A Madrid Melinda lancia la campagna 26/27
Qualità e mercati al centro dell'agenda

Alla fiera Fruit Attraction il Consorzio guarda già al mercato: alta la qualità delle mele mentre continua la crescita dei trasformati. Tra le priorità intercettare i giovani consumatori

Madrid, 7 ottobre 2026 – "L'eccellenza della produzione, trainata dalle nostre varietà DOP, è la migliore garanzia in un mercato sempre più competitivo: in Val di Non la Golden, in particolare, ha dimostrato anche quest'anno di saper resistere a tutto evidenziando una qualità straordinaria. Quest'anno la produzione di mele è in calo, come d'altro canto in tutta Europa, ma la qualità è elevata. Le escursioni termiche della montagna, con notti più fresche tra la fine dell'estate e l'inizio dell'autunno, hanno favorito la qualità della nostra varietà regina della Val di Non, e delle nostre varietà club". Lo ha affermato **Ennio Magnani**, consigliere di **Melinda**, presidente di **Assomela** e del **Consorzio di Tutela della D.O.P. Mela Val di Non**, intervenendo a **Fruit Attraction**, la fiera internazionale dell'ortofrutta a Madrid che, fino all'8 ottobre, ospita oltre 2.500 aziende e più di 120.000 professionisti da 150 Paesi.

Un appuntamento ormai tradizionale, quello nella capitale spagnola, che diventa occasione per tracciare un quadro dell'ultima stagione e illustrare le priorità dell'agenda come il mantenimento della leadership di marca e il contributo sempre più importante dei trasformati 100% naturali a base di frutta di Melinda Lab. A trainare la crescita della controllata di Melinda, in questi anni, c'è la continua innovazione di prodotto: gli snack, in particolare, permettono di avvicinare i giovani al consumo di frutta intercettando così un pubblico più ampio. Tra gli obiettivi principali per il futuro la crescita sui mercati esteri, supportata dal gioco di squadra con il comparto del fresco a partire dalle strategie di marketing e di distribuzione.

A sostegno di questi obiettivi una materia prima con una qualità eccezionale – che, accanto alla Golden, emerge quest'anno in particolare nelle varietà Morgana, Dolcevita ed Evelina - e il supporto continuo delle campagne promozionali che guardano con attenzione alle scelte del pubblico e al dialogo con i consumatori. "Oltre a consolidare la sinergia con il settore dei trasformati, le nostre priorità includono un crescente uso dei canali digitali e dei nuovi linguaggi e lo sviluppo dell'e-commerce come ulteriore punto di contatto e canale di vendita", sottolinea **Andrea Fedrizzi, responsabile marketing di Melinda**. "Il commercio online, infatti, apre nuove possibilità per un'offerta in grado di parlare anche ai giovani".

Accanto alle iniziative commerciali prosegue l'impegno del **Distretto della Mela** della Val di Non e Val di Sole, nato per iniziativa di Melinda e delle sue 16 cooperative per sostenere e valorizzare la filiera melicola nelle Valli del Noce. Continua anche quest'anno, quindi, il progetto didattico **"RaccontaMELA"** che porta gli studenti tra i 10 e i 15 anni alla scoperta della filiera trentina e del valore dell'agricoltura. Ad affiancarlo la seconda edizione del concorso "RACCONTAMELA giusta!" che invita le scuole a raccontare in un video un prodotto del proprio territorio e mette in palio, per il lavoro migliore, un soggiorno in Val di Non o Val di Sole. Sempre nel quadro del Distretto continua l'attività di ricerca del **progetto "Mela In-forma"**. Gli studi in corso analizzano le proprietà nutrizionali e i possibili effetti benefici della Golden DOP e della Renetta DOP, con particolare attenzione ai composti bioattivi e alle relazioni tra intestino, fegato e cervello. Un impegno nel quale Melinda vuole continuare a investire per approfondire le conoscenze sulle proprie mele e mettere a disposizione informazioni fondate su evidenze scientifiche.

Infine le prospettive della **nuova campagna**. Le previsioni diffuse ad agosto da Assomela stimano per l'Unione europea un raccolto 2026 di 9,5 milioni di tonnellate, il 16% in meno rispetto al 2025 e il livello più basso degli ultimi nove anni. La produzione italiana dovrebbe invece limitare la flessione al 2% con oltre 2,2 milioni di

Martina Valentini | Ufficio stampa Melinda
Email mv.greenpress@gmail.com | Whatsapp +39.3389180001

tonnellate. Più marcato il calo previsto per il Trentino, anche se la raccolta è ancora in corso ed è presto per conoscere il dato definitivo. Le indicazioni a livello organolettico, come si diceva, sono al tempo stesso molto positive.

“Quest’anno avremo a disposizione meno mele ma la qualità complessiva sarà in compenso davvero ottima”, sottolinea **Nicola Magnani, responsabile commerciale di Melinda**. “Il mercato interno resta protagonista e saremo impegnati a garantire che le nostre eccellenze abbiano una presenza di valore per tutta la stagione, forti di una qualità straordinaria.”

Martina Valentini | Ufficio stampa Melinda
Email mv.greenpress@gmail.com | Whatsapp +39.3389180001