

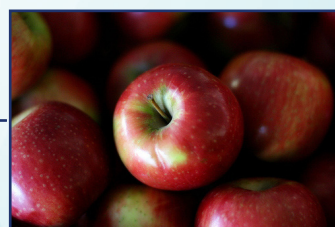


Camera di Commercio
Cuneo



Mela

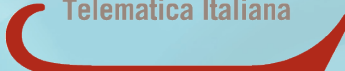
Studio di mercato



edizione 2008



Borsa Merci
Telematica Italiana



CONSORZIO DELLE
CAMERE DI COMMERCIO

Mela

Studio di mercato

Il presente studio sul mercato della mela è stato realizzato da Borsa Merci Telematica Italiana S.C.p.A. in collaborazione e con il contributo della Camera di Camera di Commercio, Industria, Artigianato e Agricoltura di Cuneo

Camera di Commercio di Cuneo

Presidente: Ferruccio Dardanello

Segretario Generale: Vittorio Sabbatini

Borsa Merci Telematica Italiana S.C.p.A.

Presidente: Francesco Bettoni

Direttore: Annibale Feroldi

Studio di Mercato Mela

Gruppo di lavoro BMTI: Gianluca Pesolillo (*responsabile studio*), Giampaolo Nardoni, Carla Bologna, Ilaria Romano, Maria Carmela Somma

Ricercatore esterno: Massimiliano Bianchi

Sommario

Prefazione	5
Introduzione	7
1. Mela	9
1.1 Origine della coltura.....	10
1.2 Notizie botaniche	11
1.3 Metodi di propagazione	12
1.4 Panorama varietale	13
1.5 Prodotti a marchio riconosciuto	16
1.6 Mele Bio	18
1.7 Ambiente pedoclimatico	19
1.8 Sistemi di allevamento	20
1.9 Caratteristiche nutrizionali del frutto	21
1.10 Raccolta e conservazione	22
2. Struttura del comparto	23
2.1 Il mercato internazionale	24
2.2 Il mercato nazionale.....	27
2.3 Import-export.....	30
2.3.1 Import-export mondiale	30
2.3.2 Import-export nazionale	30
2.4 I consumi interni.....	34
2.5 L'andamento dei prezzi	36
3. Organizzazione e analisi della filiera	43
3.1 Produttori, cooperative e consorzi	44

3.2 I canali commerciali.....	46
4. Aspetti normativi sulla commercializzazione della mela.....	49
4.1 Aspetti normativi sulla commercializzazione della mela	50
4.2 I controlli di conformità alle norme comuni di qualità sui prodotti ortofrutticoli.....	56
5. L'applicabilità della Borsa Merci Telematica Italiana al mercato della mela.....	59
5.1 La Borsa Merci Telematica Italiana	60
5.2 Applicabilità e opportunità	63
Conclusioni	65
Bibliografia	67
Sitografia.....	68

Prefazione

La Camera di commercio di Cuneo, in collaborazione con la Borsa Merci Telematica Italiana (BMTI), si è dimostrata attenta all'innovazione agro-alimentare coniugando le nuove tecnologie con le produzioni locali per mantenere e rafforzare la competitività delle nostre imprese: l'innovazione, infatti, è e sarà sempre di più il motore dello sviluppo economico del nostro territorio, soprattutto in una fase congiunturale così delicata come quella che stiamo vivendo.

Le Organizzazioni di produttori e le Associazioni di categoria che rappresentano i vari anelli della filiera della mela hanno reso possibile la realizzazione di questo progetto che rappresenta un'importante occasione di trasparenza del mercato, che potrà contribuire a fare chiarezza nei rapporti contrattuali e nei meccanismi di formazione dei prezzi.

Dal lavoro di equipe, al quale hanno preso parte operatori di altre province italiane, è derivata la proposta di regolamentazione delle contrattazioni telematiche della mela, che permetterà ad uno dei prodotti di eccellenza del nostro territorio di accedere a nuovi mercati.

*Il Presidente
Camera di Commercio di Cuneo
Ferruccio Dardanello*

Nel corso degli ultimi anni si è venuta sempre più a delineare l'esigenza di un rinnovamento e di un ammodernamento della fase commerciale dei mercati agricoli ed agro-alimentari nazionali.

Il sistema delle Camere di Commercio, attraverso la propria società consortile Borsa Merci Telematica Italiana, crede che sia giunto il momento di attuare il passaggio verso una forma più moderna e trasparente di business.

Una Borsa Telematica non significa, infatti, solamente più opportunità commerciali e maggiore efficienza dei mercati, ma anche regole certe e condivise, nonché uno scambio di informazioni rilevanti.

L'auspicio è che il mercato italiano della mela, forte della leadership produttiva europea e dell'alto livello qualitativo raggiunto, possa cogliere questa importante opportunità .

*Francesco Bettoni
Presidente BMTI S.C.p.A.*

Introduzione

Il melo è l'albero da frutto dell'area temperata più importante al mondo sia per quantità, con circa 60 milioni di tonnellate annue prodotte, che per superfici coltivate.

Nel panorama frutticolo nazionale, la mela gioca un ruolo di protagonista indiscusso in quanto, oltre a risultare il primo prodotto ortofrutticolo esportato nel mondo, l'Italia ne è anche il principale produttore europeo per quel che riguarda il consumo fresco.

In un mercato sempre più esposto ad una forma di globalizzazione, diventano sempre più evidenti ed inevitabili situazioni di accesa competizione, sia per quel che riguarda l'aspetto produttivo, che per quel che riguarda gli attori stessi della filiera. Risulta quindi opportuno, per mantenere o affermare la propria competitività sul mercato, adottare delle strategie economiche che possano in qualche modo favorire tale processo.

In quest'ottica, la Borsa Merci Telematica Italiana vuole essere un valido strumento di supporto al mercato melicolo nazionale, proponendo dei canali commerciali alternativi a quelli pre-esistenti, e nello stesso tempo favorire la trasparenza dei flussi di mercato, garantendo in questo modo una maggior tutela soprattutto nei confronti degli anelli deboli della filiera.

Questo studio si propone come obiettivo quello di misurare l'idoneità del frutto mela ad una commercializzazione di carattere telematico. Per giungere a questo scopo è stato necessario raccogliere il maggior numero d'informazioni dagli operatori del settore in merito alle numerose variabili che contraddistinguono e influenzano le linee commerciali del prodotto, valutandone quindi sia gli aspetti prettamente tecnico-agronomici, sia quelli economico-finanziari.

1. Mela

1.1 Origine della coltura

Il genere *Malus* è costituito da una trentina di specie primarie, gran parte originarie dell'Asia centrale e Orientale, alcune delle Americhe, una soltanto (*Malus sylvestris*) nativa dell'Europa centrale.

Il melo coltivato, *Malus domestica*, è un ibrido complesso alla costituzione del quale avrebbero contribuito il melo europeo (*M. sylvestris*), e specie asiatiche quali *M. baccata* e *M. prunifolia*, che si sarebbero ibridate naturalmente nelle valli che congiungono l'Europa all'Estremo oriente.

Attualmente l'area d'interesse è occupata dalle repubbliche dell'Asia centrale (Kazakistan, Uzbekistan, Turkmenistan, Tagikistan, Kirghizistan), fino ad estendersi alla provincia cinese dello Xinjiang.

Il trasferimento del melo verso l'Asia minore e l'Europa risalirebbe al Neolitico, circa 6000 anni fa, dove la coltura avrebbe trovato naturale diffusione, soprattutto nelle aree temperato-fredde dell'Europa.

1.2 Notizie botaniche

Il melo appartiene alla famiglia delle *Rosaceae*, sottofamiglia delle *Pomoidee* ed al genere *Malus*. Questo genere annovera una trentina di specie, sia da frutto che ornamentali, spontanee nelle zone temperate di Europa, Asia ed America settentrionale.

La più importante specie da frutto è rappresentata dal *Malus communis*, originario dell'Europa e dell'Asia occidentale, che comprende le seguenti principali sottospecie:

- ✓ *M. silvestris*, uno dei più noti antenati del melo da frutto, da cui hanno origine vecchie cultivar ormai abbandonate quali Calvilla e Rambour Franc;
- ✓ *M. pumila*, raggruppa le seguenti varietà botaniche:
 - *domestica*, da cui derivano molte cv coltivate;
 - *paradisica*, melo paradiso;
 - *praecox gallica*, melo dolcino.

I meli dolcino e paradiso rappresentano i progenitori dei portinnesti clonali della serie East Malling e Malling Merton.

Il melo è una pianta arborea di dimensioni medio-elevate potendo raggiungere anche l'altezza di 8-10 metri; presenta radici striscianti e poco profonde. Le foglie sono alterne, inserite su nodi ravvicinati, di forma ovale, tomentose nella pagina inferiore e con il margine del lembo più o meno seghettato. Presenta gemme sia a legno che miste (gemme a legno e gemme a frutto). Le formazioni fruttifere del melo sono la lamburda (rametto di due anni terminante all'apice con una gemma mista), il ramo misto (più lungo del brindillo costituito da gemme miste e una gemma a legno in punta) ed il brindillo (ramo esile di 10-30 cm con gemme a legno e una gemma mista in punta); a seconda del modo di fruttificare, nelle cultivar di melo si possono verificare casi in cui si ha prevalenza di lamburde, casi con prevalenza di lamburde e brindilli ed ancora casi in cui c'è prevalenza dei soli brindilli. I fiori sono bianchi con sfumature rosate, riuniti in un'infiorescenza detta corimbo di 4-9 fiori. Il frutto è un falso frutto carnoso, detto pomo o melonide, di colore e dimensioni diverse secondo le varietà. Il colore di fondo della buccia, nel frutto maturo, può essere verde, giallo, rosso o bicolore; il colore della polpa varia da bianco, a bianco verdastro, bianco-crema e giallastro.

Le principali cultivar di melo sono autosterili e quindi richiedono, per fornire regolari produzioni, l'impollinazione incrociata di tipo entomofilo (ad opera di api od altri insetti pronubi). E' inevitabile quindi costituire in campo un meleto composto da più cultivar, di cui almeno una buona impollinatrice (per essere considerata tale, deve presentare una fioritura contemporanea o lievemente anticipata rispetto alla cultivar da impollinare, piuttosto lunga e produrre polline compatibile, abbondante e germinabile). E' comunque buona pratica nei meleti immettere un congruo numero di arnie (4-6 per ettaro) per assicurare la presenza di numerose api, soprattutto se le condizioni ambientali in fioritura dovessero presentarsi particolarmente avverse.

Esistono tuttavia delle varietà parzialmente autofertili o partenocarpiche (produzione di frutti senza fecondazione) per cui, in assenza di impollinanti od in annate avverse, possono supplire con questi meccanismi alla carente impollinazione e fornire ugualmente una certa produzione.

1.3 Metodi di propagazione

Il melo viene propagato sia per via agamica che gamica. Nello specifico i portinnesti (l'elemento che fornirà la base, comprensiva dell'apparato radicale, della futura pianta) vengono propagati sia per via gamica (franchi) che per via agamica (clonali), le cultivar invece solo per innesto.

L'innesto può essere effettuato su franco (ossia il portainnesto originato da un seme di varietà coltivata) o su varietà rustiche e selvatiche della stessa specie, quali il "dolcino" (*Pirus malus pumila praecox gallica*) ed il "paradiso" (*Pirus malus pumila paradisiaca*).

Ad oggi la tendenza è quella di utilizzare quasi esclusivamente portinnesti clonali; le numerosissime cultivar di melo sono state ottenute infatti per ibridazione, selezione, mutazioni somatiche, spontanee o indotte, e mediante radiazioni ionizzanti.

La scelta del portainnesto è una fase fondamentale nell'esecuzione dell'impianto in quanto da esso dipende la grandezza definitiva della pianta, l'adattamento al terreno, il regolare sviluppo, la resistenza ai parassiti e alle malattie e una migliore impollinazione.

La selezione genetica ha determinato il rapido sviluppo di portinnesti a ridotta vigoria (portinnesti clonali) che inducono il melo ad una fruttificazione più precoce e ad una minore resistenza ad alcune avversità. I portinnesti più vigorosi trovano un'ottimale applicazione solo per varietà molto deboli o quando le condizioni pedoclimatiche sono sfavorevoli (mancanza d'irrigazione, terreni poveri, troppo pesanti, con eccessivo calcare attivo, ambienti particolarmente freddi).

1.4 Panorama varietale

Il panorama varietale del melo dal secondo dopoguerra ad oggi è radicalmente mutato. Negli anni '50 in una coltura di tipo promiscuo erano ancora molto diffuse cultivar quali Abbondanza, Limoncella, Campanino, tutte varietà a diffusione prevalentemente locale che oggi non vengono più coltivate. Dal 1960 si sono via via sempre più diffuse varietà appartenenti al gruppo Golden Delicious e Red Delicious, alle quali si sono poi aggiunte la Granny Smith e il gruppo Gala, la Fuji e la Braeburn. Particolare importanza riveste anche la mela Annurca, soprattutto nell'ambiente campano.

Attualmente esistono oltre 5000 cultivar che hanno avuto origine da disseminazione naturale, oppure da semi ottenuti mediante incroci controllati, o da mutazioni gemmarie. Le varie cultivar possono essere classificate in base a diversi parametri molto importanti quali:

- ✓ Epoca di maturazione di raccolta (si dividono in varietà estive e autunno-vernine a seconda dell'epoca di raccolta);
- ✓ Famiglie o gruppi pomologici (gruppo Golden Delicious, Red Delicious ecc.); nell'ambito del gruppo si distinguono inoltre le cultivar standard, a forte o medio sviluppo, e le cultivar *spur*, a debole sviluppo;
- ✓ Utilizzo prevalente (consumo fresco, da industria, da cuocere);
- ✓ Epoca di fioritura (può essere precoce, media o tardiva anche se spesso la differenza è di pochi giorni);
- ✓ Capacità d'impollinazione (alcune cultivar triploidi sono cative impollinanti al contrario delle diploidi quali la Golden Delicious che invece è una buona impollinante).

Si descrivono ora brevemente le caratteristiche delle varietà più diffuse nel nostro paese.

Mele autunno-vernine

Golden Delicious: derivata da un incrocio tra il polline della Mela golden reinette con l'ovario della Mela grimes golden, negli Stati Uniti attorno al 1890. Nel 1914 venne spedito un campione di queste mele gialle ai grandi vivai Stark, in Louisiana, mettendo in rilievo le grandi capacità produttive di questa pianta oltre che la bontà, la bellezza e la facile conservazione di questi frutti. Qui fu battezzata dalla famiglia Stark col nome di Golden Delicious, allo scopo di affiancarla nel commercio alla già consolidata e conosciuta Stark Delicious.

E'una delle mele più diffuse ed apprezzate. Il nome stesso ne spiega le principali caratteristiche: giallo dorata la buccia e dolce e profumata la polpa. Il ricco contenuto zuccherino la pone tra la frutta preferita dai bambini; inoltre, è ideale come ingrediente per la preparazione di torte e crostate. Il frutto è di ottima pezzatura, con peso medio di 170–190 grammi e di forma allungata tronco-conica, di colore giallo in prossimità della raccolta e straordinariamente adatto per la lunga conservazione (fino a 10 mesi in ambienti controllati e poveri di ossigeno), tanto che risulta disponibile sul mercato per tutto l'anno. La forma del frutto si mostra particolarmente influenzata dall'ambiente di coltivazione. Quello collinare favorisce la formazione naturale di giberelline che determinano un significativo allungamento dell'asse verticale, rendendo inoltre mediamente più profonda la fossa calicina. L'epidermide (la buccia) si presenta liscia o leggermente rugginosa, di colore verde virante al giallo o giallo intenso, con lenticelle evidenti e ben distribuite. In presenza di abbassamenti di temperatura e di elevate umidità relative nel periodo antecedente la maturazione, tende ad assumere una sovracolorazione rosa, la cosiddetta "faccetta".

La polpa è di colore crema ed è compatta e croccante, succosa, leggermente acidula, molto aromatica e con buon tenore zuccherino e di acidità.

Red Delicious: derivata da un semenzale isolato in Usa nel 1861 e diffusa nei vivai Stark nel 1885. La caratteristica comune delle cultivar appartenenti a questo gruppo è la forma del frutto, medio o grosso, di forma costante, tronco conica oblunga con 5 lobi evidenti, leggermente asimmetrica; il peduncolo è lungo e piuttosto sottile; la buccia è piuttosto grossa, poco cerosa, quasi totalmente coperta di rosso vivo su sfondo giallo verde, per lo più striato e talora mazzato; la polpa è bianco crema, tenera, fondente, succosa, zuccherina e aromatica. A differenza delle Golden, la Red Delicious presenta una capacità di conservazione inferiore, seppur discreta, ed è presente sul mercato nazionale da settembre a maggio (come produzione nazionale) e nei restanti mesi come prodotto d'oltremare.

Jonagold: Varietà autunno-vernina di origine americana (New York). Deriva dalla fusione di due varietà, Golden e Jonathan. La mela Jonagold possiede infatti la dolcezza della mela Jonathan e la succosità e croccantezza di una mela Golden. Presenta un frutto tronco conico breve, regolare, di pezzatura grossa; buccia gialla, coperta per il 50-60% di rosso-arancio; polpa bianco-crema, croccante, succosa, dolce-acidula, aromatica e di eccellente qualità gustative.

Granny Smith: selezionata nei primi anni del secolo nella regione australiana del Nuovo Galles del Sud, presenta un frutto di un bel colore verde con numerose lenticelle chiare. La polpa croccante ed il sapore fresco ed acidulo ne fanno un frutto molto apprezzato sia a tavola che in cucina, dove è ingrediente insostituibile per insalate e sorbetti. La mela Granny Smith di produzione nazionale è disponibile sul mercato da settembre a maggio, mentre nei mesi estivi è presente come prodotto d'oltremare.

Fuji: Selezionata nel 1939 nel distretto giapponese di Morioka, la varietà Fuji è oggi ampiamente coltivata in molte zone del mondo grazie alla sua alta produttività ed alle buone caratteristiche gustative. Una delle particolarità di questa cultivar è che esprime ottime performances qualitative anche nelle aree di pianura, normalmente meno vocate alla melicoltura. Il frutto è di forma cilindrica, a polpa croccante, soda, gustosa, molto zuccherina, poco acidula e profumata. La buccia striata colora molto tardi di rosso rosato, fino al 60% della superficie su fondo giallo chiaro. E' disponibile sul mercato da ottobre a giugno.

