

AGRIMERCATI



# Agrimercati

Agricoltura Territorio Ambiente e Mercati SCpA

Azienda della Camera di Commercio di Milano e delle Associazioni di rappresentanza per lo sviluppo delle filiere agricola e agroalimentare

## CHI SIAMO

### AGRIMERCATI

#### Agricoltura Territorio Ambiente e Mercati

è l'azienda della Camera di Commercio di Milano e delle Associazioni di rappresentanza per lo sviluppo delle filiere agricola e agroalimentare

TERRITORIO

ENERGIA

AGRICOLTURA

AMBIENTE

NUTRIZIONE

INDUSTRIA



# CHI SIAMO

**AGRIMERCATI** è **partner** di imprese, associazioni e istituzioni per realizzare iniziative e progetti a sostegno dei settori di riferimento.

## Obiettivi

- **promozione** degli interessi delle imprese dei settori agricoltura e agroalimentare
- facilitazione di **processi** di integrazione della **filiera**
- **valorizzazione** del **territorio**, tutela **dell'ambiente** e sviluppo della funzione dei **mercati**
- supporto all'adozione di processi e politiche di **qualità**
- sostegno **all'innovazione** e sviluppo e promozione dell'**efficienza energetica**

# COSA FACCIAMO

**AGRIMERCATI** è **partner** di imprese, associazioni e istituzioni per realizzare iniziative e progetti a sostegno dei settori di riferimento.

## Obiettivi

- **promozione** degli interessi delle imprese dei settori agricoltura e agroalimentare
- facilitazione di **processi** di integrazione della **filiera**
- **valorizzazione** del **territorio**, tutela **dell'ambiente** e sviluppo della funzione dei **mercati**
- supporto all'adozione di processi e politiche di **qualità**
- sostegno **all'innovazione** e sviluppo e promozione dell'**efficienza energetica**

# PROGETTI e SERVIZI

AGRIMERCATI

**AGRIMERCATI** sviluppa progetti e servizi in tre aree principali:

1. **Promozione**
2. **Innovazione**
3. **Ricerca e sviluppo agricolo**

Si occupa inoltre, nella sua sede di Rozzano della gestione dei **mercati dei prodotti alimentari e dei biocombustibili solidi**

# PROGETTI: innovazione

## **ALPENERGYWOOD**

Proposta di una piattaforma di filiera per la coltivazione e la raccolta delle Short Rotation Forestry per la produzione di biocombustibili solidi

### **Obiettivo**

Fornire un prontuario tecnico agli imprenditori agricoli che vogliono sapere quali tecniche di coltivazione e quali cantieri possono valorizzare il ciclo di produzione di biomasse con turno annuale, biennale, quinquennale.

### **Durata**

4 mesi

### **Partnership**

Regione Lombardia, CNR-Ivalsa, Consorzio Energie Rinnovabili/R-innova

# Caratteristiche del mercato

# Caratteristiche del mercato

1. Competizione con altri impieghi  
(pannelli truciolari, carta)



# Caratteristiche del mercato

1. Competizione con altri impieghi (pannelli truciolari, carta)
2. Costi di produzione disomogenei

# Caratteristiche del mercato

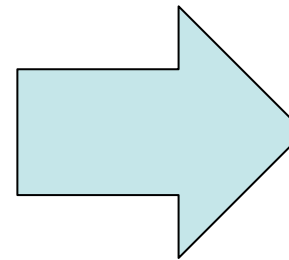
1. Competizione con altri impieghi (pannelli truciolari, carta)
2. Costi di produzione disomogenei
3. Elevata diversificazione dei canali e delle categorie di utilizzatori finali

# Caratteristiche del mercato

1. Competizione con altri impieghi (pannelli truciolari, carta)
2. Costi di produzione disomogenei
3. Elevata diversificazione dei canali e delle categorie di utilizzatori finali
4. Mancanza di caratterizzazione merceologica e di forme di contratto standardizzate in grado di definire in maniera univoca la qualità del biocombustibile ed il suo prezzo in riferimento a peso e contenuto di umidità

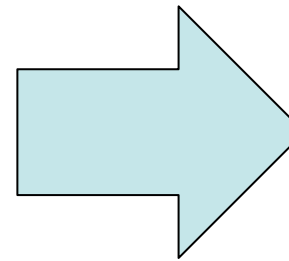
# Caratteristiche del mercato

1. Competizione con altri impieghi (pannelli truciolari, carta)
2. Costi di produzione disomogenei
3. Elevata diversificazione dei canali e delle categorie di utilizzatori finali
4. Mancanza di caratterizzazione merceologica e di forme di contratto standardizzate in grado di definire in maniera univoca la qualità del biocombustibile ed il suo prezzo in riferimento a peso e contenuto di umidità



