

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° 31 - Diffusa il 7 giugno 2022 (prossimo numero 21 giugno 2022)

[Iscriviti alla newsletter](#)

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

Scrivi alla redazione merceologici@fimaa.it



L'EDITORIALE

*di Ervin Mosca

Consumi e prezzi, l'equilibrio instabile di queste settimane non può durare

I numerosi fattori che tormentano lo scenario mondiale stanno innescando turbolenze di difficile lettura sui mercati merceologici, sfuggenti anche alle analisi più approfondite. Se è ormai assodato un calo dei consumi alimentari (trattato anche in altra parte della Newsletter), conseguente alla contrazione del potere d'acquisto, si palesa un'inaspettata controtendenza che vede un interesse crescente verso la spesa in attività turistiche e di intrattenimento.

Riassumendo il consumatore sembra rinunciare a un pasto, ma non a una cena fuori in una località "cool". Sicuramente è una reazione più che giustificabile dopo due anni di esagerazioni e limitazioni pandemiche, ma il riflesso dovrà essere tenuto in considerazione come tendenzialmente strutturale anche per gli anni a venire. Il comparto produttivo alimentare fatica a trovare la rotta tra esplosione dei costi e crescente difficoltà nel reperimento di molte materie trasformabili, che sommati ad un'anacronistica carenza di manodopera specializzata, fa sì che molte iniziative di sviluppo delle attività esistenti e d'investimento in nuove imprese vengano cassate o messe in stand-by, aggravando ulteriormente la catena di approvvigionamento. Prova ne è la non celata ipervalutazione delle realtà produttive consolidate e ben radicate nel territorio, che sono oggetto di concentrazione e acquisizione da parte di fondi d'investimento esteri.

L'inflazione confermata a maggio al 6,7% dei beni alimentari, purtroppo viziosa e non virtuosa, complicherà ulteriormente la capacità di programmazione del comparto, non tarato, dopo un decennio di stagnazione, per reagire rapidamente a numeri così alti che non si vedevano dagli anni '80. In questo contesto si evidenzia la permeabilità del mercato europeo alle importazioni di prodotti lavorati da paesi che possono sfruttare un livello di costi di sistema più contenuto.

Ne pagano le immediate conseguenze le aziende nostrane, che vedono l'impossibilità di far passare gli aumenti dei listini e devono fronteggiare una concorrenza, a volte palesemente suicida, da parte di soggetti che colgono l'occasione per inserirsi nel mercato.

Ma in definitiva le domande che il settore si pone sono: tirare momentaneamente i remi in barca o investire in produzione? Il prodotto deve costare meno per venire incontro alle tasche del consumatore incerto o deve necessariamente garantire un margine per la sopravvivenza del produttore? Ricordiamoci sempre che le imprese sono fatte da imprenditori, non da ormeggiatori. In aiuto al dibattito dovrebbero arrivare le previsioni degli esperti che però non si sbilanciano più di tanto, date le problematiche geopolitiche del periodo.

Da giovedì 2 giugno si è tenuto a Trento il 17° "Festival dell'economia" per riflettere "Tra ordine e disordine". Ricchissimo il programma nel quale, in futuro, proveremo a ritagliare un posto anche alla categoria dei mediatori merceologici, che ogni giorno danno un contributo concreto alla ricerca dell'equilibrio tra domanda e offerta.

**mediatore merceologico*

Il nostro ruolo: [Guarda il video](#)

MONDO

Mercato cerealicolo, nel possibile ribasso rischia il mais. Qualche consiglio

*di Simone Ruffato**

Domani ci sarà ad Ankara un'importante visita del ministro degli esteri russo Lavrov. Sul tavolo la richiesta alla Russia, dal G7 e da buona parte del mondo, di rilasciare grano e semi oleosi – circa 30 milioni di ton – oggi bloccati in navi e silos adiacenti il mar Nero.