Braeburn: Originaria della Nuova Zelanda è stata introdotta in Italia alla fine degli anni 80. Presenta frutti di forma tronco conica, arrotondata, talvolta leggermente appiattita, di calibro medio, con una buccia brillante, bicolore, leggermente striata di rosso su fondo verde, che ingiallisce con la maturazione. La polpa è molto soda, croccante, succulenta, gustosa, agro-dolce.

Annurca: Antica cultivar diffusa in Campania, dove rappresenta il 35% della produzione di mele. E' di grandezza media, schiacciata leggermente ai due poli, di colore rosso, poco uniforme, con chiazze gialle e rugosa al picciolo. Particolarità della mela annurca è che non matura sull'albero e per questo la raccolta in autunno si fa quando le mele sono ancora acerbe, di colore verde giallastro, esse poi si arrossano sui letti di paglia. Buona conservazione frigorifera.

Pink Lady®: Nata da un incrocio tra Williams e Golden Delicious, Cripps Pink è stata creata alla stazione di ricerche di Stoneville (Australia Occidentale) nel 1973. E' presente sui mercati solo con il nome di Pink Lady® che è il marchio commerciale della varietà. La forma del frutto è da oblunga a cilindrica ed omogenea. Il frutto è bicolore; il colore rosso-roseo è caratteristico della varietà. La tessitura è croccante e succosa. Il sapore è acidulo e profumato. E' di pezzatura medio grossa ed ha maturazione molto tardiva (fine ottobre).

Imperatore: Varietà autunno-vernina, di origine ignota (rinvenuta in Ohio USA). Il frutto presenta forma sferoidale, con peduncolo lungo e sottile, di pezzatura medio - grossa; buccia liscia, poco cerosa, di colore giallo-verdastra, estesamente soffusa di rosso vivo talora un po' scuro; polpa bianco-crema, tenera fondente, mediamente succosa, discreta.

Renetta: Vecchia cultivar, di origine probabilmente francese. Presenta un frutto di media pezzatura, peso medio 200 g., forma tronco-conico breve o appiattito, profilo trasversale costoluto irregolare; buccia rugosa, lievemente rugginosa, di colore giallo verdastro, sovraccolore rosso per il 20% della superficie. I Pomologi danno il nome di Renetta a molte razze che somiglianti per la natura della polpa e per il gusto, se si diversificano molto nelle forme e nel colore. Tra le tante, si conta in questa classe la *Renetta grigia di Torriana*, coltivata nel cuneese. Il frutto presenta una forma schiacciata, di pezzatura media, un peduncolo corto e medio basso, una buccia ruvida, rugginosa fino al 100% con lenticelle grandi e rugginose. La polpa del frutto ha una tessitura grossolana, un sapore dolce acidulo ed un colore bianco-crema.

Mele estive

Gruppo Gala: All'interno del gruppo delle mele Gala due sono le varietà più diffuse: Mondial Gala e Royal Gala. I frutti sono di forma tronco-conica leggermente arrotondata, di media pezzatura (160g), con colorazione rosso-aranciato brillante, che può arrivare ad interessare anche l'80% della superficie. La polpa è soda, succosa, zuccherina, poco acidula, di ottime caratteristiche organolettiche. Risultano di particolare interesse per l'alta produttività e le ottime caratteristiche agronomiche, anche se nelle aree di pianura possono presentare alcuni difetti di colorazione. Necessitano di molta cura nella fase di diradamento dei frutti e nella potatura, affinché possano raggiungere una sufficiente pezzatura.

Rubens®Civni e il clone Civnired-S: rappresenta un marchio commerciale registrato e di proprietà del CIV (Consorzio Vivaisti Italiani); derivante dall'incrocio di due varietà Elstar e Gala. Dalla prima acquisisce l'aroma fresco e la croccantezza, e dalla seconda il sapore gradevole. E' mela estiva (matura 10-15 giorni dopo Gala) con albero di medio vigore, portamento compatto, produttività elevata, costante e scarsa alternanza di produzione. Il frutto è di forma tronco-conica, tipica colorazione striata rosso-arancio estesa sul 40-70% della superficie su fondo giallo-verde. La polpa è colore crema con caratteristiche organolettiche eccellenti. A seguito di attività di ricerca presso il campo sperimentale di Laces in Alto Adige, il consorzio individuò un nuovo clone stabile di Rubens®, in grado di garantire uno splendido colore rosso anche in zone dove prima non era possibile. La nuova varietà è stata brevettata con il nome di Civnired-S* e viene commercializzata sempre con lo stesso marchio Rubens®. Restano invariate rispetto a Civni* le eccellenti caratteristiche organolettiche qualitative del frutto rappresentate da gusto unico e straordinario, elevata croccantezza ed ottima conservabilità. Il suo colore rosso brillante striato appare però esteso sul 90% della superficie sempre su fondo giallo-verde. Il consorzio distribuirà e gestirà quindi due varietà sotto lo stesso marchio Rubens®, lasciando all'agricoltore ed ai tecnici del consorzio la scelta di impiantare Civni* o Civnired-S* a seconda delle esigenze specifiche dell'impianto e dell'areale di coltivazione con lo scopo di dare la migliore resa possibile e la migliore qualità.

1.5 Prodotti a marchio riconosciuto

Tra le numerosissime varietà di mela coltivate nel nostro paese, ad oggi solamente tre possono vantare un riconoscimento europeo di qualità, nello specifico una DOP e due IGP.

Mela DOP Val di Non

Le mele DOP Val di Non sono prodotte solo in un'area limitata, situata a Nord Ovest della provincia di Trento, collocata ad un'altitudine compresa tra 450 e 900 metri s.l.m. e caratterizzata da condizioni climatiche e pedologiche che la rendono da sempre una delle zone più vocate al Mondo per la produzione di mele. E' anche per questo che in Val di Non la tradizione della coltivazione del melo è documentata da oltre 2.000 anni. L'Ente Certificatore incaricato dal Ministero delle Politiche Agricole e Forestali è CSQA. La certificazione riguarda:

- ✓ la zona d'origine delle mele DOP Val di Non;
- ✓ il rispetto dei Disciplinari di Produzione da parte dei frutticoltori del Consorzio di Tutela (Disciplinare di Produzione della DOP Mela Val di Non approvato dalla Comunità Europea e del Disciplinare Melinda);
- ✓ il rispetto dei parametri di qualità estrinseca ed intrinseca dei frutti;
- ✓ le modalità di raccolta e confezionamento.
- ✓ Il marchio DOP Mela Val di Non è riservato esclusivamente a mele delle varietà Golden delicious, Red delicious, Renetta del Canada prodotte in Val di Non e che:
- ✓ siano di categoria 1A ed Extra;
- ✓ superino i valori di croccantezza e di tenore in zuccheri ed acidi naturali stabiliti dal Disciplinare di Produzione approvato dalla CE.

Il riconoscimento ufficiale DOP, che il prodotto condivide solo con un altro frutto fresco italiano (il Fico d'India dell'Etna), è particolarmente importante perché in Europa sono solo 5 le mele a Denominazione di Origine Protetta.

Mela Alto Adige/Südtiroler Apfel IGP

La mela dell'Alto Adige IGP viene prodotta utilizzando varietà tradizionalmente coltivate nella zona prevista dal disciplinare. Si tratta della Braeburn, Idared, Jonagold, Morgenduft, Red Delicious, e Stayman Winesap. L'area di coltivazione riguarda 72 comuni della provincia di Bolzano. Le caratteristiche di queste mele variano notevolmente a seconda della varietà considerata. Sono comunque tutte accomunate da un colore e un sapore particolarmente accentuato, polpa compatta e alta conservabilità. Il disciplinare che ne regola la produzione detta norme precise sulle tecniche di coltivazione e la raccolta che deve essere effettuata rigorosamente a mano.

Melannurca Campana IGP

La melannurca campana IGP è un frutto tipico campano conosciuto nel mondo perché fatto maturare ed "arrossare" a terra. Una volta raccolte le mele, esse vengono disposte su piccoli appezzamenti di terreno,

sistemati adeguatamente in modo da evitare ristagni idrici, di larghezza non superiore a metri 1,50 su cui sono stesi strati di materiale soffice vario (un tempo si utilizzava la canapa, oggi sostituita da aghi di pino, trucioli di legna o altro materiale vegetale). Per la protezione dall'eccessivo irraggiamento solare i melai sono protetti da apprestamenti di varia natura.

La zona di produzione definita nel Disciplinare comprende 137 comuni appartenenti alle cinque province campane, con una netta prevalenza di quelli ricadenti nelle aree dell'agro napoletano, beneventano e casertano da sempre maggiormente vocate per le peculiari caratteristiche pedoclimatiche. Due gli ecotipi previsti dal disciplinare di produzione, con due distinte indicazioni varietali in etichetta: l' "Annurca" classica e la diretta discendente "Annurca Rossa del Sud", suo mutante naturale, diffuso nell'area di produzione da oltre un ventennio, che ha il pregio di produrre frutti a buccia rossa già sulla pianta.

In attesa di riconoscimento la Mela del Friuli Venezia Giulia (DOP), Mela di Val Tellina (IGP), Mela Rossa Cuneo (IGP).

1.6 Mele Bio

In Italia sono circa 950 i coltivatori che producono mele in regime di agricoltura biologica, per un'estensione totale di circa 3.000 ettari. L'Alto Adige è il primo fornitore nazionale e contribuisce al 25% dell'intera produzione biologica dell'UE.

Le varietà maggiormente coltivate bio sono ben 33, ma le più diffuse sono la Royal Gala, la Braeburn, la Golden Delicious e la Pink Lady.

Nonostante il settore sia in notevole ascesa, soprattutto nel nostro paese ma anche in altri paesi d'Europa e negli Stati Uniti, restano delle problematiche riguardanti soprattutto il costo che normalmente risulta essere maggiore rispetto a quello sostenuto per le coltivazioni con metodi convenzionali.

Molte sono le cause di questa maggiorazione: in primo luogo i costi di produzione che in regime biologico sono maggiori rispetto al regime tradizionale (basti pensare che un meleto biologico, non subendo forzature di alcun tipo, entra mediamente in produzione dopo 4-5 anni, contro i 3 di un meleto convenzionale); l'impianto biologico produce delle mele di minor calibro e solitamente di peggiore qualità, particolari che incidono poi sulla collocazione sul mercato. Anche le rese sono inferiori in quanto la densità delle piante per ettaro risulta inferiore (non potendo intervenire massicciamente sullo stato nutrizionale del terreno) e le piante stesse portano un carico di mele inferiore rispetto a quelle tradizionali.

1.7 Ambiente pedoclimatico

La coltura del melo si estende nella zona temperato-fredda. E' diffusa non solo in pianura, ma anche in diverse zone collinari e montane dell'Italia settentrionale. Il melo vegeta bene anche nelle zone temperato-calde, purché sia soddisfatto il suo fabbisogno di freddo. E' abbastanza resistente sia ai freddi invernali che alle brinate primaverili, favorito dall'entrata in fioritura tardiva. In certe annate però nei frutteti posti in terreni bassi, dove si hanno ristagni di aria fredda, si sono verificati seri danni da brina con cascola di fiori, di frutticini e con danni più o meno evidenti sui frutti.

Anche l'eccessivo soleggiamento può provocare danni ai frutti con depigmentazione più o meno marcata e zone necrotiche nella parte del frutto direttamente esposto al sole.

Dal punto di vista prettamente pedologico, risulta piuttosto adattabile, tollerando sia i terreni calcarei che quelli argillosi. I terreni migliori sono comunque quelli freschi, profondi, permeabili e dotati di buona fertilità.

1.8 Sistemi di allevamento

La forma di allevamento deve consentire uno sviluppo armonico della pianta: una chioma aperta alla radiazione solare diretta e impostata su una impalcatura semplice ed equilibrata agevola, infatti, le operazioni colturali più impegnative, quali la potatura, il diradamento manuale dei frutticini e la raccolta. Le forme di allevamento più utilizzate per il melo sono il fusetto (o spindle) e altre varianti di quest'ultimo che consentono di ottenere densità di piantagione elevate, mantenendo un'altezza ridotta delle piante, così da velocizzare l'entrata in produzione del frutteto e rendere meno difficoltose le diverse operazioni colturali. Il fusetto è formato da un fusto centrale (astone) su cui sono inserite branchette laterali, la cui lunghezza decresce dalla base alla cima della pianta.

1.9 Caratteristiche nutrizionali del frutto

Le mele sono frutti polposi caratterizzati da un elevato contenuto idrico (circa l'85%) ed un modesto contenuto zuccherino (mediamente pari al 10-12% del peso): 100 g di prodotto danno un apporto di circa 40-50 kcal (tabella 1).

I principali composti glucidici utilizzabili dall'organismo umano sono il fruttosio (6%), il glucosio (2.2%) ed il saccarosio (2.5%), che conferiscono il gusto dolce ed apportano la quota calorica. Ad un confronto con gli altri tipi di frutta, la prevalenza del fruttosio rende le mele più favorevoli per i diabetici, poiché lo zucchero, presente in modeste quantità, sollecita minimamente il rilascio di insulina.

Le mele contengono numerosi composti fibrosi non digeribili in grado di regolare diverse funzioni metaboliche: alcuni sono insolubili in acqua (come la cellulosa) e facilitano il normale svuotamento intestinale; altri, idrofili, come le pectine, modulano l'assorbimento dei nutrienti e generano un impatto metabolico più graduale.

Il contenuto in vitamine A e C (rilevanti nella maggior parte dei frutti freschi) è nelle mele piuttosto modesto, mentre quello delle vitamine del gruppo B è decisamente trascurabile.

La scarsa presenza di sodio ed il discreto contenuto di potassio rendono il frutto particolarmente diuretico. Le mele presentano un buon contenuto in acidi organici (malico, citrico, tartarico, ecc.) che conferiscono sapore acidulo e favoriscono la conservabilità del frutto. Il colore della buccia è dovuto alla presenza di numerosi pigmenti: verdi (clorofille), gialli (antoxantine, più note come flavonoidi), rossi e viola (antocianine). Il sapore ed il profumo sono connessi alla presenza di numerose sostanze aromatiche. Tali composti, interagendo con gli altri componenti della frutta e, soprattutto, andando incontro a degradazione enzimatica, sono in grado di originare nuove sostanze volatili, che completano il profilo sensoriale delle mele. Le mele contengono infine molecole antiossidanti in grado di esercitare un ruolo difensivo nei confronti di "specie reattive dell'ossigeno" e di "radicali liberi" (Giuberti M.).

Tabella 1: Composizione chimica e valore energetico delle mele fresche senza buccia (100 grammi di prodotto)

Nutrienti e valore energetico per 100g di prodotto			
Parte edibile (%)	79%	Potassio (mg)	125 mg
Acqua (g)	82,5 g	Fosforo (mg)	12 mg
Proteine (g)	0,3 g	Ferro (mg)	0,3 mg
Lipidi (g)	0,1 g	Calcio (mg)	7 mg
Zuccheri solubili (g)	13,7 g	Niacina (Vit. PP) (mg)	0,3 mg
Fibra totale (g)	2 g	Tiamina (mg)	0,02 mg
Energia (Kcal)	53 kcal	Riboflavina (mg)	0,02 mg
Sodio (mg)	2 mg	Vitamina C (mg)	6 mg

Fonte: Elaborazione BMTI su dati Istituto Nazionale della Nutrizione

1.10 Raccolta e conservazione

La raccolta delle mele, che una volta avveniva con l'ausilio di scale, oggi avviene prevalentemente da terra o con l'ausilio di carri raccolta, in funzione della forma d'allevamento adottata. Importante è definire il momento giusto in cui staccare il frutto, poiché la raccolta né anticipata né ritardata va fatta nel più breve tempo possibile. Il periodo ottimale varia a seconda della cultivar (le cultivar standard hanno un periodo di raccolta più lungo rispetto alle cultivar spur); per individuare con maggior precisione questo periodo si usano degli indici di maturazione, i più importanti dei quali sono:

- ✓ il penetrometro, per misurare la durezza della polpa;
- ✓ la soluzione iodo-iodurata per l'amido;
- ✓ le carte colorimetriche per la colorazione della buccia, valide per la Golden Delicious.

I metodi per la conservazione delle mele devono garantire che le caratteristiche organolettiche rimangano inalterate nel tempo e devono inoltre ostacolare l'insorgere di fisiopatie per tutto il periodo della conservazione, fino al momento del consumo. A questo scopo vengono utilizzate delle specifiche celle frigorifere. Nei magazzini di frutta sono utilizzate due tipi di celle:

- ✓ In atmosfera normale: si tratta di celle frigorifere di varia capienza che sono in grado di mantenere una temperatura ed un livello di umidità costanti. Consentono una conservazione della frutta per un periodo variabile da quattro a cinque mesi.
- ✓ In atmosfera controllata (ULO): questa moderna tecnica di conservazione, attuata con apposite apparecchiature, è in grado di ottenere all'interno delle celle un'atmosfera con delle particolari caratteristiche. Trae origine da esperienze compiute in Inghilterra nel primo ventennio di questo secolo. Da tali ricerche è emerso che associando alla refrigerazione una riduzione della concentrazione di ossigeno e di anidride carbonica, è possibile aumentare notevolmente il periodo di conservazione. Per mantenere queste caratteristiche le celle devono essere perfettamente impermeabilizzate. Tale sistema consente una conservazione delle mele anche fino a nove, dieci mesi.

2. Struttura del comparto

2.1 Il mercato internazionale

La produzione mondiale di mele supera i 63 milioni di tonnellate. Le aree maggiormente coinvolte sono l'Asia, che nel complesso contribuisce per il 55%, seguita dall'Europa con il 22% e dal continente americano con il 15%.

Nel panorama globale dei singoli paesi produttori, il primo posto è occupato dalla Cina che, con una produzione annuale in grado di superare i 20 milioni di tonnellate, distacca ampiamente gli altri paesi, ovvero gli Stati Uniti d'America, al secondo posto con una produzione di mele superiore ai 4 milioni di tonnellate, e la Turchia, con una quota media di 2,5 milioni di tonnellate di prodotto l'anno (FAO,2000).

Tra i paesi dell'emisfero boreale seguono poi la Polonia con circa 2,5 milioni tonnellate e l'Iran con 2,2 milioni di tonnellate.

Nell'emisfero Sud il maggior produttore è senza dubbio il Cile che, con una produzione di circa 1,8 milioni di tonnellate, distanzia notevolmente altri paesi quali Brasile, Argentina e Sud Africa, con produzioni rispettivamente di 980, 825 e 706 mila tonnellate (Wapa, 2008).

Con produzione si intende, in questo caso, il volume di prodotto nel suo complesso, comprendendo quindi anche i frutti destinati all'industria di trasformazione.