# Caratteristiche del mercato

1. Competizione con altri impieghi (pannelli truciolari, carta)
2. Costi di produzione disomogenei
3. Elevata diversificazione dei canali e delle categorie di utilizzatori finali
4. Mancanza di caratterizzazione merceologica e di forme di contratto standardizzate in grado di definire in maniera univoca la qualità del biocombustibile ed il suo prezzo in riferimento a peso e contenuto di umidità



Scarsa trasparenza nella classificazione dei prodotti e ostacolo al confronto tra le quotazioni, mancanza di garanzia per gli operatori e per gli investimenti, aumento dei costi di transazione (il costo in tempo e in denaro per la definizione degli accordi, il costo della ricerca dei contraenti, i costi di ricerca delle informazioni riguardanti il mercato)

# I soggetti



CAMERA DI  
COMMERCIO  
MILANO

in collaborazione con Agrimercati

accogliendo l'esigenza sollevata dalle Associazioni di rappresentanza – ha avviato un progetto dal carattere innovativo: **monitorare il settore delle biomasse legnose**, cioè i combustibili solidi di origine vegetale provenienti da colture dedicate, dalla gestione dei boschi e dalle potature, dalle lavorazioni esclusivamente meccaniche del legno e di prodotti agricoli, utilizzati come fonte energetica rinnovabile.



# Approvvigionamento

Le principali fonti di approvvigionamento dei biocombustibili legnosi sono riconducibili alle seguenti attività:

# Approvvigionamento

Le principali fonti di approvvigionamento dei biocombustibili legnosi sono riconducibili alle seguenti attività:

- recupero scarti segherie a seguito delle operazioni di lavorazione del legno;
- produzione di legname da manutenzione del patrimonio boschivo (forestazione);
- recupero delle potature e della manutenzione del verde urbano;
- recupero delle potature e sottoprodotti agricoli (scarti dell'agricoltura);
- coltivazioni dedicate di Medium Rotation Forestry (MRF).



# I prodotti

I principali prodotti per il mercato sono i seguenti:

**Legna da ardere**



**Briquettes**



**Pellet**



**Cippato**



# I prodotti

## 1. Legna da ardere

**Offerta:** presenza variegata di operatori dettaglio e ingrosso

**Domanda:** circa 4,5 mln di famiglie, forni, pizzerie



## 2. Briquettes

Mercato poco strutturato e legato a consumo di tipo occasionale



# I prodotti

## Pellet

**Offerta:** pochi operatori nazionali (circa 10) di cui la maggior parte al Nord (>500.000 t/anno)

**Domanda:** in forte crescita con ampi margini di sviluppo legato alla diffusione di caldaie domestiche (anche potenze basse < 20kW) e di impianti industriali; polo produttivo



## Cippato

**Offerta:** Sistema di vendita frammentato, necessità di maggiore standardizzazione per far crescere il mercato e di diffusione di una cultura associazionistica, necessità crescente di fonti informative certe

**Domanda:** mercato ancora frammentato con punte di eccellenza in alcune regioni (p.e. Trentino Alto Adige); formulazione del prezzo poco trasparente; necessità di fonti informative certe



# I vantaggi

La creazione di un **mercato** codificato e da una serie di dinamiche tra gli operatori consapevoli dell'esistenza di un "Sistema Mercato" nel quale misurarsi quotidianamente è un'opportunità per tutti i soggetti della filiera:

*clienti, diversi per dimensione dei consumi, liberi di scegliere le opportunità che offre il mercato e le modalità di gestione e di sviluppo del business*

*operatori, dal cui approvvigionamento può generarsi importante fonte di vantaggio competitivo*

*in generale l'organizzazione di processi dalla cui razionalizzazione può derivare efficienza gestionale ed efficacia commerciale.*



# Come funziona

Le quotazioni pubblicate sulle pubblicazioni della Camera di Commercio devono rappresentare una valutazione media dei prezzi effettivamente praticati nel periodo di riferimento precedente quello di rilevazione.

L'accertamento dei prezzi deve essere preceduto da un commento sull'andamento del mercato e deve avvenire mediante discussione dei dati esposti in sede di riunione.

