



news

supplemento al n. 44 di "Mondo Apol" di Dicembre 2007 - SCHEDA n° 10
Autorizzazione Tribunale n°860 del 2/5/95 - direttore responsabile Walter Liber
Poste Italiane S.p.A. - Spedizione in A.P. - 70% - CNS TRENTO

- La situazione ad oggi
- La campagna commerciale 2007-2008
- Epoca di raccolta e Qualità delle mele Golden delicious
- Melinda e i Mondiali di Mountain Bike in Val di Sole:



LA SITUAZIONE AD OGGI

Michele Odorizzi - Presidente del Consorzio Melinda



Carissimi Soci e lettori di Melinda News, per le informazioni relative alla situazione commerciale, ad alcuni aggiornamenti relativi alla raccolta della Golden Vi rimando ai dettagliati articoli che seguono questa mia breve nota.

Da parte mia desidero invece informarVi su alcune delle altre attività

che stiamo portando avanti grazie al lavoro ed alla collaborazione attiva sia dei Consigli di Amministrazione di Melinda e delle 16 cooperative consorziate che di tutti i nostri collaboratori e collaboratrici:

1. tutti gli **impianti foto-voltaici** realizzati dalle 16 cooperative di Melinda sono già in funzione da diverse settimane – con largo anticipo quindi rispetto alla prevista data di fine lavori (30 aprile 2008) - e stanno producendo più energia elettrica del previsto;
2. dopo la positiva esperienza fatta durante il conferimento 2007, è stata prorogata di un ulteriore anno la delibera che – senza modificare in alcun modo la situazione relativa alla proprietà dei beni - consentirà di condividere l'utilizzo dei bins e delle celle di frigo-conservazione di tutte le 16 cooperative del sistema, ottimizzando di conseguenza la gestione delle provvidenze comunitarie, a favore di una **riduzione dei comuni costi di gestione**;
3. si sono definite e condivise le previsioni di produzione fino al 2011 con lo scopo principale di individuare le situazioni che - all'interno del nostro sistema - necessitano di integrare la **disponibilità di spazi per la frigo-conservazione** in atmosfera controllata del prodotto conferito dai Soci e tutte le Cooperative interessate si sono impegnate a realizzare gli investimenti indicati in tale senso, a garanzia della totale autonomia

futura di Melinda su un aspetto importante come la conservazione del prodotto;

4. le **soluzioni innovative adottate nei centri di confezionamento** – sia per quanto concerne l'organizzazione del lavoro che in termini di dotazione tecnologica – stanno producendo i risultati previsti in termini di miglioramento continuo della sicurezza sul posto di lavoro, di servizio ai clienti e di efficienza operativa;
5. sono in fase di studio 3 diversi progetti potenzialmente interessanti nell'area dell' **internazionalizzazione della commercializzazione** e nell'area dell' **ampliamento della nostra offerta complessiva**. Ovviamente sarete tutti informati sugli eventuali sviluppi attraverso i CdA delle vostre Cooperative di appartenenza;
6. continua il **processo di certificazione Global-Gap** che, grazie all'impegno di tutti i Soci, dei tecnici del CAT e del nostro Personale, ci dovrebbe portare come previsto entro il 2008 a poter disporre del 100% di produzione certificata.

In coerenza con gli standard comportamentali previsti dalla certificazione, mi permetto anche di richiamare la vostra attenzione sulla assoluta necessità di continuare a rispettare rigorosamente sia il Disciplinary di Produzione Integrata della Provincia Autonoma di Trento sia tutte le disposizioni locali, provinciali e nazionali relative alle corrette modalità di applicazione degli agrofarmaci, per rispettare e difendere il nostro ambiente ed il nostro prodotto e per garantire ai Consumatori una mela sana, salubre e genuina.

Il Mondo ed il Mercato diventano – ogni giorno un po' di più - arene complesse ed estremamente competitive, ma io credo che se continueremo a restare uniti e coesi avremo un'importante possibilità in più di continuare a guardare con ottimismo al futuro. Grazie per l'aiuto che ci avete sempre dato, per quello che continuate a darci tutti i giorni e per quello che ci darete in futuro.

Buon lavoro e cordiali saluti a tutti.

GLI IMPIANTI FOTOVOLTAICI DI MELINDA

18 impianti installati su altrettanti capannoni per la conservazione e la lavorazione delle mele;

La progettazione preliminare, l'assistenza tecnica alla gara, la direzione lavori e l'espletamento di tutte le pratiche burocratiche necessarie sono state seguite dal Polo Tecnologico per l'Energia srl di Trento;

Impianti installati da ATI (Associazione Temporanei di Impresa) Elettrica - Elpo - Leitner Solar;

6 impianti **da 45,715 kWp**;

12 impianti **da 45,72 kWp**

La **produzione prevista** è di oltre **55.000 kWh annui** per impianto per un **totale di 1.000.000 kWh all'anno**.

Si evita così al combustione di una grande quantità di combustibili fossili **riducendo di oltre 580.000 Kg/anno** la quantità di **CO₂** rilasciata nell'ambiente.

