 20 imprese straniere. I visitatori sono stati circa 45.000, provenienti da 64 Paesi, tra cui Pakistan, Cina, Giappone, Uruguay, Iran... L'obiettivo principale era quello di stabilire o rafforzare relazioni commerciali tra diverse aziende e diversi Paesi.

Una serie di eventi collaterali ha arricchito la Fiera, primo fra tutti il "Salòn del Aceite de Oliva Virgen - SiAOVE", arrivato alla sua 8° edizione, che ha proposto 143 tipi di olio provenienti da diversi Paesi del mondo. Ad essi si sono affiancati l'ambito premio "Calidad del Aceite de Oliva Virgen Extra" ed una serie di conferenze sui temi più disparati: dalle nuove strategie di mercato, agli aspetti nutrizionali dell'olio, fino a veri e propri showcooking presentati da alcuni dei più rinomati chef dell'Andalusia. La Junta de Andalusia, infine, eminente veicolo di informazioni sulla produzione spagnola, ha reso note le stime di produzione (leggete l'articolo nella nostra Newsletter) per la prossima campagna: punto di riferimento fondamentale per il mondo oleicolo per affrontare con il piglio giusto l'imminente nuova stagione. Infine, una considerazione interessante: le limitazioni imposte dal COVID-19 paradossalmente hanno ampliato e intensificato la diffusione dell'evento attraverso i mezzi digitali: non è possibile stimare quante persone al mondo abbiano seguito tutti gli eventi di Expoliva ma si sa per certo che alcune conferenze sono state seguite online da più di 1000 mille persone in contemporanea. La prossima edizione di Expoliva è in programma per la Primavera 2023, sperando che riesca a ritrovare la propria collocazione in un periodo dell'anno forse più adatto per fare il punto sulla campagna che volge al termine.

*\*mediatore merceologico*

---

## E in Spagna c'è agitazione per salario minimo, concorrenza e Pac

Eccolo l'ottobre bollente del settore agricolo spagnolo, critico per la decisione del Governo di centrosinistra guidato dal premier Pedro Sanchez di aumentare il salario minimo aggiungendo 15 euro mensili per una busta paga di 965 euro. L'incremento è stato criticato anche dalla Confindustria spagnola e le associazioni di

categoria agricole vi vedono un appesantimento che potrebbe mandare fuori mercato parte della notevole produzione iberica. Al malumore con il Governo se ne aggiungono altri. Le grandi catene stanno comprando agrumi su larga scala dal Sudafrica che ha avviato da tempo la campagna di raccolta. La produzione iberica è in calo (-19% nell'area di Valencia) e il cedimento dei prezzi è una pessima notizia. *“Siamo consapevoli dei recenti tentativi della grande distribuzione di vendere limoni pregiati a 0,30 centesimi al chilo, il che significa che con il calo della produzione e l'aumento dei fattori produttivi come acqua, elettricità, salario minimo e trattamenti, quel prezzo finisce sotto i costi. Per questo non saremo in grado di vendere”* ha anticipato José Vicente Andreu, il presidente di Jóvenes Agricultores Asaja Alicante. E il presidente nazionale di Asaja, Pedro Barato, ha richiamato in causa il Governo chiedendo un atto di coraggio: *“una legge per impedire che un prodotto agricolo venga venduto sotto il costo reale”*. Altri malumori arrivano dalla nuova Pac che penalizzerebbe le attività nazionali. E difficoltà si registrano nella zootecnica e nella cerealicoltura. Già a gennaio erano state avviate proteste poi ridimensionate per il rischio Covid.

## ITALIA

### Energia e altri costi, le nuove regole. Cosa rischia il vino

E' diventato più problematico produrre, lavorare e forse vendere il vino. Che a prima vista non sembrava avere ostacoli viste le vendite all'estero (+15,6% nel primo semestre). E allora? La vendemmia si è ridotta del 9% anche se qualitativamente buona. Stanno aumentando molto i costi collegati alla raccolta. L'energia innanzitutto che si ripercuote nel trasporto e lavorazione. Aumentano gli imballaggi, legno e vetro, Le spedizioni sono in difficoltà e si allungano i tempi di consegna. Resta semibloccato il canale di sbocco dell'Horeca. Sta girando il vento anche nel sentiment positivo che ha accompagnato in questi decenni un prodotto che vede l'Italia protagonista. Nei prossimi giorni inizierà il mese di consultazione avviato dall'Organizzazione mondiale della sanità (Oms) volto a cogliere nel contributo dei singoli Paesi sulla pericolosità del consumo eccessivo di vino. Ci sono già due documenti in circolazione: Global strategy on alcoholics dell'Organizzazione mondiale della Sanità e un piano d'azione European beating cancer plan della Commissione Ue. In entrambi si accenna alla differenza tra abuso di alcol e normale consumo. Ma i confini appaiono sfumati e fra gli operatori si teme che ne escano conclusioni penalizzanti. Lo spettro della classificazione stile Nutriscore circola abbondantemente. L'export di vino italiano è passato da un fatturato di 4 miliardi nel 2010 ai 6,47 dello scorso anno (+59%) e per quantità e qualità resta ai vertici mondiali. L'Oms ha già una sua posizione e raccomanda una riduzione dei consumi di alcol a livello mondiale del 20% circa entro il 2030. Da ottenere con politiche nazionali e agendo sulla fiscalità della filiera.