In riferimento alla situazione continentale, l'Unione Europea rappresenta il 15% della produzione mondiale. Nello specifico, i paesi che ricoprono il ruolo di maggiori produttori sono la Polonia, l'Italia e la Francia, seguite da Germania e Spagna. Nella tabella 2 è possibile confrontare le produzioni dei paesi europei nell'arco dell'ultimo decennio.

Tabella 2: Produzione di mele (1.000 t) nei paesi dell'Unione Europea (1999-2008)

Paesi	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Polonia	1.522	1.878	2.484	2.168	2.428	2.522	2.200	2.250	1.100	2.360
Italia	2.195	2.155	2.180	2.174	2.144	2.032	2.085	1.991	2.142	1.992
Francia	2.240	2.260	1.938	1.965	1.728	1.709	1.770	1.585	1.676	1.522
Germania	1.036	1.131	923	766	818	946	925	948	1.070	945
Spagna	838	685	806	646	704	553	701	547	599	643
Ungheria	443	695	605	527	500	679	467	480	203	525
Olanda	530	470	445	350	385	420	365	337	396	385
Belgio	523	490	332	344	320	356	317	358	358	311
Portogallo	295	227	265	300	287	277	252	257	258	245
Grecia	257	288	196	244	166	282	265	267	236	236
Regno Unito	257	196	212	123	157	164	193	174	196	193
Austria	141	157	151	158	149	161	174	161	188	154
Repubblica Ceca	133	188	136	157	152	163	138	160	113	144
Lituania	109	102	155	82	97	34	130	100	40	85
Slovenia	56	59	37	41	62	62	58	50	61	60
Bulgaria	21	19	78	73	58	58	71	65	60	56
Slovacchia	21	27	27	27	34	31	36	31	10	44
Lettonia	34	35	36	50	36	7	38	32	31	34
Danimarca	26	27	27	21	22	25	26	27	32	26
Svezia	17	21	19	18	19	20	21	20	16	18
Totale	10.694	11.082	11.052	10.234	10.266	10.500	10.231	9.840	8.786	9.977

Fonte: Elaborazione BMTI su dati Wapa

Come accennato in precedenza, la Polonia, con le sue 2.360.000 tonnellate, è il più grande produttore di mele dell'Unione Europea. Anche se la situazione sta evolvendo verso una maggiore apertura al mercato estero, ad oggi la maggior parte del raccolto in questo paese è ancora destinato all'industria alimentare. Non è un caso infatti che le aziende polacche di trasformazione agro-alimentare siano il più grande fornitore di concentrato di mele d'Europa.

Il raccolto complessivo nella stagione 2008 in Europa è stimato in 9.977.000 tonnellate, con un aumento del 14% rispetto alla stagione precedente e del 4% rispetto alla media degli ultimi tre anni.

Sulla base di questi dati è necessario in ogni modo evidenziare come l'aumento della produzione non abbia interessato omogeneamente l'intero continente, ma al contrario esiste una netta distinzione geografica tra i paesi dell'Europa occidentale, dove la resa segnerà una flessione del 7% rispetto alla stagione precedente (tutti i paesi, con la sola eccezione della Spagna, segnalano una diminuzione di produzione), e i paesi dell'Est dove invece il raccolto aumenterà del 10%, tornando a livelli normali. L'aumento dell'ultimo anno, importante solo in riferimento all'annata precedente, è dovuto in particolar modo alla stagione particolarmente negativa a livello meteorologico che ha colpito l'area del Nord Est europeo l'annata scorsa.

Per quanto riguarda le singole varietà melicole (tabella 3) invece, la Golden Delicious rimane la cultivar più importante, rappresentando circa il 24% della produzione europea totale. Tuttavia, il raccolto di Golden dovrebbe essere minore dell'1% rispetto alla precedente stagione, per un totale di 2.389.000 tonnellate. Le

mele Gala, che rappresentano oltre il 10% di tutto il raccolto melicolo, dovrebbero attestarsi su livelli in linea con quelli dell'annata precedente, circa un milione di tonnellate. La Jonagold rappresenta il 7,1% della produzione con un aumento del 9% in quest'ultima annata, che porta il raccolto complessivo a 713.000 tonnellate. Anche le Red Delicious, il cui raccolto è stato di 701.000 tonnellate, rappresentano il 7% dell'intero output melicolo europeo.

Tabella 3: Produzione di mele (1.000 t) in Europa per cultivar (2005-2008)

Varietà	2005	2006	2007	2008	% su totale
Golden Delicious	2.561	2.339	2.423	2.389	23,9%
Gala	1.052	1.015	1.017	1.016	10,2%
Jonagold	650	632	651	713	7,1%
Red Delicious	660	631	591	701	7,0%
Idared	693	622	282	640	6,4%
Elstar	427	431	487	451	4,5%
Granny Smith	315	308	301	303	3,0%
Shampion	277	307	172	294	2,9%
Braeburn	296	279	319	274	2,7%
Jonagored	190	210	234	207	2,1%
Jonathan	31	35	51	198	2,0%
Fuji	130	133	191	185	1,9%
Lobo	150	210	100	150	1,5%
Gloster	98	125	86	130	1,3%
Cripps Pink	66	66	143	126	1,3%
Cortland	100	155	75	100	1,0%
Boskoop	103	108	100	97	1,0%
Cox Orange	130	106	108	97	1,0%
Morgenduft/Imperatore	123	119	90	96	1,0%
Reinette Grise Canada	92	78	102	90	0,9%
Bramley	83	83	85	81	0,8%
Annurca	68	56	45	45	0,5%
Pinova	15	17	20	22	0,2%
Stayman	23	21	17	15	0,2%
Spartan	-	-	12	9	0,1%
Altre nuove varietà	16	15	17	36	0,4%
Altre	1.884	1.739	1.068	1.514	15,2%
Totale	10.231	9.840	8.786	9.977	100,0%

Fonte: Elaborazione BMTI su dati Wapa

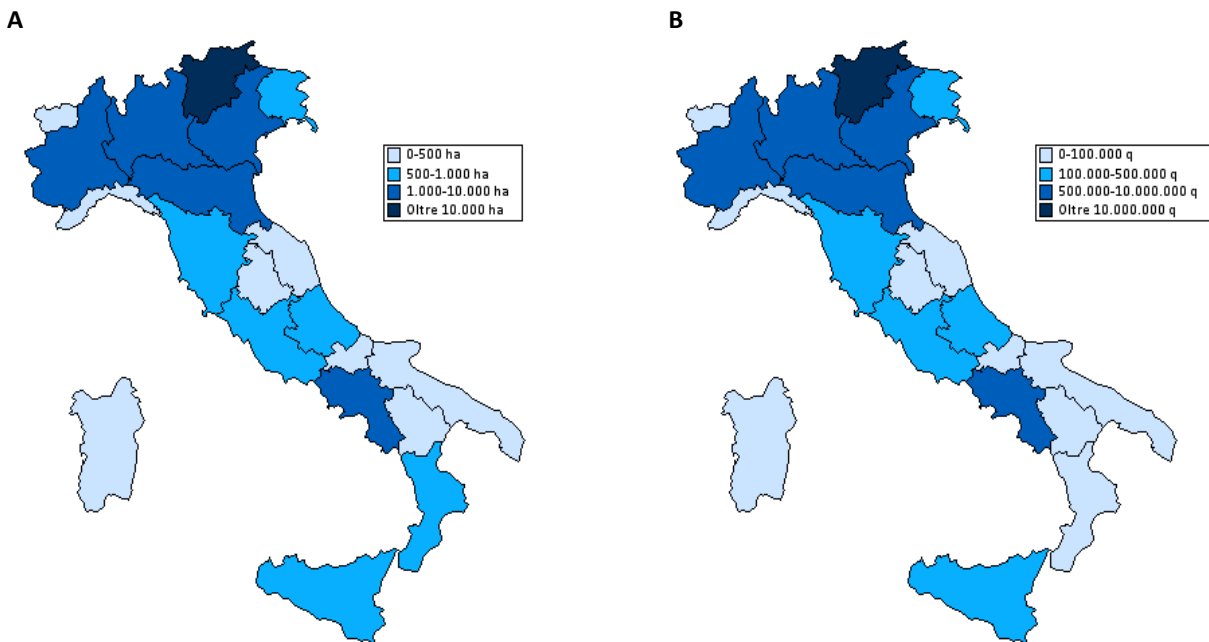
2.2 Il mercato nazionale

L'Italia è il secondo produttore comunitario di mele con oltre 67 mila ettari coltivati per una produzione che supera spesso i 2 milioni di tonnellate all'anno. La coltivazione delle mele risulta praticata su tutto il territorio nazionale, tuttavia tre sono le regioni in cui si concentra la produzione: il Trentino Alto Adige che detiene il primato produttivo con il 59,3% della produzione nazionale, il Veneto con il 13,8% e l'Emilia Romagna con il 9,6%, seguite dal Piemonte. L'Alto Adige, con i suoi 18.000 ettari di superficie coltivata, è l'area melicola chiusa più vasta d'Europa e per quel che concerne il patrimonio delle conoscenze tecniche figura tra le aree produttrici di mele più importanti al mondo (cartogramma 1A).

Nel meridione, le mele sono invece coltivate soprattutto in Campania dove la produzione raggiunge le 85.096 tonnellate, corrispondenti a circa il 3,6% della produzione nazionale (cartogramma 1B).

Nella stagione in corso, la produzione prevista è di 1.992.000 tonnellate, in leggera flessione (-7%) rispetto all'annata precedente in cui la produzione nazionale si è attestata sulle 2.142.000 tonnellate. Tale flessione, che riporterà ai livelli dell'annata 2006, è imputabile all'incidenza delle grandinate primaverili-estive che hanno colpito diverse regioni italiane e che hanno contribuito ad una minore produzione di mele, specie quelle di alta qualità.

Cartogramma 1: Superficie investita a melo (A) e produzione di mele (B) in Italia (Anno 2008)



Fonte: Elaborazione BMTI su dati Istat

Più nel dettaglio (tabella 4), analizzando le previsioni di produzione di mele nel nostro paese su base regionale, emerge come in Trentino Alto Adige, culla della melicoltura italiana, la flessione risulta essere allineata alla media nazionale (-7%) per una quantità stimata in 1.338.761 tonnellate, appena al di sotto delle 1.284.233 tonnellate del 2006 e con una flessione più pronunciata rispetto alle 1.437.588 tonnellate del 2007.

Più pronunciato il calo produttivo del Veneto, regione nella quale la quantità di mele scenderà del 17%, superando di poco quota 201.000 tonnellate. Unica regione italiana in controtendenza è il Piemonte: le stime parlano infatti di un aumento di produzione del 5,1%, passando dalle 196.000 tonnellate del 2007 alle 206.000 tonnellate del 2008.

Tabella 4: Produzione (t) di mele in Italia per regione (2005-2008)

Regione	2005	2006	2007	2008 (*)	Var. % 08/07
Trentino A. Adige	1.368.084	1.284.233	1.437.588	1.338.761	-6,9%
Veneto	243.578	248.689	243.099	201.717	-17,0%
Piemonte	177.847	201.087	196.416	206.410	5,1%
Emilia Romagna	180.485	162.325	189.127	169.262	-10,5%
Lombardia	31.314	35.042	31.202	31.204	0,0%
Altre regioni	70.000	60.000	45.000	45.000	0,0%
Totale	2.071.308	1.991.376	2.142.432	1.992.354	-7,0%

Fonte: Elaborazione BMTI su dati Assomela – Centro Servizi Ortofrutticoli (CSO)

(*) dati 2008 in proiezione

Le conseguenze di un'annata agraria non propriamente positiva a livello climatico sono constatabili anche dando uno sguardo alla tabella 5 in cui viene indicata la situazione produttiva nazionale, distinta per varietà, delle ultime due annate. Si può notare, per quasi tutte le cultivar più diffuse, la tendenza ad una contrazione dei valori produttivi. L'effetto è presente in misura maggiore per la varietà Elstar (-50%), Jonagold (-24,1%), Renette (-22,2%), Cripps Pink (-20%) e Braeburn (-20,2%), mentre assume dei valori meno importanti per altre varietà quali Golden Delicious (-10,1%), Fuji (-7,2%) e Stayman (-11,8%). L'unica eccezione è data dalla cultivar Imperatore, che segna un incremento del 6,7% della produzione.

Tabella 5: Produzione (t) di mele in Italia per varietà coltivata

Varietà	2007	2008	Var. % 08/07
Golden Delicious	982.000	883.000	-10,1%
Gala	276.000	273.000	-1,1%
Red Delicious	240.000	233.000	-2,9%
Fuji	139.000	129.000	-7,2%
Imperatore	90.000	96.000	6,7%
Granny Smith	95.000	95.000	0,0%
Braeburn	94.000	75.000	-20,2%
Cripps Pink	70.000	56.000	-20,0%
Annurca	45.000	45.000	0,0%
Jonagold	29.000	22.000	-24,1%
Renette	27.000	21.000	-22,2%
Stayman	17.000	15.000	-11,8%
Idared	5.000	4.000	-20,0%
Elstar	2.000	1.000	-50,0%
Gloster	1.000	1.000	0,0%
Altre varietà	30.000	43.000	43,3%
Totale	2.142.000	1.992.000	-7,0%

Fonte: Elaborazione BMTI su dati Assomela

2.3 Import-export

2.3.1 Import-export mondiale

Il flusso commerciale di mele nel Mondo è notevolmente condizionato dalla stagionalità del frutto e, conseguentemente, dall'alternanza di produzione esistente tra i paesi produttori dell'Emisfero boreale e quelli dell'Emisfero australe, con l'obiettivo di ottenere la disponibilità del frutto in ogni periodo dell'anno.

Anche l'export, essendo direttamente proporzionale ai livelli produttivi, risulta essere a livello internazionale prerogativa dei paesi maggiori produttori di mele. La Cina, detenendo da sola oltre il 40% della produzione mondiale, è anche il primo paese al mondo per esportazione, seguita dall'Italia e dagli Stati Uniti. Il divario tra questi paesi è comunque meno evidente per quel che riguarda i volumi di prodotto esportato, se si pensa che la Cina contribuisce per il 12% all'export mondiale, gli Stati Uniti e l'Italia per il 10%, mentre Francia e Cile seguono a breve distanza con il 9%.

Considerando invece il rapporto tra i volumi esportati e il volume della produzione dei singoli Stati, paesi come la Nuova Zelanda (63%), il Cile (42%), il Sud Africa (35%) e l'Italia stessa (33%) si distinguono per l'alta percentuale di prodotto destinata all'export (Wapa).

Dando uno sguardo alla situazione europea, i paesi che giocano un ruolo importante per quel che riguarda l'export sono evidenziati nella tabella 6, in cui è documentata l'evoluzione dei paesi esportatori europei nell'arco degli anni che vanno dal 2000 al 2007.

Proprio nel 2007 l'Italia ha superato, sia pur di poco, la Francia, diventando per la prima volta il paese leader per l'esportazione complessiva di mele, sia in ambito intra che extra comunitario. Notevoli anche i progressi effettuati dalla Germania (+77,1%) ma soprattutto dal Regno Unito, che negli ultimi otto anni ha quasi triplicato il suo volume di esportazioni (+132,4%).

Tabella 6: Esportazioni di mele (t) da parte dei paesi dell'Unione Europea (2000-2007)

Paese	2000	2003	2007	Var. % 07/00
Italia	583.777	714.125	678.373	16,2%
Francia	863.718	812.174	674.541	-21,9%
Olanda	307.696	377.474	367.138	19,3%
Germania	78.543	76.749	139.090	77,1%
Regno Unito	18.289	18.911	42.496	132,4%
Altri	905.175	977.484	1.343.432	48,4%
Totale	2.757.198	2.976.917	3.245.070	17,7%

Fonte: Elaborazione BMTI su fonte Comext

2.3.2 Import-export nazionale

Come detto nel precedente paragrafo, l'Italia risulta essere uno dei primi paesi esportatori nel mondo di mele e primo paese nell'Unione Europea.

Quasi il 90% delle esportazioni di mele sono destinate verso paesi appartenenti all'Unione Europea e la quota rimanente viene indirizzata quasi esclusivamente a Stati europei al di fuori dell'UE.

Tra i principali paesi di destinazione spicca la Germania, che assorbe mediamente il 50% del totale esportato, seguita dal Regno Unito.

Sul fronte invece delle principali destinazioni fuori della Comunità europea, notevole importanza viene assunta dal mercato russo, e più in generale dell'area dell'ex blocco dell'Unione Sovietica. La Russia, in questo momento, esprime grandi potenzialità per la mela italiana, grazie al notevole sviluppo di domanda, anche se esistono numerose difficoltà di carattere normativo/sanitario che al momento ne limitano le esportazioni.

Nella tabella 7 sono indicati i volumi delle esportazioni dall'Italia dal 2001 al 2007. In questo periodo si è segnalato un buon incremento del volume totale (+40,1%), con la Germania paese leader nonostante la leggera flessione dell'annata 2006-07. Altri paesi hanno visto un aumento progressivo della loro importanza, in particolar modo la Spagna e la Norvegia, oltre alla già citata Russia.

