

# Previsione di produzione 2005 di mele

di Luca Granata - Direttore generale Consorzio Melinda

## EUROPA

I dati che seguono sono estratti direttamente dal dossier distribuito in occasione di Prognosfruit 2005, tenutosi in Danimarca all'inizio di agosto 2005. Prognosfruit è la riunione, che si tiene ormai regolarmente da oltre un decennio, durante la quale i Pae-

si europei produttori condividono le stime di produzione relative a mele e pere.

L'esperienza fin qui acquisita, indica che, soprattutto a livello di totali, le previsioni provenienti da Prognosfruit sono caratterizzate da un elevatissimo grado di attendibilità.

<i>Sommario</i>	
Le previsioni di produzione 2005	pag. 1
Considerazioni sul bilancio 2004-05	pag. 4
Il piano industriale	pag. 6
Sotto il vestito D.O.P.	pag. 8
Grazie di cuore	pag. 10
Cassa Rurale	pag. 11

Tab. I

E.U. - Produzione di mele (1.000 Tons)												
Nazione	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	F2005	-1	-2
Austria	134	162	128	148	161	156	163	152	147	169	14	9
Belgio	295	367	407	534	500	337	349	319	356	325	-8	-4
Danimarca	30	33	29	32	31	29	25	25	26	26	-1	-1
Francia	1.900	2.051	1.750	2.230	2.260	1.938	1.966	1.728	1.708	1.778	4	-3
Germania	878	765	977	1.036	1.131	922	763	818	945	915	-3	6
Grecia	372	274	356	257	288	194	244	165	282	265	-6	19
Italia	2.025	2.042	2.165	2.196	2.206	2.172	2.171	1.851	1.995	2.145	7	4
Olanda	490	470	507	575	500	475	370	405	435	380	-12	-9
Portogallo	257	286	166	227	206	240	295	280	260	270	3	0
Spagna	849	821	680	837	683	806	646	680	553	671	21	0
RegnoUnito	248	152	217	256	195	212	124	156	163	183	12	12
EU 15	7.478	7.423	7.382	8.328	8.162	7.480	7.115	6.580	6.869	7.125	3	2
Rep.Ceca	117	148	107	140	195	141	164	149	156	119	-23	-21
Ungheria	552	500	482	443	695	605	527	488	668	489	-26	-14
Lituania	81	218	110	110	100	155	120	180	34	55	61	-54
Polonia	1.952	2.098	1.687	1.604	2.000	2.484	2.168	2.428	2.522	2.200	-12	-8
Slovacchia	105	80	83	68	81	50	51	40	36	29	-19	-33
Slovenia	55	54	65	56	59	38	42	62	60	57	-5	12
CC 10	2.861	3.099	2.534	2.421	3.131	3.474	3.072	3.347	3.476	2.949	-15	-12
EU-25	10.339	10.521	9.916	10.749	11.293	10.954	10.187	9.928	10.345	10.074	-2	-3

(1) Differenza in percentuale tra F2005 and 2004

(2) Differenza in percentuale tra F2005 e media del periodo 2001-2004

**La Tab 1. indica che:**

1. la previsione di produzione nei Paesi EU 15 – che rappresentano la zona la cui produzione maggiormente influenza i risultati di Melinda - risulta di 7.125.000 Tons, superiore del 3% rispetto alla produzione del 2004, e del 2% rispetto alla produzione media del quadriennio 01-04;

2. 3 dei 4 Paesi principali produttori di mele prevedono un incremento

della produzione rispetto al 2004. L'Italia in particolare prevede un incremento del 7% della sua produzione di mele. Solo Germania prevede un trend in controtendenza, a causa delle avversità atmosferiche verificatesi durante il periodo della fioritura;

3. i 10 Paesi (CC-10) appena entrati nella Comunità Europea prevedono invece una produzione inferiore

rispetto al 2004 (-15%).

4. la Polonia, con 2.200.000 Tons di mele, si conferma come il maggior produttore di mele della nuova EU a 25 Paesi;

5. la previsione 2005 di produzione complessiva dell'EU a 25 risulta inferiore sia rispetto alla produzione 2004 (-3%), sia rispetto alla produzione media del quadriennio 01-04

Tab 2

EU15 - Produzione di mele per varietà' (1000 Tons)												
Varieta'	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	F2005	-1	-2
Annurca	78	64	81	80	89	86	79	40	68	50	-26	-25
Boskoop	134	137	159	196	174	142	89	92	109	105	-4	-1
Braeburn	84	104	100	174	207	210	248	239	285	305	6	24
Bramley	109	80	98	117	95	99	60	64	90	85	-5	8
Cox Orange	197	163	181	201	143	163	83	104	91	102	12	-7
Elstar	332	312	359	428	406	395	338	338	427	370	-13	-1
Fuji	22	33	30	56	70	71	80	85	88	124	40	52
Gala	344	407	440	560	643	676	718	681	711	803	12	15
Gloster	184	138	136	113	104	81	52	55	49	46	-6	-22
Golden D	2.760	2.921	2.601	2.951	2.721	2.738	2.639	2.339	2.223	2.383	7	-4
Granny Smith	431	415	369	385	424	346	358	315	307	326	6	-1
Idared	139	123	135	137	148	122	117	106	114	91	-19	-19
Jonagold	577	618	714	842	808	613	599	579	596	548	-8	-8
Jonagored	69	81	116	151	169	150	134	157	179	184	2	18
Morgenduft	188	218	187	158	157	137						
Others	894	770	817	817	901	585	679	729	740	825	11	20
Pink Lady	15	26	45	55	50	54	64	18	26			
Red Delicious	823	739	779	858	791	749	703	540	674	650	-3	-2
Renette	73	64	44	50	52	39	53	41	44	42	-4	-4
Stayman	40	35	37	38	34	34	32	25	20	22	7	-20
OM	7.478	7.423	7.382	8.328	8.162	7.480	7.115	6.580	6.869	7.125	3	2