---

### La filiera lattiero-casearia trova un Tavolo, cerca l'accordo di filiera

Si è attivato un Tavolo Latte, istituito dal Mipaaf, per dare un equilibrio alla filiera lattiero-casearia, messa in difficoltà in più passaggi della catena. Le quotazioni del latte alla stalla non erano più in grado di dare reddito, era sceso troppo per reggere la corsa dei costi produttivi che stanno sopportando il caro energia e l'aumento spropositato delle materie prime per i mangimi. Da una prima valutazione ogni litro di latte bovino è appesantito da maggiori oneri per 2,4 centesimi al litro. Partendo dall'aumento del latte alla stalla, tutte le parti stanno cercando formule che possano recuperare remunerazione e investimenti in un settore colpito

dalle ricadute del Covid. Anche perché nel frattempo la grande distribuzione è riuscita a spuntare un aumento dei prezzi del 3% mentre nei passaggi precedenti si fatica a tenere i costi.

## - Il settore ortofrutta -

### **Pesche in affanno, ecco perché serve una politica nuova**

*di Viviana Bardella\**

Se il 2020 si era caratterizzato come l'annus horribilis per le pesche e pesche noci italiane, la stagione in corso si è aperta con prospettive ancora peggiori: la crisi del mercato ma soprattutto le gelate nel mese di aprile, in piena germogliazione, che hanno colpito un po' tutto il nord Italia, hanno inferto un duro colpo alla produzione. Si è registrata una flessione fino al 70/80% in alcune zone del Piemonte e dell'Emilia Romagna, mentre in Veneto la produzione è stata quasi azzerata. Colpite anche alcune regioni del Sud, in particolare Puglia, Basilicata e Campania, ma in maniera molto meno significativa, con perdite intorno al 7%. Secondo il rapporto ISMEA diffuso a luglio, nonostante la scarsa produzione, i prezzi all'origine risultavano mediamente più bassi rispetto all'anno passato. Le cause devono cercarsi nella domanda più debole del mercato, sia in Italia che all'estero e alla forte concorrenza delle pesche importate, in particolare dalla Spagna. A peggiorare ulteriormente la situazione, l'aumento considerevole dei costi per gli agricoltori, e in particolare di quelli per l'energia necessaria all'attività in questione. Gabriele Ferri, direttore di Naturitalia, che rappresenta cooperative agricole italiane con migliaia di produttori coinvolti, fa il punto della situazione quando ormai la campagna è agli sgoccioli. Rileva come la campagna sia risultata anomala, caratterizzata, appunto, dalla falciatura delle gelate al nord mentre al sud i problemi, decisamente inferiori, hanno colpito a macchia di leopardo, con zone di produzione addirittura in controtendenza, con elevate rese per ettaro. Insomma: chi ha avuto più prodotto ha guadagnato discretamente bene. Anche al nord: chi ha combattuto contro il gelo con i sistemi antibrina ha potuto salvare parte del raccolto. Sempre secondo Ferri, per ridare impulso al settore, oltre ad un intervento in termini di risorse da parte del nostro Governo, sarebbe necessaria una regolamentazione per lo meno a livello europeo: bisogna decidere se farsi la guerra o collaborare, affinché tutti ricevano il giusto profitto dal proprio lavoro.