È la stessa quantità di **CO₂** che sarebbe **assorbita** da un **bosco di 25 Ha** di conifere adulte.

Esempi di impianti fotovoltaici in alcune Cooperative del Consorzio Melinda



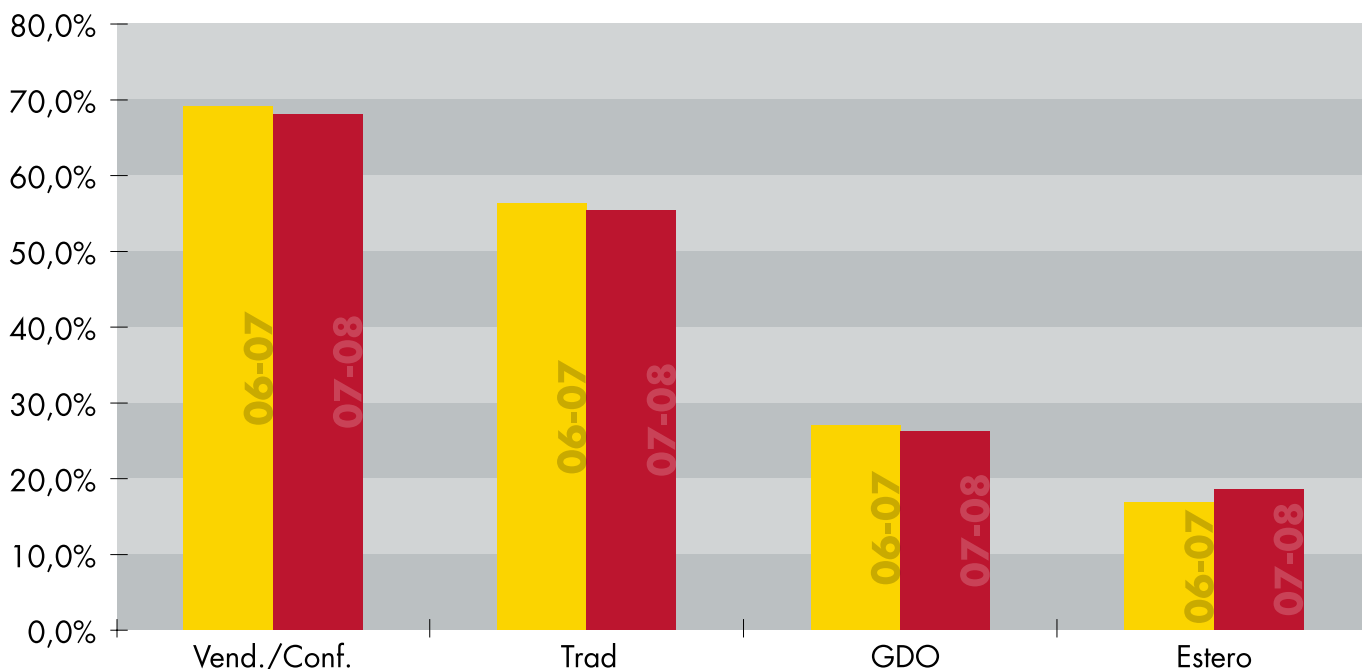
LA CAMPAGNA COMMERCIALE 2007-2008

Fausto Bergamo - Direttore Commerciale Melinda

SITUAZIONE AGGIORNATA AL 12.04.08

Mentre scrivo questa nota si è appena conclusa la 15^a settimana di vendita del 2008, cioè la 31esima (su 49 previste) dell'intera campagna commerciale 07-08. Ad oggi è stato venduto il 68% della produzione conferita come "Commerciale" e qui di seguito sono riportati alcuni dei principali dati relativi alle vendite effettuate fino ad ora.

RAPPORTO TRA I CANALI DISTRIBUTIVI



L'istogramma visualizza la situazione relativa all'andamento delle nostre vendite cumulate (tutte le varietà) fino alla fine della settimana 15-08 (12 aprile 2008) in confronto con le vendite della settimana corrispondente dell'anno scorso.

RAPPORTO TRA VENDUTO E CONFERITO:

in termini percentuali, siamo sostanzialmente allo stesso livello dell'anno scorso (il 68% del conferito commerciale risultava venduto alla settimana 15-08 rispetto al 69,1% della settimana 15-07). Il conferimento commerciale del 2008 è stato però del 29,5% superiore rispetto a quello del 2007. Ciò significa che la quantità di prodotto finora venduta nel corso della campagna commerciale 07-08 (201.778 tons) risulta ben superiore a quella venduta durante lo stesso periodo della campagna

commerciale 06-07 (158.213 tons). Al 12 aprile 2008 avevamo dunque collocato sul Mercato ben 43.565 tons in più di quelle che erano state vendute fino alla stessa data dell'anno scorso, con una crescita delle vendite a volume pari al +27,5%.

