

**Agricoltura & Affari** Parlano l'amministratore delegato e il direttore generale del famoso marchio

## Melinda Splende il tempo delle mele

Il consorzio fattura 282 milioni di euro e ha salvato l'economia di molte valli trentine. Ma non basta. «Unire i 4 maggiori produttori italiani per creare un campione nazionale»

DI ROBERTA SCAGLIARINI

**O**ltre cento milioni di investimenti per un impianto high-tech unico al mondo e una lista di nuovi prodotti per allargare il core business: sembra il piano industriale di un'industria manifatturiera invece è quello di un consorzio di produttori di mele. Ma Melinda è più di un'organizzazione di frutticoltori, è un'azienda con un marchio diventato così forte da essere un caso di studio internazionale.

«Lo scorso anno il nostro fatturato è arrivato a 282 milioni — racconta il presidente del consorzio Michele Odorizzi — e le esportazioni hanno superato il 30%. In origine ci eravamo uniti per affrontare il mercato italiano ma ora stiamo esportando in 50 paesi, in Europa, Nord Africa, Emirati Arabi, Egitto, Qatar e persino nel Sud Est Asiatico. Nei paesi del nord Europa sigliamo part-

### Cento milioni di investimenti per un impianto high-tech unico al mondo

nership con le maggiori catene distributive, in alti paesi invece ci rivolgiamo ai grossisti».

### Gestione

Melinda nasce come consorzio di produttori nel 1989 ma negli anni diventa una vera e propria azienda che centralizza le funzioni di lavorazione, qualità, acquisti, marketing e vendita fino ad assumere i dipendenti delle cooperative socie. Oltre 1.200 dipendenti, l'80% dei quali donne, lavorano nei cinque reparti con gestione centralizzata. «Dire che abbiamo salvato l'economia della regione è esagerato — commenta Odorizzi — però il nostro contributo è fondamentale, la nostra produzione di mele rappresenta il 60% di quella di tutto il Trentino e il 15% di quella italiana. Metà degli abitanti delle valli del Noce lavorano con noi e i 280 milioni del nostro fatturato rimangono sul territorio». Die-

tro Melinda ci sono 4mila agricoltori che hanno rinunciato a farsi concorrenza per sopravvivere e hanno finito per creare un'industria che ora si propone sul mercato come un polo aggregante.

### Gamma

«Per la Borsa non siamo ancora pronti — precisa Odorizzi — il mondo agricolo è tradizionalista, le innovazioni un poco ci attirano e un poco ci spaventano. Trasformarci da consorzio a società ad azionariato diffuso significherebbe snaturare troppo il rapporto con il territorio ma siamo aperti a collaborazioni con altre organizzazioni di produttori». Melinda vende per il 70% mele «golden delicious» coltivate in Val di Non e dotate, unico caso italiano, della certificazione europea Dop. Ma studia continuamente nuove varietà per soddisfare i gusti dei consumatori. E gradualmente si sta allargando anche ai prodotti trasformati e confezionati: sia per il cosiddetto b2b, come il concentrato per i succhi, sia per i consumatori finali come la frutta in pezzetti, la mousse, le barrette. Il consorzio ha appena siglato una partnership con le altre organizzazioni dei produttori dell'Alto Adige per lanciare nei supermercati un nuovo marchio: Leni's con una gamma di succhi di frutta e snack in busta.


### Produzione

Dietro la svolta nei prodotti confezionati c'è la previsione di aumentare la produzione da 340mila tonnellate l'anno a 400mila a partire dal 2018 in seguito al massiccio investimento nel rinnovo dei frutteti. È già in piena esecuzione la fase due del piano industriale — spiega il direttore generale Luca Granata — che prevede l'investimento di ulteriori 100 milioni per l'incremento della capacità di raccolta e di stoccaggio nel cosiddetto Dynamic Con-

trolled Atmosphere, una soluzione innovativa e unica a livello mondiale, in grado di ridurre il consumo di terreno agricolo e di energia elettrica, per contenitori per la raccolta e per l'ammmodernamento dei centri di confezionamento». A maggio inoltre sarà inaugurato un nuovo stabilimento «che rappresenterà lo stato dell'arte a livello mondiale della tecnologia applicata alla selezione ed al confezionamento delle mele».