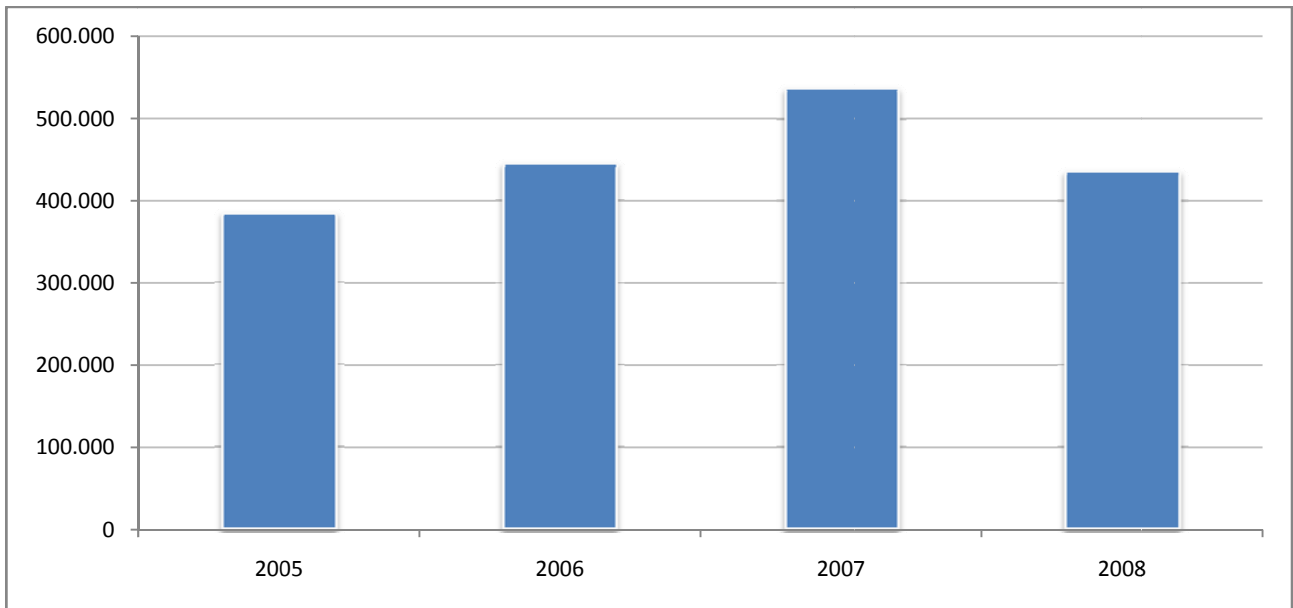
Tabella 7: Esportazioni di mele (t) dall'Italia (2000-2007)

Paese	2000-01	2001-02	2002-03	2003-04	2004-05	2005-06	2006-07	Var. % 2006-07/2000-01
Germania	249.756	343.795	322.003	302.900	281.887	333.629	297.085	19,0%
Spagna	23.556	26.618	48.300	34.916	50.138	39.994	49.969	112,1%
Regno Unito	29.037	23.834	39.493	27.281	38.662	41.365	43.547	50,0%
Altri EU 25	135.727	159.657	174.571	141.593	142.986	186.232	185.693	36,8%
Russia	8.412	10.086	11.780	11.184	20.255	35.686	39.058	364,3%
Norvegia	7.457	11.010	15.856	10.879	14.141	18.678	19.185	157,3%
Altri	51.176	52.499	52.566	42.744	39.926	71.988	72.946	42,5%
Totale	505.121	627.499	664.569	571.497	587.995	727.572	707.483	40,1%

Fonte: Elaborazione BMTI su dati ISTAT

Per quel che riguarda l'ultima stagione conclusa, 2007-08, l'Italia ha esportato circa 756.300 tonnellate di mele. Di queste, secondo i dati Aneioa (Associazione Nazionale Esportatori Importatori Ortofrutticoli Agrumari), oltre 630.000 tonnellate hanno preso la strada dei mercati dell'UE, per un controvalore di oltre 400 milioni di euro (grafico 1). La Germania si è confermata anche quest'anno il primo partner commerciale, con oltre 280.000 tonnellate e 210 milioni di euro di controvalore. Continuano il loro incremento anche le esportazioni in Spagna (giunte a 64.000 t) e in Francia (da 20.000 a 29.000 t).

Anche le esportazioni sui mercati extra europei sono in aumento, cogliendo opportunità anche nei paesi emergenti. I partner più interessanti per i melicoltori italiani rimangono gli stessi: i paesi che si affacciano sul bacino del Mediterraneo, la Federazione Russa e la Norvegia. Tra i paesi in via di sviluppo meritano attenzione il Kuwait e gli Emirati Arabi Uniti, che seppur con piccole quote, accrescono i valori di importazione dall'Italia.

Gráfico 1: Esportazioni di mele (migliaia di euro) dall'Italia (2005-2008)

Fonte: Elaborazione BMTI su dati Ismea

Fondamentalmente l'export nazionale si mantiene su buoni livelli, anche in riferimento alla difficile situazione economica internazionale. In un futuro non troppo lontano potrebbero sopraggiungere problemi di concorrenzialità soprattutto con il mercato cinese, anche se finora, nonostante i proclami allarmistici, la situazione sembra piuttosto sotto controllo.

Il superamento di ostacoli di carattere burocratico, sanitario ed amministrativo, che hanno sino ad ora impedito le spedizioni verso paesi potenzialmente interessanti come mercati di destinazione, quali la Russia (come precedentemente affermato), gli Stati Uniti e il Messico, incrementerebbe maggiormente i volumi di frutta esportati, limitando in questo modo le inevitabili perdite economiche dovute al sempre più evidente declino dei consumi interni, che verrà più specificatamente trattato nel prossimo paragrafo.

Il volume importato di mele assume invece un'importanza inferiore rispetto all'export. L'Italia, nonostante le dimensioni del mercato, importa quantità relativamente modeste, circa 40.000-50.000 tonnellate, occupando la posizione 19 nei 27 paesi dell'UE, a testimonianza di una buona fidelizzazione del consumatore italiano verso il prodotto e le marche nazionali. Le importazioni italiane, cresciute del 6,2% nel corso degli ultimi 7 anni (tabella 8), sono sostenute più che altro dalla maggiore pressione delle aree extraeuropee.

Tabella 8: Importazioni di mele (t) in Italia (2001-2007)

Provenienza	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	Var. % 07/01
UE 27	17.319	25.789	22.054	43.654	18.045	14.960	13.890	-19,8%
Altri	18.708	28.508	34.168	46.933	35.404	22.654	24.381	30,3%
Totale	36.027	54.297	56.222	90.587	53.449	37.614	38.271	6,2%

Fonte: Elaborazione BMTI su dati Ismea

L'Italia importa mele principalmente dal Sud America (mediamente il 53% del totale) e ciò è giustificato dalla complementarità fra i due emisferi in termini di disponibilità di prodotto. In questa zona il principale fornitore è il Cile, seguito da Brasile e Argentina. Di una certa importanza anche le quote di prodotto che provengono da Stati dell'Unione Europea, circa il 40%, in particolar modo da Paesi Bassi, Germania, Spagna, Francia, Belgio, Austria e Ungheria.

2.4 I consumi interni

La mela fa parte delle abitudini alimentari di quasi tutte le famiglie italiane; il consumatore italiano ne è infatti un grandissimo estimatore, visto che il consumo pro-capite si aggira intorno ai 20 Kg annui, tra i più elevati al mondo. Tale tesi è confermata anche dall'indice di penetrazione (il rapporto fra le famiglie che hanno acquistato il prodotto almeno una volta nel corso dell'anno e il totale delle famiglie italiane) che raggiunge livelli vicini al 100%. Avere un'offerta commerciale molto vasta, grazie ad un'ampia gamma di mele che copre l'intero anno, non può che facilitare questo trend.

E' pur vero d'altro canto, che le mele sono il prodotto frutticolo che negli ultimi anni ha sofferto maggiormente la crisi dei consumi (CSO).

Nell'ultima campagna di commercializzazione, da luglio 2007 a giugno 2008, le famiglie italiane hanno acquistato circa 850.000 tonnellate di mele, dato leggermente inferiore a quello dell'annata precedente (-0,5%), anche se i dati registrati nei primi mesi del 2008 hanno evidenziato una leggera crescita dei volumi di acquisto.

Secondo il CSO, tra le annate 2000-2001 e 2005-06, gli acquisti al dettaglio delle famiglie italiane si sono ridotti del 16%, equivalenti ad oltre 160.000 tonnellate in meno. La contrazione dei consumi è stata particolarmente pesante nel 2003-04 (-8% rispetto all'annata precedente), mentre nelle ultime tre stagioni i consumi di mele si sono stabilizzati su un minimo di 850.000 tonnellate.

Tornando all'indice di penetrazione, nell'ultima campagna di commercializzazione la percentuale di famiglie che ha acquistato il prodotto è scesa al 94% contro una media del 98% delle annate precedenti: in generale la contrazione degli acquisti di mele si è riflessa però non tanto in una diminuzione della penetrazione, ma quasi esclusivamente in un minor consumo di mele per ogni famiglia acquirente.

Nel grafico 2 viene descritta la situazione dei consumi al dettaglio di mele in Italia divisa per zone geografiche negli ultimi anni. Gli acquisti di mele sul territorio nazionale sono abbastanza distribuiti: mediamente oltre il 30% viene acquistato al Sud e nelle isole, il 28% nelle regioni del Nord Ovest e il rimanente 40% è diviso equamente al Centro e nel Nord Est.

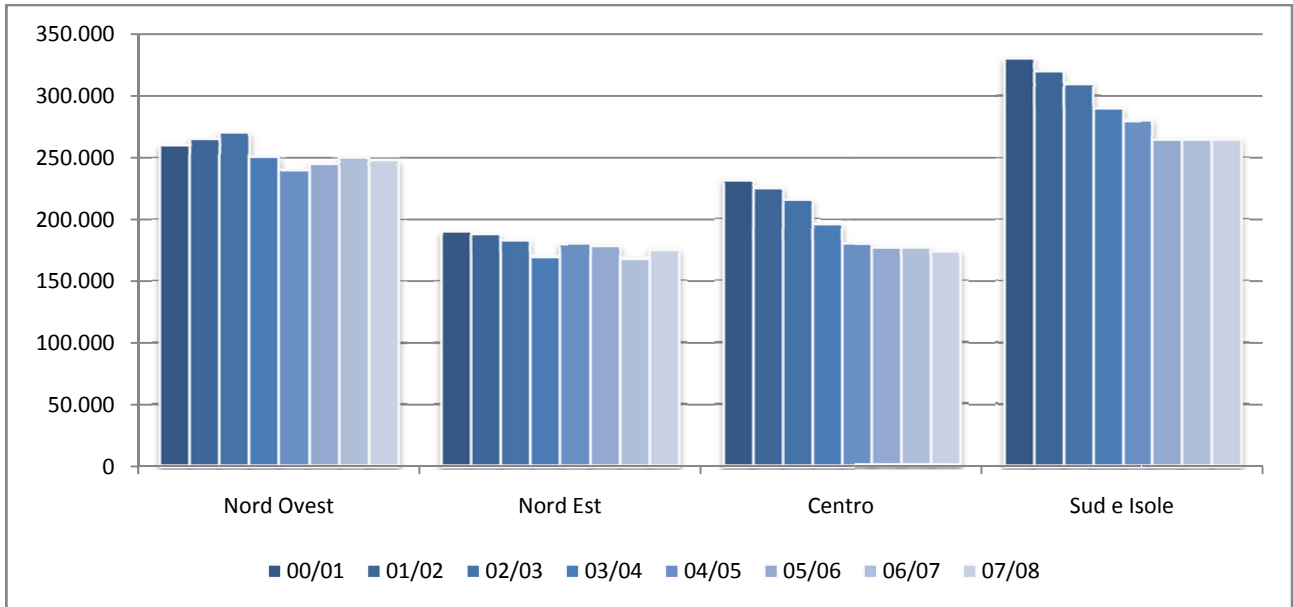
Il calo degli acquisti dal 2000-01 fino al 2005-06 ha interessato maggiormente le regioni del Centro e del Sud: rispettivamente -24% e -18%. Al Sud e nelle isole da volumi attorno a 324.000 tonnellate ci si è stabilizzati nelle ultime tre campagne su circa 264.000 tonnellate. In questo caso è diminuito l'indice di penetrazione, che è passato dal 99-100% dei primi anni Duemila al 98% dell'ultima campagna.

Il centro Italia, dove nel 2000-01 si concentravano circa 231.000 tonnellate degli acquisti di mele nazionali, oggi si attesta sulle 174.000 tonnellate, registrando peraltro un'ulteriore, anche se lieve, flessione proprio nell'ultima annata. In quest'area l'indice di penetrazione si è fermato al 95% nel 2007-08.

Nel Nord Est gli acquisti di mele si sono ridotti significativamente nell'annata 2003-04, quando si è registrata una diminuzione del 9% rispetto all'anno precedente; sono risaliti l'anno dopo (+2%) per poi segnare riduzioni nel biennio successivo, toccando il livello minimo nella campagna 2006-07. Nell'ultima stagione si è registrata una lieve ripresa (+1%) e l'indice di penetrazione si è attestato sul livello massimo del 98%.

Il Nord Ovest appare invece come l'area che meno ha sofferto la crisi dei consumi di mele, con acquisti nell'ultimo triennio scesi del 7% rispetto ai primi anni Duemila. Nell'annata 2007-08 l'indice di penetrazione si è posizionato sul 96%.

Grafico 2: Acquisti al dettaglio di mele in Italia per zone geografiche (2000-2008)



Fonte: Elaborazione BMTI su dati GFK

2.5 L'andamento dei prezzi

Molte sono le variabili che influiscono sulla formazione del prezzo nel mercato ortofrutticolo; alcune di esse sono intrinseche al prodotto stesso, molte altre invece sono provenienti da fattori esterni.

Andando per ordine, le variabili che influiscono sull'origine dei prezzi sono riconducibili ai seguenti fattori:

- ✓ **Qualità del prodotto:** più il prodotto è considerato di qualità, più alto sarà il prezzo. Nel caso delle mele, i parametri di qualità più significativi sono sicuramente il grado brix (contenuto di zuccheri), l'attitudine alla conservabilità ma soprattutto la pezzatura (grandezza dei frutti) in quanto è un parametro direttamente visibile all'occhio del consumatore e quindi assume una valenza maggiore.
- ✓ **Volume dell'offerta:** questa variabile è fortemente influenzata dalle condizioni climatiche e in parte dalle tecniche agronomiche attuate; è ovvio che se l'annata è stata caratterizzata da un clima favorevole con una conseguente abbondante produzione, l'eccesso di offerta produrrà una discesa dei prezzi.
- ✓ **Servizi aggiuntivi forniti:** la confezione ad esempio (vaschetta, pellicola trasparente, etichetta) ha un costo rilevante, che talvolta può essere maggiore del prezzo al chilo pagato all'agricoltore.
- ✓ **Periodo:** l'alternanza di produzione tra l'Italia e i paesi dell'altro emisfero (Cile e Brasile in primis) dai quali importiamo, genera una sorta di rotazione del prodotto sul mercato che necessita di equilibri piuttosto stabili: in particolare, è fondamentale che il prodotto italiano non entri in commercio prima dell'esaurimento del prodotto importato, in modo tale da non creare degli accavallamenti che porterebbero ad un eccesso di offerta con non poche difficoltà di smaltimento delle giacenze. Sempre in riferimento al periodo, anticipare le produzioni con raccolte precoci, permette di spuntare prezzi più alti ai produttori, a scapito però della qualità che il più delle volte risulta scadente sia come pezzatura che come conservabilità.

Per l'analisi della dinamica dei prezzi, sono state prese in considerazione le due rivelazioni riguardanti le diverse fasi di scambio per alcune delle varietà di mele più comuni sui nostri mercati:

- ✓ **Prezzi all'origine.** Per i prezzi all'origine ci si è avvalsi della rete di rilevazione all'origine ISMEA. La rete di rilevazione Ismea ha l'obiettivo di monitorare i prezzi dei prodotti agricoli sui mercati all'origine nazionali, individuati sulla base dei volumi commercializzati, del numero delle transazioni giornaliere o settimanali e della concentrazione di operatori. In particolare, i punti di rilevazione sono stati scelti sulla base del grado di rappresentatività nell'ambito della prima fase di scambio per movimentazione di merci e posizione geografica (37 mercati).
- ✓ **Prezzi all'ingrosso.** Si sono utilizzati i dati messi a disposizione dalla Camera di Commercio della provincia di Cuneo, riguardanti gli ultimi due anni.

Per prezzo all'origine si intende l'entità, in termini monetari, che un'azienda di commercializzazione deve corrispondere al produttore per poter acquistare il prodotto. Ad influire sull'origine di questo prezzo partecipano, oltre ai fattori già descritti, altri due parametri:

- ✓ **Contrattazione:** affinché il passaggio di consegne avvenga, è necessario che entrambe le parti trovino un accordo economico, cercando di sostenere ognuno i propri interessi. E' chiaro come

questo fattore sia fortemente variabile in base alle potenzialità e le risorse dell'azienda commercializzante.

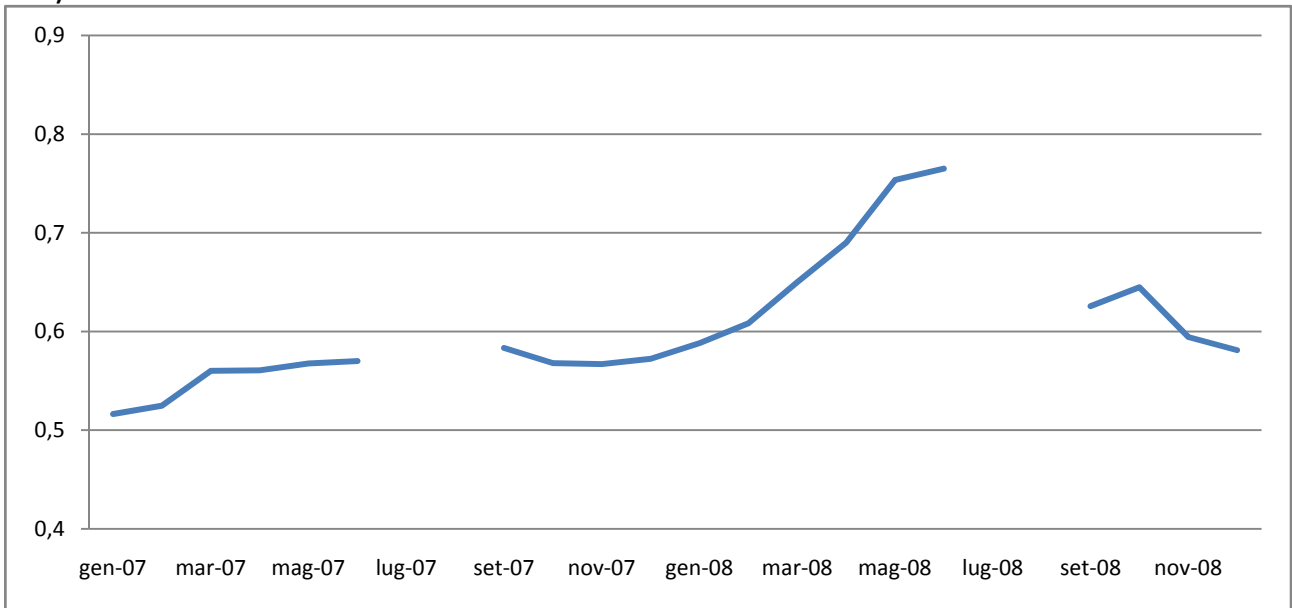
- ✓ **Programmazione:** a prescindere dalle potenzialità e dalle dimensioni dell'azienda commercializzante, è necessario che essa abbia piena coscienza delle proprie capacità commerciali (quindi una stima della quantità di prodotto che riuscirà a vendere) e delle proprie capacità strutturali (es. ambienti adibiti alla frigo-conservazione); in questo modo un'azienda che riesce a vendere più di quanto può materialmente conservare nelle proprie strutture può decidere di conferire ad altre aziende commercializzanti il prodotto garantendo loro una parte dei ricavi e nello stesso tempo risparmiare sui costi di conservazione.