Source : Eurofel databank - Brussels

(1) Differenza in percentuale tra F2005 and 2004

(2) Differenza in percentuale tra F2005 e media del periodo 2001-2004

**La Tab. 2 - che si riferisce alle previsioni dei Paesi di EU 15 - indica che:**

1. Golden , con 2.383.000 Tons, continua ad essere la varietà di gran lunga più prodotta nell'EU 15 (oltre 33% del totale). La produzione attesa nel 2005 risulta superiore a quella del 2004 (+7%)

2. Gala, con 803.000 tons, si conferma la seconda varietà più prodotta nella EU a 15 e risulta in aumento sia

rispetto al 2004 sia rispetto al quadriennio precedente;

3. Fuji presenta un trend di crescita percentuale superiore a Gala, ma la produzione complessiva rimane a livelli modesti;

4. Red delicious e Renetta continuano nel loro trend di riduzione (entrambe sono in calo rispetto al quadriennio precedente), la prima a causa della sostituzione degli impianti con varietà bi-colori, la seconda a causa del pro-

gressivo invecchiamento ed eliminazione degli impianti sia in Francia che in Italia.

## ULTERIORI CONSIDERAZIONI

I delegati che hanno presentato le previsioni di tutti i Paesi hanno, in modo pressoché univoco hanno indicato che il livello qualitativo generale della produzione attesa nei diversi Paesi e per tutte le varietà e' piuttosto buono.

Tab 3

## Italia - Produzione di mele (1.000 Tons)

Varieta'	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	F2005	-1	-2
Annurca	78	64	81	80	89	86	79	40	68	50	-26	-25
Braeburn	8	10	9	23	31	44	58	57	80	75	-6	27
Elstar	19	18	15	17	14	14	8	6	4			
Fuji	1	3	9	14	26	34	42	52	56	83	48	80
Gala	85	97	105	132	178	176	210	186	219	247	13	25
Gloster	22	22	15	6	6	4	3	2	1			
Golden D	886	931	1.002	1.045	1.049	1.088	1.090	886	904	1.022	13	3
Granny Smith	92	100	90	86	113	90	110	95	85	102	20	8
Idared	12	12	11	16	13	16	12	11	9			
Imperatore	134	145	106	125	17							
Jonagold	63	52	66	68	63	64	46	44	34	36	8	-20
Jonathan	14	10	7	6	3	2	2	1	1			
Morgenduft	188	218	187	158	157	137						
Altre	68	68	67	173	57	64	49	70	140	120	-14	49
Red Delicious	310	282	288	302	342	289	269	212	269	240	-10	-7
Renette	41	24	42	34	30	31	26	19	22			
Stayman	40	35	37	38	34	34	32	25	20	22	7	-20
<b>Totale</b>	<b>2.025</b>	<b>2.042</b>	<b>2.165</b>	<b>2.196</b>	<b>2.206</b>	<b>2.172</b>	<b>2.171</b>	<b>1.851</b>	<b>1.995</b>	<b>2.145</b>	<b>7</b>	<b>5</b>

Source : Eurofel databank - Brussels

(1) Differenza in percentuale tra F2005 and 2004

(2) Differenza in percentuale tra F2005 e media del periodo 2001-2004

La previsione di produzione 2005 di mele in Italia - che rappresenta il Mercato piu' importante per Melinda, assorbendo il 75% delle nostre vendite - si differenziano da quelle medie dei Paesi della EU-15.

**Infatti:**

1. la produzione e' prevista in piu' deciso aumento rispetto al 2004 (+7%);
  2. la produzione di Golden e' prevista in consistente aumento (+13%);
- Per quanto concerne infine **Melinda**, le previsioni 2005 indicano un incremento totale medio dell'ordine del 15% circa rispetto al 2004, dovuto ad aumenti piu' o meno consistenti di

tutte le 5 varieta' principali (Golden, Renetta, Stark, Gala, Fuji).

**CONCLUSIONI**

Ovviamente prima di trarre conclusioni definitive, e poter quindi redigere per il nostro Consorzio un attendibile un bilancio di previsione 2005-2006, bisognera' attendere la fine della raccolta - nostra e degli altri Produttori nazionali ed esteri - e la campionatura di almeno il 20% del prodotto, per valutare correttamente la reale quantita', la qualita' generale e l'effettiva ripartizione dei calibri.

E' tuttavia oggi ragionevole attendersi che:

1. la quantita' prodotta da Melinda e soprattutto la quantita' totale di mele disponibile sul Mercato saranno superiori rispetto al 2004-2005;

2. dovrebbe esserci una ben maggiore disponibilita' di calibro inferiore a 75mm, con conseguente prevedibile maggiore competizione commerciale su tali articoli.

L'elemento di piu' forte incertezza e' pero' determinato dalla situazione economica generale delle famiglie italiane ed europee.

La marcata riduzione - sia reale che percepita - del potere d'acquisto di salari e stipendi sta infatti determinando in tutta



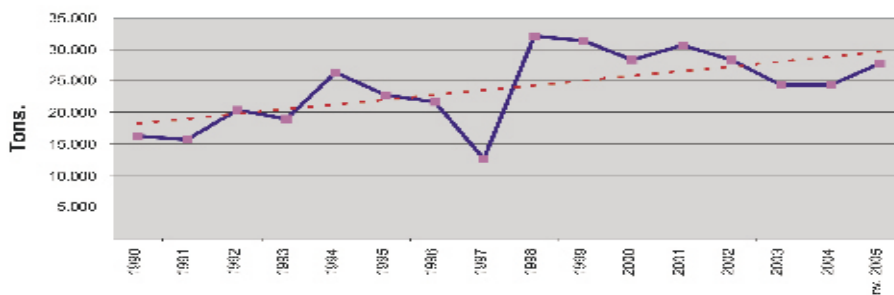
Europa un forte calo dei consumi dei beni considerati non indispensabili o di lusso, e la frutta (mele Melinda incluse...) sono purtroppo - per la maggior parte dei Consumatori - incluse in tali categorie.