Sulle conseguenze di un prolungarsi dello stop delle merci se ne è ampiamente discusso in questi mesi: possibili carestie alimentari con potenziali nuove guerre, maggiore instabilità in Africa, maggiori flussi migratori, prezzo dei cereali alle stelle, aumento dell'inflazione etc...

Ma se la merce dovesse effettivamente essere sbloccata, ed è da augurarselo, quali potrebbero essere le conseguenze sul mercato?

Nel nostro paese, con il calo di consumi nel settore zootecnico ed alimentare degli ultimi mesi, il raccolto dell'orzo già in atto e quello del grano prossimo a venire, possiamo già delineare lo scenario più probabile.

In ordine:

- Calo dei prezzi delle commodities sui mercati internazionali.
- Calo dei prezzi sulle borse merci italiane.
- Eccesso di offerta sia dall'Italia, sia dall'estero.
- Stop agli acquisti da parte dei compratori.

Sul grano e sugli altri cereali vernini, con le semine avvenute prima del Natale, l'agricoltore con ogni probabilità avrà comunque un buon raccolto in termini economici, nonostante i rincari di semine e concimazione.

Dovessero siglare questa settimana l'accordo in Turchia, cosa tutt'altro che scontata, ci vorrebbe almeno un mese di tempo per sminare parte del Mar Nero, e la conseguente fuoriuscita delle merci.

Ma è sul mais, raccolto a settembre, dove questo scenario presenta i maggiori rischi. La pianta, all'inizio della sua crescita, necessità di concimazione, oggi a prezzi elevati. A differenza di altri cereali, il mais deve essere essiccato; con i prezzi dell'energia attuali, un eventuale crollo del mercato potrebbe non essere sostenibile per l'agricoltore e per l'essiccatore.

Il mercato internazionale l'ha già capito. Nelle ultime settimane i futures sul corn di nuovo raccolto son tornati con prezzi più bassi rispetto al vecchio.

In buona sostanza, vale sempre la stessa regola aurea del commercio, ovvero dividere il rischio. Questo vale per il compratore, ma ancor più per il venditore. Hai il tuo bel margine, la merce che possiedi viene richiesta? Non tutto, ma qualcosa vendi.

**mediatore merceologico, responsabile organizzativo della Consulta merceologici Fimaa*

Fino a che punto può arrivare il G7 e dove serve cautela

*di Viviana Bardella**

L'invasione russa e le sue ripercussioni in Ucraina, la sicurezza alimentare globale pregiudicata dalla crisi geopolitica in atto, i sistemi alimentari sostenibili, il panorama del commercio agricolo e le catene di approvvigionamento agroalimentare: questi i temi al centro della riunione dei G7 Agricoltura, di cui fanno

parte i Ministri competenti di Germania, Francia, Regno Unito, Italia, Giappone, Canada e Stati Uniti, oltre al rappresentante dell'Unione Europea, che si è svolta il 13 e 14 maggio a Stoccarda. In via eccezionale ha partecipato all'evento il Ministro della Politica Agraria e dell'Alimentazione dell'Ucraina, Mykola Solsky.

Le parole del ministro tedesco Cem Özdemir riassumono l'esito dell'incontro: "la guerra di Putin ha esacerbato la fame nel mondo. Ci siamo impegnati a sostenere l'Ucraina con misure a lungo termine quindi continueremo a garantire l'approvvigionamento alimentare della popolazione ucraina e, ove possibile, sosterremo il settore agricolo ucraino. E aiuteremo l'Ucraina a riprendere le sue esportazioni agricole".

