



# RELAZIONE DI MERCATO

marzo 2022

*"Tendiamo a determinare il successo più dall'entità dei nostri stipendi o dalla grandezza delle nostre automobili che dal grado della nostra disponibilità e dalla misura della nostra umanità."*

*Martin Luther King (1929 - 1968)*

## USCIRNE

*al meglio...*



Onestamente, per me è difficile restare calmo di fronte alle immagini drammatiche e all'esplosiva situazione mondiale. Tuttavia, non dobbiamo perdere di vista il nostro lavoro quotidiano e soprattutto il nostro futuro: dopo due anni di pandemia lo stress è tangibile ma anche il desiderio di ripartire. In questa relazione di mercato leggerete in cosa spera l'Horeca, come si sta preparando e cosa vorrebbero i titolari delle varie attività in un'intervista con Monika Poschenrieder della DEHOGA Baviera.

Purtroppo le catene di approvvigionamento sono di nuovo sotto pressione: la perdita di camion e di centinaia di migliaia di autisti ucraini sta rallentando le forniture; in **Cina**, decine di città con milioni di abitanti sono ancora una volta in lockdown a causa del coronavirus, i porti (tra cui quello di Shanghai) sono stati chiusi e centinaia di navi container sono ferme in tutto mondo. In questa relazione di mercato troverete alcune soluzioni che spedizionieri, fornitori e noi di Paul M. Müller abbiamo ricercato insieme. Inoltre vi aggiorniamo sui raccolti e sull'andamento dei prezzi dei prodotti che importiamo e commercializziamo. Vi presentiamo fatti e cifre accuratamente selezionati ed estremamente attuali in modo che possiate prendere le decisioni più giuste per voi.

Forse ognuno di noi può contribuire un po' ad allentare la tensione di questo momento in modo che, nonostante le strozzature iniziali e l'accaparramento delle merci, si possa uscire al meglio da questa follia.

## **BREAKING NEWS** TONNO, *più prezioso che mai*

Secondo le ultime informazioni dal principale centro commerciale di Bangkok, il prezzo della materia prima del tonnetto striato (SKJ) è salito a 1750 US\$/t e gli esperti di mercato si aspettano un ulteriore aumento fino a 2000 US\$/t. Sfortunatamente, la situazione potrebbe rimanere tale a causa del debole rendimento della pesca nel **Pacifico occidentale** (zona di pesca FAO 71) e probabilmente anche





al largo dell'**Africa occidentale** (FAO 34), dove c'è stato un divieto della pesca con FAD per tre mesi dall'inizio dell'anno (divieto del **metodo comune della pesca del tonno** mediante dispositivi di aggregazione dei pesci. *Fish Aggregating Device in ingl.*). Inoltre, i prezzi del greggio per le flotte di pesca continuano a salire e anche l'olio di girasole scarseggia dal momento che le forniture provengono principalmente dall'**Ucraina**.

## TEMPI DIFFICILI PER *il pomodoro*

Il business del pomodoro è in una delle situazioni più critiche degli ultimi decenni. Sei mesi prima dell'inizio del nuovo raccolto, il mercato dei prodotti derivati dal pomodoro è paralizzato. Le previsioni non sono rosee. Il fatto è che le trattative tra agricoltori e produttori sui prezzi dei prodotti freschi del raccolto 2022 sono in stallo o non sono ancora state concluse. Molti esperti di mercato si domandano se i contratti possono essere rispettati. In particolare, tutti ricercano il concentrato di pomodoro ma non ci sono scorte. Le nuove forniture non arrivano né dalla **Cina** a causa degli alti costi di trasporto né dall'**Ucraina** a causa della sua difficile situazione attuale. Il problema, ci dice un insider, è che: "il concentrato di pomodoro e prodotti affini sono in stock ma la consegna al momento non è possibile". E non si sa se quest'anno ci sarà una nuova stagione di semina nel paese. Per prodotti come la passata o i pomodori a tocchetti ci sono alcune scorte residue che però possono dare solo un piccolo sollievo.

