



PAUL M. MÜLLER GMBH

RELAZIONE DI MERCATO

gennaio 2022

*“La pazienza è una qualità.
Ma non quando si tratta di risolvere inconvenienti”*

Margaret Thatcher (1925 - 2013)

L'IMPAZIENZA



Perché sono impaziente? Perché io, perché noi tutti siamo stanchi della pandemia, di preoccupazioni e bisogni tra speranze, delusioni e incertezza. Ad esempio: nelle catene di approvvigionamento, i porti dell'Estremo Oriente chiuderanno di nuovo e quasi senza preavviso? E a proposito dell'inflazione: alcuni non vedono la fine, altri sostengono che l'aumento dei prezzi è solo temporaneo. Qual è la verità e quali saranno le conseguenze?

1. Abbiamo bisogno di un livello di prezzi più alto nel lungo periodo, che si basa sul valore aggiunto e l'apprezzamento (!) degli alimenti - l'avevo già scritto in un altro report di mercato, esattamente un anno fa. Forse ora siamo sulla strada giusta, anche se all'inizio sembra dolorosa. Noi di Paul M. Müller, in ogni caso, non scendiamo a compromessi e importiamo e commerciamo prodotti di alta qualità che hanno il loro prezzo.

2. Si cerca l'orientamento, in questi tempi più che mai, e noi di Paul M. Müller lo offriamo - naturalmente, secondo la nostra visione, che si basa sulla disponibilità di prodotti di alta qualità, il supporto di nuove leve nelle vendite e nel controllo qualità e ancora più servizi e informazioni (ad esempio PMM-College) sul nostro sito!

3. Investimenti per il futuro. Ora le collaborazioni che abbiamo coltivato per decenni e la fiducia che abbiamo costruito nel nostro settore stanno dando i loro frutti. Paul M. Müller può offrire entrambi (vedi la nostra intervista esclusiva qui nel report di mercato).

Restiamo a vostra disposizione speriamo nel 2022, che sia un anno positivo e solido! Questo è quello che vorremmo. Insieme - ristoratori, commercianti, importatori, spedizionieri - ci contiamo.

Finalmente!



PAUL M. MÜLLER GMBH

Quantità limitate e prezzi crescenti –

ECCO ALCUNI DEI PRODOTTI PIÙ RICERCATI DEL 2022.

CARCIOFI *hot*

I carciofi sono una prelibatezza mediterranea che richiede molta pazienza e amore durante la raccolta, la lavorazione e l'importazione. Il raccolto primaverile in **Spagna** ha avuto un iniziale rallentamento. In origine, lì (e anche in **Egitto**) erano state previste quantità di raccolto elevate, come quelle dell'anno scorso. Si sperava di compensare il raccolto **italiano**, dove inizialmente non erano disponibili tutte le dimensioni e varietà. Nel frattempo, tuttavia, i volumi in Spagna sono stati segnati da una gelata improvvisa sui campi di carciofi.

Gli esperti di mercato stanno quindi ipotizzando un aumento dei prezzi dei carciofi ovunque, in tutti i paesi d'origine, dovuto al raccolto complessivo più limitato.

Inoltre, i produttori sono preoccupati per i costi di energia, trasporto, vetro, lavorazione e imballaggio (lamiera/cartone) che stanno aumentando dal 17 al 25% - in Italia anche di più.

Quindi i prezzi purtroppo sono in crescita. La direzione sarà più definita nei prossimi giorni, quando la domanda esatta sarà chiara. Tuttavia, Paul M. Müller può contare su partnership eccellenti con i produttori, il che ci darà il vantaggio di contare sui migliori prezzi possibili e reagire rapidamente.



OLIVE *hotter*

Le olive sono un altro meraviglioso frutto a nocciolo dei paesi mediterranei. Il periodo principale della raccolta è tra settembre e novembre (vedi anche il **calendario della raccolta** di Paul M. Müller), a volte - nel sud della **Grecia** per esempio - anche fino a dicembre. La maggior parte viene pressata per produrre olio d'oliva, il resto viene venduto o come prodotto fresco o come prodotto in scatola - quest'ultimo è il caso di Paul M. Müller, che importa olive preparate al meglio per essere poi ulteriormente lavorate nella cucina gourmet.