I prezzi all'ingrosso e successivamente quelli al dettaglio sono invece gravati dai costi sostenuti dall'azienda commercializzante per portare il prodotto acquistato direttamente al consumatore, quali i costi di trasporto, la frigo-conservazione, la manodopera, nonché tutte le spese riguardanti la commercializzazione, quali spese per imballaggi, confezionamenti ed etichettature. Inoltre non sono da trascurare i costi dovuti agli scarti di lavorazione ed alla perdita di peso fisiologica dei frutti frigo-conservati (calo medio del 2%).

Nel nostro studio sono stati messi a confronto i prezzi di alcune varietà di mele nell'arco degli ultimi due anni. La dinamica dei prezzi, per la maggior parte dei casi, mostra una tendenza al rialzo nei mesi in cui la disponibilità di prodotto è meno ampia per arrivare ad un picco nei primi mesi estivi, concomitanti anche con l'ingresso nei mercati nazionali di nuovi frutti di stagione, quali pesche, nettarine e successivamente ciliegie. La tendenza è rilevata sia nel caso dei prezzi relativi al mercato di origine che quelli relativi al mercato all'ingrosso.

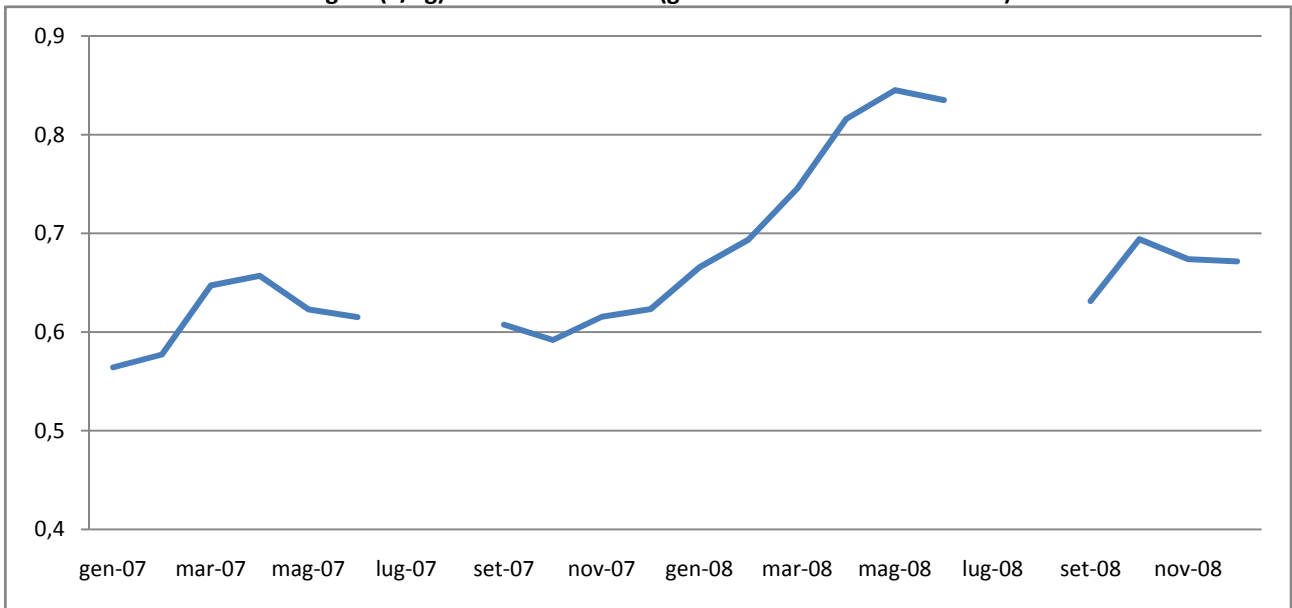
L'aumento di prezzo registratosi nell'ultimo anno rispetto al 2007 assume un carattere più generale, ed è quindi probabilmente da attribuire all'aumento del costo della vita che ha colpito molti beni di prima necessità. Di seguito sono riportati i grafici rappresentanti l'andamento dei prezzi per alcune delle varietà più comuni di mela.

Grafico 3: Mela - Prezzi all'origine (€/kg) della varietà Golden Delicious calibro 70 e oltre (gennaio 2007- novembre 2008)



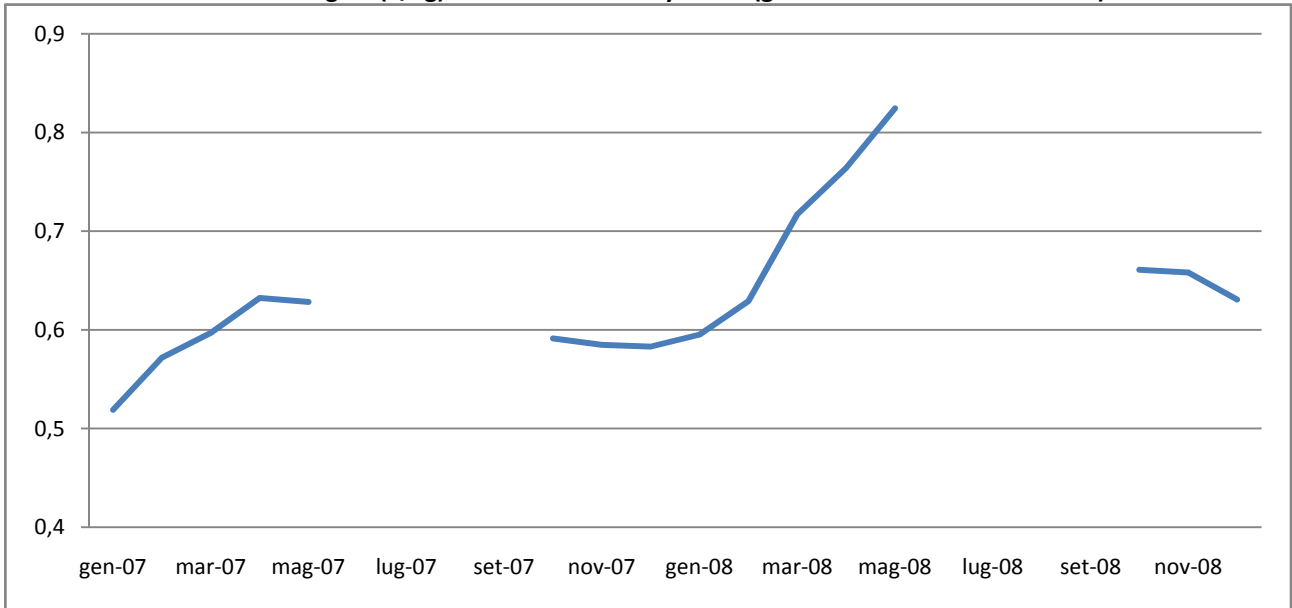
Fonte: Elaborazioni BMTI su dati Ismea

Grafico 4: Mela - Prezzi all'origine (€/kg) della varietà Stark (gennaio 2007- novembre 2008)



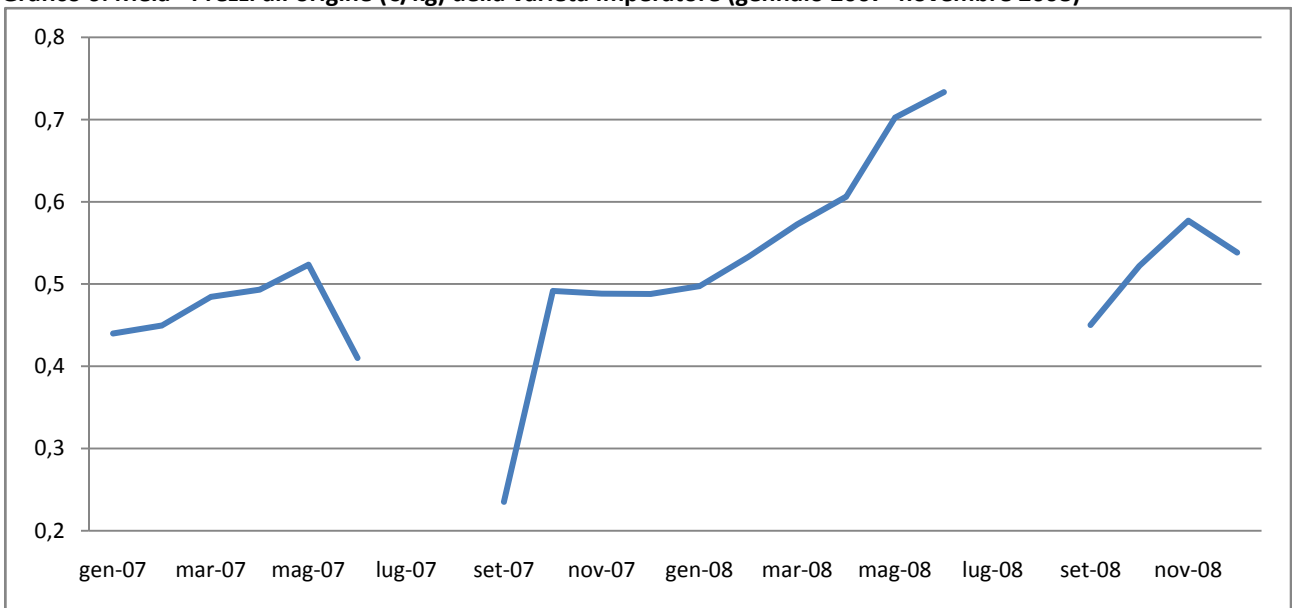
Fonte: Elaborazioni BMTI su dati Ismea

Grafico 5: Mela - Prezzi all'origine (€/kg) della varietà Granny Smith (gennaio 2007- novembre 2008)



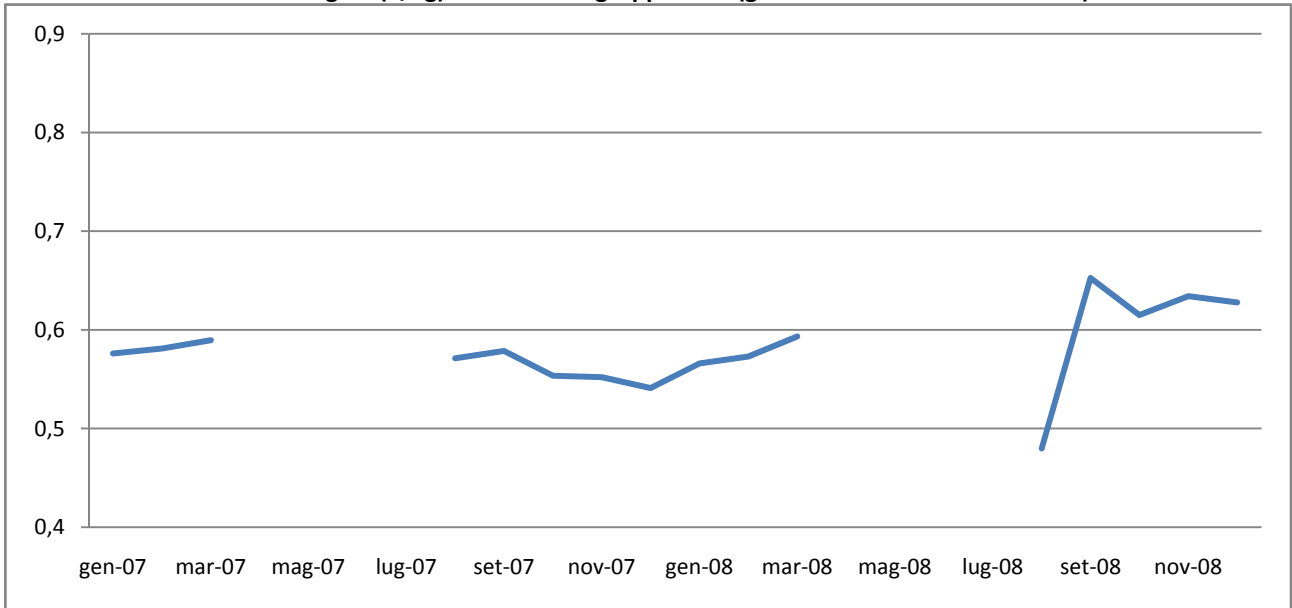
Fonte: Elaborazioni BMTI su dati Ismea

Grafico 6: Mela - Prezzi all'origine (€/kg) della varietà Imperatore (gennaio 2007- novembre 2008)



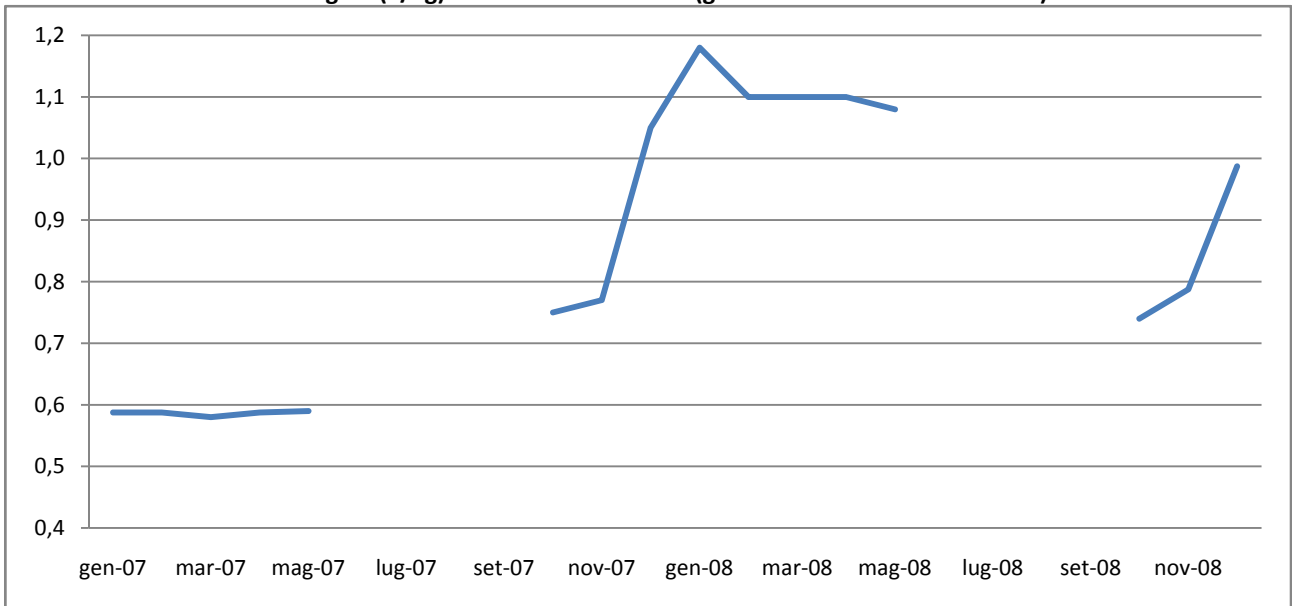
Fonte: Elaborazioni BMTI su dati Ismea

Grafico 7: Mela - Prezzi all'origine (€/kg) della varietà gruppo Gala (gennaio 2007- novembre 2008)



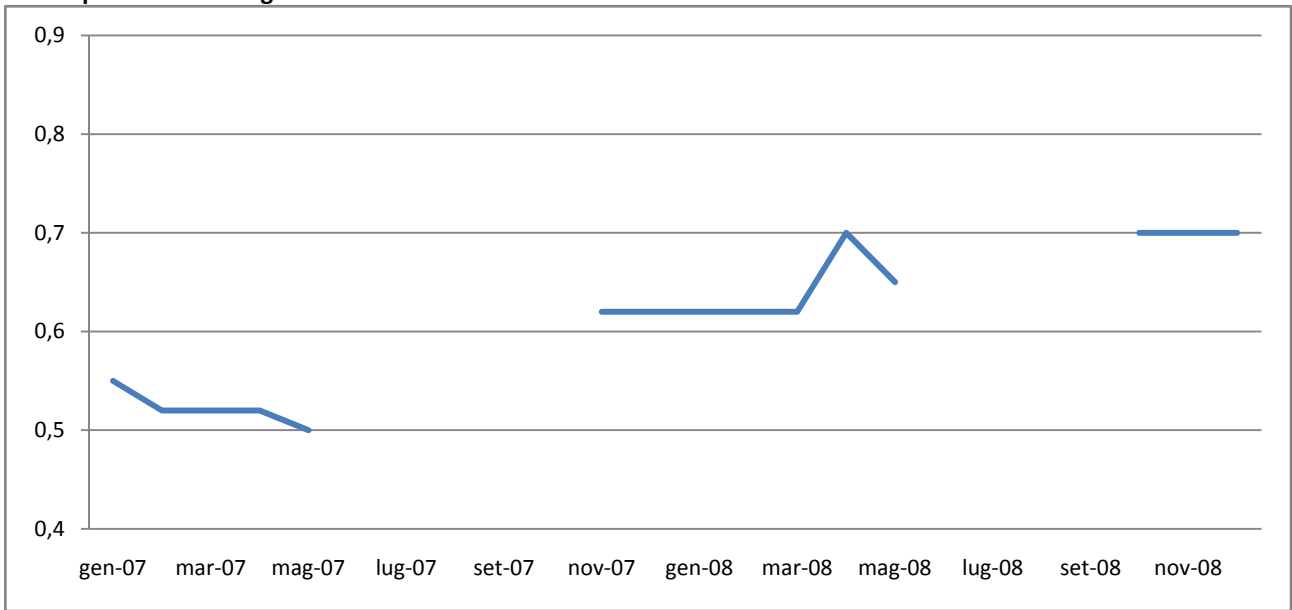
Fonte: Elaborazioni BMTI su dati Ismea

Grafico 8: Mela - Prezzi all'origine (€/kg) della varietà Annurca (gennaio 2007- novembre 2008)