TRADIZIONALE:

la percentuale (55,4%) di prodotto assorbita ad oggi da questo nostro storico canale distributivo è molto simile a quella assorbita fino alla settimana 15-07 (56,2%). Per effetto del già citato incremen-

to di conferimento commerciale, la quantità finora direttamente collocata quest'anno sul canale Tradizionale ammonta a 111.696 tons contro le 88.986 tons alla settimana 15-07 (+25,5%).

La nostra possibilità di continuare a collocare percentuali elevate di prodotto su questo canale distributivo strategico e così importante per i nostri risultati economici è subordinata a 3 aspetti fondamentali:

1. produzione di mele di elevato standard qualitativo, predilette da tutti i Clienti, ma in modo particolare da quelli del canale Tradizionale ;
2. ampliamento del nostro assetto varietale, per evitare che i nostri Clienti storici del Tradizionale siano costretti ad approvvigionarsi di Gala e/o Fuji, la cui domanda e' in aumento, in altre zone produttive;
3. consistente attività promo-pubblicitaria.

GDO (Grande Distribuzione Organizzata):

la % delle nostre vendite – dirette ed indirette - assorbita da questo canale distributivo risulta sostanzialmente costante in questi ultimi 2 anni (27% nel 06-07, rispetto al 26,1% del 07-08 alla stessa data). Anche in questo caso quindi la crescita a volume delle vendite finora effettuate quest'anno è notevole (+25,5%). La GDO ha ormai raggiunto il 46% delle vendite totali di frutta in Italia (era il 44% nel 2004), ed e' quindi un segmento che continua a crescere di anno in anno e nel quale

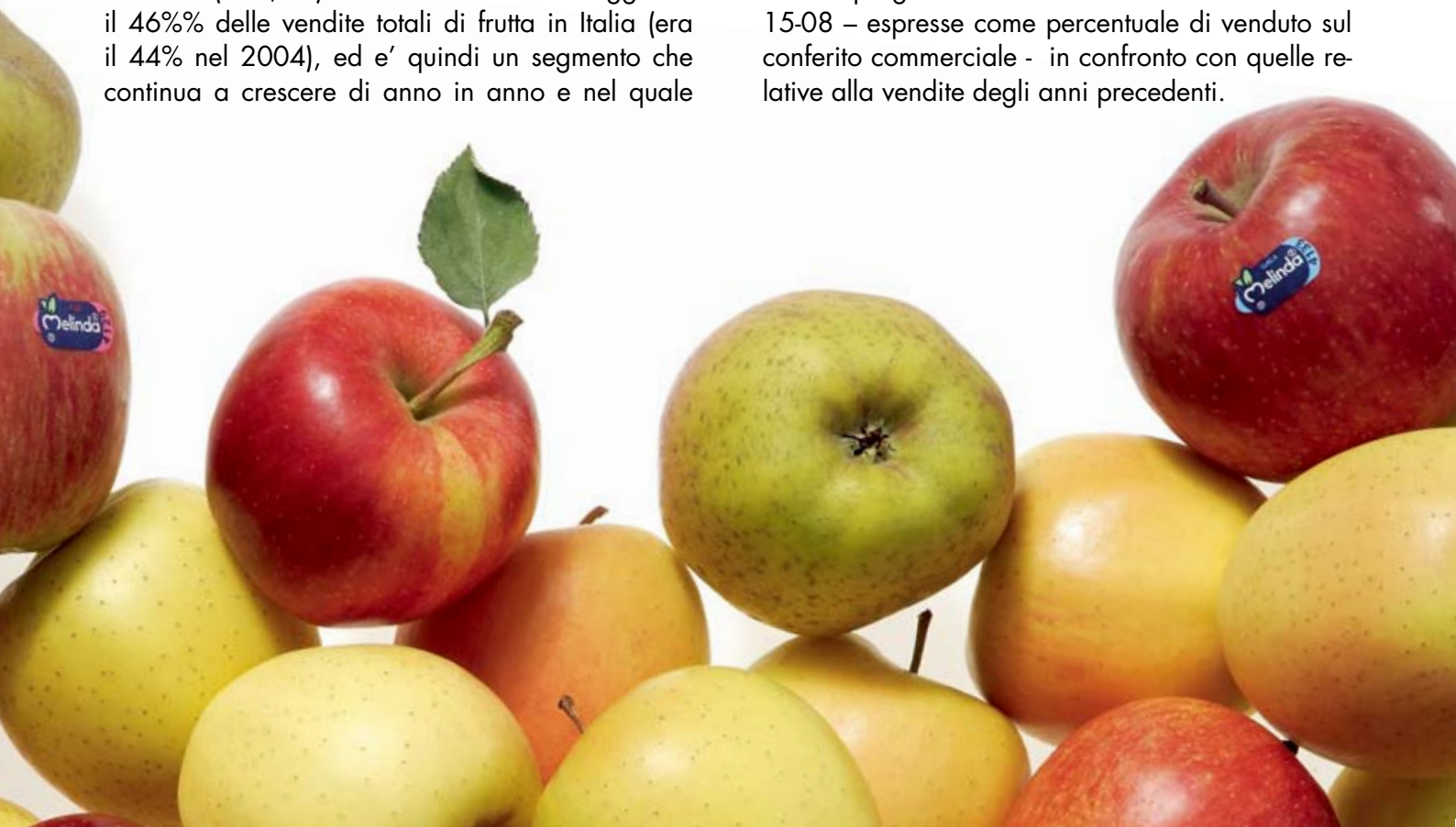
dobbiamo quindi assolutamente essere presenti con un'adeguata quantità di prodotto.