Altri argomenti trattati durante il summit:

- La necessità di ampliare il Sistema Informativo sui Mercati Agricoli (AMIS) per includere il monitoraggio dei mercati dei fattori di produzione, in particolare dei semi e dei fertilizzanti: l'aumento dei costi si sta riversando inevitabilmente sul prezzo dei prodotti finali.
- I vantaggi derivanti dal Carbon farming (il cosiddetto "sequestro di carbonio", processo di confinamento geologico dell'anidride carbonica prodotta da grandi impianti di combustione), se gestito in maniera responsabile. Si rendono quindi necessari criteri comuni da adottare, anche con l'introduzione di una Certificazione.
- La mancanza di standard ambientali e sociali a livello globale, che determinano squilibri in molte regioni del mondo. Le attuali normative e gli sforzi per raggiungere una maggiore sostenibilità sono complessi, spesso incoerenti e non sempre ben mirati. L'obiettivo, quindi, è promuovere una politica comune di gestione delle filiere sostenibili nel settore agroalimentare.
- La preoccupazione per la decisione di alcuni Paesi di imporre un divieto all'esportazione di grano o olio di palma.

Il G7 vuole assumere un ruolo guida a livello internazionale per delineare percorsi verso sistemi alimentari sostenibili che, nelle intenzioni, dovrebbero ridurre il gap tra le diverse aree del mondo.

Ma siamo sicuri che il perseguimento della sostenibilità a tutti i costi sia la via giusta per rimediare agli squilibri?

La sostenibilità, a mio avviso, ha un costo elevato che non tutti si possono permettere di sopportare, in particolare quando i mercati risultano particolarmente instabili e con prospettive poco rosee all'orizzonte. Giusto monitorare i prezzi delle materie prime e dei carburanti affinché il mercato non cada in balia di spinte speculative; giusto sostenere i Paesi che fanno fatica ad emergere, con iniziative volte a promuovere l'incremento della produzione agricola locale; giusto adottare politiche tendenti alla riduzione degli inquinanti di qualsiasi genere essi siano.

Ma credo che l'obiettivo principale debba restare sempre quello dell'aumento di redditività: la capacità di un sistema di generare ricchezza. E i costi per la sostenibilità, in questo particolare contesto storico, rischiano di annullarne i benefici.

**mediatore merceologico*

EUROPA

La Croazia sta per adottare l'euro. L'economia non vive di solo turismo

Mancano pochi passaggi e nel gennaio del 2023 la Croazia adotterà l'euro. Sarà il ventesimo Paese con la moneta continentale. I nostri vicini di mare si sono già allenati mantenendo un rapporto di cambio pari a un euro ogni 7,53450 kune. La moneta unica faciliterà gli scambi.

La Croazia ha un numero limitato di abitanti, circa quattro milioni, con una densità di popolazione di 75 abitanti per chilometro quadrato. Ne conosciamo soprattutto la costa, molto turistica e competitiva. Dal punto di vista economico ha avuto uno sviluppo rurale con allevamenti, pesca, foreste e anche produzioni di cereali e frutta dove le condizioni lo permettono. Anche olio e non mancano prodotti di qualità. Recentemente ha ottenuto un riconoscimento europeo, con l'iscrizione al registro Dop, di un olio prodotto nell'isola di Brac.

Gli agricoltori croati, che tendono a muoversi con le associazioni degli altri Paesi dell'est balcanico, hanno la necessità di ringiovanire le imprese. Programma non facile perché, nonostante le agevolazioni economiche, resta significativa la tendenza a spostarsi nei centri maggiormente abitati. L'Italia ha esportato in Croazia merci per 3,58 miliardi di euro, soprattutto macchinari, anche destinati all'agricoltura. In misura minore sono stati esportati alimentari.

ITALIA

I fondamentali del buon mediatore. Cinque punti

di Stefano Pezzoni*

Spero che Fimaa Milano Lodi Monza Brianza non abbia da reclamare se prendo spunto da un suo post, lo adatto alla categoria dei mediatori merceologici e lo riporto in questo articolo.

Ogni tanto, infatti, è bene ricordare i fondamentali, così almeno diceva il mio allenatore di basket.

