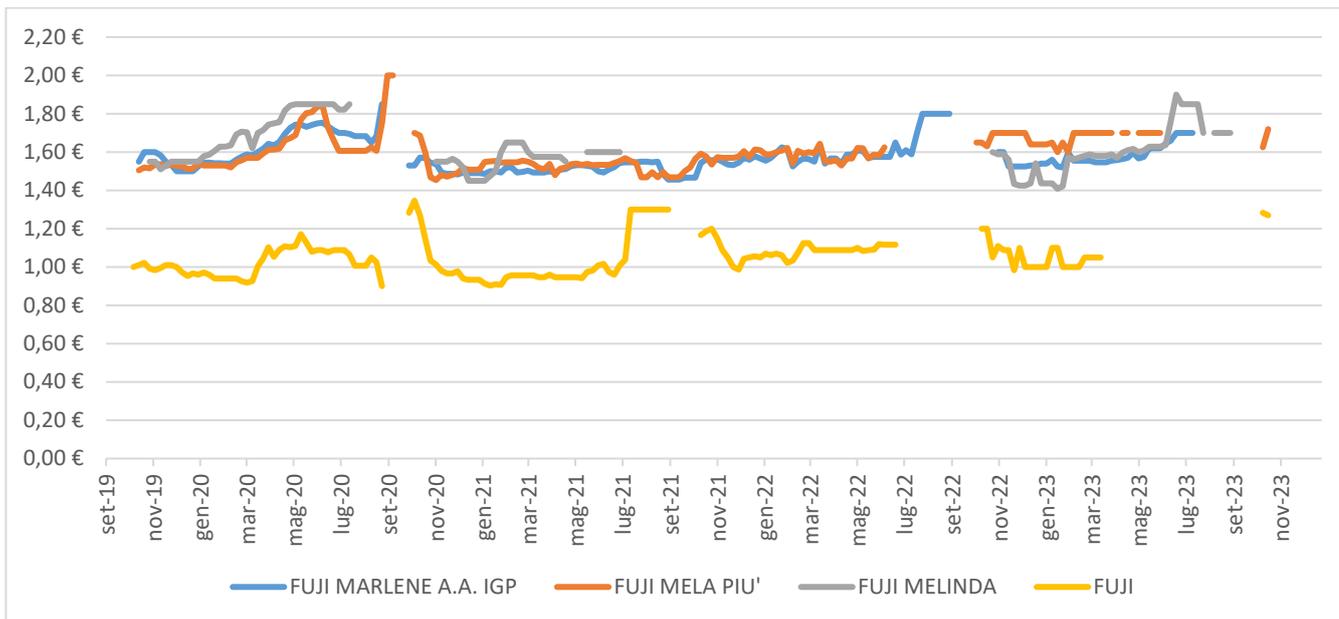


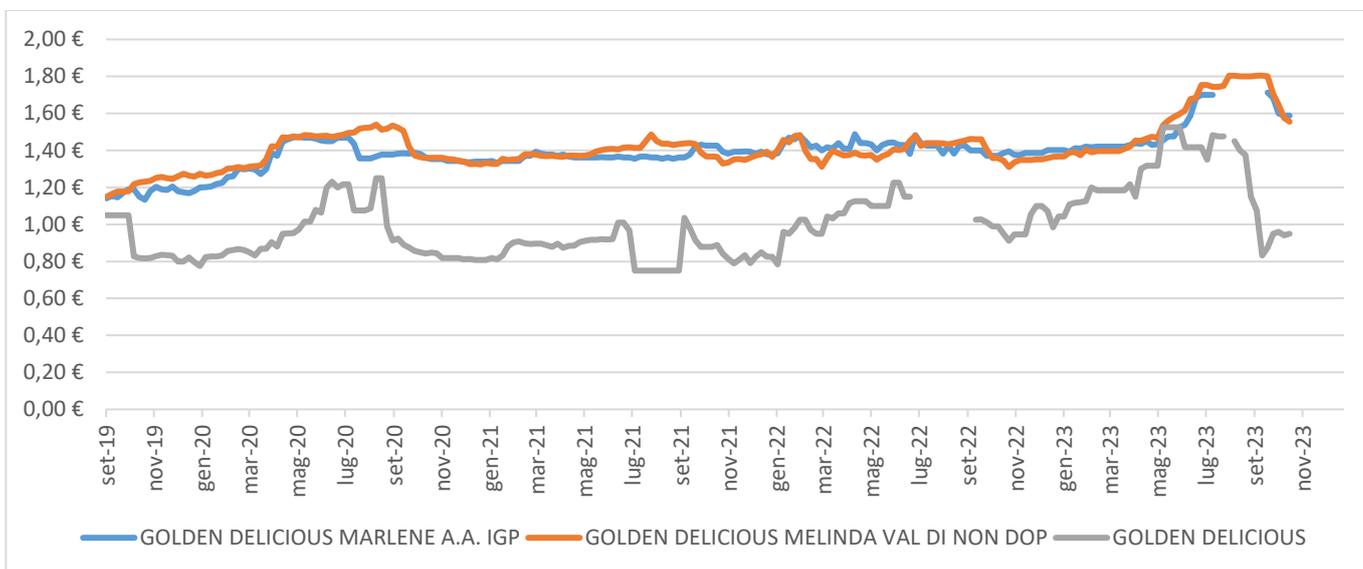
I PREZZI DELLE MELE CV. FUJI CAT. I (€/KG) NELLE ULTIME TRE CAMPAGNE CONFRONTO TRA MARCHI

