



Intervista a Andrea Fedrizzi
Direttore Marketing Melinda

Il riscaldamento globale e i conseguenti cambiamenti climatici sono una vera minaccia per la produzione delle vostre mele?

Inevitabilmente il cambiamento climatico è un fenomeno che ci riguarda e ci condiziona in maniera molto diretta, essendo il nostro un prodotto della terra. Noi siamo impegnati in un costante e preciso monitoraggio che ci permette di avere la situazione sotto controllo; nonostante ciò alcuni fenomeni meteorologici di grande intensità hanno colpito e danneggiato la nostra produzione negli scorsi anni. L'aumento della temperatura porta infatti a un risveglio precoce della pianta, che la rende suscettibile alle gelate nei mesi successivi, com'è successo nel 2017, una stagione che ci ha messo duramente alla prova. Melinda, che parte già da un frutto la cui produzione ha un'impronta ecologica molto limitata, ha scelto di operare in maniera sostenibile limitando il più possibile l'emissione di CO2 nell'atmosfera e quindi il suo impatto sull'ambiente. Anche il nuovo magazzino naturale sotterraneo delle Celle Ipogee permette un'ulteriore abbattimento della CO2, fino al 50%. Tutte le Cooperative sono dotate di pannelli fotovoltaici che ci permettono di creare circa il 10% dell'energia di cui abbiamo bisogno. Il restante proviene tutto da fonti rinnovabili, come l'idroelettrico. L'irrigazione a goccia, sistema che da qualche anno abbiamo scelto di adottare, limita i consumi d'acqua del 30%. Questi sono solo alcuni dei comportamenti virtuosi, o per meglio dire responsabili, che abbiamo deciso di fare nostri. Un ulteriore punto su cui stiamo lavorando riguarda la selezione dei prodotti: abbiamo in atto un progetto che prevede l'introduzione di varietà di mele più resistenti alle fitopatologie, che necessitano quindi di un minor intervento umano.

“ **Oggi la certezza dell'origine è sempre più importante per il consumatore, oltremodo nel caso della DOP** ”

Andrea Fedrizzi

Come è l'andamento del mercato interno negli ultimi anni?

Da sempre Melinda è la mela preferita dagli italiani. Il nostro Paese rappresenta per noi il core business, con una percentuale di vendite attorno al 70%. Se dal punto di vista delle vendite il mercato italiano è stabile, qualcosa si muove sul lato dei consumi. Alcune ricerche mostrano infatti come le varietà tradizionali siano in leggero calo, mentre l'interesse per le nuove Club sta crescendo. Per questo Melinda ha acquisito negli ultimi anni diverse nuove varietà di mele, che andranno a sostituire le classiche negli areali in cui queste ultime non riescono ad esprimere al meglio le loro potenzialità. Così facendo potremo offrire una gamma di mele tradizionali, come le nostre 3 DOP (Golden, Red, Renetta), contraddistinte da una qualità crescente e delle novità che si caratterizzano per l'eccellenza delle proprietà organolettiche.

Quanto è importante l'export per la vostra Denominazione? Ci sono produzioni straniere che stanno conquistando i mercati?

L'export vale oggi circa il 30% di tutte le vendite del Consorzio. Con una produzione europea e mondiale in continuo aumento è fondamentale riuscire ad aprire nuovi sbocchi. Negli ultimi anni stiamo lavorando ad esempio per incrementare le vendite in Spagna, un Paese caratterizzato da gusti molto simili a quelli dell'Italia. Da ormai due anni abbiamo cominciato a promuovere qui il brand Melinda in maniera importante, cominciando ad investire in comunicazione in TV e organizzando numerose attività sui principali mercati ortofrutticoli. Durante questa stagione sono inoltre partiti i primi container di mele per il Far East, un mercato molto interessante per le prospettive future.

La Denominazione ha un peso sull'export?

La certificazione aiuta sicuramente a rafforzare il concetto di made in Italy e "terroir". Oggi la certezza dell'origine è sempre più importante per il consumatore, oltremodo nel caso della DOP in cui la certificazione è concessa da un ente autorevole come l'Unione Europea ed è garantita da un sistema di controlli terzi. È quindi certamente un valore aggiunto riconoscibile e premiante anche sui mercati internazionali.