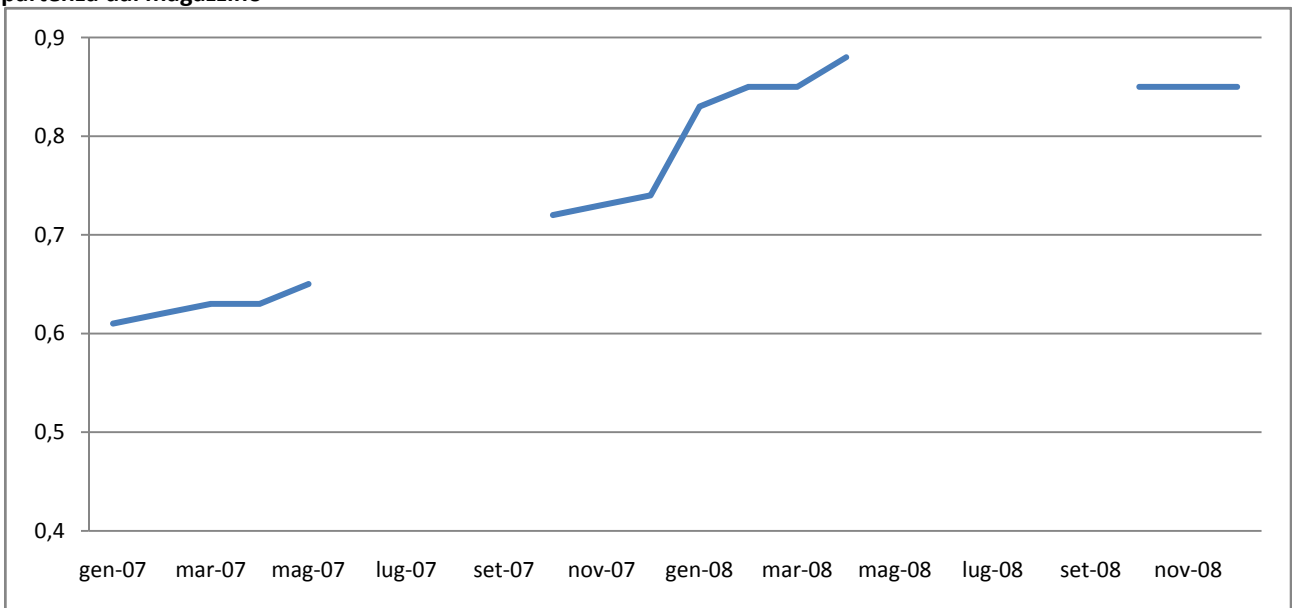
Fonte: Elaborazioni BMTI su dati Ismea

Grafico 9: Mela - Prezzi all'ingrosso (€/kg) della varietà Golden Delicious (70/80) (gennaio 2007- novembre 2008) – Franco partenza dal magazzino



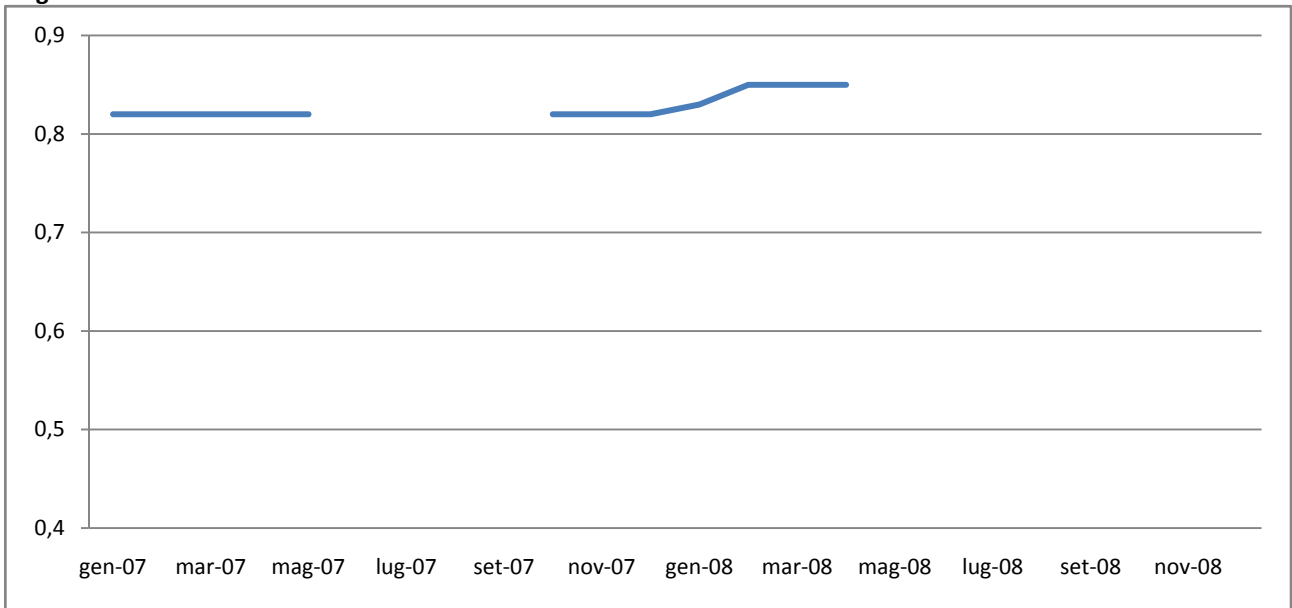
Fonte: Elaborazioni BMTI su dati CCIAA Cuneo

Grafico 10: Mela - Prezzi all'ingrosso (€/kg) della varietà Golden Delicious (gennaio 2007- novembre 2008) – Franco partenza dal magazzino



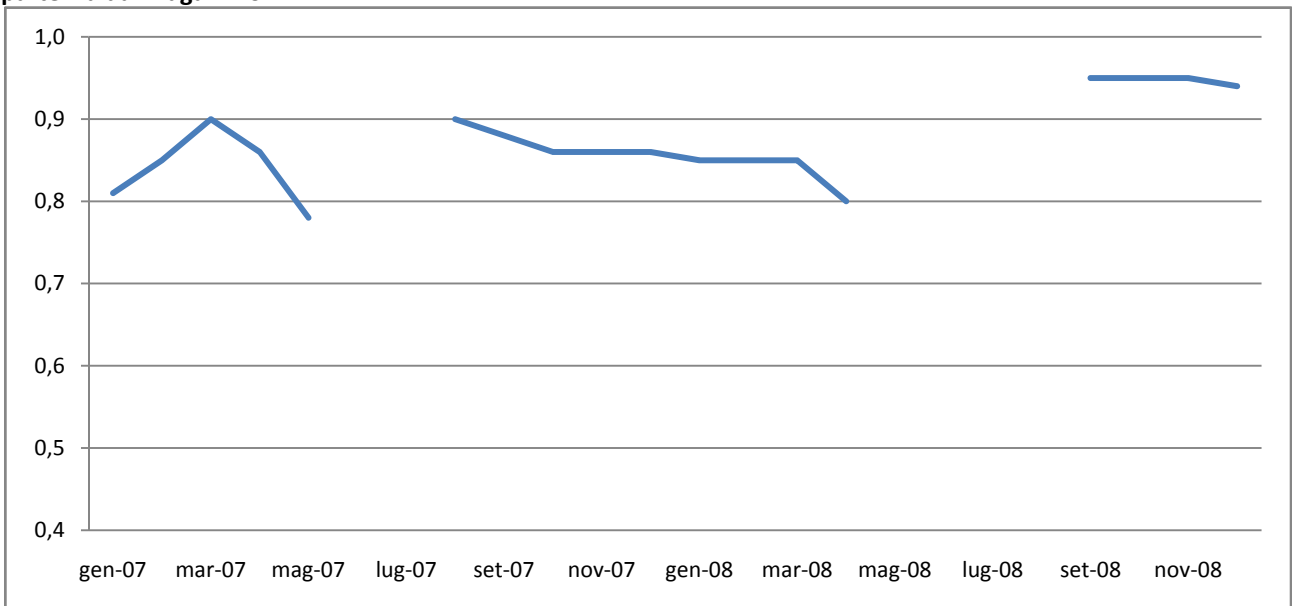
Fonte: Elaborazioni BMTI su dati CCIAA Cuneo

Grafico 11: Mela - Prezzi all'ingrosso (€/kg) della varietà Fuji (gennaio 2007- novembre 2008) – Franco partenza dal magazzino



Fonte: Elaborazioni BMTI su dati CCIAA Cuneo

Grafico 12: Mela - Prezzi all'ingrosso (€/kg) della varietà gruppo Gala (gennaio 2007- novembre 2008) – Franco partenza dal magazzino



Fonte: Elaborazioni BMTI su dati CCIAA Cuneo

3. Organizzazione e analisi della filiera

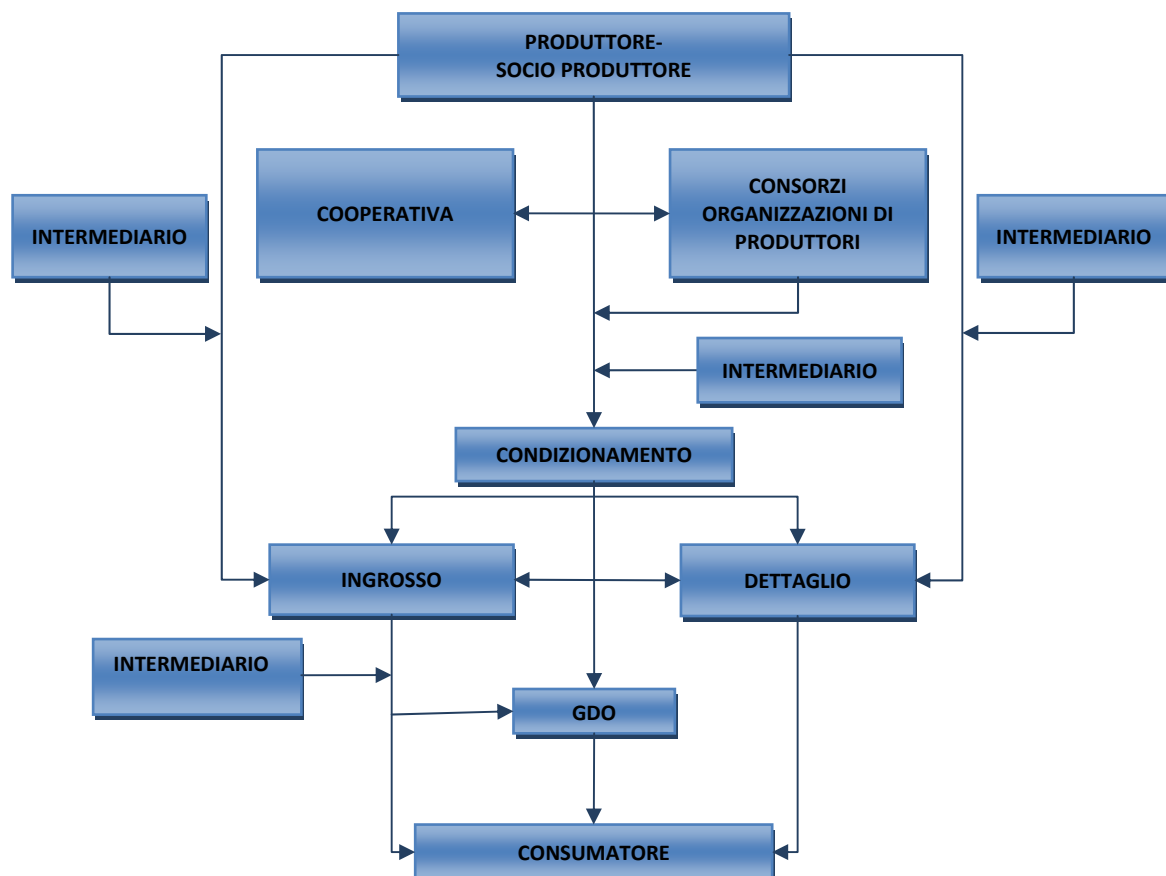
3.1 Produttori, cooperative e consorzi

La filiera della mela è piuttosto semplice, per cui il passaggio dal prodotto in campo al consumatore risulta essere abbastanza rapido.

In generale possiamo dire che i passaggi chiave della filiera produttiva melicola possono comunque essere racchiusi in tre passaggi effettivi:

- ✓ Produttori o soci produttori;
- ✓ Cooperative;
- ✓ Consorzi o Organizzazioni di Produttori.

Figura 1: Schema di filiera della mela



Fonte: BMTI S.C.p.A.

I produttori sono coloro i quali coltivano direttamente il frutto, si occupano quindi dei processi colturali, della raccolta e del successivo trasporto. Solitamente si trovano associati in Cooperative o Organizzazioni di Produttori (OP), per cui conferiscono il prodotto a tali strutture le quali provvedono ai successivi passaggi commerciali del frutto. Esistono comunque aziende produttrici non associate che operano quindi individualmente su volumi di merce anche notevole, dotate di tutte le strutture necessarie, che conferiscono direttamente il prodotto sul mercato.

Le Cooperative assicurano ai propri soci, a fronte del versamento di una quota, la preparazione, la conservazione ed il conferimento del prodotto sul mercato, garantendogli in particolare un prezzo minimo di produzione, assistenza tecnica e parte dei materiali per la produzione.

La Cooperativa solitamente si occupa del ricevimento del prodotto, dell'eventuale lavaggio (con antiossidanti), del condizionamento, dello stoccaggio, della calibratura, del confezionamento, dell'etichettatura e della spedizione.

Spesso le Cooperative stesse sono riunite in Consorzi o Organizzazioni di Produttori; l'unione nasce dall'esigenza di aggregare l'offerta dei prodotti agricoli, prima motivata dalla necessità di tutelare il reddito delle imprese agricole nel confronto col mercato, e in particolare con la distribuzione, poi dall'obiettivo di creare una filiera che garantisca prodotti sempre più qualificati e sicuri per il consumatore. Le organizzazioni di produttori ortofrutticoli sono organismi voluti dall'Unione Europea, e si basano sul Reg. CE 2200/96 e successive modifiche e integrazioni; gli obiettivi sono, oltre a quelli di generica rappresentanza e tutela degli associati, soprattutto quelli di pianificazione e commercializzazione della produzione, di ripartizione degli incentivi e dei sostegni ottenuti dai diversi organismi erogatori (possono infatti progettare gli investimenti all'interno dei programmi operativi conoscendo in anticipo il livello di aiuto che percepiranno, pari al 50% delle spese sostenute fino ad un massimo del 4,1% del valore della produzione commercializzata), di promozione della qualità dei prodotti e di rafforzamento della posizione dei produttori rispetto agli acquirenti.

Le OP rappresentano, quindi, gli elementi portanti dell'organizzazione comune dei mercati nel settore dei prodotti ortofrutticoli, della quale garantiscono il funzionamento decentrato ed hanno in particolare lo scopo di:

- ✓ assicurare la programmazione della produzione e il suo adeguamento alla domanda, sia dal punto di vista quantitativo che qualitativo;
- ✓ promuovere la concentrazione dell'offerta e l'immissione sul mercato della produzione degli aderenti;
- ✓ ridurre i costi di produzione e di regolarizzare i prezzi alla produzione;
- ✓ promuovere pratiche colturali e tecniche di produzione e di gestione dei rifiuti che rispettino l'ambiente, in particolare per tutelare la qualità delle acque, dei suoli e del paesaggio e per preservare e/o favorire la biodiversità.

3.2 I canali commerciali

A differenza della filiera produttiva, strutturalmente semplice, i canali commerciali del comparto melicolo si presentano invece non privi di complessità. Quello delle mele è, come gran parte dei prodotti agroalimentari, un mercato influenzato fortemente dalla Grande Distribuzione Organizzata. I passaggi che portano il prodotto dal campo alla tavola del consumatore possono tuttavia essere molteplici.

Particolare importanza nell'equilibrio degli scambi commerciali è ricoperta dai grandi consorzi, quali Marlene, Melinda, mele Alto Adige solo per citarne alcuni, i quali possedendo la maggior parte della produzione nazionale, e contando su prodotti di qualità garantita, influenzano notevolmente le strategie di mercato, nonché i flussi commerciali e, non per ultimo, le quotazioni dei prodotti.

Esistono tuttavia anche moltissimi produttori non consorziati, siano essi riuniti in cooperative o in aziende individuali, che commercializzano volumi di merce non indifferenti.

Complessivamente, le figure prevalenti che operano in questo settore possono essere racchiuse in quattro categorie:

- ✓ grossisti di mercato;
- ✓ grossisti privati;
- ✓ grande distribuzione organizzata;
- ✓ intermediari del commercio.

Formalmente la GDO per i rifornimenti di mele, effettua dei programmi di acquisto, che possono essere racchiusi in due possibilità:

- ✓ acquistare attraverso i mercati all'ingrosso o attraverso grossisti privati;
- ✓ acquistare direttamente alla produzione attraverso i Consorzi.

I Consorzi conferiscono il proprio prodotto quasi totalmente sul mercato italiano, preferendo nella maggior parte dei casi la GDO. Il motivo di questa scelta è dovuto essenzialmente alla capacità da parte dei grossi canali di distribuzione di garantire il ritiro di notevolissime quantità di merce, ma soprattutto garantire l'acquisto di tutto il prodotto, comprese le categorie meno richieste sul mercato, e soprattutto gli scarti.

Questo si presenta come un vantaggio notevolissimo per i consorzi, anche se ovviamente il prezzo che se ne può ricavare, seppur certo (anche se non immediato), è sicuramente inferiore a quello che si potrebbe spuntare in un altro tipo di contrattazione, operando la GDO sistematicamente con proposte di asta al ribasso.

Se la strategia è quella di acquistare merce dai mercati all'ingrosso o da grossisti privati, allora la catena di supermercati manda un suo agente ad acquistare la merce nel mercato o a trattare con il grossista. Una volta trovato un accordo tra le parti, si procede al carico della merce su camion e il trasporto nei centri di smistamento, dove, una volta divisa e selezionata, verrà trasportata, a seconda delle esigenze, nei vari punti vendita.

L'acquisto diretto alla produzione prevede anch'esso un programma di acquisto, ben definito preventivamente, e basato sulla stima delle produzioni che ogni socio garantisce per la sua proprietà. Ovviamente ogni scostamento rilevante dalla produzione stimata deve essere giustificato da una relazione tecnica che ne attesti la veridicità.

Lo smercio del prodotto verso altri canali se da un lato può fornire la possibilità di spuntare dei prezzi leggermente più alti, d'altra parte può non garantire il totale piazzamento del prodotto sul mercato. E' comunque vero che percorrere canali alternativi a quelli della Grande Distribuzione Organizzata può avere il vantaggio di riuscire ad ottenere dei pagamenti più rapidi rispetto a quelli garantiti dalla GDO (pagamenti anche a 150 giorni dal conferimento).

Il ruolo dell'intermediario nel comparto melicolo assume invece un'importanza notevole non tanto a livello quantitativo (non sono moltissimi gli intermediari del commercio per il mercato delle mele) quanto per i volumi di prodotto che vengono smerciati. Questa figura professionale, spesso indipendente, si colloca a valle della filiera, con lo scopo di interfacciarsi tra produttori e commercianti; essi, sfruttando le proprie conoscenze sui mercati e sulle realtà in cui operano, veicolano il prodotto traendone dei ricavi attraverso delle percentuali sul venduto. Il loro raggio d'azione non è limitato esclusivamente al mercato nazionale, ma anche ai Paesi Terzi; la maggior parte degli scambi con l'estero è infatti realizzata attraverso l'opera di intermediari.