I 5 valori del mediatore merceologico:

1. La sua terzietà: un mediatore deve essere terzo alle parti, non coinvolto con rapporti di dipendenza o altri da prefigurare un conflitto d'interesse. Solo quale soggetto indipendente può garantire per la positiva conclusione di un affare tra parti con interessi contrapposti;
2. Il rispetto delle regole: ciò garantisce le parti anche tramite il possesso di una polizza RC;
3. Una gestione diligente della propria attività imprenditoriale improntata secondo principi morali di lealtà, trasparenza e correttezza;
4. La capacità di comprendere le esigenze, i desideri o anche le paure dei clienti indirizzando le loro scelte verso decisioni possibili e fornendo sempre tutte le informazioni utili e necessarie per giungere alla conclusione dell'affare;
5. L'obiettività nel fornire valutazioni corrette ed imparziali di un prodotto evidenziandone difetti e pregi, prezzi ed andamento di mercato.

*mediatore merceologico, coordinatore Consulta merceologici Fimaa

Il recupero degli oliveti italiani è un obiettivo Mipaaf. Cosa si è fatto

di Viviana Bardella*

Nel 2016 il Ministero delle Politiche Agricole incaricò il CREA (Consiglio per la Ricerca in Agricoltura) di presentare proposte progettuali nell'ambito di un piano di rilancio del settore olivicolo oleario italiano. Nacque il progetto triennale MOLTI: "Miglioramento della produzione in oliveti tradizionali e intensivi" con l'obiettivo di recuperare il gap tra olivicoltura italiana e quella dei paesi concorrenti.

I risultati conclusivi sono stati esposti recentemente in una "due giorni" fra Spoleto e Roma.

Il Presidente di CREA Carlo Gaudio ha sottolineato l'importanza del comparto a livello mondiale; secondo produttore al mondo dopo la Spagna, con un divario importante bisogna ammetterlo, l'Italia è anche il secondo Paese esportatore, sempre dopo la Spagna, mentre gli italiani sono i primi consumatori al mondo di olio di oliva.

L'Italia vanta un milione di ettari di superficie coltivata ad ulivi, gestiti da 827mila aziende agricole ed è rinomata per gli elevati standard qualitativi. Eppure il settore sconta limiti e ritardi penalizzanti nei confronti degli altri Paesi produttori.

E' necessario quindi un rilancio attraverso il rinnovamento e l'ampliamento delle produzioni, con un approccio che tenga conto delle diverse realtà produttive del paese.

Diversi sono i punti di debolezza individuati:

- L'elevata polverizzazione della proprietà;
- La collocazione prevalentemente in ambienti collinari;
- La predominanza di oliveti tradizionali con densità inadeguate, alberi vecchi o troppo grandi, meno produttivi e limitanti nell'uso delle macchine.

Il progetto MOLTI ha focalizzato l'attenzione sul recupero degli oliveti tradizionali delle principali varietà locali in diverse aree della Sicilia, della Calabria, della Puglia del Lazio e dell'Umbria. Qui è possibile una riduzione graduale dei costi grazie ad una migliore gestione delle potature e introducendo nuove pratiche agro-ecologiche in grado di incrementare la sostanza organica nei terreni.

Per gli oliveti intensivi si sono studiati il comportamento vegetativo e produttivo, l'adattabilità di alcune varietà in diverse condizioni climatiche, l'utilizzo di pratiche per forzare la crescita e la produzione in impianti giovani e nuove strategie di potature e di irrigazione per garantire produzioni costanti negli anni.

I risultati della ricerca mostrano che alcune varietà italiane possono adattarsi a modelli di coltura ad alta o altissima densità; l'indagine ha permesso di acquisire conoscenze utili per il recupero di impianti tradizionali e per la loro coltivazione razionale, individuando soluzioni ad hoc per le specifiche e variegata realtà dei nostri oliveti.

**mediatore merceologico*

Quanto piace il food italiano in Nord America. Le stime per il 2025

*di Stefano Pezzoni**

Penso sia interessante per gli operatori proporre il sunto di una indagine di Tuttofood che si è occupata dei rapporti Italia Nord America per quanto concerne la nostra esportazione italiana di prodotti food.