E' quindi molto probabile che il trend di riduzione del consumo pro-capite di mele e di frutta fresca in generale - gia' in atto da molti anni consecutivi a causa del mutamento progressivo degli stili di vita - possa subire una certa accelerazione nel 2006.

Cio' ovviamente contribuirebbe a sbilanciare ulteriormente il rapporto tra offerta (prevista in aumento) e domanda (in probabile calo), con le inevitabili ripercussioni sul prezzo.

Come piu' volte ricordato, nonostante i lusinghieri risultati ottenuti in questi ultimi 3-4 anni dai frutticoltori della Valli di Non e di Sole, lo scenario competitivo che e' lecito attendersi per il medio termine e' tutt'altro che incoraggiante (riduzione dei consumi di mele in generale e di Golden in particolare, aumento dell'offerta da parte di Paesi produttori a basso costo, tendenziale aumento dei nostri costi di produzione etc, etc).

MELINDA - produzione mele



E' per questo che da 3 anni siamo tutti impegnati nella realizzazione del Progetto Strategico finalizzato ad aumentare la sostenibilita' nel tempo della nostra attivita' attraverso il raggiungimento di 4 obiettivi prioritari: adeguamento delle sale di lavorazione; revisione dell'Organigramma; bilanciamento dei canali distributivi e - soprattutto - adeguamento dell'assetto varietale.

Mentre pero' - come gia' ricordato nella nota relativa al bilancio conclusivo 2004-2005 su questo stesso numero di Melinda News - i primi 3 obiettivi sono gia' stati raggiunti o lo saranno certamente entro

i prossimi pochi mesi, per il 4° - che e' quello di gran lunga piu' difficile da raggiungere, ma anche quello piu' importante - non stiamo affatto procedendo come necessario.

Vi ringrazio sentitamente per gli sforzi che avete gia' fatto nella direzione dell'adeguamento dell'assetto varietale, ma vi esorto al tempo stesso e con tutta la forza possibile, ad accelerare i ritmi di riduzione della superficie a Golden e di introduzione di Gala e Fuji, perseguendo - contemporaneamente al rinnovo varietale, anche l'obiettivo dell'eliminazione delle piante affette da "scopazzi".

## Alcune considerazioni sul Bilancio consuntivo 2004 - 2005 del Consorzio Melinda

di Luca Granata - Direttore generale Melinda

### Bilancio consuntivo al 31.07.2005 - Confronto con esercizio precedente

	VOCI DI BILANCIO	esercizio 2004/2005		esercizio 2003/2004		Variaz.% 04-05/ 03-04 su totale	Variaz.% 04-05/ 03-04 per Kg
			€/kg		€/kg		
A	Conferimento totale prodotto	Kg.	243.280.731	Kg.	244.187.092	-0,4%	
	Conferimento prodotto commerciale	Kg.	226.264.505	Kg.	213.703.958	5,9%	
	Conferimento industria	Kg.	17.016.226	Kg.	30.493.795	-44,2%	
B	Totale Fatturato		157.870.803,77		179.761.394,91	0,736	-12,2%
C	Totale costi commerciali		21.973.044,91		21.020.738,15	0,098	4,5%
	Totale ricavi commerciali netti su prodotto commerciale		135.391.067,35		156.727.384,29	0,733	-13,6%
	Totale ricavi comm. netti su Industria		884.843,75		2.050.785,15	0,067	-56,9%
D = B-C	Totale ricavi commerciali netti su totale prodotto		136.275.911,01		158.740.656,76	0,650	-14,2%
	Spese Gestione Melinda	-29.381.400,76		-27.566.251,64			
	Spese Pubblicita' (al netto dei contributi)	-3.588.396,12		-3.226.288,37			
	Parte straordinaria	300.380,76		-282.478,28			
	Contributi Comunitari	4.725.192,53		3.825.169,98			
	Utile non agricolo	-133.197,79		-165.181,61			
	Totale costi Consorzio sul prodotto commerciale		-28.077.421,38		-27.415.030	-0,128	2,4%
E	Totale costi Consorzio Melinda sul totale prodotto		-28.077.421,38		-27.415.030	-0,112	2,8%
	Totale liquidato alle Cooperative sul prodotto commerciale		106.969.526,18		129.312.354,37	0,605	-17,3%
	Totale liquidato alle Cooperative sul Industria		850.811,30		1.982.226,68	0,065	-57,1%
F = D-E	Totale liquidato alle Cooperative su totale prodotto conferito		107.820.337,48		131.294.581,05	0,538	-17,9%

Nella pagina di fianco sono riportati i valori del Bilancio consuntivo 2004-2005 del Consorzio Melinda che il CdA del Consorzio stesso ha approvato all'unanimità di adottare e di sottoporre all'approvazione dell'Assemblea generale ordinaria dei Soci che si terrà dopo la fine del conferimento 2005.

Il bilancio diventerà pertanto definitivo solo dopo tale approvazione.

Si è ritenuto tuttavia di approfittare dell'uscita di questo numero di Melinda News per portare a conoscenza di tutti i Soci del Consorzio Melinda - sia pur in modo preliminare - i dati principali, qui di seguito brevemente commentati.

#### **Fatturato, costi commerciali e ricavi commerciali - riga B, C e D**

Il raccolto 2004 è stato leggermente inferiore a quello del 2003 in termini di quantità totale (-0,4%), ma superiore a quello dello scorso, sia in termini di quantità di prodotto commerciale (+5,9%) sia in termini di qualità estrinseca del prodotto (maggiore % di 1°, calibri maggiori, % di prodotto sfaccettato etc).

Ciò nonostante, il fatturato 2004-2005 si è ridotto del 12,2% (circa 18 milioni € in meno) rispetto a quello realizzato nel 2003-2004, fermandosi a quota 157,9 milioni di €. Ciò è stato dovuto ad una diminuzione dei prezzi di vendita pari al 11,9% (come media di tutte le varietà, calibri e categorie commerciali). È curioso ricordare come i prezzi fossero aumentati del 11,8% nel 03-04 rispetto al 02-03. Ciò significa che i prezzi medi di vendita del 2004-2005 sono stati quasi identici a quelli del 2002-2003.

