

L'INFORMATORE AGRARIO

www.informatoreagrario.it



Edizioni L'Informatore Agrario

Tutti i diritti riservati, a norma della Legge sul Diritto d'Autore e le sue successive modificazioni. Ogni utilizzo di quest'opera per usi diversi da quello personale e privato è tassativamente vietato. Edizioni L'Informatore Agrario S.p.A. non potrà comunque essere ritenuta responsabile per eventuali malfunzionamenti e/o danni di qualsiasi natura connessi all'uso dell'opera.

• UN CONSORZIO PER SFONDARE SUL MERCATO RUSSO

From: l'arma segreta della mela italiana

I produttori di mele trentini e altoatesini mettono da parte i campanilismi per affrontare uniti la sfida dei nuovi mercati. Un esempio anche per altri comparti della nostra agricoltura

di **Pietro Bertanza**

La mela delle Alpi si prepara alla «campagna di Russia». Potrebbe essere sintetizzata così la nuova strategia del neonato consorzio From, che rappresenta tutte le organizzazioni di produttori di mele del Trentino-Alto Adige: Melinda, Vog, Vip Val Venosta, La Trentina. Le due province producono il 65% delle mele italiane.

Il consorzio si pone l'obiettivo di riuscire a vendere 25.000 t di mele sul mercato moscovita per la prossima stagione e un dato

è sufficiente per capire l'importanza di penetrare nel mercato russo: ogni anno viene importato 1 milione di tonnellate di mele da Paesi terzi. Quello di From è un progetto ambizioso che mette da parte i campanilismi e che vuole puntare ai consumatori di qualità. Il consorzio avrà sede presso la «Casa della Mela» a Terlano (Bolzano) e coopererà strettamente con un collaboratore operante nei Paesi destinatari. Un passo importante in un momento storico delicato come quello attuale, una scelta per creare nuovi spazi e decongestionare il mercato nazionale.

IL COMPLEANNO FESTEGGIATO A CLES (TRENTO)

Melinda: vent'anni di passione

Lo scorso 6 settembre a Cles (Trento) si sono tenuti i festeggiamenti per il ventesimo compleanno di Melinda, un gruppo che produce il 15% delle mele italiane e vanta più di 5.000 produttori, 16 cooperative associate, più di 1.000 dipendenti e, soprattutto, l'unica mela dop italiana.

La giornata ha visto il presidente Michele Odorizzi e la responsabile del marketing Paola Zanella impegnati a raccontare la storia del consorzio di produttori. Non sono mancati aneddoti e momenti di commozione nel ricordare gli inizi difficili.

Sul palco del palazzetto dello sport di Cles è intervenuto anche Renato Mannheim, il quale ha presentato i principali risultati dell'indagine Ispo volta a capire come si comportano i consumatori italiani. Anche in momenti di crisi il consumatore sceglie la qualità e preferisce il prodotto italiano. Dalla ricerca è anche emersa la grande forza del marchio Me-



linda: il 62% degli intervistati l'ha citato come marca di mele conosciuta.

Un'azienda che guarda al futuro: Melinda si è infatti associata a Vog Products, cooperativa che cura la trasformazione e commercializzazione del prodotto di 26 cooperative altoatesine. P.B.

Strategia centrata sulla qualità

La strategia prevede un marchio che mette in luce la provenienza e il legame con il territorio, infatti recita: «From dalle Alpi italiane». Un segno distintivo che vuole portare in primo piano la qualità del prodotto con il giusto prezzo: una strategia che mira anche a evitare la concorrenza della Polonia, primo importatore in Russia, ma certo con un prodotto di qualità inferiore rispetto a quello italiano e quindi di basso costo.

La stagione scorsa ha visto una forte pressione di prodotto polacco a basso prezzo, che ha limitato l'entrata del nostro prodotto sul mercato russo.

Come ci ha riferito il presidente di From Georg Kössler durante la giornata dedicata ai 20 anni di Melinda (vedi riquadro), si tratta di una strategia per le mele del Trentino-Alto Adige ma «se funziona From, il consorzio di produttori sarebbe contento di allargarsi anche alle op del Veneto e dell'Emilia-Romagna».



Georg Kössler, presidente del Consorzio From

Intanto, per la prima volta alla mostra mercato di Mosca, il World food Moscow, che si terrà dal 15 al 18 settembre, i produttori di mele del Trentino-Alto Adige si presenteranno uniti e con il loro marchio e partirà così l'avventura di From, che già pensa all'India e al Nord America.

Oltre From

Ma la strategia della mela per il 2010 non si vuole fermare a From: infatti l'assessore all'agricoltura e turismo della Provincia di Trento - Tiziano Mellarini - lancia l'obiettivo di creare il Distretto mela legando, così, il territorio, la bellezza naturale delle valli trentine, l'eccellenza della mela e l'idea di sicurezza alimentare. Un sistema mela che vuole rifarsi al più conosciuto mondo del vino, copiando, ma sviluppando, le idee del comparto enoturistico.

«Una strategia delle alleanze», come ha riferito Michele Odorizzi presidente di Melinda, che vede la voglia dei consociati di aprirsi ai nuovi mercati per consolidare e aumentare la visibilità della mela italiana. •