Fonte: Elaborazione BMTI su dati dei mercati all'ingrosso Mise - Unioncamere



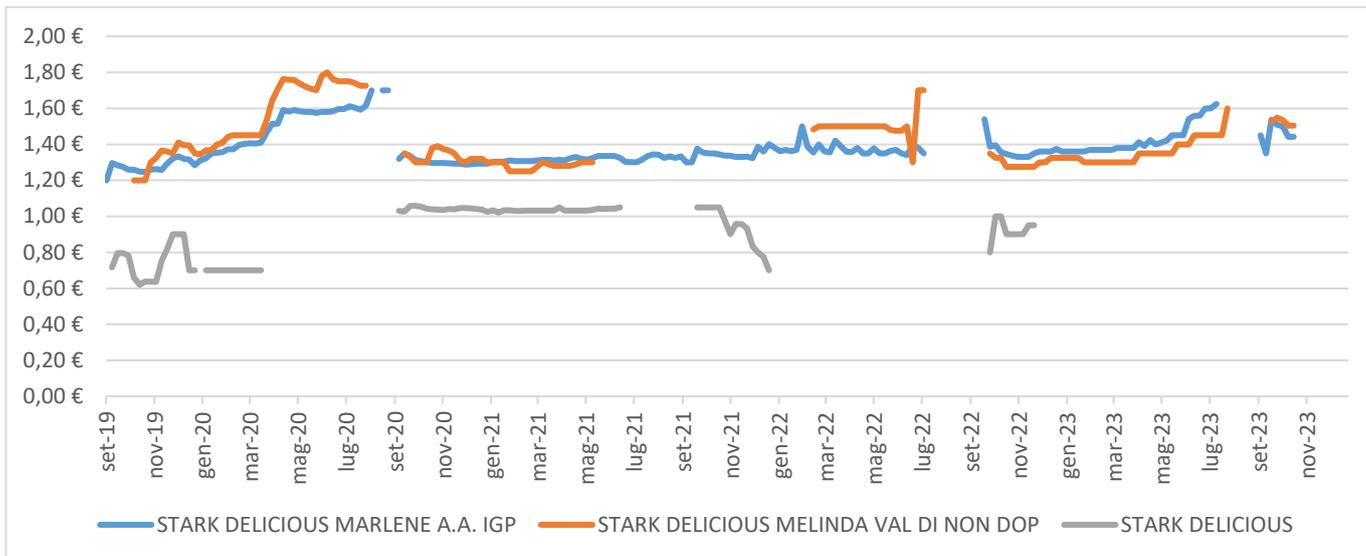
I PREZZI DELLE MELE CV. GOLDEN DELICIOUS CAT. I (€/KG) NELLE ULTIME TRE CAMPAGNE CONFRONTO TRA MARCHI