Contemporaneamente, i costi commerciali - pari a quasi 22 milioni di € e rappresentati prevalentemente da imballaggi di cartone - pur riducendosi del 1,3% in termini di costo / Kg - sono aumentati del 4,5% in valore assoluto rispetto al 2003-2004, a causa soprattutto della maggior quantità di prodotto commerciale conferito e quindi della maggior quantità di prodotto commerciale da confezionare.

Tutto ciò ha fatto sì che il prezzo netto medio in €/kg ricavato sul totale del prodotto conferito sia stato del -13,8% rispetto a quello dell'anno scorso. Si tratta ovviamente di una riduzione considerevole, anche

se inferiore a quella spesso sofferta dalla maggior parte degli altri prodotti orto-frutticoli italiani (pesche, nettarine, ciliegie, fragole, agrumi etc etc). Non si deve inoltre dimenticare che si tratta di una riduzione rispetto ai dati del 2003-2004, esercizio in cui i prezzi netti medi ricavati sono stati particolarmente sostenuti.

#### **Costi netti del Consorzio Melinda - riga E**

I costi totali del Consorzio, pur risultando del 3,3% inferiori a quelli previsti, sono aumentati in valore assoluto del 2,4% rispetto a quelli dell'esercizio precedente, passando da 27,4 a 28,1 milioni €.

Tale aumento (0,7 milioni di €) è il risultato di voci di spesa aumentate rispetto all'esercizio precedente, e di altre invece diminuite rispetto allo stesso esercizio.

Tra le spese aumentate sono da segnalare:

- + 0,6 milioni di € di maggiori costi sostenuti per il Personale - fisso e stagionale - addetto alla lavorazione del prodotto, in conseguenza della maggior quantità di prodotto commerciale confezionato;
- + 0,3 milioni di € di energia elettrica per la frigo-conservazione, come conseguenza della maggior quantità di prodotto immagazzinato, della maggior durata della stagione di commercializzazione e - soprattutto - dell'incremento del prezzo di acquisto del Kw/ora, determinato dal noto incremento del prezzo del petrolio.

- + 0,3 milioni di € per aumento dell'investimento in pubblicità.

Tra le spese in diminuzione invece:

- -0,5 milioni di €, grazie al miglioramento del risultato della gestione straordinaria.

#### **Totale liquidato alle Cooperative consorziate - riga F**

A causa soprattutto della già citata consistente riduzione dei prezzi di vendita, il dato più importante, cioè l'importo totale liquidato da Melinda alle 16 cooperative consorziate si attesta su circa 108 milioni di € e risulta essere del 17,9% inferiore rispetto a quello del precedente esercizio, che era stato invece il migliore di sempre.

Ciò significa una liquidazione media alle 16 Cooperative di 0,443 € per tutti i Kg di prodotto conferito (Commerciale + Industria), cioè il

96,25% di quanto prefissato dal Bilancio preventivo 2004-2005.

Ciascuna delle singole Cooperative dovrà sottrarre all'ammontare incassato dal Consorzio i propri costi netti residui e determinare quindi l'ammontare che verrà liquidato ai Soci.

Al momento di scrivere queste righe (27.09) i bilanci delle singole Cooperative sono ancora in corso di compilazione e non è quindi disponibile il dato relativo all'ammontare complessivo delle liquidazioni pagate dalle Cooperative ai Soci.

È però estremamente probabile che il totale di tale importo supererà sia pur di poco i 95 milioni di €.

Il dato definitivo in tal senso sarà probabilmente disponibile in occasione dell'Assemblea generale ordinaria dei Soci.

#### **Considerazioni conclusive**

Archiviamo un altro anno che credo si possa ancora definire buono.

È un risultato certamente dovuto al Vostro lavoro ed anche a quello di tutti i miei oltre 1.100 Colleghi e Colleghe. Bravi a tutti e grazie per quello che avete fatto!

Penso che abbiamo tutti - Soci Produttori, Amministratori e Personale - il diritto di essere moderatamente fieri di quello che abbiamo fatto.

Non possiamo tuttavia nasconderci che nel corso dell'esercizio appena conclusosi si siano consolidati alcuni trend non certo positivi, quali:

1. flessione consistente dei consumi, estesa a moltissimi beni ed a tutti i Paesi europei, in conseguenza della riduzione - sia reale che percepita - della capacità di spesa delle famiglie;
  2. campagna mediatica - intensa, prolungata ed articolata - che ha purtroppo contribuito ad aumentare la percezione di "prezzo elevato" un po' per tutta l'orto-frutta;
  3. aumento dell'offerta di mele provenienti da zone che possono contare su costi di produzione nettamente inferiori ai nostri;
  4. ulteriore crescita dei discounts e progressiva concentrazione della Domanda nelle mani di un numero sempre più ristretto di grandi centrali distributive;
  5. crescente instabilità finanziaria di molti operatori del Mercato.
- Ci sono inoltre fondati motivi per ritenere che tali trend non miglioreranno

nel breve futuro (credo anzi che potremmo essere contenti se non peggioreremo ulteriormente...).

Ricordo che la mia nota di commento all'ottimo risultato del 2003-2004 (vedi pag. 2 di Melinda News del settembre '04) segnalava come il risultato di quell'esercizio fosse dovuto più al concomitante verificarsi di molteplici circostanze molto fortunate che ad una già raggiunta stabilità strutturale del nostro Consorzio e sia i risultati di quest'anno che le aspettative di breve termine sembrano confermare quanto scritto.

I prossimi anni, come tutti sappiamo molto bene, probabilmente non saranno facili.

Pertanto, al fine di ridurre il rischio di fluttuazioni troppo ampie nel reddito dei produttori, e' assolutamente fondamentale che si prosegua con determinazione con l'esecuzione di quanto previsto dal Piano Strategico del Consorzio.