Facendo una panoramica sui vari canali di distribuzione operanti sul nostro territorio, è il supermercato ad avere la leadership per quel che riguarda la vendita al dettaglio.

Nel 2007-08 la quota di mercato detenuta da questa forma distributiva è stata del 33% del totale, conquistando il primo posto tra i canali di distribuzione di mele, a scapito del commercio ambulante e dei mercati rionali, che hanno perso peso passando dal 36% dei primi anni Duemila al 25% dello scorso anno. L'11% del totale è invece prerogativa degli ipermercati, che mantengono una posizione stazionaria rispetto agli anni precedenti. I discount si sono mantenuti fermi sul 6%.

Nei confronti dei primi anni Duemila, a registrate una flessione non indifferente sono anche le vendite effettuate dai negozi tradizionali dei fruttivendoli, che si sono fermati al 18% del totale, contro il 20% registrato in precedenza (Fonte CSO).

4. Aspetti normativi sulla commercializzazione della mela

4.1 Aspetti normativi sulla commercializzazione della mela

Il concetto di qualità merceologica è stato oggetto di una standardizzazione a livello europeo, attraverso l'adozione di regolamenti comunitari che stabiliscono i parametri merceologici che devono obbligatoriamente essere rispettati per le mele, affinché queste possano essere commercializzate sia all'interno dell'UE e che negli scambi con i Paesi Terzi.

Prendendo in considerazione il panorama nazionale, il prodotto mela è regolamentato da normative volontarie e cogenti. Le prime sono caratterizzate il più delle volte da "disciplinari di produzione" che contengono tutto ciò che possa essere incluso nelle buone pratiche agricole, che puntano sulla responsabilizzazione del produttore al riguardo dei residui dei fitofarmaci e sulla rintracciabilità del prodotto, ad esempio il mantenimento di un regime biologico o integrato. Il regime biologico prevede l'utilizzo di pratiche agronomiche eco-compatibili e vieta tassativamente l'utilizzo di fitofarmaci; il sistema integrato è invece meno estremo e prevede invece l'utilizzo di tutte le pratiche agronomiche idonee a limitare al massimo interventi di natura chimica. Tutti i più grandi Consorzi in Italia (Melinda, Marlene, Mela Più solo per citarne alcuni) posseggono il loro "disciplinare di produzione"; è altresì vero che molte di queste normative trovano poi un' applicabilità pressoché obbligatoria soprattutto se si vogliono mantenere canali commerciali con alcuni paesi esteri o attraverso le grandi catene di distribuzione. Ogni catena della GDO ha infatti il suo disciplinare di produzione o capitolato tecnico al quale il produttore si deve attenere per poter ottenere il marchio che poi permetterà il ritiro e la vendita del prodotto presso quel mercato; è compito della catena della GDO assicurarsi dell'effettivo adempimento del disciplinare attraverso dei controlli sistematici a cura dei propri responsabili della qualità o attraverso enti specializzati (es. Certificazione e Controllo Prodotti Biologici). A livello internazionale esistono numerose certificazioni di qualità per i prodotti alimentari: una su tutte è sicuramente la GlobalG.a.p., ex Eurep G.a.p., che trova particolare riscontro soprattutto per i mercati tedeschi, ma anche BRC (Gran Bretagna), IFS, NATURE'S CHOICE, solo per elencarne le più rappresentative. Le normative cogenti sono invece, come dice il termine stesso, delle regole a cui bisogna attenersi obbligatoriamente per poter commercializzare il prodotto.

La commercializzazione della mela è soggetta alla normativa europea **CE N. 1221/2008**, che ha modificato recentemente il regolamento (CE) n. 1580/2007, recante modalità di applicazione dei regolamenti (CE) n. 2200/96, (CE) n. 2201/96 e (CE) n. 1182/2007 nel settore degli ortofruttili.

Tale norma risulta applicata per tutte le varietà (cultivar) derivate da *Malus domestica*, destinate ad essere fornite allo stato fresco al consumatore, ad esclusione delle mele destinate alla trasformazione industriale. Essa valuta alcuni parametri esteriori quali ad esempio la forma, il colore, il calibro ed individua, fra l'altro, le modalità di presentazione. I parametri di valutazione esteriori sono precisamente definiti nelle diverse categorie di prodotto (extra, prima e seconda); per i relativi parametri sono rispettivamente definite le relative tolleranze.

Di seguito viene riportato un estratto del suddetto Regolamento Comunitario riferito alla commercializzazione delle mele.

Caratteristiche minime di qualità

In tutte le categorie, tenuto conto delle disposizioni specifiche previste per ogni categoria e delle tolleranze ammesse, le mele devono essere:

- ✓ intere;
- ✓ sane, sono esclusi i prodotti affetti da marciume o che presentino alterazioni tali da renderli inadatti al consumo;
- ✓ pulite, praticamente prive di sostanze estranee visibili;
- ✓ praticamente prive di parassiti;
- ✓ praticamente prive di attacchi di parassiti;
- ✓ prive di umidità esterna anormale;
- ✓ prive di odore e/o sapore estranei.

Inoltre, esse devono essere state raccolte con cura.

Lo sviluppo e lo stato delle mele devono essere tali da consentire:

- ✓ di proseguire il processo di maturazione in modo da raggiungere il grado di maturità appropriato in funzione delle caratteristiche varietali;
- ✓ di sopportare il trasporto e le operazioni connesse;
- ✓ di giungere al luogo di destinazione in condizioni soddisfacenti.

Classificazione

Le mele sono classificate nelle tre categorie seguenti:

- ✓ **Categoria "Extra":** Le mele di questa categoria devono essere di qualità superiore. Esse devono presentare la forma, il calibro e la colorazione tipici della varietà e conservare intatto il peduncolo. La polpa deve essere indenne da qualsiasi deterioramento. Esse non devono presentare difetti, ad eccezione di lievissime alterazioni superficiali della buccia che non pregiudichino l'aspetto generale del prodotto, la sua qualità, la conservazione e la presentazione nell'imballaggio.
- ✓ **Categoria "I":** Le mele di questa categoria devono essere di buona qualità. Esse devono presentare la forma, il calibro e la colorazione tipici della varietà. La polpa deve essere indenne da qualsiasi deterioramento. Sono tuttavia ammessi i seguenti lievi difetti, purché non pregiudichino l'aspetto generale, la qualità, la conservazione o la presentazione nell'imballaggio del prodotto:
 - un lieve difetto di forma,
 - un lieve difetto di sviluppo,
 - un lieve difetto di colorazione,
 - lievi difetti della buccia non superiori a:
 - 2 cm di lunghezza per i difetti di forma allungata,
 - 1 cm² di superficie totale per gli altri difetti, salvo per quelli derivanti dalla ticchiolatura (*Venturia Inaequalis*), che non devono occupare una superficie superiore a 0,25 cm²,

- 1 cm² di superficie totale per le ammaccature lievi, che non devono essere decolorate.

Il peduncolo può mancare, purché la rottura sia netta e la buccia adiacente non risulti lesionata.

- ✓ **Categoria "II":** Questa categoria comprende le mele che non possono essere classificate nelle categorie superiori, ma che corrispondono alle caratteristiche minime sopra definite.

La polpa non deve presentare difetti di rilievo. Sono ammessi i seguenti, purché i frutti conservino le caratteristiche essenziali di qualità, conservazione e presentazione:

- difetti di forma,
- difetti di sviluppo,
- difetti di colorazione,
- difetti della buccia non superiori a:
 - 4 cm di lunghezza per i difetti di forma allungata,
 - 2,5 cm² di superficie totale per gli altri difetti, salvo per quelli derivanti dalla ticchiolatura (*Venturia inaequalis*) che non devono occupare una superficie superiore a 1 cm²,
 - 1,5 cm² di superficie totale per le ammaccature lievi, che possono essere leggermente decolorate.

Disposizioni relative alla calibrazione

Il calibro è determinato dal diametro massimo della sezione normale all'asse del frutto o dal peso.

Per tutte le varietà e tutte le categorie, il calibro minimo è 60 mm quando il calibro è determinato dal diametro o 90 g quando il calibro è determinato dal peso. Sono ammessi frutti di calibro inferiore, fino ad un minimo di 50 mm o 70 g, se il grado Brix è uguale o superiore a 10,5° Brix.

Per garantire un calibro omogeneo in ciascun imballaggio:

- ✓ Per i frutti calibrati secondo il diametro, la differenza di diametro tra i frutti di uno stesso imballaggio è limitata a :
 - 5 mm per i frutti della categoria Extra e i frutti delle categorie I e II presentati a strati ordinati; tuttavia, per le mele della varietà Bramley's Seeding (Bramley, Triomphe de Kiel) e Horneburger, la differenza di diametro può raggiungere 10 mm,
 - 10 mm per i frutti della categoria I presentati alla rinfusa nell'imballaggio o nell'imballaggio di vendita; tuttavia, per le mele della varietà Bramley's Seeding (Bramley, Triomphe de Kiel) e Horneburger, la differenza di diametro può raggiungere 20 mm,
- ✓ Per i frutti calibrati secondo il peso, la differenza di peso tra i frutti di uno stesso imballaggio è limitata a :
 - 20% del peso medio dei frutti contenuti nell'imballaggio per i frutti della categoria Extra e quelli delle categorie I e II presentati a strati ordinati;

- 25% del peso medio dei frutti contenuti nell'imballaggio per i frutti della categoria I presentati alla rinfusa nell'imballaggio o nell'imballaggio di vendita.

Per i frutti della categoria II presentati alla rinfusa nell'imballaggio o nell'imballaggio di vendita non è prevista alcuna regola di omogeneità del calibro.

Disposizioni relative alle tolleranze

Per i prodotti non conformi ai requisiti della categoria indicata sono ammesse tolleranze di qualità e calibro per ogni imballaggio.

✓ Tolleranze di qualità

- Categoria "Extra": il 5% in numero o in peso di mele non corrispondenti alle caratteristiche di categoria, ma conformi a quelle della categoria I o eccezionalmente ammesse nelle tolleranze di questa categoria.
- Categoria I: il 10% in numero o in peso di mele non corrispondenti alle caratteristiche della categoria, ma conformi a quelle della categoria II o eccezionalmente ammesse nelle tolleranze di questa categoria.
- Categoria II: il 10% in numero o in peso di mele non rispondenti alle caratteristiche della categoria né alle caratteristiche minime, esclusi i frutti affetti da marciume o che presentino alterazioni tali da renderli inadatti al consumo.

Nel quadro di questa tolleranza, può essere ammesso al massimo il 2% in numero o in peso di frutti che presentino i seguenti difetti:

- Importante manifestazione di malattia legnosa o vetrosa,
- leggere lesioni o screpolature non cicatrizzate,
- leggerissime tracce di marciume,
- presenza di parassiti interni e/o alterazioni della polpa dovute a parassiti.

✓ Tolleranze di calibro

- Per tutte le categorie: il 10% in numero o in peso di frutti rispondenti al calibro immediatamente inferiore o superiore a quello indicato sull'imballaggio, con una variazione massima, per i frutti classificati nel più piccolo calibro ammesso, di:
 - 5 mm al di sotto del diametro minimo, quando il calibro è determinato dal diametro,
 - 10 g al di sotto del peso minimo, quando il calibro è determinato dal peso.

Disposizioni relative alla presentazione

A. Omogeneità

Il contenuto di ciascun imballaggio deve essere omogeneo e comprendere soltanto mele della stessa origine, varietà, qualità e calibro (se il prodotto è calibrato) e aventi un grado di maturazione uniforme.

Inoltre per la categoria “Extra”, è richiesta l’omogeneità di colorazione.

Gli imballaggi di vendita di peso netto non superiore a 5 kg possono contenere mele di diverse varietà, a condizione che siano omogenee dal punto di vista della qualità e, per ciascuna varietà rappresentata, dell’origine, del calibro (se il prodotto è calibrato) e del grado di maturazione.

In deroga alle disposizioni del presente punto, il prodotto oggetto del presente regolamento può essere presentato in miscuglio, in imballaggi di vendita di peso non inferiore o pari a 3 chilogrammi, con ortofruttili freschi di specie differenti, alle condizioni previste dal regolamento (CE) n. 48/2003 della Commissione.

La parte visibile del contenuto dell’imballaggio deve essere rappresentativa dell’insieme.

B. Condizionamento

Le mele devono essere condizionate in modo che sia garantita una protezione adeguata del prodotto. In particolare, gli imballaggi di vendita di peso netto superiore a 3 kg devono essere sufficientemente rigidi da proteggere adeguatamente il prodotto.

I materiali utilizzati all’interno dell’imballaggio devono essere nuovi, puliti e di sostanze che non possano provocare alterazioni esterne o interne del prodotto. L’impiego di materiali, in particolare di carta o marchi recanti indicazioni commerciali, è autorizzato soltanto se la stampa o l’etichettatura sono realizzate con inchiostro o colla non tossici. Gli imballaggi devono essere privi di qualsiasi corpo estraneo.

C. Presentazione

I frutti della categoria “Extra” devono essere imballati in strati ordinati

Disposizioni relative alle indicazioni esterne

Ogni imballaggio deve recare, in caratteri raggruppati sullo stesso lato, leggibili, indelebili e visibili dall’esterno, le seguenti indicazioni:

A. Identificazione

Imballatore e/o speditore: nome e indirizzo o simbolo di identificazione rilasciato o riconosciuto da un servizio ufficiale. Tuttavia, qualora si utilizzi un codice (simbolo di identificazione), la dicitura “imballatore e/o speditore” (o un’abbreviazione equivalente) deve figurare in prossimità di tale codice (simbolo di identificazione).

B. Natura del prodotto

- ✓ “Mele”, se il contenuto non è visibile dall’esterno,
- ✓ denominazione della varietà,
- ✓ nel caso di imballaggi di vendita contenenti un miscuglio di mele di diverse varietà, indicazione di ciascuna delle varietà presenti nell’imballaggio.

C. Origine del prodotto

Paese d’origine ed eventualmente zona di produzione o denominazione nazionale, regionale o locale,

- ✓ nel caso di imballaggi di vendita contenenti un miscuglio di mele di diverse varietà e di diversa origine, l'indicazione di ciascun paese d'origine deve figurare in prossimità immediata della varietà corrispondente.

D. Caratteristiche commerciali

- ✓ Categoria,
- ✓ calibro oppure, per i frutti presentati in strati ordinati, numero di unità.

Nel caso di identificazione per calibro, quest'ultimo deve essere espresso:

- ✓ per i frutti soggetti alle regole di omogeneità, dai diametri minimo e massimo o dai pesi minimo o massimo;
- ✓ per i frutti non soggetti alle regole di omogeneità, dal diametro o dal peso del frutto più piccolo presente nell'imballaggio, seguito dall'indicazione "e più" o "e +" o un termine equivalente, oppure, se del caso, dal diametro o dal peso del frutto più grosso dell'imballaggio.

E. Marchio ufficiale di controllo (facoltativo)

Non è necessario apporre le indicazioni di cui al primo comma sugli imballaggi quando questi ultimi contengono confezioni per la vendita visibili dall'esterno e recanti dette indicazioni. Gli imballaggi non devono recare alcuna indicazione esterna che possa indurre in errore. Qualora gli imballaggi siano palettizzati, dette indicazioni devono figurare su una scheda apposta in maniera visibile almeno su due lati del pallet.

Tale sistema di classificazione è utilizzato a tutti i livelli della filiera, fino al punto di vendita, ove il consumatore ritrova sull'etichetta o su appositi cartelli le indicazioni obbligatorie stabilite dalle norme di qualità. I controlli di conformità sono quindi estesi a tutti i livelli della filiera.

4.2 I controlli di conformità alle norme comuni di qualità sui prodotti ortofrutticoli

I controlli di conformità relativi alle norme di commercializzazione dei prodotti ortofrutticoli sono regolamentati dalle seguenti normative:

- ✓ **DM del 28/12/2001** – Disposizioni nazionali di attuazione del Regolamento Ce n. 1148/01 della Commissione Ce in materia di controlli di conformità alle norme di commercializzazione applicabili nel settore degli ortofrutticoli freschi (G.U. n. 54 del 05/03/2002).
- ✓ **DM del 15/06/2004 n. 1353** – Aggiornamento del manuale operativo delle procedure dei controlli di conformità alle norme comuni di qualità sui prodotti ortofrutticoli di cui all'art. 9, comma 1, del DM 28 dicembre 2001, adottato con decreto ministeriale 3 dicembre 2003, in attuazione del Reg. Ce 1148/01 della Commissione Ce, in materia di controlli di conformità alle norme di commercializzazione applicabili nel settore degli ortofrutticoli freschi (G.U. n. 164 del 15/07/2004).
- ✓ **DM del 03/12/2003** – Adozione del manuale operativo delle procedure dei controlli di conformità alle norme comuni di qualità sui prodotti ortofrutticoli di cui all'art. 9, comma 1, del DM 28 dicembre 2001, adottato con decreto ministeriale 3 dicembre 2003, in attuazione del Reg. Ce 1148/01 della Commissione Ce, in materia di controlli di conformità alle norme di commercializzazione applicabili nel settore degli ortofrutticoli freschi (G.U. n. 286 del 10/12/2003).
- ✓ **D.Lgs. n. 306 del 10/12/2002** – Disposizioni sanzionatorie in attuazione al Regolamento Ce n. 1148/01 relativo ai controlli di conformità alle norme di commercializzazione applicabili nel settore degli ortofrutticoli freschi, a norma dell'art. 3 della legge 1 marzo 2002, n. 39 (G.U. n. 35 del 31/01/2003).

In applicazione al regolamento n. 1148/01 l'art. 3 del DM 28 dicembre 2001 individua nel Ministero delle Politiche Agricole e Forestali, l'Autorità di coordinamento e nelle Regioni e le Province Autonome, gli organi responsabili dei controlli.

Con direttive del 28 dicembre 2001 e del 30 dicembre 2002, il MIPAAF, prendendo atto delle indisponibilità da parte del Ministero delle strutture necessarie per lo svolgimento dei compiti allo stesso affidati, ha designato l'A.G.E.A. (Agenzia per le Erogazioni in Agricoltura) quale organismo delegato a svolgere operativamente, per conto del Ministero, tutti i compiti attribuiti all'Autorità di coordinamento dalla normativa comunitaria e nazionale richiamata.