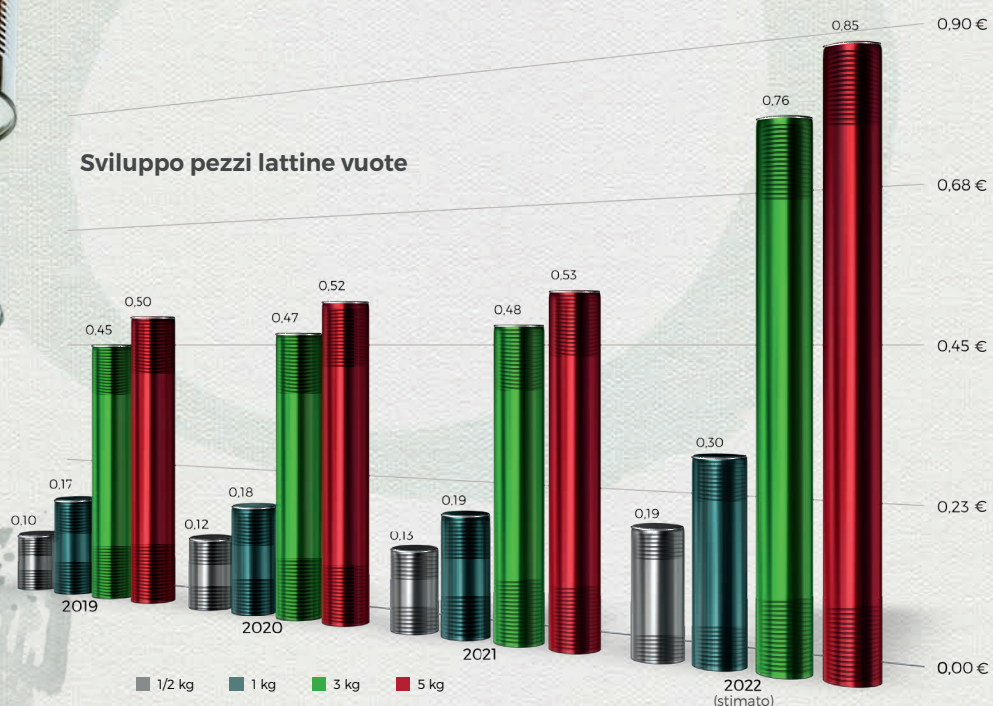
Questo rende il nostro nuovo **»speciale pomodoro«** ancora più attuale, nel quale, per esempio, si spiegano le possibili alternative ai pomodori pelati.

In **Spagna**, gli agricoltori sono sotto pressione a causa della penuria d'acqua e potrebbero smettere di coltivare pomodori per passare ad altre colture. Indipendentemente da ciò, i maggiori problemi a livello mondiale per tutti i prodotti a base di pomodoro rimangono gli imballaggi (cartoni, vetro e lattine vuote in particolare, i cui prezzi sono schizzati alle stelle, vedi grafico) e l'energia. "Questi costi sono fuori controllo", dicono gli osservatori di mercato, aggiungendo che questo avrà un impatto sui costi di produzione in generale. Il gas come fonte di energia è particolarmente importante nella produzione del concentrato di pomodoro.

Noi di Paul M. Müller dobbiamo valutare e aggiornare quotidianamente acquisti e prezzi. Le prossime tre o quattro settimane saranno cruciali.



Sviluppo pezzi lattine vuote



## *Previsioni incerte per* **IL CARCIOFO**

Come avevamo previsto nella nostra relazione di mercato di gennaio, i prezzi dei carciofi di qualsiasi provenienza continuano a salire. Ciò è dovuto sia alle condizioni climatiche sfavorevoli che ai costi elevati di energia e imballaggio. Non ci sono offerte per prodotti industriali derivati e il volume del raccolto su cui i trasformatori possono contare si è ridotto drasticamente. Si aggiunge il costo crescente delle lattine vuote, che ha un impatto forte anche su questo settore merceologico. Al momento, non è possibile negoziare quantità o prezzi affidabili.