**Di particolare importanza a tale proposito risultano:**

1. l'adeguamento dell'assetto varietale (cioe' la riduzione indicata della superficie a Golden - soprattutto nelle zone meno vocate - e il previsto aumento di quella a Gala e Fuji),
2. la lotta agli "scopazzi", sia attraverso il corretto contenimento dei vettori che - soprattutto - l'eliminazione rapida delle piante infette.

La mancata - o anche solo troppo ritardata - esecuzione dei 2 punti di cui sopra puo' compromettere seriamente i benefici derivanti dal raggiungimento degli altri obiettivi del Piano.

E' per questo che Vi esorto a procedere nella direzione concordata cercando di sfruttare al meglio queste annate abbastanza buone per costruire tutte le "fortificazioni" che ci saranno assolutamente indispensabili per fronteggiare i momenti difficili che potremmo trovarci a fronteggiare in futuro.

Conto come sempre al 110% sulla collaborazione di Voi tutti.

## Il Piano Industriale di Melinda. Situazione aggiornata a settembre 2005.

di Franco Paoli - Direttore Reparto lavorazione prodotto



*Svuotamento cassoni Centro di Confezionamento Terza Sponda Revò*

### Il Piano Industriale

Come certamente ricorderete, il Piano Industriale, parte integrante del Progetto Strategico 2002 - 2005 di Melinda, prevedeva di concentrare la lavorazione del prodotto in 5-7 centri di lavorazione, grazie ad una serie di fasi successive, qui di seguito sintetizzate:

1. completamento della sala di lavorazione di COCEA
2. affitto, da parte del Consorzio

Melinda, del ramo d'azienda denominato "sala di lavorazione" da tutte le 16 Cooperative consorziate;

3. passaggio di tutto il Personale alle dipendenze dirette del Consorzio Melinda;
4. realizzazione delle necessarie migliorie tecniche nelle 2 esistenti sale ancora caratterizzate da buon livello di efficienza;
5. progressiva dismissione delle sale di lavorazione meno moderne;

6. realizzazione di 2 o 3 ulteriori nuove sale di lavorazione ad elevata tecnologia - in funzione dell'effettiva produzione prevista - attraverso l'ampliamento e l'ammodernamento di alcune esistenti o attraverso la costruzione ex-novo, se necessario.

Ricorderete anche che, qualora si fosse interamente realizzato quanto previsto, era stata approvata una spesa massima di 77,5 milioni di € (150 miliardi di lire) al lordo dei contributi e che - secondo quanto previsto dal Piano Industriale - tali investimenti avrebbero determinato, grazie alla più moderna tecnologia degli impianti, importanti vantaggi commerciali (maggiore capacità e flessibilità della lavorazione, migliore e più omogenea selezione del prodotto, migliore servizio ai Clienti, tracciabilità etc) pur mantenendo l'indifferenza economica, cioè senza aggravio delle spese complessive sostenute nel 2002 dal "Sistema Melinda" per Personale + ammortamenti + oneri finanziari relativi alla lavorazione del prodotto.

### La situazione ad oggi (settembre 2005)

1. La sala di COCEA ha cominciato

ad operare nell'aprile 2002. Nel corso del 2003 sono state completate, come previsto, le indispensabili rampe di carico e la sala ha dimostrato ottime capacità produttive (oltre 6.000 vagoni lavorati nell'esercizio 04-05). Sono attualmente in corso i lavori per la realizzazione dei parcheggi per il Personale addetto alla lavorazione e la tettoia per il ricovero degli imballaggi di cartone (Importo lavori al lordo dei contributi: 3,5 milioni di €, termine previsto: febbraio 2006).

2. Nel luglio 2002 si è perfezionato il contratto per l'affitto da parte del Consorzio Melinda del ramo d'azienda "sala di lavorazione" di tutte le 16 Cooperative, che hanno ricevuto un canone complessivo di oltre 17 milioni di €.

3. In settembre 2002 tutto il Personale è passato alle dipendenze di Melinda che ha garantito il mantenimento dell'occupazione e l'indifferenza retributiva a tutti gli impiegati, gli operai fissi ed al "nucleo storico" delle cernitrici di tutte le 16 Cooperative.

4. Sempre nel 2003 è stata installata la selezione automatica presso AVN ed un nuovo banco di lavorazione a CFC. Nel 2004 sono state installate 2 nuove insacchettatrici a COBA e CFC. Ad AVN sono stati adeguati alle norme di legge l'impianto di filtrazione e quello anti-incendio e sono state apportate alcune importanti migliorie alle linee di lavorazione. La spesa sostenuta per tali investimenti al lordo dei contributi è risultata di 2 milioni di €.

5. Nel 2002 sono state dismesse le sale di SFC, UFC, UFR e nel 2003 quelle di COFSAC, SARC e SCAF. Si è organizzata la riallocazione del Personale ed i trasporti del prodotto dai centri di stoccaggio a quelli di lavorazione.

6. In un tempo ridottissimo (maggio '04 - febb. 05), è stato completato l'enorme ampliamento del centro di confezionamento Terza Sponda a Revo'. Già dal 15.02.05 presso questo impianto sono stati confezionati oltre 130 vg di mele per settimana. La spesa sostenuta, al lordo dei contributi, è stata di 17 milioni di €.

7. Nel 2004 sono iniziati anche i lavori per l'ampliamento del centro di confezionamento Conta' a Cunevo per il quale l'inizio dell'attività



*Centro di Confezionamento Contà a Cunevo in fase di ampliamento*

di confezionamento e' prevista entro il novembre 2005. Il costo complessivo al lordo dei contributi sarà di circa 18 milioni di €.

8. Entro gennaio 2006 verranno quindi dismessi i centri di confezionamento COL ed Unifrutta e tutta la produzione verrà quindi lavorata in 7 centri.

In futuro il Piano Industriale verrà riesaminato per valutare l'effettiva necessità di procedere o meno alla realizzazione di un'ulteriore nuova sala di lavorazione ad elevata tecnologia, in relazione a quella che sarà la futura produzione di mele.