\*mediatore merceologico

## - Il settore olio di oliva -

### **Aforo, le stime di produzione che ogni operatore deve conoscere**

*\*di Adriano Caramia*

In occasione della manifestazione Expoliva 2021, tenutasi a Jaen dal 22 al 25 settembre (di cui riferiamo in un altro articolo della nostra Newsletter), è stato presentato l'Aforo (stime di produzione) della Junta de Andalucia per la campagna incipiente di olio e olive da tavola (aforo). E' un appuntamento molto atteso in quanto, congiuntamente con il resto della produzione spagnola, determina le vicende di circa il 50% della produzione mondiale di olio di oliva. Quindi, una previsione anche per le qualità attese e per l'andamento delle future dinamiche di mercato. Quest'anno il raccolto stimato in tutta la Spagna è di circa 1.300.000 tonnellate, in lieve ribasso rispetto a quello dell'anno scorso (1.387.000 circa) anche se i numeri previsivi sono sempre soggetti all'alea delle piogge che, ove abbondanti nel prossimo futuro, potrebbero incrementare la resa in olio del frutto e aumentare questi numeri. Oppure, ove dovessero scarseggiare, aggraverebbero

ulteriormente lo stress idrico, specie degli uliveti non irrigui, con conseguente deterioramento delle olive e riduzione della resa in olio. E' evidente che il tema del rendimento grasso dell'oliva è importantissimo: per la sola Andalucía, alla quale si riferisce specificatamente lo studio (mentre per il resto della Spagna sono stime ottenute per deduzione) si calcola una quantitativo di olive pari a 5.256.000 tonnellate, con corrispondente ottenimento di 1.050.300 tonnellate di oli di oliva delle varie categorie.

## Resultados del aforo de olivar de almazara. Campaña 2021/2022

### Aforo de producción por provincias

PROVINCIA	Aforo aceituna de almazara (t)	Aforo aceite de oliva (t)	Variación aceite (media 5 últimas campañas)	Variación aceite (campaña anterior)
Almería	84.000	16.000	13,9 %	22,8 %
Cádiz	75.000	13.000	23,7 %	19,5 %
Córdoba	1.341.000	254.000	-6,2 %	-4,8 %
Granada	514.000	105.000	-13,4 %	-17,3 %
Huelva	59.000	10.300	21,8 %	11,9 %
Jaén	2.228.000	480.000	-3,7 %	-8,4 %
Málaga	315.000	60.000	-6,0 %	11,1 %
Sevilla	640.000	112.000	-0,1 %	4,9 %
<b>ANDALUCÍA</b>	<b>5.256.000</b>	<b>1.050.300</b>	<b>-4,5 %</b>	<b>-5,5 %</b>

Centro de Estudios

Fuente: Elaboración propia de la CAGPDS.

© 2022 Andalucía

*\*\*La tabella è estratta dal documento "Aforo Junta de Andalucía" - Jaén, 23 de Septiembre de 2021.*

Ciò fa derivare una resa media di tutte le zone e di tutte le varietà pari a circa il 20%. Ove le rese, ad esempio, dovessero calare (o aumentare) del solo 1%, si avrebbe una differenza di 52.600 tonnellate (in meno o in più). Chi scrive non ritiene che, a seguito di annata così ingenerosa dal punto di vista delle precipitazioni, si possano avere rese in olio ottimali. Seppure, ripetiamo, piogge nell'autunno saranno benedette dagli agricoltori. La dettagliata indagine sottolinea che la fioritura in primavera era abbondante ma che una estate particolarmente siccitosa ha contribuito a rivedere al ribasso quanto ottimisticamente ci si augurava a maggio. Il mercato non ha avuto particolari reazioni a quanto emerso dal report, segno che ormai i prezzi attuali hanno già scontato ampiamente, nelle settimane precedenti, quanto già circolava tra gli operatori. Emerge la non eccessiva disponibilità di oli sul mercato mondiale, considerato che solo il Portogallo, fra i grandi paesi produttori, avrà una ottima raccolta. Le scorte di collegamento fra le due campagne nel bacino mediterraneo sono ridotte rispetto a quelle dello scorso anno. Ma se questi fattori farebbero propendere per un rafforzamento delle quotazioni, occorre anche dire che sino alla fine della primavera i prezzi della bottiglia al consumo erano nettamente inferiori a quelli attuali e pertanto occorrerà vedere se le vendite al dettaglio proseguiranno con il ritmo del primo semestre oppure rallenteranno a causa del maggiore costo dei prodotti. Qualche segnale in tal senso c'è, ascoltando le voci dei confezionatori. Ad ogni buon conto è importante che l'olio di oliva, anche in momenti di grande disponibilità di merce sul mercato, conservi un prezzo, un valore che renda dignità alle varie componenti del comparto oleicolo. E' un'ardua impresa, perché le logiche della competizione commerciale logorano questi intenti, ma assolutamente necessaria.