## *Costi in aumento per* **L'ANANAS**

Secondo le informazioni d'ultim'ora dalla **Thailandia** i prezzi della materia prima per l'ananas sono molto alti, tra 7,70 e 8 Thai Baht/kg. L'offerta di materia prima è scarsa, c'è mancanza di manodopera - per esempio sono ancora in vigore restrizioni per i braccianti in arrivo dal Myanmar - e le fabbriche lavorano solo al 70% della capacità nonostante gli straordinari. Ora tutti aspettano con ansia il raccolto estivo, che normalmente ha il suo picco da maggio a fine giugno. Ci sarà un'inversione di tendenza nel prezzo? Gli esperti di mercato restano scettici a causa di incognite legate alla disponibilità e all'aumento dei prezzi delle lattine vuote.

## **MAIS** *in crisi*

Il turbolento mercato mondiale del mais ci sta tenendo sulle spine come importatori, soprattutto perché la domanda del settore industriale e dei dettaglianti è alta. Ma il mais in scatola è difficile da riordinare o molto costoso.

Qual è il nesso? Insieme agli **Stati Uniti**, l'**Ucraina** è il principale fornitore di mais per la **Cina**. L'anno scorso, la quota d'importazione dall'Ucraina era del 27% (nel 2020 era addirittura del 57%) ma ora questo flusso è bloccato e quindi la Cina dispone di quantitativi minori di mais. Il consumo è ormai sempre più destinato al mercato interno: circa il 60% per l'alimentazione animale, il 30% per la trasformazione industriale, poco meno del 10% per il mercato fresco. I prodotti in scatola vengono esportati solo in misura minore, e quelli che arrivano dalla Cina in Europa stanno diventando ancora più costosi a causa delle alte tariffe di trasporto e dei costi crescenti per l'energia (petrolio) e l'imballaggio. Inoltre, al momento alle fabbriche cinesi non conviene produrre prodotti in scatola perché i prezzi raggiungibili sul mercato fresco sono più alti.

La **Thailandia**, dal lato suo, sta lottando con alti costi di produzione - in alcuni casi con percentuali a due cifre per energia, salari, lamiera - e da tempo ha un livello di prezzi superiore a quello della Cina. "Questo è un grosso problema. Finché gli acquirenti non sono disposti a pagare prezzi più alti alla Cina, le fabbriche cinesi non sono disposte a produrre di più", spiega un insider. La Thailandia è inoltre soggetta alle tariffe punitive dell'UE sul mais lavorato, che sono state reintrodotte nel 2019. Questo aumenta ancora di più la pressione sui prezzi.

Infine, guardiamo all'Europa: in **Ungheria** le quantità di mais ci sono, il nuovo raccolto sembra iniziare bene. Ma anche qui sono già stati annunciati prezzi significativamente più alti per i prodotti in scatola.



## INTERVIEW

# "DOBBIAMO *rimanere nel flow*"

Noi tutti speriamo in questa estate. PMM ha voluto scoprire direttamente dalla gastronomia quali aspettative e quali desideri ci sono. Leggete la nostra intervista esclusiva con Monika Poschenrieder, proprietaria del Forellenhof Walgerfranz (Bad Tölz) e presidente della sezione gastronomia dell'associazione tedesca di hotel e ristoranti DEHOGA (Baviera).

**PMM:** Signora Poschenrieder, dopo due anni di pandemia, quest'anno tutti gli operatori del settore sperano in un nuovo inizio. Qual'è la sfida più grande secondo lei? Quali sono le opportunità?

**Monika Poschenrieder:**

La prima sfida è quella di riportare le nostre attività alla normalità. Il personale operativo non è ancora al completo e il comportamento degli ospiti è incerto.

Inoltre, c'è molta incertezza a causa dell'attuale crescita dei prezzi. I fornitori devono adeguare i loro prezzi, cosa che si riflette in maniera evidente nell'acquisto delle merci. Ma anche l'area tecnica sta diventando sempre più costosa, il servizio clienti, la manutenzione e l'acquisto di nuove attrezzature. Dobbiamo mettere in conto tutto questo, per questo è necessario riprendere le attività al 100%.

**In quanto ristoratrice e specialista di settore nell'associazione Dehoga, conosce le preoccupazioni degli addetti ai lavori e dei concorrenti. Quali sono le criticità?**

Fondamentalmente, molte aziende hanno perso collaboratori. La maggior parte del personale a chiamata se n'è andato. Dobbiamo riorganizzarci, ma con il freno a mano tirato

perché c'è meno movimento. Tutti sperano in una buona stagione estiva, ma ripartire è complesso e non sappiamo che cosa succederà nel prossimo autunno. Tutte le aziende dovrebbero restare in attività, le interruzioni continue sono dannose perché alterano i ritmi abituali.