### **Risultati ad oggi**

Le spese sostenute e da sostenere entro il 2005 sono perfettamente in linea con le previsioni. Infatti, per la realizzazione di tutto quanto già pianificato fino alla fine del 2005 investiremo - al lordo dei contributi - circa 57,5 milioni di € dei 77,5 approvati. La cifra residua sarà eventualmente utilizzata in seguito, se necessario, per la costruzione di una nuova sala e per l'ammodernamento di COBA.

È importante ricordare che tutti i centri di confezionamento - vecchi e nuovi - sono affittati dalle Cooperative, che ne sono proprietarie, al Consorzio Melinda per 30 anni, estendibili di altri 30 su sola richiesta del Consorzio (un tempo quindi enormemente superiore a quello di durata degli impianti, e forse anche delle strutture).

Cio' in pratica significa che gli investimenti eseguiti sono stati pagati da tutti i Soci in quota parte uguale sul Kg conferito, ma che anche tutti i Soci ne godranno uguali benefici per molti decenni.

### **Costi complessivi per il "Sistema Melinda"**

Sono leggermente inferiori alle previsioni. Infatti,

- gli ammortamenti complessivi resteranno costanti nonostante i nuovi investimenti, grazie alla progressiva riduzione degli ammortamenti delle strutture ed infrastrutture già esistenti nel 2002;
- l'esposizione finanziaria complessiva si ridurrà di oltre 10 milioni di €, e con essa i relativi oneri;
- anche i costi di lavorazione si ridurranno più del previsto.

Complessivamente perciò, pur tenendo conto del previsto incremento dei costi per la movimentazione del prodotto tra centri di stoccaggio e di lavorazione - in relazione alla crescente quantità di prodotto movimentato -, il sistema realizzerà delle economie, sia pur modeste, invece che soltanto l'indifferenza economica prevista dal Piano Industriale.

Ed a questo vanno ovviamente ad aggiungersi i considerevoli vantaggi in termini di commercializzazione che deriveranno dalla nuova organizzazione del Reparto lavorazione di prodotto, che rappresentano il principale motivo per cui il Piano Industriale stesso è stato intrapreso.

## Per concludere

A 3 anni dall'avvio del Piano Industriale si può affermare che:

- le scelte fatte nel 2002 erano corrette;
- tutto ciò che era stato previsto è stato realizzato;
- i costi di realizzazione sono stati uguali o inferiori a quelli previsti;
- i risparmi ottenuti sui costi di lavorazione sono migliori, sia pur di poco, di quelli previsti;

Certamente c'è ancora molto da migliorare ulteriormente (motivazione e formazione del Personale, gestione del prodotto, ottimizzazione di alcune spese etc), ma credo di poter dire che – anche per quanto concerne la lavorazione del prodotto – possiamo essere abbastanza soddisfatti di quanto è stato fatto fino ad oggi.



*Nuova piattaforma di carico Centro di Confezionamento Terza Sponda Revò*

# Sotto il vestito, D.O.P.

di Paola Zanella - direttore marketing Melinda

**“Far conoscere al consumatore cosa c’è di concreto e di importante per lui sotto il bollino Melinda, dando quindi una ragione al differenziale di prezzo che esiste tra una Melinda ed una mela qualsiasi”.**

Questo è l’obiettivo principale che ci siamo posti quando abbiamo definito l’evoluzione della strategia di comunicazione del nostro Consorzio.

Lo scenario economico è in continua evoluzione e – in particolare modo in questa congiuntura economica non favorevole – tutti noi consumatori siamo più attenti del solito a come spendiamo i nostri soldi, soprattutto quando si tratta di scegliere un prodotto più caro

di uno alternativo ed apparentemente molto simile.

Ecco quindi perché crediamo sia questo il momento giusto per porre l’enfasi su come il marchio Melinda sia garante di un gusto inconfondibile, quello delle mele delle valli di Non e di Sole, e di una qualità certificata, quella della DOP Mela Val di Non. Un gusto ed una qualità che si producono grazie alle caratteristiche pedologiche e climatiche delle nostre Valli e grazie alla dedizione ed all’amore con il quale le Melinda vengono coltivate, conservate, selezionate e confezionate.

Tutta la nostra attività di marketing del prossimo periodo sarà dunque finalizzata a spiegare al consumatore i molti perché della superiorità di Melinda, coinvolgendolo in molti modi, fino a far-

gli toccare con mano e vedere con i propri occhi perché una Melinda ha più valore di qualsiasi altra mela.

“Educare” alla qualità e ad una sana e corretta alimentazione, ad apprezzare e conoscere tutta la filiera di un frutto che inizia nel frutteto e giunge sino alla tavola di ogni consumatore, spiegare quali sono i vantaggi di una DOP, rendere protagonisti il prodotto ed i produttori per evidenziare al meglio le unicità delle mele Melinda (DOP) e far conoscere la varietà di gamma delle mele della Val di Non: questi sono i cardini della nuova strategia di comunicazione, che sarà composita ed che interesserà diverse leve di marketing. Si inizierà con un’importante campagna pubblicitaria televisiva (ideata dall’agenzia Young & Rubicam e programmata in più mo-

menti dei prossimi mesi), nella quale i protagonisti saranno la natura, il prodotto, il territorio la Val di Non ed i Nonesi, nella doppia veste di produttori ed attori sul set cinematografico.

Seguirà una campagna stampa consistente ed una promozione sia su TV che su Radio a sostegno di un concorso che interesserà potenzialmente 40.000.000 di Italiani, con il fine di incentivarli a scegliere Melinda.

“Stacca il bollino e vinci il Trentino” (questo è il nome del concorso) sarà condotto in collaborazione con Trentino S.p.A., sarà il più importante concorso mai realizzato nel settore orto-frutta in Italia, avrà un montepremi ad estrazione molto attraente e contribuirà a portare i consumatori qui da noi, in Trentino, in Val di Non.

Altri concorsi più piccoli e del tipo “Gratta & Vinci”, anch’essi finalizzati ad incentivare il consumo di Melinda saranno invece organizzati direttamente all’interno di 8 catene della distribuzione organizzata.