ESTERO:

le vendite all'Estero rappresentano ad oggi il 18,5 % delle vendite totali rispetto il 16,8% dell'anno scorso. Anche la quantità finora commercializzata all'Estero (37.384 tons) e' quindi decisamente aumentata rispetto allo stesso periodo della scorsa campagna (quando era stata di circa 26.526 tons.) con una crescita a volume del +40,9. La capacità che ormai abbiamo acquisito di far variare – sia pur entro certi limiti - la quantità di prodotto commercializzata all'Estero nei diversi anni, ci consente di gestire meglio l'offerta complessiva (e quindi il prezzo di vendita) sul Mercato Italia, che per noi è ancora di gran lunga il più importante. Ai Mercati Esteri inoltre viene per lo più destinata una tipologia di prodotto che risulterebbe di difficile collocazione sul Mercato nazionale.

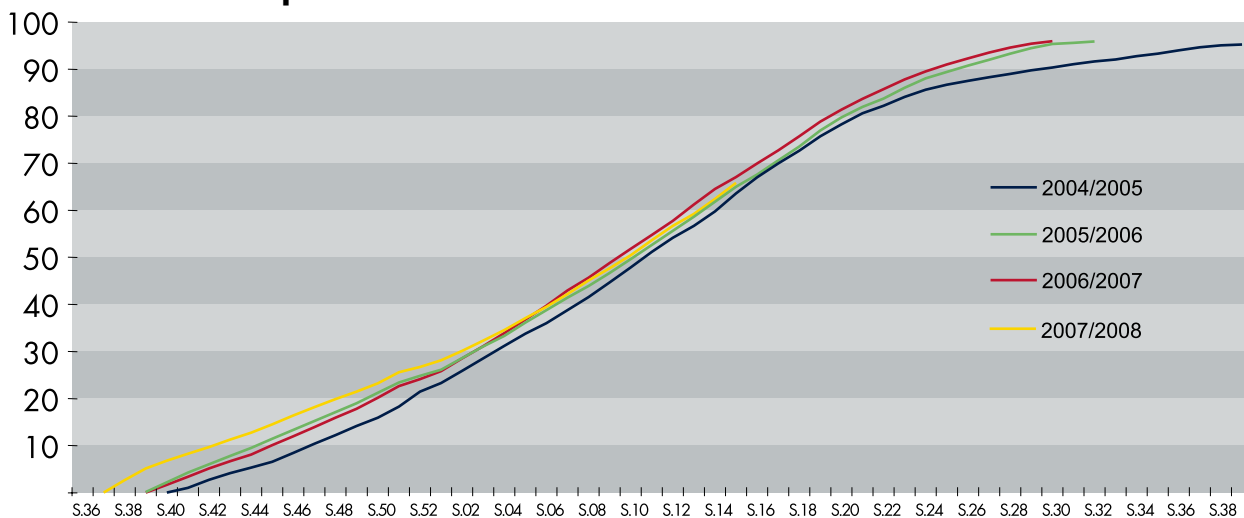
Ancora una volta si conferma quindi come l'Estero rappresenti uno sbocco commerciale di fondamentale importanza per il raggiungimento dei risultati complessivi di Melinda.

I grafici seguenti si riferiscono rispettivamente a Golden, Stark e Renetta e riportano l'andamento delle vendite progressive 2007-2008 sino alla settimana 15-08 – espresse come percentuale di venduto sul conferimento commerciale - in confronto con quelle relative alla vendite degli anni precedenti.