L'Organismo incaricato di eseguire i controlli sulla merce sia relativa al mercato interno che all'import ed export è l'Istituto Nazionale per il Commercio Estero (I.C.E.).

A partire dal 1 gennaio 2002, inoltre, ai sensi dell'art. 3 del Regolamento **Ce n. 1148/01**, è stata istituita una banca nazionale dati, alla quale sono tenuti ad iscriversi, fatte salve le deroghe previste, gli operatori che detengono prodotti ortofrutticoli allo stato fresco ai fini del consumo, soggetti alla conformità con le norme comuni di commercializzazione, sia in ambito comunitario, che da e per i Paesi Terzi, appartenenti alle seguenti categorie:

- ✓ Grossisti di mercato e fuori mercato (operatori che commercializzano all'interno o al di fuori dei mercati all'ingrosso, che utilizzano gli appositi stand e/o che sono in possesso di magazzini idonei per la commercializzazione di prodotti);
- ✓ Imprese che commercializzano per conto terzi (es. commissionari);
- ✓ Organizzazioni di produttori;
- ✓ Cooperative di produttori non associati ad OP o ad altra cooperativa;
- ✓ Imprenditore agricolo (non associato ad OP o a cooperativa) con un volume annuo commercializzato superiore a € 60.000;
- ✓ Centrali di acquisto per la grande distribuzione;
- ✓ Grande distribuzione organizzata GDO (ipermercati, supermercati, discount ed altre grandi superfici di vendita con un volume annuo di commercializzato dal comparto ortofrutticolo superiore a € 60.000);
- ✓ Dettaglianti (con volume annuo commercializzato superiore a € 60.000).

La Banca Dati contiene per ciascun operatore:

- ✓ Il numero di registrazione;
- ✓ Il nome;
- ✓ L'indirizzo;
- ✓ Le informazioni necessarie ai fini della sua classificazione nelle categorie (in particolare la posizione che occupa nella catena commerciale);
- ✓ Un'indicazione dell'importanza dell'operatore;
- ✓ Informazioni relative alle risultanze dei controlli precedentemente subiti;
- ✓ Qualsiasi altra informazione ritenuta necessaria ai fini del controllo ed in particolare tutti gli elementi che identificano ogni possibile punto di potenziale controllo e relativo referente per la conformità.

5. L'applicabilità della Borsa Merci Telematica Italiana al mercato della mela

5.1 La Borsa Merci Telematica Italiana

La Borsa Merci Telematica Italiana nasce dall'esperienza di Meteora S.p.A.

Meteora S.p.A. è stata costituita il 26 gennaio 2000 e, come stabiliva lo Statuto, la società aveva lo scopo di realizzare e gestire un mercato telematico dei prodotti agricoli, agro-alimentari e ittici standardizzati e/o tipici e di qualità italiani, comunitari ed extracomunitari; mercato rivolto a produttori agricoli, operatori della pesca, loro cooperative ed altri organismi associativi detentori dei prodotti stessi, nonché ai commercianti, ai mediatori e ad altri operatori accreditati, fornendo i servizi telematici per consentire ai predetti utenti la trattazione quotidiana e continua delle merci da postazioni remote.

Cercando di creare un modello in chiave moderna delle borse merci che, sin dalla loro costituzione non hanno subito, sia dal punto di vista normativo che da quello tecnologico, grandi innovazioni, è stato progettato un luogo telematico e regolamentato per consentire agli operatori di agire su più piazze contemporaneamente e al tempo stesso di reperire informazioni preziose per lo svolgimento delle loro attività.

Il passaggio da iniziativa di *e-marketplace* ad iniziativa di Borsa Merci Telematica, ha seguito l'evoluzione dell'impianto legislativo che regola il settore agricolo ed agroalimentare (Zanlari, 2006) di cui si riportano brevemente le tappe:

- ✓ il decreto del Ministro dell'Industria, del Commercio e dell'Artigianato del 20 Dicembre 2000, ha autorizzato la negoziazione dei beni di cui alla legge 272/1913 anche attraverso strumenti informatici o per via telematica per un periodo sperimentale non superiore ai dodici mesi;
- ✓ gli articoli 7 e 8 della legge 5 Marzo 2001 n. 57, hanno delegato il governo ad emanare uno o più decreti legislativi contenenti norme per l'orientamento e la modernizzazione nei settori dell'agricoltura e della pesca;
- ✓ l'articolo 30 del decreto legislativo 18 Maggio 2001 n. 228, ha ufficializzato il periodo sperimentale relativo alle negoziazioni telematiche, ha previsto l'emanazione da parte del Ministro delle Politiche Agricole e Forestali di un regolamento per il funzionamento telematico delle borse merci italiane e ha disposto la pubblicazione dei risultati in termini di prezzi di riferimento e di quantità delle merci e delle derrate;
- ✓ il decreto del Ministro delle attività produttive del 9 Marzo 2002 (pubblicato sulla Gazzetta Ufficiale il 2 Aprile 2002), ha dato l'avvio ufficiale al periodo di sperimentazione delle negoziazioni telematiche della durata di dodici mesi e ha riconosciuto il ruolo di gestione della piattaforma telematica e dei connessi servizi a Meteora S.p.A.

Dopo alcuni anni di sperimentazione, ed a seguito degli importanti risultati di mercato conseguiti, il Ministro delle Politiche Agricole e Forestali, con il D.M. 174/06, ha istituito ufficialmente la Borsa Merci Telematica Italiana, attribuendo a *Borsa Merci Telematica Italiana S.c.p.A.* (BMTI S.c.p.A.) la funzione di società gestrice della piattaforma telematica di negoziazione.

BMTI S.c.p.A., che deriva da Meteora S.p.A., al 31 Luglio 2008 è costituita da 72 Camere di Commercio, Unioncamere, Infocamere, Unione Regionale Puglia, Unione Regionale Lombardia e Unione Regionale Piemonte, ed ha un capitale sociale di 2.387.372,16 Euro.

BMTI S.c.p.A. gestisce la piattaforma telematica di contrattazione consentendo la trattazione quotidiana e continua delle merci da postazioni remote, assicurando efficienza e razionalità ai mercati, determinando in tempi rapidi ed in modo trasparente i prezzi realizzati ed i quantitativi scambiati e diffondendo dati e analisi tramite le Camere di Commercio ed i media.

Lo stesso decreto definisce i ruoli degli altri due organi che costituiscono BMTI: la **Deputazione Nazionale**, con funzioni di vigilanza e di indirizzo generale, e le **Camere di Commercio**, con funzioni di supporto e promozione della Borsa Merci Telematica Italiana.

I principi cardine dell'intero sistema sono definiti dal **Regolamento Generale** che fra l'altro regola le procedure di accreditamento degli operatori, di iscrizione dei Soggetti abilitati all'intermediazione, le modalità di apertura di ogni mercato telematico e, quindi, per ciascun prodotto, la costituzione dei Comitati di Filiera. Questi ultimi sono composti da esperti e rappresentanti di tutti gli anelli della filiera, e svolgono compiti di consulenza e assistenza tecnica in favore della Società di Gestione relativamente ai mercati di competenza, a partire dalla proposta del Regolamento speciale di prodotto.

Dall'avvio della sperimentazione della Borsa Telematica sono stati sviluppati nel tempo due tipi di meccanismi d'asta che corrispondono a due piattaforme tecnologiche, diverse per caratteristiche tecniche e modalità di negoziazione consentita, create rispondendo all'esigenza di assicurare efficienza, razionalità e trasparenza dei mercati.

Inizialmente è stata sviluppata la piattaforma **Meteora 1** che prevedeva un meccanismo di contrattazione ad asta continua "molti a molti". Si trattava di un meccanismo adatto alla negoziazione di prodotti fungibili, ossia quelle categorie di prodotto standardizzate a monte come granoturco secco nazionale, grano tenero, grano duro, semi di soia, ecc. (in generale le prime categorie di prodotto negoziate attraverso BMTI). Le specifiche fondamentali per la conclusione del contratto erano: il tipo di prodotto, il prezzo, la quantità, la piazza e le modalità di consegna. Tale sistema richiedeva un elevato grado di standardizzazione ed una estrema semplificazione della contrattazione. Dopo aver appurato le difficoltà nell'adattare un sistema simile alle esigenze dei mercati meno standardizzabili, come quello del vino e del parmigiano reggiano, è stato progettato un sistema completamente nuovo: la piattaforma Meteora 2 sulla quale di fatto, oggi, avvengono tutte le negoziazioni.

Meteora 2 propone agli operatori un'asta continua e libera, del tipo "uno a molti". Ogni proposta, sia di acquisto che di vendita, genera in pratica un "mercato a sé". Per l'operatore accreditato è possibile inserire proposte di vendita o acquisto. Gli stessi operatori accreditati fino al 28 maggio 2008 hanno potuto concludere direttamente un contratto accettando una proposta già inserita, oppure partecipare a vere e proprie aste on line inserendo controproposte ad un prezzo a loro più conveniente. Ogni proposta è inoltre caratterizzabile con una "scheda informativa" riportante tutte le specifiche qualitative della partita di merce in questione, nonché tutte le specifiche contrattuali utili a definire nel dettaglio un eventuale contratto. Quest'ultimo sistema di contrattazione si adatta bene ai prodotti caratterizzati da specifiche qualitative molto variabili.

I contratti conclusi all'interno del sistema telematico formano i prezzi della Borsa Merci Telematica Italiana e vengono diffusi settimanalmente.

Dal 29 maggio 2008 l'accesso alla piattaforma telematica di contrattazione della Borsa Merci Telematica Italiana è riservato ai **Soggetti Abilitati all'Intermediazione (S.A.I.)**. Si tratta di una figura professionale assolutamente inedita nel panorama agricolo nazionale (istituita anch'essa con il del Decreto del Ministero

delle Politiche Agricole n. 174 del 6 aprile del 2006). Il S.A.I. svolge funzioni di intermediazione esclusivamente riferite alle negoziazioni telematiche di BMTI; in particolare, il suo compito è quello di raccogliere e gestire ordini telematici per conto degli Operatori Accreditati, che gli trasmettono attraverso un'apposita sezione del sistema proposte di acquisto o di vendita.

I mercati attivi al 21 novembre 2008 nella Borsa Merci Telematica Italiana sono 35:

Tabella 9: I mercati attivi sulla Borsa Merci Telematica Italiana al 21 novembre 2008

Categoria	Mercati attivi
Cereali, semi oleosi, riso e farine.	Frumento tenero, Frumento duro, Granoturco secco, Cereali minori, Sottoprodotti della macinazione, Semi di soia, Semi di girasole, Farine di frumento tenero, Sfarinati di frumento duro, Farine vegetali di estrazione, Risone, Semi di colza
Carni, uova e animali vivi	Suini vivi, Tagli di carne suina, Carni avicole congelate, Carni cunicole, Uova
Salumi e grassine	Prosciutto di Parma DOP, Prosciutto crudo non marchiato
Lattiero – caseari	Latte spot, Parmigiano Reggiano, Grana Padano, Asiago DOP
Uva, Vino e olio	Vino da tavola, Vino IGT, Vino DOC/G, Olio di oliva, Olio di oliva DOP, Uva da vino per il mercato di Brescia
Altri	Agrumi, Nocciola, Patate, Carote, Pomodoro, Concimi minerali

Fonte: BMTI S.c.p.A.

Invece, i mercati telematici di prossima attivazione all'interno della Borsa Merci Telematica Italiana sono 9:

Fiori e piante, Carni Bovine, Salumi italiani, Carciofo, Kiwi, Vino in bottiglia, Mozzarella di Bufala Campana DOP, Biomasse, Mela.

BMTI S.c.p.A. sta realizzando attività connesse alla commercializzazione delle produzioni quali il servizio "Mercato telematico sicuro" che consente al venditore che lo richieda di usufruire di una copertura assicurativa per il rischio di insolvenza dell'acquirente, già attivo da marzo 2008. Altre iniziative sono in corso di realizzazione: il progetto sull'internazionalizzazione della BMTI, quello sulla realizzazione di servizi logistici da affiancare alla piattaforma telematica, quello relativo ai mercati in eccesso di offerta e da ultimo la realizzazione in convenzione con la Camera di Commercio ed il Comune di Milano della Borsa Agroalimentare Telematica Mondiale nell'ambito dell'EXPO 2015.

5.2 Applicabilità e opportunità

Partendo dall'indagine condotta sulla coltura della mela e sulle numerose variabili che ne influenzano la commercializzazione si è reso possibile misurare, attraverso un'analisi critica, la fattibilità e le opportunità connesse ad una futura apertura del mercato melicolo alle contrattazioni sulla Borsa Merci Telematica Italiana, individuando le potenzialità commerciali e gli elementi propulsivi insiti in questo nuovo strumento.

A differenza di altri prodotti ortofrutticoli, la mela può contare su una buona capacità di conservazione. Si è visto come alcune varietà, quali ad esempio la Golden Delicious, possono essere conservate anche per molti mesi in particolari condizioni ambientali (celle frigo-conservate in atmosfera controllata). Ciò rappresenta sicuramente un grandissimo vantaggio per un mercato quale quello telematico, in cui le contrattazioni potrebbero avere dei tempi più lunghi rispetto a quelle di un mercato tradizionale. E' allo stesso modo vero che, operando su questo mercato, l'impossibilità di poter constatare visivamente e materialmente il prodotto da parte dell'acquirente può rappresentare un fattore limitante non di poco conto. A tal proposito, per garantire la qualità del prodotto transato telematicamente, il Regolamento Speciale di prodotto potrà disciplinare anche le condizioni minime richieste per effettuare la commercializzazione telematica della mela.

Sulla piattaforma telematica chi vuole vendere o acquistare partite potrebbe facilmente confrontare le offerte degli operatori nazionali, ed internazionali nel prossimo futuro, un'opportunità che già di per sé consente di aumentare la concorrenza effettiva, quindi l'efficienza del mercato. Come si è visto nel paragrafo dedicato, ad oggi l'accesso e la gestione delle negoziazioni è concesso ai Soggetti Abilitati all'Intermediazione. A tal fine, le Organizzazioni di Produttori così diffuse nelle prime fasi della filiera melicola, potrebbero fornire un servizio aggiuntivo intermediando gli scambi per conto dei propri associati.

Il Regolamento Speciale individuerà le varietà e le categorie di mela che possono essere transate sulla piattaforma. Nella scheda di prodotto sarà possibile specificare alcuni parametri qualitativi che non siano influenti nella determinazione del prezzo.

Si illustra ora un'ipotetica scheda di prodotto che potrebbe essere utilizzata in sede di contrattazione telematica:

Parametro	
Colore	
Provenienza	
Tipo di imballaggio	
Luogo di confezionamento	

L'introduzione di assicurazioni sul prodotto contro le possibili insolvenze è un'altro importante servizio garantito dalla Borsa Merci Telematica Italiana che può sicuramente offrire delle prospettive interessanti. Buona parte del successo delle grandi catene commerciali è dato appunto dalla possibilità di garantire ad ogni fornitore il pagamento della merce, seppur a lunga scadenza. La possibilità di poter ricevere garanzie anche da altri canali, può sicuramente incentivare i produttori a percorrere percorsi commerciali alternativi.

Conclusioni

Da quanto descritto nei precedenti capitoli, quello della mela risulta essere il mercato ortofrutticolo più importante per il nostro paese; l'Italia è infatti uno dei maggiori produttori mondiali ed uno dei più importanti paesi esportatori.

Il successo della mela è dovuto sostanzialmente alla bontà ed alle proprietà nutritive, ma anche ad un costo sostanzialmente accessibile, e ad una grandissima capacità di conservazione che le permette di essere disponibile sul mercato praticamente tutto l'anno.

Dal punto di vista gestionale, il settore in Italia risulta abbastanza organizzato attraverso l'affermazione di pochi consorzi strutturalmente adeguati, che fanno della "qualità" il loro punto di forza. In un periodo di forte recessione e con l'avanzamento sempre più importante ed evidente di nuovi Stati concorrenti, puntare su un prodotto di qualità e sulla diversificazione varietale risultano due condizioni inevitabili al fine di mantenere un'alta competitività a livello internazionale.

Tuttavia, l'ingresso di tale mercato in piattaforma telematica può sicuramente offrire un'importante contributo al miglioramento di tale struttura, cercando, attraverso l'attuazione di servizi innovativi, di aprire nuovi canali che possano non ostacolare o soppiantare quelli preesistenti, ma al contrario affiancarli in modo da creare una sinergia atta a potenziare maggiormente l'intero comparto.

Bibliografia

Agostini M. (2008): *Frutta, l'export corre fuori dall'Ue*. Agrisole, 23-29 maggio 2008, p. 9

Agostini M. (2008): *Export, la campagna di Russia*. Agrisole, 3-9 ottobre 2008, p. 15.

AA.VV. (2008): *Il calo dei consumi sulle mele pesa di più*. Agricoltura, Ottobre 2008, pp. 53-54.

AA.VV. (2008): *Speciale Interpoma 2008*. Terra e Vita, supplemento al n° 41 del 18 Ottobre 2008.

Consonni E. (2008): *Mela, cambia lo scenario globale. L'Asia tira la volata, l'Ue insegue*. Corriere Ortofrutticolo, dicembre 2008, pp. 47-48.

Valli R. (a cura di) (1997) : *Arboricoltura generale e speciale*. Edizioni Edagricole, Bologna, pp. 519-534.

Sitografia

- ✓ *Assomela*, www.assomela.it
- ✓ *Azienda Vivai Salvi*, www.salvi.it
- ✓ *Borsa Merci Telematica*, www.bmti.it
- ✓ *Camera di Commercio di Cuneo*, www.cn.camcom.it
- ✓ *Centro Servizi Ortofrutticoli*, www.csoservizi.com
- ✓ *Istituto Nazionale di Statistica*, www.istat.it
- ✓ *Istituto di Servizi per il Mercato Agricolo Alimentare*, www.ismea.it
- ✓ *Marlene Sud Tirolo*, www.marlene.it
- ✓ *Il portale dell'osservatorio prezzi e tariffe*, www.osservaprezzi.it
- ✓ *Istruzione Agraria on line*, www.agraria.org
- ✓ *Melinda, le mela della Val di Non in Trentino*, www.melinda.it
- ✓ *Notiziario Internazionale Ortofrutta e Banane*, www.freshplaza.it
- ✓ *Portale dell'Assessorato Agricoltura della Regione Emilia-Romagna*, www.ermesagricoltura.it
- ✓ *The World Apple and Pear association*, www.wapa-association.org
- ✓ *Unione Nazionale Organizzazioni di Produttori Ortofrutticoli ed Agrumari*, www.unacoa.it