Tutto il progetto relativo ai concorsi sarà curato da Katia Bonicelli, che si occuperà anche della gestione del nostro numero verde 800.92.92.72 – attraverso il quale i consumatori possono ottenere gratuitamente informazioni su Melinda - e del nostro sito Internet

www.melinda.it, con particolare riferimento allo sviluppo dell’area delle vendite.

Continuerà poi il progetto “Gli Specialisti di Melinda” che interesserà i 1.200 fruttivendoli specializzati personalizzati Melinda distribuiti su tutto il territorio nazionale.

L’obiettivo principale del progetto è quello di fidelizzare a Melinda i migliori dettaglianti italiani di ortofrutta e di formarli, istruendoli tra l’altro sui valori della D.O.P. Mela Val di Non, per far sì che possano a loro volta trasmetterli ai consumatori loro clienti.

Saranno inoltre organizzate numerose giornate di attività promozionale nei Mercati all’ingrosso, e nei mercati regionali di 8 importanti città italiane: alcuni produttori di Melinda incontreranno i consumatori proprio dove vanno a fare acquisti, parleranno loro di Melinda, della Val di Non, di MondoMelinda e della DOP e li coinvolgeranno con la distribuzione di assaggi dei nostri prodotti, di piccoli gadget, di cartoline del concorso nazionale etc.

Il progetto “Specialisti di Melinda” ed il programma delle giornate di attività promozionale saranno curati da Andrea Fedrizzi coadiuvato da Nicola Bergamo.

Seguiranno poi gli eventi della fioritura (Adotta un melo in fio-

re) e della raccolta (Cogli la prima mela) che da anni portano in Val di Non molte decine di famiglie da tutta Italia.

Continuerà ovviamente anche il lavoro di MondoMelinda che prevede le visite ai nostri centri di confezionamento (abbiamo oltre 25.000 visitatori/anno) e che, oltre a generare vendite di tutti i prodotti esposti, consente il contatto diretto e privilegiato dei consumatori con il mondo di Melinda.

Gli eventi locali e l’attività di MondoMelinda saranno curate da Francesca Profaizer, Daniela De Concini e Marisa Chilovi.

In parallelo, continuerà l’attività di Pubbliche relazioni, svolta con il supporto dell’agenzia D’Antona&Partners di Milano, attraverso la quale contiamo di apparire con messaggi riguardanti Melinda, DOP e Val di Non durante tutto l’anno su quotidiani, riviste e trasmissioni nazionali e locali.

Quindi - in sintesi - T.V., radio, stampa, promozioni, concorsi, informatica, eventi itineranti e locali, pubbliche relazioni saranno tutti accomunati dall’impegno di promuovere e far vivere ai consumatori il Gusto unico, la Qualità certificata - e quindi il superiore Valore - di Melinda, a supporto della nostra attività commerciale ed a sostegno dei nostri prezzi.



# POMARIA

# GRAZIE A CASEZ!!!!



**UN GRAZIE DI CUORE  
AI NOSTRI PRODUTTORI  
CHE SONO STATI COINVOLTI  
DURANTE LE RIPRESE DEL  
NUOVO SPOT PUBBLICITARIO  
DEL CONSORZIO!**



# Denaro contante? Non serve con le prepagate

**Casse Rurali Trentine** [www.cr-surfing.net](http://www.cr-surfing.net)

**Peccato non spenderla**

le Banche delle nostre comunità

Dal 14 febbraio nelle Casse Rurali Trentine è possibile richiedere una nuova carta prepagata proposta in due versioni e studiata per le esigenze di giovani e adulti. Da oggi non è necessario avere nel proprio portafoglio il denaro contante. E' sufficiente avere con sé la nuova carta prepagata delle Casse Rurali Trentine, RiCarica o CaricaOne.

## RiCarica

Comoda, funzionale, sicura e destinata anche ai più giovani. Può essere ricaricata tutte le volte che il cliente desidera nell'arco temporale di tre anni che segna la durata di questa carta. Le possibilità di carica variano dai 10 ai 3500 euro e la funzionalità è ampia: può essere utilizzata per prelievi e pagamenti su tutti gli sportelli bancomat (Atm) e Pos in Italia con la massima sicurezza e riservatezza.

Il suo utilizzo non si limita a questo. Infatti serve anche per ricaricare il proprio cellulare ed accedere a tutti i servizi "self-service" degli Atm.

In tema di sicurezza un elemento di ulteriore tranquillità è legato alla possibilità di bloccare RiCarica in caso di furto o smarrimento. Se questo capitasse la carta prepagata può essere

bloccata, in Italia, con una telefonata al numero verde 800.822.056. Per l'estero invece, il numero è +39 02-45403768. Si possono utilizzare anche altri canali: il sito [www.cartacarica.it](http://www.cartacarica.it) o le filiali delle Casse Rurali Trentine. RiCarica partecipa al sistema di garanzia Bancomat/Pagobancomat. Se il richiedente ha un'età inferiore ai 18 anni si deve presentare in banca accompagnato da un proprio familiare. Il prodotto, infatti, è stato studiato anche per le esigenze della clientela della nuova generazione ed è destinato a dimostrare la sua utilità nei periodi di vacanza, in Italia e all'estero, in caso di acquisti importanti o per caricare la "paghetta" settimanale.

Per i minori il limite di prelievo e di spesa giornalieri sono concordati all'emissione. Parametri, comunque, flessibile e modificabili ogni volta si renda necessario. E' possibile ricaricare la carta direttamente nella rete di sportelli delle Casse Rurali Trentine anche se il titolare è all'estero, permettendogli di avere subito una nuova disponibilità.

## CaricaOne

Si può ritirare presso gli sportelli delle Casse Rurali anche se il richiedente

non è titolare di conto corrente presso l'istituto di credito cooperativo.