GOLDEN

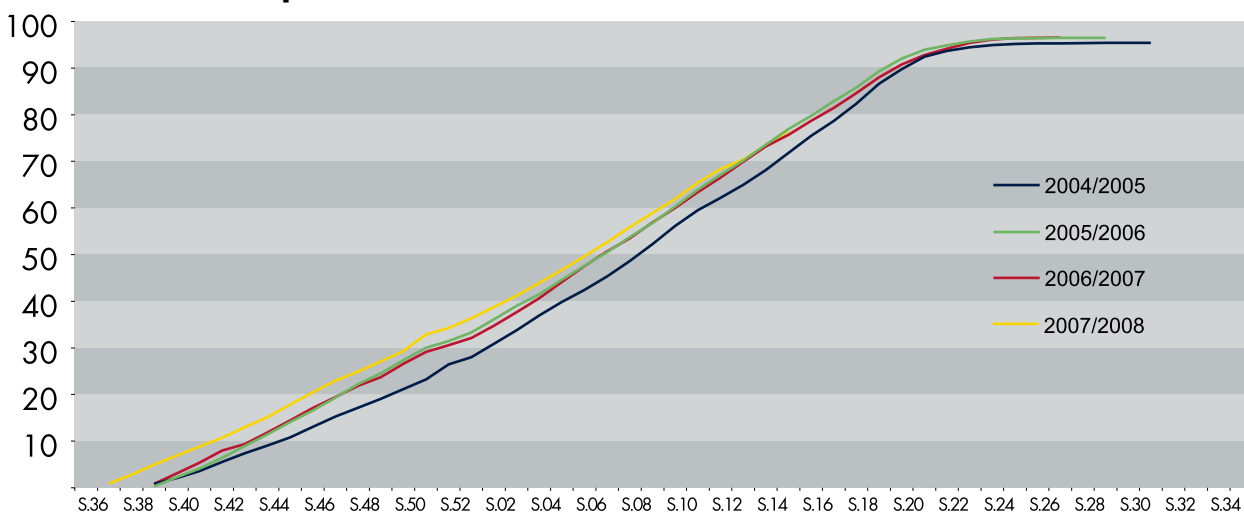
percentuale venduto su conferito commerciale



GOLDEN: per il momento la percentuale venduta è perfettamente in linea con il piano di de-stokaggio previsto per quest' anno e sostanzialmente identica anche a quella degli anni scorsi. Anche i prezzi finora realizzati sono in linea con quelli previsti per il 07-08. Tra gennaio e febbraio 2008 è stato però necessario commercializzare un quantitativo significativo di prodotto che presentava un livello di maturazione superiore a quello normale, e ciò ha generato durante tale periodo problemi commerciali non trascurabili. La relativa frequenza e la considerevole dimensione assunta in questi ultimi anni dal problema relativo alla merce troppo matura ha indotto il CdA di Melinda ad assumere alcune accorgimenti (di cui potrete leggere di più su questo stesso numero di Melinda News) per mitigare e/o prevenire un'ulteriore ri-occorrenza futura dello stesso problema.

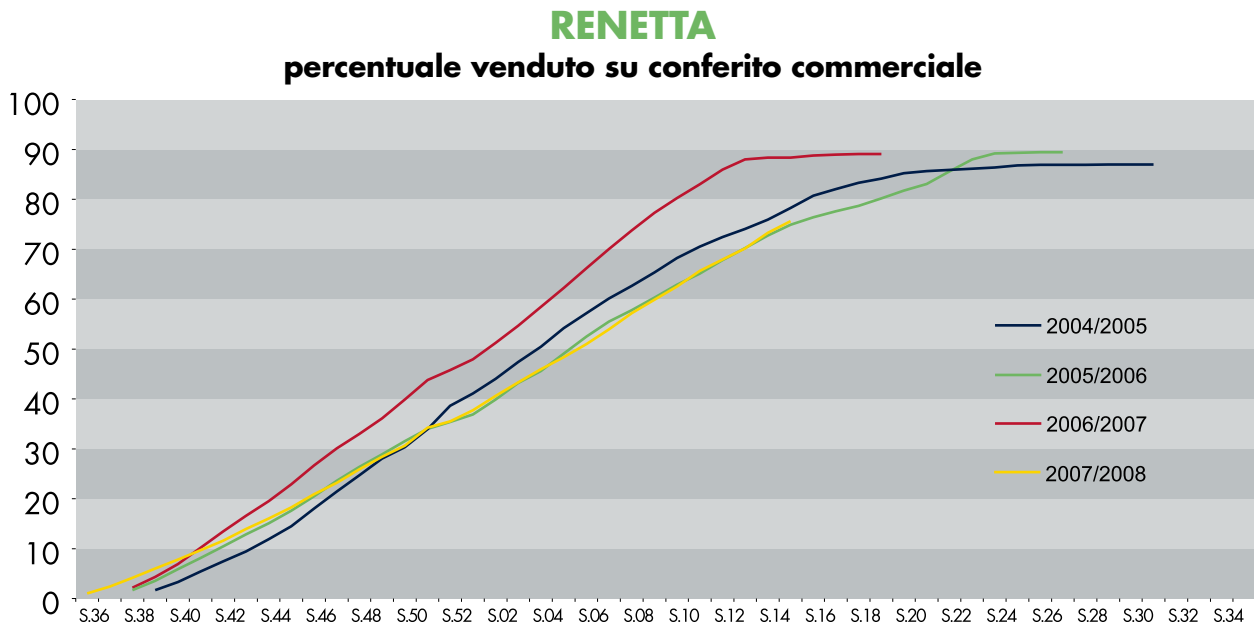
RED DELICIOUS

percentuale venduto su conferito commerciale



RED DELICIOUS: anche per questa varietà (vedi FIG 3) le vendite sono in linea con le previsioni in termini di quantità e leggermente migliori del previsto in termini di prezzo, grazie sia ad una colorazione generalmente soddisfacente del prodotto raccolto nel 2007 sia ad una situazione di Mercato decisamente favorevole (ridotta produzione nazionale, buon livello di consumo, limitatissimo import).