**Cosa si aspetta dalla politica?**

Vorremmo che ci fossero regole uniformi. Gli ospiti chiamano con insicurezze riguardo ai regolamenti che cambiano continuamente. A volte dobbiamo mandare via qualcuno e ci dispiace, perché vorremmo accogliere tutti i nostri ospiti.

Ma ciò che ci sta più a cuore sarebbe la riduzione permanente dell'IVA includendo anche le bevande. L'intera industria del beverage, con discoteche, bar e club, si è fermata per due anni e ora ha urgente bisogno di una prospettiva. Sarebbe un segnale forte se la politica dicesse che il 7% vale anche per loro. Potrebbe essere difficile per le bevande alcoliche, ma dobbiamo fare di tutto per rimettere in piedi i nostri colleghi.

**E personalmente che cosa vorrebbe?**

Mi piacerebbe un orario di lavoro più flessibile. A causa della carenza di lavoratori qualificati, vediamo il bisogno di modelli di orari diversi. Molti dipendenti stranieri, per esempio, preferirebbero lavorare sei giorni e avere più ferie in cambio, perché vorrebbero tornare a casa. Altri vorrebbero lavorare quattro giorni interi e avere tre giorni di riposo. Purtroppo regolamenti molto rigidi ci impediscono di soddisfare queste esigenze. Chiediamo quindi più flessibilità e una significativa riduzione della burocrazia.



Monika Poschenrieder



Forellenhof Walgerfranz a Bad Tölz



PAUL M. MÜLLER GMBH

La nostra impressione è che nella crisi, molte parti coinvolte e colpite si siano avvicinate, dai produttori agli importatori, dai professionisti della vendita all'ingrosso a quelli della ristorazione e del commercio...

Questo è vero! Abbiamo un buon rapporto tra colleghi. Nei momenti di bisogno ci riuniamo, ci aiutiamo a vicenda, discutiamo di ciò che deve essere fatto anche con i fornitori, i nostri partner che vogliamo mantenere nel tempo.

**Che cosa ha imparato ad apprezzare di più durante la crisi?**

Le pause fanno bene e concedono tempo per altre cose, per la famiglia, ad esempio. Questo l'hanno apprezzato molti colleghi. È stata certamente anche un'occasione per pensare intensamente alla propria azienda, a che cosa cambiare strutturalmente per affrontare meglio

le prossime sfide ma anche per riposizionarsi.

Credo che la crisi abbia offerto anche l'opportunità di rinnovare e ottimizzare l'attività. Soprattutto i più giovani sono molto flessibili in questo senso, ma i cambiamenti possono essere vantaggiosi anche per le imprese tradizionali, perché in futuro dovremo occuparci maggiormente dei temi della digitalizzazione e della sostenibilità.

**Crazie per l'intervista.**



Il personale dell Forellenhof Walgerfranz

## La squadra di PAUL M. MÜLLER



Stiamo ampliando il nostro team e siamo felici di presentarvi le nuove leve di Paul M. Müller (da sinistra): si tratta di **Katja Gartner** e **Jacqueline Neyra Rivera de Ofner**, entrambe nel reparto controllo qualità, e di **Sarah Weitzbrich**, nostra nuova assistente negli acquisti e nelle vendite. E c'è dell'altro che verrà

presto, stay tuned. Per chi non vuole perdersi niente, ogni venerdì c'è il nostro "collaboratore della settimana" sui social media.

### LOGISTICA *di Pasqua*

**Attenzione:** quest'anno ci sono due settimane consecutive di quattro giorni nel periodo pasquale (15-18 aprile). Raccomandiamo di pianificare un giorno in più ogni settimana per un'agevole programmazione.



Ringraziamo i nostri affezionati lettori anche per il "passaparola" e l'inoltro di questo relazione di mercato ad altri addetti ai lavori. Nonostante le circostanze difficili vi auguriamo buona fortuna per le prossime settimane.

***Un caro saluto dalla squadra 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.