*\*mediatore merceologico*

## Granoturco nuovo raccolto, come giudicare la campagna 2021

*\*di Simone Ruffato*

Parlare di prezzi futuri per noi mediatori è una consuetudine giornaliera, dettata dalla necessità di effettuare, cercare ed “inventare affari”. Vi è inoltre la passione per il nostro lavoro che ci spinge ad informarci presso i vari media, presso la nostra clientela (che spesso ne sa più di tante altre voci autorevoli) e che va al di là delle nostre faccende. Sta di fatto che per quando si sia bravi ed informati, la previsione dei prezzi, specie per il medio e lungo periodo, è assai difficile per non dire impossibile. Proprio perché l'economia è una scienza sociale, legata quindi al comportamento umano, possiamo solo stilare le tendenze sul presente, nulla di più. Ipotizzando, infatti, la possibilità di effettuare una previsione corretta, la formulazione stessa della previsione indurrebbe un cambiamento nel comportamento futuro degli attori economici, a prescindere che essi siano razionali o meno, determinando la fallacia della previsione stessa. La possibilità di effettuare una previsione “perfetta” del comportamento umano è in contraddizione con il libero arbitrio dell'individuo, e con la sua libertà di agire diversamente dal comportamento “di massa”. Ove i modelli economici segnalassero una previsione che si potesse ritenere affidabile, gli operatori economici sceglierebbero di cambiare le loro scelte future in base ad essa e di fatto cambierebbero nuovamente lo scenario... Fatta questa doverosa premessa, sempre utile da ricordare, le considerazioni sull'andamento dei prezzi per i principali drivers cerealicoli sono rialziste, almeno fino al primo trimestre del 2022. Mais, frumento (tenero e duro) e semi di soia appaiono lanciati verso una crescita sostenuta che al momento sembra potersi solo temporaneamente fermare o rallentare, ma non cambiare. Oggi solo i raccolti sudamericani appaiono in grado di abbassare la febbre rialzista, in arrivo dal secondo trimestre in poi. Servirà dunque un bel po' di ossigeno nei polmoni per superare l'inverno. In questo momento diversificare il rischio sia in vendita che in acquisto, muoversi un passettino alla volta per non rischiare di cadere in qualche crepaccio rimangono ancora i buoni consigli da tenere sempre in tasca.

*\*Responsabile organizzativo della consulta dei mediatori merceologici Fimaa*

- Se ve li siete persi -

- [Ansa](#) -

- [Il sussidiario](#) -

- [Il Sole 24 Ore](#) -

Cosa abbiamo scritto nei precedenti numeri

[Fimaa Commodities n.1 - 2.02.2021](#)

[Fimaa Commodities n.2 - 16.02.2021](#)

[Fimaa Commodities n.3 - 2.03.2021](#)

[Fimaa Commodities n.4 - 16.03.2021](#)

[Fimaa Commodities n.5 - 6.04.2021](#)

[Fimaa Commodities n.6 - 20.04.2021](#)

[Fimaa Commodities n.7 - 4.05.2021](#)

[Fimaa Commodities n.8 - 18.05.2021](#)

[Fimaa Commodities n.9 1.06.2021](#)

[Fimaa Commodities n.10 15.06.2021](#)

[Fimaa Commodities n.11 06.07.2021](#)

[Fimaa Commodities n.12 20.07.2021](#)

[Fimaa Commodities n.13 14.09.2021](#)

[Fimaa Commodities n.14 21.09.2021](#)

---

### **Alcuni link che possono essere utili**

[www.agea.gov.it](http://www.agea.gov.it)

[www.ismea.it](http://www.ismea.it)

[www.enterisi.it](http://www.enterisi.it)

[www.mise.gov.it](http://www.mise.gov.it)

[www.granariamilano.org](http://www.granariamilano.org)

<http://www.fimaa.it/mediatori-merceologici.html>

<https://www.politicheagricole.it>

<https://www.worldeconomics.com/WorldPriceIndex/FoodPriceIndex.aspx>

[https://www.senato.it/3584?shadow\\_organo=1180009](https://www.senato.it/3584?shadow_organo=1180009)

[https://www.camera.it/leg18/1099?shadow\\_organo\\_parlamentare=2813](https://www.camera.it/leg18/1099?shadow_organo_parlamentare=2813)

<http://www.ismea.it/istituto-di-servizi-per-il-mercato-agricolo-alimentare>

<http://www.cunsuini.it/>

---

E' consentita l'utilizzazione dei testi a scopi non commerciali  
previa citazione della fonte

---

### **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 Concommercio-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 vogliono 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 meteorologiche; all'incidenza che nuove leggi o decreti possano avere sul comparto; alle previsioni sui consumi interni ed internazionali rapportate alle previsioni 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.

<http://www.fimaa.it/mediatori-merceologici.html>