Ancora una volta – se ce ne fosse bisogno – risulta evidente che il Mercato predilige nettamente i cloni a colorazione intensa ed uniforme a scapito di quelli a colorazione meno intensa, come la Stark delicious classica.



RENETTA: la % di venduto ad oggi è inferiore rispetto all'anno scorso alla stessa data, ma si deve ricordare che si riferisce ad un conferimento di ben il 75% superiore a quello dell'annata 2006. La quantità venduta ad oggi è infatti di 5.000 tons superiore a quella dell'anno scorso allo stesso periodo (+50%).

I prezzi finora realizzati sono in linea con quelli previsti.

Dal momento che siamo ormai prossimi al termine della commercializzazione di questa varietà è facile prevedere che la resa commerciale – intesa come quantità venduta – sarà inferiore di alcuni punti percentuali rispetto a quella prevista, principalmente a causa di una discreta presenza nel conferito commerciale di prodotto – probabilmente proveniente in larga misura da piante vecchie ed affette da scopazzi - che è risultato non idoneo alla commercializzazione come mele da tavola, in quanto verde-lucido, di pezzatura medio-piccola e con caratteristiche organolettiche insufficienti.

La Renetta è una varietà che può dare ai produttori soddisfacenti risultati.

Ciò però sarà possibile solo se sapremo offrire ai consumatori mele di qualità idonea (non troppo verdi, con una buona presenza di grana, di pezzatura prevalente 75-100mm e buone da mangiare) ed in quantità tale da non eccedere la prevedibile domanda (20.000 tons /anno circa).

GALA

Le vendite di questa varietà sono terminate. Anche quest'anno ci siamo affacciati sul Mercato con una quantità apprezzabile di Gala ed è stato quindi possibile valutare ancora il livello di gradimento dei nostri Clienti per la Gala marchiata Melinda. Si può senz'altro concludere che anche per la Gala prodotta in montagna, così come per le altre varietà, è stata riconosciuta "una marcia in più" rispetto al prodotto di pianura. L'apprezzamento riservato dai nostri Clienti per il prodotto Melinda è stato senz'altro buono. Sia la resa commerciale che i prezzi realizzati sono stati in linea con quanto previsto.

FUJI

In termini di gradimento per il nostro prodotto vale quanto già detto per Gala, forse in misura ancora più forte. Le vendite stanno proseguendo con regolarità ed i risultati finali sono attesi in linea con quelli previsti.

MORGEN

Anche per questa varietà le vendite si sono concluse ed i risultati sono in linea con le previsioni.

ALTRE VARIETÀ E INDUSTRIA

Le vendite sono in linea con le previsioni, sia come quantità sia come prezzo.

PER CONCLUDERE

Il Mercato delle mele è stato sinora caratterizzato da una situazione generalmente positiva ed anche le aspettative per le prossime settimane sono orientate ad un cauto ottimismo, nonostante restino alcune delle incertezze di sempre (andamento stagionale, offerta di frutta primaverile-estiva, livello dei consumi etc etc) a poter influenzare potenzialmente i prossimi mesi di vendita.

Al di là di quello che sarà il risultato di quest'annata – che speriamo sarà in linea con gli obiettivi previsti - è forse ancor più importante – in una prospettiva di medio-termine – non perdere di vista la fondamentale esigenza di adeguare la nostra Offerta alla Domanda dei nostri Clienti e dei Consumatori.

Nonostante infatti Melinda, grazie all'organizzazione di cui ci siamo dotati in termini di capacità di conservazione, lavorazione, promozione e commercializzazione – sia in grado di collocare sul Mercato senza particolari patemi d'animo tutta la prevedibile produzione di tutti i Soci è chiaro che i produttori soci avranno le maggiori soddisfazioni economiche se sapranno offrire al Mercato mele nella quantità e qualità più idonea:

- elevando la qualità media di Golden, concentrando la produzione nelle zone più vocate;
- aumentando entro i limiti previsti la produzione di Gala, Fuji e di cloni a buona colorazione di Red delicious;
- rinnovando gli impianti di Renetta e concentrandoli come indicato nelle zone più vocate;
- prestando una ancor maggiore attenzione alla qualità generale della produzione, in ogni fase.