A cura della redazione Qualivita



Consorzio Melinda
Via Trento, 200/9 - 38023 Cles (TN)
www.melinda.it - melinda@melinda.it



#melinda

Intervista a **Georg Kössler**
Presidente del Consorzio di tutela Mela Alto Adige IGP

Il riscaldamento globale e i conseguenti cambiamenti climatici sono una vera minaccia per la produzione delle vostre mele?

I cambiamenti climatici, diretta conseguenza del riscaldamento globale, riguardano chiaramente anche la melicoltura. È stato dimostrato scientificamente che l'Alto Adige ne subirà le conseguenze in maniera minore rispetto ad altre zone d'Italia e d'Europa. È tuttavia sempre più importante tenere conto anche di questo fattore nella pianificazione dello sviluppo varietale, insieme alle caratteristiche del terreno e all'altitudine.

Come è l'andamento del mercato interno negli ultimi anni?

Dopo che due anni fa la stagione era terminata in anticipo per mancanza di prodotto e dopo che nel 2018 è stata registrata una raccolta estremamente abbondante che aveva anche fatto crollare i prezzi, con il 2019 siamo tornati a livello generale a una situazione che possiamo definire normale. L'offerta di mele è ritornata in linea con il potenziale di consumo. I calibri si attestano leggermente sotto la media, come diretta conseguenza di una primavera troppo fresca, seguita da prolungata siccità e calore nei mesi estivi. Il mercato se ne è già accorto, con una forbice prezzi molto aperta tra le singole pezzature. Detto questo, quello italiano è comunque un mercato che si può considerare ancora di tipo "tradizionale", dal momento che sono vendute prevalentemente varietà classiche come, ad esempio, la Golden.

Quanto è importante l'export per la vostra Denominazione? Ci sono produzioni straniere che stanno conquistando i mercati?

All'estero si predilige un gusto dolce-acidulo (principalmente in Nord Europa), come quello delle Gala e Braeburn e si stanno inoltre, diffondendo nuove mele "brandizzate" come Pink Lady® e Kanzi®, giusto per citare alcune delle più note, che stanno cambiando drasticamente i paradigmi del consumo delle mele. È soprattutto sul gusto che si gioca la sfida della mela. L'innovazione varietale oggi spinge su mele dolci o superdolci, che però abbiano una polpa supercroccante e succosa. Le nuove varietà pensate per l'estero debbono avere queste caratteristiche. L'Europa è il principale mercato di destinazione delle mele altoatesine: copre infatti il 70% delle vendite di tutti i consorziati. Al di fuori dell'area europea, dove l'eccedenza di produzione in rapporto ai consumi è ormai strutturale, è sempre più importante per i melicoltori altoatesini aprire nuovi sbocchi sui mercati mondiali. I nostri Consorzi stanno già lavorando bene con il Nord Africa e il Medio Oriente. Si stanno cercando nuove rotte commerciali anche verso i mercati del Sud-Est Asiatico e della Cina. In queste aree, le opportunità sono enormi, e la domanda ricade soprattutto sulle varietà di qualità premium e dal gusto eccellente.

La Denominazione ha un peso sull'export?

La Denominazione dell'Alto Adige - Südtirol ha un peso nell'export perché il territorio è per eccellenza la culla della produzione melicola. La nostra regione è la più vasta area chiusa d'Europa vocata a questo tipo di frutticoltura. La zona geografica gode di un microclima ideale per il migliore raccolto e una altissima qualità dei prodotti. Le mele crescono ad un'altitudine ideale, compresa fra i 200 e i 1.000 metri. Trecento giorni di sole all'anno consentono un'ottima maturazione e conferiscono ai nostri frutti quell'eccellente aroma, fresco e succoso per il quale le mele dell'Alto Adige-Südtirol sono conosciute in tutto il mondo. Anche la qualità del terreno favorisce la coltivazione delle mele. Le piante crescono su un terreno leggero o mediamente leggero, con un basso contenuto argilloso e una percentuale relativamente elevata di sabbia e detriti. La ragione della ventilazione ideale del suolo è anche la presenza di microorganismi che qui lavorano alacremente. L'IGP rappresenta e sottolinea lo stretto legame della produzione melicola altoatesina con gli aspetti peculiari del territorio.

A cura della redazione Qualivita



“ **L'IGP rappresenta e sottolinea lo stretto legame della produzione melicola altoatesina con gli aspetti peculiari del territorio** ”

Georg Kössler



Consorzio Mela Alto Adige
Via Jakobi, 1/A - 39018 Terlano (BZ)
www.melaaltoadige.com
info@melaaltoadige.com



#melaaltoadigeip