

“UN MONDO OLTRE LA MELA. ESPERIENZA DI GUSTO EUROPEA.”: PARTE LA NUOVA CAMPAGNA PROMOZIONALE

Al via l'innovativa campagna europea che ha l'obiettivo di far scoprire una nuova cultura della mela, basata sulle differenze sensoriali che caratterizzano le tante varietà esistenti evidenziando come esse possano soddisfare non soltanto le esigenze di benessere alimentare ma anche i desideri gustativi dei consumatori. Rivolta ai mercati italiano e spagnolo, l'iniziativa mira a presentare la qualità delle mele europee, offrendo ai consumatori l'opportunità di esplorare una vasta gamma di sapori e stimolarne la curiosità, trasformando la mela da semplice alimento quotidiano a un'esperienza sensoriale e culinaria unica.

Milano, xxx giugno 2024 – La campagna **"Un mondo oltre la mela. Esperienza di gusto europea"** è un programma triennale di comunicazione e promozione cofinanziato dall'Unione Europea, dal Consorzio Mela Alto Adige, e dagli organismi di produzione VOG e VIP. Questo programma mira a creare una nuova cultura della mela attraverso un'esperienza sensoriale e qualitativa, focalizzandosi sul riconoscimento del gusto, delle caratteristiche e della conoscenza delle diverse varietà disponibili. Un elemento chiave sarà educare i consumatori ad apprezzare la mela come parte integrante della loro routine quotidiana.

Illustrando la versatilità della mela, è possibile soddisfare i desideri gustativi dei consumatori e le loro esigenze di benessere alimentare, integrando il prodotto cotto all'interno di ricette o a crudo, oppure consumandolo in purezza. Anche il claim della campagna, "Un mondo oltre la mela. Esperienza di gusto europea.", intende sottolineare come questo frutto possa assumere diverse sfaccettature, superando la concezione comune e offrendo al consumatore un'esperienza sensoriale unica, in particolare attraverso la degustazione della mela che diviene un'esperienza che coinvolge tutti e cinque i sensi.

La campagna sarà attiva in due paesi europei – Italia e Spagna – rivolgendosi sia ai consumatori che ai professionisti del settore. Il progetto si fonda sulla consapevolezza che il rafforzamento della competitività del settore agricolo dell'Unione Europea possa avvenire attraverso la conoscenza, la diffusione e la promozione delle peculiarità dei prodotti, dei loro avanzati metodi di produzione e di un'alimentazione sana per i consumatori.

Origine, varietà e qualità delle Mele Alto Adige IGP e delle Mele Club

All'interno di questo progetto saranno presentate diverse varietà di mela, tradizionali e nuove. Tra queste vi sono le *Mele Alto Adige IGP*, con 13 varietà per le quali sono garantite la tradizione e l'origine, e le *Mele Club*, commercializzate con i loro marchi distintivi. Tali mele vengono coltivate su terreni particolarmente fertili, ad un'altitudine tra i 200 e i 1100 metri, dove trovano condizioni di crescita ottimali e seguono due tipologie di coltivazione: integrata e biologica.

Attraverso la degustazione di queste mele, si percepisce inoltre il risultato di un know-how agronomico d'eccellenza, il quale viene raggiunto tramite il lavoro di circa 6.000 aziende agricole, prevalentemente a conduzione familiare, che operano su piccoli terreni con un'estensione media di 3 ettari. Questi agricoltori lavorano con passione e cura ogni giorno alla coltivazione delle mele, coniugando appunto metodi tradizionali e tecniche innovative per garantire un prodotto di altissima qualità. Ogni frutto è quindi il risultato di un processo attentamente curato e del profondo legame tra i frutticoltori e la loro terra, in grado di offrire al consumatore un'esperienza sensoriale unica e autentica.

La mela in primo piano: attività e iniziative promozionali

Per trasmettere questa nuova cultura della mela basata sull'esperienza sensoriale che mira a valorizzare le caratteristiche specifiche di ogni varietà, sono state concepite una serie di attività che favoriscono situazioni di incontro diretto con la mela. A partire dal prossimo autunno sono previsti eventi stampa, viaggi alla scoperta dei territori di produzione e promozioni con possibilità di degustazione presso alcuni punti vendita delle maggiori catene in Italia e Spagna. Oltre a ciò saranno organizzate importanti attività formative presso istituti alberghieri del Nord Italia, per le quali alcuni dei futuri chef avranno la possibilità di ideare ricette raffinate e innovative in base alle qualità organolettiche specifiche di ciascuna varietà di mela. Nei prossimi mesi, sarà inoltre realizzato un podcast dedicato e composto da 3 stagioni, disponibile sulle principali piattaforme d'ascolto italiane e spagnole, in cui l'ascoltatore sarà accompagnato dalla voce narrante all'affascinante scoperta del mondo ricco e variegato che è oggi quello delle mele. Per tutto il corso del triennio, la campagna coinvolgerà anche 5 key opinion leader, di cui 3 in Italia e 2 in Spagna, che agiranno

come portavoce dei messaggi, valorizzando le caratteristiche sensoriali, il gusto, la versatilità in cucina e le proprietà nutrizionali delle diverse varietà di mele.

Il Consorzio Mela Alto Adige svolge il ruolo di portavoce e coordinatore per oltre 6.000 produttori di frutta, agendo come interfaccia tra questi e le varie organizzazioni coinvolte nella commercializzazione nel settore ortofrutticolo dell'Alto Adige. Tra queste organizzazioni di rilievo figurano il Consorzio delle Cooperative Ortofrutticole dell'Alto Adige (VOG) e l'Associazione dei Produttori di Frutta e Ortaggi della Val Venosta (VIP), responsabili anche della gestione delle Mele Club. Il Consorzio assume il compito di tutelare le 13 varietà di mela a cui è riconosciuto il marchio di qualità europeo "IGP", che ne garantisce la provenienza geografica, il rispetto la tradizionale metodologia di coltivazione e ne assicura la tracciabilità lungo tutta la catena di distribuzione.

Ufficio stampa:

Sara Almonti

e-mail: salmonti@hopsotchgroupe.com