La possibilità di carica oscilla da un minimo di 100 a un massimo di 500 euro e la gamma delle sue funzioni è la stessa prevista per RiCarica. Dopo averla utilizzata e aver raggiunto così saldo zero non è necessario disattivarla perché, essendo "usa e getta", non può più essere ricaricata. La sicurezza è garantita. Infatti i prelievi di contanti e i pagamenti Pos richiedono il codice segreto (Pin-Personal Identification Number). Con il numero della carta e il codice Sc (il codice di sicurezza a quattro cifre per accedere ai servizi della carta prepagata) che verrà consegnato all'atto di emissione assieme al Pin, si potrà controllare il saldo disponibile e i propri movimenti potendo contare su tre opportunità: presentandosi in una filiale delle Casse Rurali Trentine, collegandosi al sito [www.cartacarica.it](http://www.cartacarica.it) oppure tramite un Sms (in questo caso si può conoscere solamente il credito residuo). Se la carta viene smarrita o rubata l'eventuale blocco o sblocco può essere richiesto presso tutte le dipendenze delle Casse Rurali Trentine oppure utilizzando il sito internet [www.cartacarica.it](http://www.cartacarica.it).

# Consorzio Vivaisti Frutticoli Trentini

## APPUNTI

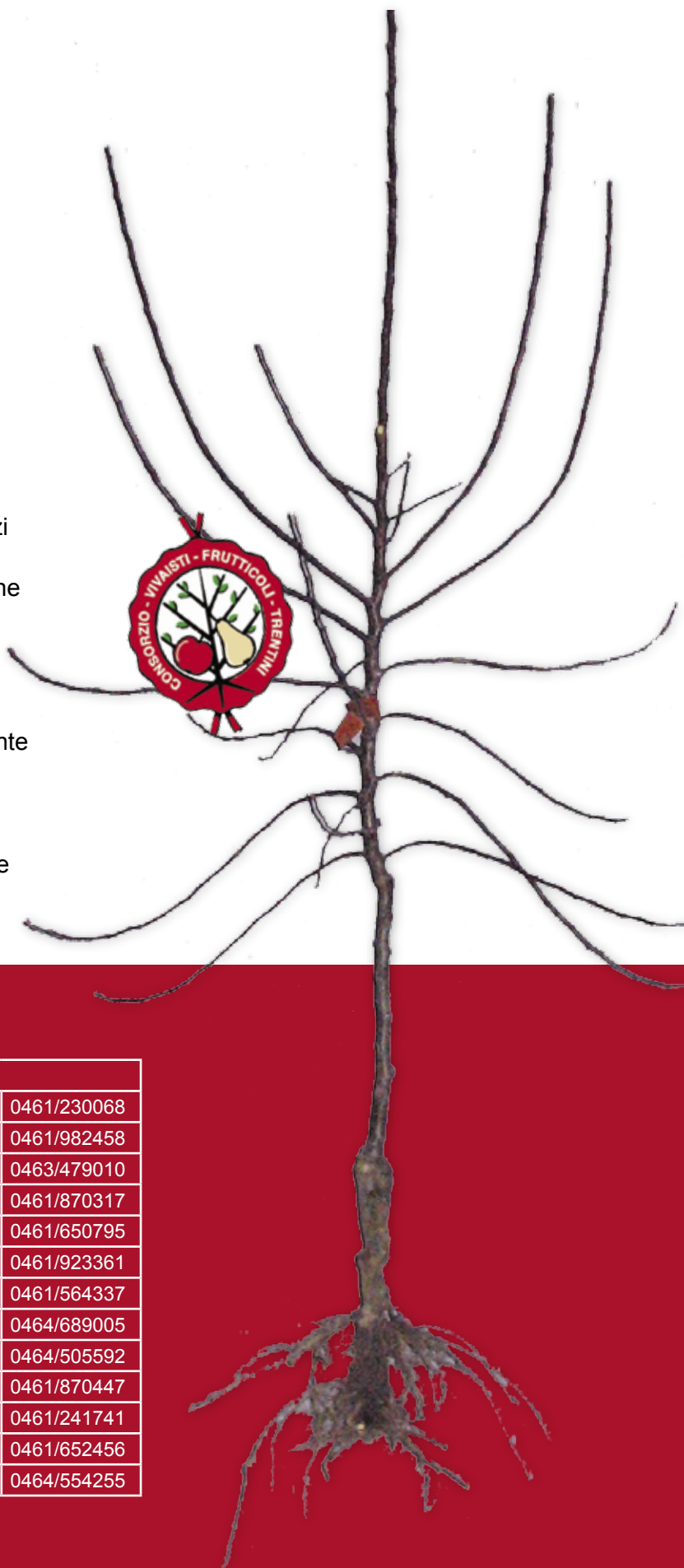
### Bilancio frutteto

Controllo presenza di piante colpite da scopazzi  
Resa produttiva ad ettaro  
Aspetto qualitativo delle mele e loro distribuzione sulla pianta

## IMPORTANTE

### Stato vegetativo

Per le varietà vigorose (Fuji e Canada) e le piante messe a dimora nella primavera 2005, favorire la messa a riposo delle piante ancora in vegetazione (apici in sviluppo).  
Non distribuire concime organico finchè le foglie sono presenti in pianta



### VIVAISTI ASSOCIATI

Bampi Elio	Zell di Cognola	0461/230068
Bampi Emilio e Roberto	Zell di Cognola	0461/982458
Brida Danilo	Vervo	0463/479010
Cattoni Alessandro	Nave San Rocco	0461/870317
Dallago Osvaldo	Grumo di S. Michele	0461/650795
Giuliani Roberto	Ravina di Trento	0461/923361
Pisoni Rinaldo di Germano	Pergolese	0461/564337
Rizzi Diego di Claudio	Masi di Avio	0464/689005
Rosà Aldo	Torbole sul Garda	0464/505592
Tabarelli Vivai	Nave San Rocco	0461/870447
Vindimian Arturo e Sergio	Lavis	0461/241741
Vivai d'Anaunia	Cunevo	0461/652456
Zadra Mario	San Giorgio di Arco	0464/554255

**Consorzio Vivaisti Frutticoli Trentini**

Via Guardini, 73 – 38100 Trento  
Tel. 0461- 820677 Fax 0461 – 825837