Ciascun Componente è tenuto a fornire le informazioni in suo possesso ed a dare un'indicazione di prezzo, favorendo la discussione ed il contraddittorio, per addivenire alla formazione della quotazione da pubblicare.

Scopo della rilevazione è giungere all'accertamento, per ogni prodotto oggetto di transazioni commerciali, di un prezzo medio che possa costituire un valore informativo di riferimento per i vari possibili utilizzi in ambito pubblico e privato.



# Come funziona

Le quotazioni pubblicate sulle pubblicazioni della Camera di Commercio devono rappresentare una valutazione media dei prezzi effettivamente praticati nel periodo di riferimento precedente quello di rilevazione.

L'accertamento dei prezzi deve essere preceduto da un commento sull'andamento del mercato e deve avvenire mediante discussione dei dati esposti in sede di riunione.

Ciascun Componente è tenuto a fornire le informazioni in suo possesso ed a dare un'indicazione di prezzo, favorendo la discussione ed il contraddittorio, per addivenire alla formazione della quotazione da pubblicare.



Scopo della rilevazione è giungere all'accertamento, per ogni prodotto oggetto di transazioni commerciali, di un prezzo medio che possa costituire un valore informativo di riferimento per i vari possibili utilizzi in ambito pubblico e privato.

La rilevazione dei prezzi riferendosi a transazioni avvenute in periodi precedenti, assume la connotazione di una quotazione statistica

# Chi partecipa



- Consorzio Produttori Biomasse Lombardia
- ARIBL (Associazione Regionale Imprese Boschive della Lombardia)
- Associazione Pioppicoltori
- Associazione Italiana Pellets
- FIPER (Federazione Italiana Produttori di Energia da Fonti Rinnovabili)
- APER (Associazione Produttori da Energia Rinnovabile)
- Assolegno
- Assoimballaggi
- Assocarta
- Unione del Commercio

# Il listino

DA PRODUTTORE O IMPORTATORE A FRANCO DESTINO - PER AUTOTRENO COMPLETO - PAGAMENTO 30 GG. - I.V.A. ESCLUSA					tendenza
	Legna da ardere	Unità di misura	da euro	a euro	tendenza
15	forte sfusa (leccio, rovere, cerro, faggio, carpino, frassino e robinia) - u.t.q. 40% (*) - semilavorata 2 - 4 metri	t	75,00	85,00	↓
20	forte da importazione in pallets (rovere, cerro, faggio, carpino) - u.t.q. 30% (*)	mst (1)	60,00	70,00	↓
35	dolce (pino, pioppo, ontano, castagno, salice, tiglio, olmo, etc) - u.t.q. 40% (*) - semilavorata 2 - 4 metri	t	50,00	65,00	
Bricchette:					tendenza
		Unità di misura	da euro	a euro	tendenza
40	senza foro diametro 60 - 80mm	t	165,00	175,00	↓
45	con foro diametro 60 - 80 mm	t	170,00	180,00	↓
Corteccia					tendenza
		Unità di misura	da euro	a euro	tendenza
70	Corteccia selezionata da latifolia	t	20,00	30,00	
DA PRODUTTORE NAZIONALE FRANCO PARTENZA - PER AUTOTRENO COMPLETO - PAGAMENTO ENTRO 30 GG. - I.V.A. ESCLUSA					tendenza
	Pellet ( Norma UNI/EN 14961/2)	Unità di misura	da euro	a euro	tendenza
72	Classe A, in sacchetti da 15 kg cad. - diametro 6 mm	t	185,00	200,00	↓
75	sfuso per uso industriale - diametro da 6 mm e oltre	t	170,00	185,00	↓
FRANCO PARTENZA - PER AUTOTRENO COMPLETO - PAGAMENTO 90 GG. - I.V.A. ESCLUSA					tendenza
	Cippato di legno vergine con corteccia	Unità di misura	da euro	a euro	tendenza
80	da segheria - u.t.q. 40% (*)	mst (2)	13,50	15,50	↓
90	da pioppo - u.t.q. 50% (*)	t	40,00	43,00	↓
100	da manutenzione patrimonio boschivo - u.t.q. 45% (*)	t	40,00	45,00	
	Cippato di legno vergine senza corteccia	Unità di misura	da euro	a euro	tendenza
105	da segheria - u.t.q. 40% (*)	mst (2)	14,50	16,50	