Questa volta i produttori hanno tardato a negoziare quantità e prezzi ma ora abbiamo gli ultimi aggiornamenti: in tutti i paesi produttori i prezzi delle materie prime per le olive sono aumentati rispetto all'anno scorso. A livello di quantità, ci aspettiamo infatti solo il 20% della resa dell'anno scorso in **Marocco** e in **Egitto**, dove il raccolto era stato eccellente. Da un lato, temperature sopra la media hanno ostacolato un germogliamento vigoroso, dall'altro, gli ulivi hanno bisogno di un anno per rigenerarsi.

Un altro problema in tutti i paesi d'origine è il costo dell'imballaggio (lattine, barattoli, cartone e colla). Il prezzo della colla per la sola etichettatura è raddoppiato rispetto all'anno scorso e in alcuni casi è quasi impossibile da reperire. Di conseguenza, abbiamo arrivi ritardati perché la merce non poteva essere etichettata.

Prevediamo quindi un aumento dei prezzi d'acquisto delle olive dal 10 al 20%, a seconda delle confezioni. Tuttavia, i prezzi più alti delle materie prime rappresentano solo il 2-5% di questo, ciò che influisce maggiormente sono i prezzi sempre più alti dei materiali di imballaggio.



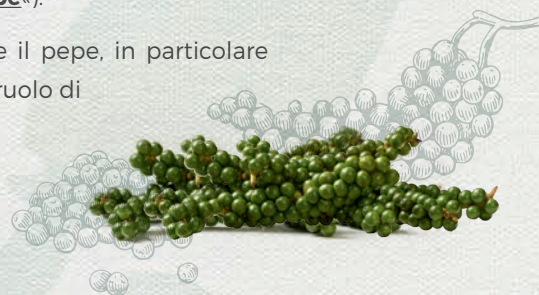


PEPE *e ...*

Il prezzo del pepe nero di qualità proveniente dall'**India** era già salito di quasi il 13% a novembre (+32% rispetto allo stesso periodo dell'anno scorso) a causa della crescente domanda interna durante tutto il 2021, culminata nel periodo delle feste a fine anno (Diwali, Natale), anche da parte dei nuovi rivenditori emergenti nell'e-commerce. L'offerta è stata invece limitata da forti piogge soprattutto nelle zone di coltivazione del Kerala, che hanno ridotto drasticamente la resa del raccolto. E i nostri fornitori riferiscono che all'inizio del 2022 il prezzo è aumentato ulteriormente.

Anche il pepe verde (più giovane) è raro e costoso. Gli agricoltori lasciano maturare o essiccare il prodotto più a lungo perché con il pepe nero si ottengono prezzi più alti, anche se il pepe verde è noto per essere raccolto prima (per tutti gli avvincenti retroscena consulta il nostro [»glossario pepe«](#)).

Anche in **Thailandia**, **Brasile** e **Madagascar** si produce il pepe, in particolare quello nero, ma questi paesi produttori non giocano un ruolo di primo piano sul mercato tedesco.



JALAPEÑOS *even hotter*

Dopo un raccolto di jalapeños inferiore alle aspettative in Turchia e in Egitto, ora anche l'India è sulla stessa strada a causa di piogge e massicce infestazioni di coleotteri che in dicembre hanno distrutto quasi tutto il raccolto di jalapeños nel subcontinente. Il risultato è un raccolto quasi del tutto perduto, anche se ora i campi sono stati riseminati nella speranza di recuperare almeno una parte del raccolto. Normalmente si programmano fino a cinque raccolti, quest'anno i contadini sperano in almeno due raccolti. È probabile che i prezzi aumentino di conseguenza, anche a causa degli alti costi di trasporto.

Desiderate più piccantezza? Nella nostra guida ai prodotti PMM College spieghiamo in esclusiva il significato del grado di piccantezza [»Scoville«](#).



INTERVIEW

FORTI INSIEME

per superare la crisi

Questi sono tempi impegnativi a tutti i livelli del mercato e le collaborazioni di lungo corso sono più importanti che mai. Ne parliamo con Johannes Netzhammer, proprietario e amministratore delegato di Netzhammer Grosshandel, grossista nostro partner di vecchia data con sede storica a Singen, che ci racconta opportunità e rischi ai tempi della crisi e perché le vere partnership durano nel tempo.

PMM: Signor Netzhammer, lei ha decenni di esperienza come grossista di alimenti. Dove vede le maggiori sfide per il nostro settore in questo momento?