EPOCA DI RACCOLTA E QUALITÀ DELLE MELE GOLDEN DELICIOUS

Massimiliano Gremes - Responsabile Qualità del Consorzio Melinda

La Qualità di una mela Golden delicious, o di qualsiasi altra varietà - così come viene percepita da un Consumatore - è una caratteristica che è al tempo stessa:

- **complessa da ottenere**, in quanto subordinata ad una molteplicità di fattori sia naturali (clima, terreno etc) che tecnici (sia agronomici - come concimazione, potatura, diradamento, difesa etc - sia di processo - quali conservazione, selezione, manipolazione, confezionamento etc);
- **difficile da misurare**, in quanto correlata a parametri molto diversi (es: durezza, grado zuccherino e rifrattometrico, acidità, tenore in sostanze volatili etc);
- **variabile nel tempo**, sia perché la Qualità richiesta ad una mela tende a variare per uno stesso Consumatore nel corso dell'anno sia perché – se è vero che dal momento della raccolta in poi la Qualità di una mela tende a deteriorarsi, è vero anche che tale processo può avere

ritmi ed effetti molto diversi in relazione al tempo trascorso dal frutto sia all'interno che all'esterno delle celle di frigo-conservazione in atmosfera controllata;

- **variabile nello spazio**, in quanto il concetto di Qualità può variare in modo anche significativo tra Consumatori di Nazioni diverse od anche di diverse regioni di una stessa nazione.

Il concetto di Qualità per una mela ha quindi tante possibili sfaccettature quanti sono gli innumerevoli gusti dei diversi Consumatori ed è di conseguenza impossibile definire un concetto di Qualità assoluto.

Esistono comunque alcuni aspetti della Qualità di una mela Golden – indipendentemente dalla categoria commerciale, dal calibro e dal colore - che vengono riconosciuti e considerati fortemente indesiderati dalla quasi totalità dei Consumatori.

Tra questi si possono certamente ricordare:

- una troppo ridotta durezza;
- la tendenza al disfacimento della polpa
- la presenza di ammaccature diffuse e consistenti;
- l'untuosità dell'epidermide

Tutti questi aspetti fortemente negativi in termini di gradimento di una mela Golden sono certamente influenzati dai fattori da A a D. di cui sopra. Tuttavia, anche a parità di tali fattori, l'effettuazione della raccolta in tempi ottimali contribuisce in modo estremamente significativo a ridurre l'insorgenza degli aspetti indesiderati di cui ai punti 1-4.

E se ciò è vero sempre, lo è anche di più in annate come il 2007, quando alla raccolta avevamo:

- un forte anticipo di maturazione (circa 12gg rispetto al normale);
- una differenza molto ridotta rispetto al normale tra le date di raccolta ottimali

per la Golden nelle diverse zone delle Valli del Noce;

- frutti di elevata pezzatura e molto dolci, ma con basso tenore di acidi;
- una temperatura più elevata del normale (anche perché era fine settembre anziché ottobre) alle quali hanno fatto poi seguito piogge consistenti dopo il 03-10;
- la produzione più elevata di sempre, con conseguenti tempi di raccolta prolungati e caricamento giornaliero molto elevato degli impianti di conservazione.

Il concomitante verificarsi di tutte le circostanze appena descritte ha determinato nel 2007 il conferimento di circa 30.000 tons di Golden le cui caratteristiche erano quelle tipiche di un prodotto tendenzialmente sovra-maturo e ciò ha determinato difficoltà considerevoli di collocazione di tale merce.

È diventato quindi evidente che l'attuale sistema di definizione dell'epoca di raccolta – che pur ci ha consentito nella maggior parte degli anni di conferire la Golden con caratteristiche buone od ottimali – presenta limiti considerevoli in presenza di produzioni abbondanti e di andamento stagionale avverso durante la raccolta.

Golden delicious- giallo+- <colore 8



Ed è proprio per prevenire al massimo il rischio di raccogliere prodotto sovra-maturo, anche qualora dovessero ripresentarsi in futuro situazioni analoghe a quelle del 2007 che, nel corso della seduta del Consiglio di Amministrazione

del Consorzio Melinda tenutasi il 27.03.08, è stata sottoposta a valutazione e poi approvata all'unanimità una delibera che per alcuni aspetti chiave prevede, rispetto alla situazione attuale, le variazioni qui di seguito riportate:

| ASPETTO CHIAVE | SITUAZIONE FINO ALLA RACCOLTA 2007 | SITUAZIONE DALLA RACCOLTA 2008 IN POI |
|---|--|---|
| DATE INIZIO RACCOLTA (Per tutte le varietà) | Vengono determinate sulla base dei risultati analitici dei campioni provenienti da piante testimone (progetto cinetica di maturazione) e vengono concordate tra Resp. Qualità, Tecnici IASMA, Resp. di Stabilimento e Consigli di Amministrazione delle singole Cooperative. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Vengono determinate dal Responsabile Qualità, sentiti i Tecnici IASMA, ottimizzando l'impiego dei dati analitici dei frutti (es: determinazione dell' 'indice di maturazione di Streif). 2. Vengono considerate identiche all' interno di una macrozona o paese, il cui perimetro verrà definito a priori. 3. Sono orientate dagli indirizzi di politica commerciale che caratterizzeranno ogni annata. |
| DATE DI FINE RACCOLTA GOLDEN | Sono calcolate sommando i gg di finestra utile di raccolta alla data di partenza anche se però ci sono più date di partenza! | Non esistono date di fine raccolta, bensì date dopo le quali cambia "il sistema campionatura e liquidazione del prodotto". |
| TEMPI DI RACCOLTA GOLDEN | 20gg. però il Socio che conferisce il prodotto fuori tempo non è di fatto soggetto a nessuna penalizzazione (solo il prodotto stramaturo, che è però di difficile individuazione in selezione, è considerato scarto). | 18 gg. , che di fatto sono solo indicativi - e perciò non rappresentano un vincolo rigido per il produttore, che <u>può iniziare la raccolta prima</u> del VIA ufficiale - se lo richiede ed è autorizzato - e <u>può terminarla dopo</u> , senza nessuna conseguenza, a condizione che non conferisca prodotto di colore 8 (Giallo+). |
| CAMPIONATURA E LIQUIDAZIONE GOLDEN | Il prodotto primo raccolto solitamente presenta una % elevata di Verde al contrario del prodotto ultimo che però presenta più I ^A B e II ^A . Tutto il prodotto Paglierino, Giallo e Giallo+ (colori 3,4,5,6,7,8), viene comunque liquidato allo stesso modo, indipendentemente dalla data di conferimento. | Il prodotto di colore 8 (Giallo+) , <u>solo se conferito dopo il 18° giorno</u> , avrà un prezzo di liquidazione inferiore (-35%) rispetto al prodotto dei colori 3,4,5,6,7 (Paglierino e Giallo), che sarà quindi tendenzialmente analogo al prezzo mediamente liquidato per il prodotto conferito come Verde (colori 0,1,2). Chi inizierà troppo presto conferendo mele troppo Verdi e chi terminerà troppo tardi, conferendo mele Giallo+ dopo il 18°gg, avrà quindi in linea di massima gli stessi svantaggi economici. |
| Considerazioni | L'introduzione delle variazioni di cui sopra offre maggiore libertà gestionale al singolo Socio, il quale può valutare economicamente la convenienza di organizzare le operazioni aziendali come meglio crede (doppi stacchi o no, più o meno manodopera in azienda, assetto varietale bilanciato etc) e tende quindi a valorizzarne la professionalità. | |

Nel corso delle prossime Assemblee di Cooperativa questo tema verrà ripreso per fornire tutte le delucidazioni del caso a chi dovesse richiederle, mentre il Reparto Qualità di Melinda rimane come sempre a disposizione di tutti i Soci per qualsiasi argomento relativo al fondamentale aspetto della Qualità del prodotto conferito.

MELINDA E I MONDIALI DI MOUNTAIN BIKE IN VAL DI SOLE:

un connubio tra territorio, natura e sana alimentazione - Paola Zanella

Melinda è Official Sponsor dei Campionati del Mondo di Mountain Bike che si terranno in Val di Sole i prossimi 15-22 giugno 2008. Il Consorzio Melinda sarà lieto di accogliere atleti e tifosi nelle proprie Valli durante i giorni della manifestazione sportiva e, in preparazione a questo importante appuntamento, si farà promotore di alcune iniziative collaterali che intendono contribuire ad una divulgazione delle informazioni relative alla corretta alimentazione, per tutte le età e in particolare per lo sport, all'insegna del più sano rapporto tra l'uomo e la Natura.

La Val di Sole, insieme alla Val di Non, è il territorio naturale sul quale crescono le mele Melinda DOP in Italia. La Mountain Bike è la specialità del ciclismo che più di ogni altra esprime la "voglia di natura" delle persone. E cosa c'è di più naturale di una mela?

La mela (in 100 g meno di 50 calorie!) è, infatti, un'ottima fonte di acqua e micronutrienti (vitamine e sali minerali). Con la presenza di Melinda al Mondiale di Mountain Bike, si rafforza il legame di Melinda con lo sport da diversi anni già impegnata a sostenere alcune competizioni entrate tra le classiche del ciclismo (il Trofeo Melinda per professionisti, giunto alla 17ª edizione e che si corre sulle strade della Val di Non) e degli sport di montagna (la celebre gara di Granfondo Marcialonga di Fiemme e Fassa, e la caratteristica Ciaspolada in Val di Non, gara di fondo internazionale per professionisti e amatori che si corre con le racchette da neve).

CAMPIONATI DEL MONDO DI MOUNTAIN BIKE & TRIAL

15-22 GIUGNO 2008





BUONO PER I SOCI DELLE COOPERATIVE MELINDA A



**BUONO
SCONTO**

Per i Soci, una grande opportunità!

10% DI SCONTO SUI PRODOTTI ACQUISTATI A MONDOMELINDA.

dal 15 maggio al 15 giugno, vieni a Mondomelinda,
acquista i tuoi prodotti preferiti e consegnando alla cassa questo buono sconto
(non cumulabile) avrai uno sconto del 10%!

ORARIO: dal Lunedì al Sabato
dalle ore 8.30 alle ore 12.30,
dalle ore 15.00 alle ore 19.00.
(chiuso la domenica e il lunedì pomeriggio)

Via della Cooperazione, 21
38012 MOLLARO DI TAIÒ (TN)
Tel. 0463.469299 - Fax 0463.461305

Numero Verde
800-929272