Sempre quest'anno è in programma l'ingresso nel mercato delle ciliegie tardive, delle fragole e dei «piccoli frutti» (lampone, mirtillo, ribes e more) con un marchio ancora allo studio che sarà associato a Melinda. «Ci auguriamo — prosegue il direttore — che in tale ambito sarà possibile in un prossimo futuro sviluppare sinergie con altre importanti realtà nazionali».

Il punto di arrivo del processo di aggregazione che 25 anni fa ha salvato le valli trentine dall'economia di sussistenza sarebbe l'accordo con le altre grandi organizzazioni per creare un campione nazionale. «Melinda nel mondo costituisce solo lo 0,2% della produzione — spiega il direttore generale Granata — che per giunta, è globalmente in disavanzo. Questo significa che se da un giorno all'altro dovesse scomparire, nessuno se ne accorgerebbe. Sarebbe auspicabile fare un ulteriore passo avanti dando vita a un unico soggetto che comprenda le quattro aziende produttrici più importanti, per poi allargarsi verso il mondo».

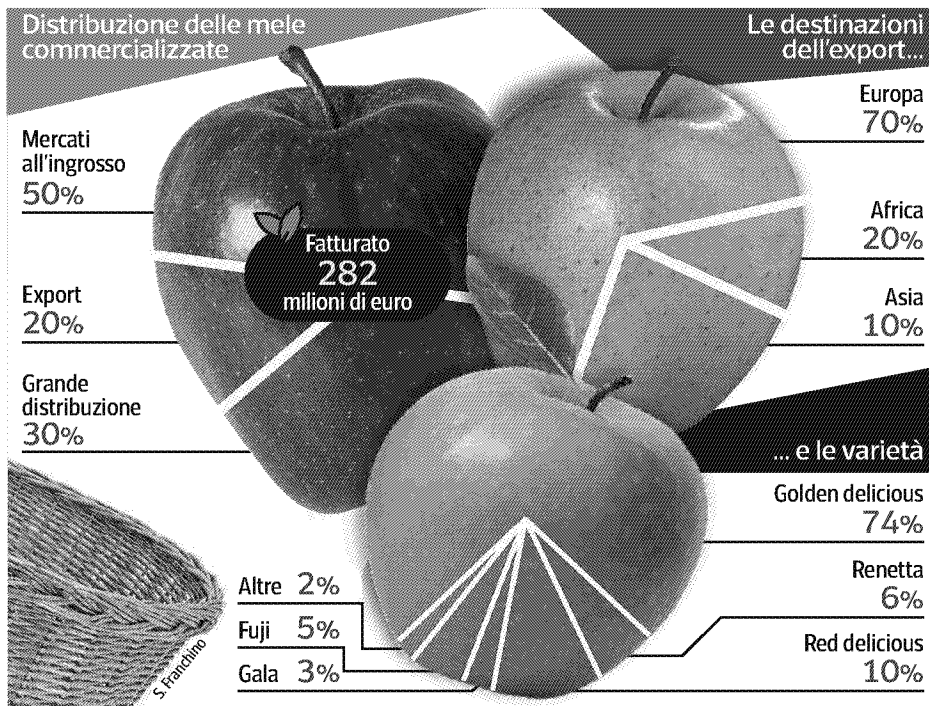
 @rscagliari



Data:

lunedì 17.03.2014

CorrierEconomia



### Partnership

Michele Odorizzi, presidente di Melinda, il consorzio di produttori nato nel 1989 per affrontare il mercato italiano e che oggi esporta in 50 Paesi, dall'Europa al Sud Est Asiatico. Ha più di 1.200 dipendenti, per l'80% donne