Fonte: Elaborazione BMTI su dati dei mercati all'ingrosso Mise - Unioncamere



I PREZZI DELLE MELE CV. STARK DELICIOUS CAT. I (€/KG NELLE ULTIME TRE CAMPAGNE CONFRONTO TRA MARCHI

Fonte: Elaborazione BMTI su dati dei mercati all'ingrosso Mise - Unioncamere

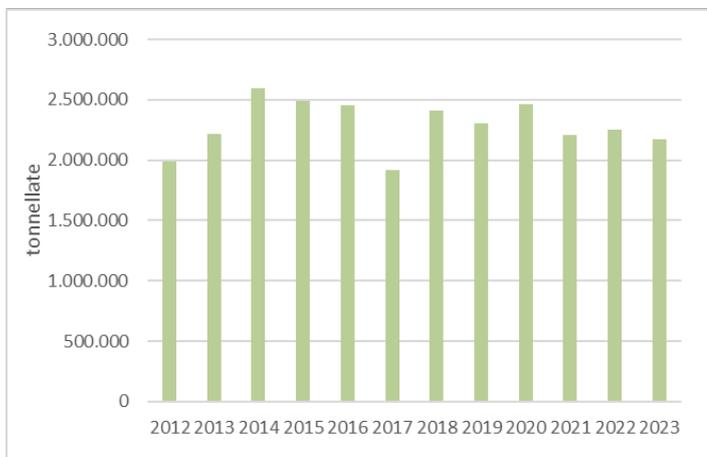


Come premessa si può dire che il mercato delle mele è rimasto stabile per decenni. La lenta rivoluzione si è verificata a suo tempo con l'apposizione del marchio sui frutti, ideata e realizzata dal consorzio "Melinda" investendo fortemente sulla pubblicità e che ha così segnato una linea seguita poi da altre aziende del Trentino-Alto Adige. Ora una manciata di consorzi della regione, leader indiscussa nella produzione di mele, si contende il mercato non solo nazionale. Il mercato aveva comunque bisogno di una rivoluzione e la molla potrebbe essere stata la bassa remunerazione che, nonostante il marchio apposto, conseguivano le varietà Golden e Stark Delicious (nel 2014-2015 la quotazione del Golden Del. 80/85 in padella, marchio Melinda, era di 1,00 €/kg circa, mentre la Pink Lady da poco presente sul mercato realizzava 1,50-1,80 €/kg) : ecco che numerosissime altre varietà, principalmente a buccia rossa, compaiono sul mercato. Alcune godranno poi di fortuna, altre meno, però il mercato si vivacizza e così anche i consumi. Con sapere e lungimiranza vengono espianati frutteti di Golden e Stark in zone non vocate della regione e vengono sostituiti da nuove varietà. Il risultato è che le quotazioni di Golden, Stark e Fuji a marchio che si realizzavano dieci anni fa (che oscillavano rispettivamente da 1-1,20, 1,10-1,30 e 1,40-1,60 €/kg) sono aumentate considerevolmente (1,20-1,50 , 1,30-1,60 e 1,40-1,80) con punte di 1,80 per Golden e 2,00 €/kg per Fuji. Come vediamo dai grafici, il prodotto a marchio gode di remunerazioni più elevate rispetto a quello non a marchio, ma non è certamente solo una questione di "bollino" : le grandi aziende che commercializzano il prodotto a marchio D.O.P. e I.G.P. investono molto nella ricerca di nuove cultivar e nell'ambito della stessa varietà di cloni con le migliori proprietà organolettiche, al fine di soddisfare e fidelizzare il consumatore; con notevoli risultati.

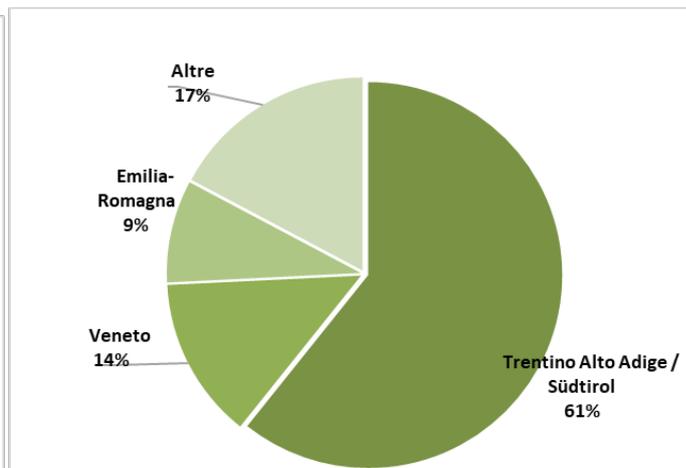
PRODUZIONE (TONNELLATE) DELLE MELE ITALIANE

Fonte: Elaborazione BMTI su dati ISTAT

A) Produzione nazionale (tonnellate) dal 2012 al 2023



B) Principali regioni produttrici nel 2022



Nonostante le vistose fluttuazioni dei volumi dell'ultimo decennio, la produzione nazionale rimane sopra i 2 mln di tonnellate annue. Anche in questo comparto, nonostante i sistemi di protezione adottati dal mondo agricolo, il mutamento climatico caratterizzato da gelate molto tardive e violente grandinate, provoca sensibili cali produttivi; basta prendere in esame l'anno 2017 visibile sul grafico: nonostante le importazioni di mele (Golden in particolare) dalla Polonia o Est Europa in genere, nel 2018 (anno in cui si commercializzano prevalentemente le mele prodotte nel 2017) i prezzi all'ingrosso sono molto elevati; per fare un esempio le mele Golden a marchio Melinda D.O.P. calibro 80/85 in padella superano i 2,00 €/kg.

Per quanto riguarda le principali regioni produttrici, il grafico a torta conferma quanto già espresso precedentemente, con una percentuale superiore al 60% sulla produzione nazionale; le condizioni pedoclimatiche del Trentino-Alto Adige e la professionalità delle aziende produttrici la rende leader anche nella commercializzazione del prodotto.