Nel 2021 l'Italia ha esportato food verso gli USA per circa 4,8 miliardi di euro mentre con il Canada circa 1 miliardo di euro. E' prevista una crescita tra il 6% e l'8% per un valore complessivo di circa 6,4 miliardi.

Tra questi scambi le bibite alcoliche pesano per 400 milioni con stima di arrivare a 700 milioni nel 2025 e i prodotti da forno che cresceranno da 350 a 510 milioni. Ma il prodotto food più esportato è l'olio di oliva (spero che i colleghi mediatori che si occupano di olio, confermino il dato) per circa 824 milioni nel 2021 stimato a 978 nel 2025.

Anche l'acqua e gli analcolici raggiungono cifre ragguardevoli con 441 milioni proiettati verso i 561 milioni di euro nel 2025. Anche i salumi italiani, in termini di quote di mercato riscuotono un grande successo.

Sul fronte delle importazioni, l'Italia importa da questi paesi (USA e Canada) bevande alcoliche, pesce e sono previste forti crescite di import per latte, riso e pasta. Ciò dovrebbe destare qualche preoccupazione poiché significa che su questi settori a forte spinta export l'Italia potrebbe perdere attrattività e ridursi a paese importatore con gravi problemi al nostro settore agricolo e zootecnico.

Dal Canada il prodotto più importato è il pesce ed è previsto un grande balzo per prodotti da forno e carni.

Rivolgendo uno sguardo anche dall'altra parte del mondo e più precisamente in Arabia e Paesi del Golfo, gli scambi in export dall'Europa sono stati di circa 5 miliardi nel 2021 e previsti in salita a 6,7 miliardi nel 2025.

Tra le esportazioni europee la merceologia più rilevante sono i prodotti da forno e dolci, latte e latticini, acqua e bevande analcoliche.

**mediatore merceologico, coordinatore Consulta dei merceologici Fimaa.*

Siccità ovunque. Cittadini e produzioni in allarme. Ecco dove si soffre di più

Non tutta l'Italia è all'asciutto, diverse aree importanti per la vita e la produzione agricola stanno iniziando a fare i conti con una scarsità di pioggia che ha svuotato fiumi e invasi. La siccità non è un elemento casuale di una stagione e i dati storici indicano una preoccupante regressione delle fonti naturali di approvvigionamento.

Guardando alle ultime settimane, nonostante qualche temporale, le zone più a rischio sono il grande bacino del Lago Maggiore (Lombardia-Piemonte) che è sui minimi storici, in Lombardia il deficit rispetto al 2021 è del 50-60% con riduzioni del manto nevoso disponibile a seguito delle mancate precipitazioni invernali. Adige e Piave hanno carenze di portata, così anche il Po e in Emilia Romagna l'emergenza è più a macchia di leopardo. Oltre all'Arno in Toscana (ora solo al 27% della portata media) l'Anbi (l'Osservatorio dell'Associazione nazionale consorzi di bonifica) segnala il forte abbassamento dei livelli nel Lazio soprattutto per i fiumi Tevere e Liri e i laghi di Bracciano e di Nemi. In difficoltà anche la zona dei Colli Albani.

L'ondata di caldo ha investito il Sud e le Isole dove dalla Calabria (diga di Capo Rizzuto) alla Basilicata e alla Puglia (bacini del Cilento e del lago di Conza) i livelli sono scesi al livello di guardia. In Campania è sotto osservazione il Garigliano. Sardegna e Sicilia soffrono l'arsura.

La corsa agli stacchi anticipati, fiammate nei prezzi e poi i ribassi

di Ervin Mosca*

Quando i media trattano il tema rincari utilizzano sempre immagini di prodotti ortofrutticoli anche se altre tipologie di merci o servizi potrebbero meglio rappresentare la problematica. Ciò accade perché la spesa si fa quotidianamente, mentre il pieno o la bolletta sono turbamenti meno frequenti.