(\*) u.t.q. = umidità % sul tal quale

(1) 1 mst (metro stero) equivale a 0,55 - 0,60 t

(2) 1 mst (metro stero) equivale a 0,25 - 0,28 t

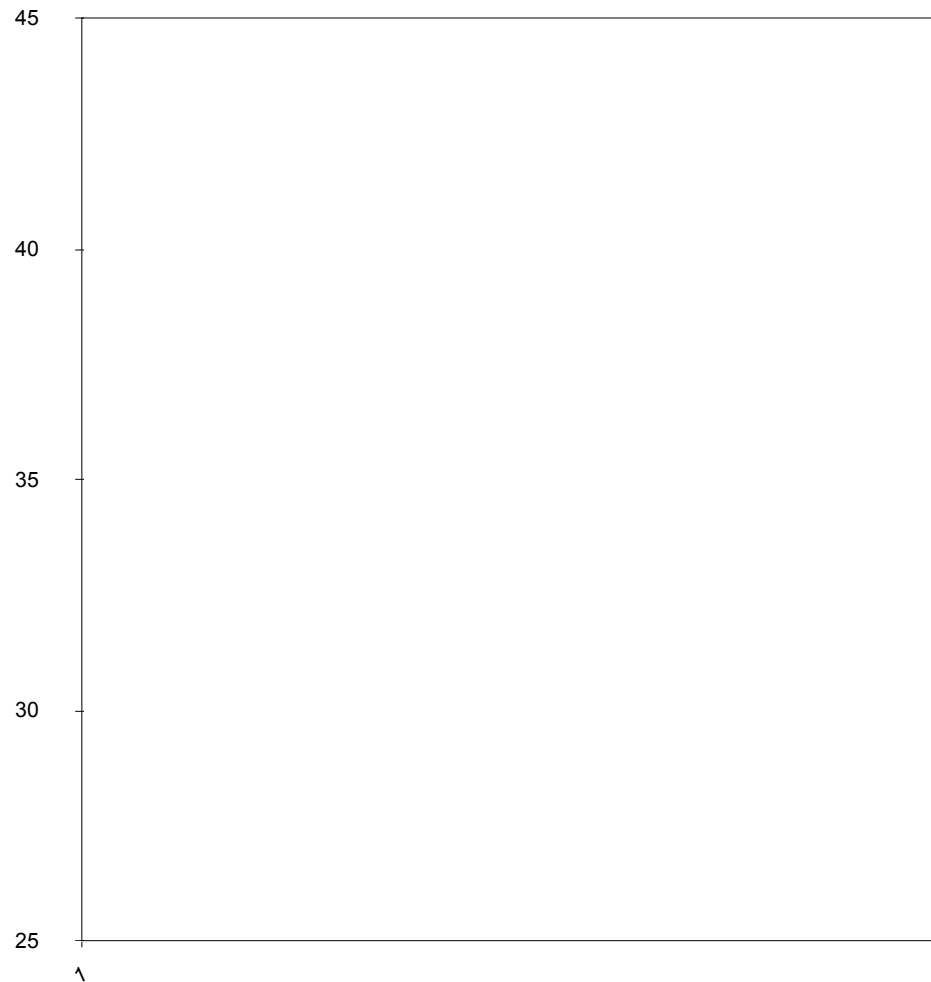


# Le quotazioni - CIPPATO

**80 - Cippato di legno vergine con corteccia da segheria - U.R. 30% (mst=0,25-0,28t)**

# Le quotazioni - CIPPATO

90 - Cippato di legno vergine con corteccia da pioppo - U.t.q. 50% (t)



◆ prezzo min    ■ prezzo max



# Le quotazioni - CIPPATO

# Le quotazioni - PELLETTI



# Le quotazioni - PELLETT



## CONTATTI

*Sede legale:* Via Meravigli 9/b 20123 MILANO  
Telefono: 02/82474607 – 06 Fax: 02/8253395

*Sede operativa:* Viale Achille Papa, 30

20149 Milano  
[www.agrimercati.it](http://www.agrimercati.it)  
[agrimercati@mi.camcom.it](mailto:agrimercati@mi.camcom.it)

**area mercati**

02 8515 4466-4324

02 8247 4606

**area progetti**

02 8515 4318-4323-4476

Fax: 02 8253 395



**Agrimercati**

Agricoltura Territorio Ambiente e Mercati SCpA

Azienda della Camera di Commercio di Milano e delle Associazioni di rappresentanza per lo sviluppo delle filiere agricola e agroalimentare