Johannes Netzhammer:

Attualmente vediamo tre grandi sfide, tutte scatenate o rese più ardue dalla crisi legata alla pandemia:

1. l'aumento dell'incertezza da parte dei clienti determina un deficit di dipendenti in loco, il che pone tutto il settore davanti a grandi sfide.
2. le fluttuazioni delle vendite a causa del coronavirus e quindi difficoltà nella pianificazione riducono in parte la disponibilità degli articoli.
3. i prezzi nel settore alimentare stanno aumentando considerevolmente anche a causa di raccolti scarsi e al costo crescente dei noli.

Quali sono i punti di forza di Netzhammer? Quanto è importante la prospettiva regionale, ma anche quella internazionale?

La nostra forza risiede chiaramente nel

fatto che ci rivolgiamo in primis a clienti all'interno della regione. Sono un vantaggio sia i rapporti stretti con i clienti sia le brevi distanze – a livello interpersonale con il cliente, dal dipendente alla direzione, ma anche nel trasporto delle merci. Lo scambio personale con i nostri clienti, che vediamo come partner, è importante per noi.

Qual è l'importanza di una forte cooperazione con Intergast?

Il nostro ruolo di azionisti di Intergast ci permette di combinare il meglio delle due prospettive, regionale e nazionale. Uniamo le forze con altri grossisti quando lo riteniamo opportuno, ad esempio nelle trattative con i fornitori, per poter offrire ai nostri clienti prezzi competitivi o per poter servire clienti operativi al di fuori della nostra regione. Allo stesso tempo, siamo indipendenti e possiamo quindi rispondere in modo flessibile alle richieste locali.

La collaborazione con Paul M. Müller dura ormai da più di 30 anni. Di che cosa è fatta una buona partnership?

La collaborazione è stata avviata da mio zio Emil Netzhammer molto prima che diventassimo membri di Intergast ed è caratterizzata da una modalità di lavorare basata sulla fiducia. La base per questo è un confronto personale regolare per discutere gli sviluppi del mercato e per individuare



Johannes Netzhammer



Filiale Netzhammer a Waldshut



PAUL M. MÜLLER GMBH

insieme al partner soluzioni ai problemi che possono crearsi. La collaborazione con "Müller München" ha dato prova di funzionare bene durante la pandemia: la parola chiave è stata la comprensione da entrambe le parti. Comprensione nostra per le consegne a volte mancanti di Müller München, che però sono state comunicate in maniera trasparente, e comprensione da parte di Müller München quando noi non abbiamo potuto onorare contratti concordati precedentemente non potendo ricevere le merci nei tempi previsti a causa dei lockdown.

Qual è l'importanza degli alimenti in scatola per voi, ora e in futuro?

La scatola di latta presenta per noi due aspetti importanti: da un lato, conserva il cibo senza dover ricorrere ad altri fonti energetiche, il che è un grande vantaggio rispetto



Filiale Netzhammer a Waldshut

al cibo congelato, per esempio. D'altra parte, gli alimenti in scatola sono stati in qualche modo riscoperti durante la pandemia e, insieme alla carta igienica e alla pasta, sono stati tra le merci più ricercate

La ringraziamo per l'intervista.

BREAKING NEWS

Inizialmente, dalla **Thailandia** ci sono arrivati dati di mercato incoraggianti nel settore dell'ananas: lo scorso dicembre sono state consegnate alle aziende 126.550 tonnellate di materia prima, un buon 1,5% in più del previsto anche rispetto ai volumi raccolti nel 2020 (116.150 tonnellate). Per il 2021 nel suo complesso c'è stato un notevole aumento dei volumi (+42%) rispetto ai due anni precedenti (2021/2020: -20% e 2020/2019: -42%). Tuttavia, al momento l'afflusso del raccolto invernale alle aziende non è ai livelli attesi. L'associazione dei fabbricanti thailandesi TFPA prevede comunque un aumento globale del volume di merci da consegnare di circa il 7% per il 2022 - naturalmente, se ci sarà un buon raccolto estivo (da marzo). Per quanto riguarda il prezzo, attualmente la richiesta è di 7,20 THB/kg (secondo l'associazione TFPA il prezzo medio nel 2021 era di 6,20 THB/kg).



Resto convinto che questo sia l'unico modo per voltare le spalle alla pandemia, alle sue spiacevoli implicazioni e, si spera, per tornare presto alla normalità nel settore HoReCa..

PARTECIPIAMO ANCHE NOI!



Con questo spirito auguriamo a tutti gli amici e partner di Paul M. Müller un 2022 felice, sano e di successo.

Il vostro team di Paul M. Müller.

Sebbene riteniamo che le fonti da noi sfruttate siano affidabili, non ci assumiamo responsabilità della completezza e della correttezza delle informazioni qui riportate.