Data questa premessa ben si comprende come il settore frutticolo stia pagando, in queste ultime settimane, un dazio immeritato. I recenti dati del calo dei consumi alimentari preoccupano gli operatori della produzione e della distribuzione frutticola, nonostante una buona, ma breve, partenza per le referenze tipicamente estive come albicocche, meloni e angurie. L'arrivo del caldo ha stimolato il mercato, forse anche troppo in anticipo, mentre madre natura non è in grado di adattarsi in un paio di giorni alla voglia di una fresca primizia. Il risultato è stata la corsa agli stacchi anticipati con deludenti risultati organolettici per le albicocche precoci, imitata da molte raccolte di ciliegie non pienamente mature e meloni non pronti.

Se le quotazioni iniziali hanno infiammato le contrattazioni, ben presto c'è stato un reflusso al ribasso, causato anche da una certa delusione dei palati. Le importazioni da Spagna e Marocco, richieste da molti commercianti, hanno intasato i canali calmierando i prezzi con disappunto dei produttori nazionali che attendevano la normale calendarizzazione della raccolta per fornire un prodotto maturo e dal gusto apprezzabile con una giusta remunerazione.

Va detto a gran voce che ci sono anche molte aziende avvedute che hanno scelto di commercializzare solo frutti con alte qualità organolettiche, privilegiando le varietà medio/tardive e a loro auguriamo il meritato successo commerciale. Purtroppo ormai è un dato di fatto che la corsa all'anticipo porti un immediato riscontro economico, ma un successivo danno alla frequenza d'acquisto da parte del consumatore deluso.

È auspicabile un confronto tra gli operatori della filiera per arrivare ad una corretta gestione dei calendari di raccolta con l'obiettivo di stimolare il consumo per tutta la campagna commerciale ed evitare fughe in avanti e sovrapposizioni tra areali diversi. Nella settimana 24 si entrerà nella fase clou dei prodotti estivi, con tutte le zone in piena raccolta e si avvertirà la tendenza del mercato.

La bassa produzione iberica dovuta a gelate e maltempo dovrebbe favorire la collocazione del prodotto italiano a prezzi soddisfacenti, ma proprio le sovrapposizioni produttive interne e i delicati equilibri tra temperature e consumi già turbano le brevi notti degli operatori commerciali. Si spera che la ritrovata libertà di movimento porti ottimismo tra i consumatori e che gli acquisti di frutta non vengano troppo penalizzati dall'onerosità di altre voci di spesa dei bilanci familiari.

*mediatore merceologico

- Se ve li siete persi -

- [Ansa](#) -

- [Ansa](#) -

[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](#)
[Fimaa Commodities n.15 5.10.2021](#)
[Fimaa Commodities n.16 19.10.2021](#)
[Fimaa Commodities n.17 2.11.2021](#)
[Fimaa Commodities n.18 16.11.2021](#)
[Fimaa Commodities n.19 7.12.2021](#)
[Fimaa Commodities n.20 21.12.2021](#)
[Fimaa Commodities n.21 18.01.2022](#)
[Fimaa Commodities n.22 1.02.2022](#)
[Fimaa Commodities n.23 15.02.2022](#)
[Fimaa Commodities n.24 1.03.2022](#)
[Fimaa Commodities n.25 15.03.2022](#)
[Fimaa Commodities n.26 5.04.2022](#)
[Fimaa Commodities n.27 19.04.2022](#)
[Fimaa Commodities n.28 3.05.2022](#)
[Fimaa Commodities n.29 ed. speciale 17.05.2022](#)
[Fimaa Commodities n.30 24.05.2022](#)

Alcuni link che possono essere utili

www.agea.gov.it

www.ismea.it

www.enterisi.it

www.mise.gov.it

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.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 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 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>

