

Kaki: rallenta la produzione, bene le pezzature e i listini

CRISTIANO
RICIPUTI

Metà degli ettari coltivati in Italia sono in regione. Accanto al *kako tipo*, introdotto il Rosso Brillante. Frutto calorico ma con grande contenuto di vitamina A

Produzione in calo del 20% e quotazioni agli agricoltori più che soddisfacenti. Stiamo parlando della coltura del kaki, un frutto tipicamente regionale se si considera che dei 2.200 ettari coltivati in Italia, 1.108 sono in Emilia-Romagna. Di questi, 504 sono in provincia di Ravenna e 367 in quella di Forlì-Cesena. L'annata 2013 del kaki

sarà ricordata per un calo del 15-20% e quantità prodotte.

«Stimiamo una diminuzione attorno al 15-20% - spiega Ilenio Bastoni, direttore commerciale di Apofruit - accompagnata da un aumento medio dei calibri. E, parallelamente, anche i prezzi sono più che buoni».

Le zone più vocate per la produzione di kaki sono Faenza, Cesena e Forlì. Non a caso il frutto è anche chiamato Loto di Romagna. Nel Faentino vi sono impianti grandi e specializzati, mentre nel Cesenate vi sono coltivazioni più piccole e seguite con altrettanta cura. Accanto al *kako tipo* da alcuni anni è stato introdotto il Rosso Brillante, una tipologia a polpa soda che ha come scopo quello di avvicinare altre categorie di consumatori.

«Il kaki tradizionale - spiega Mauro Battistini, direttore commerciale di Orogel Fresco - è consumato solo in Italia o, al massimo, in Paesi in cui vi sono comunità di italiani. La tipologia Rosso Brillante, invece, strizza l'occhio a tutti i consumatori europei. Gli spagnoli l'hanno capito per primi, noi ci siamo attrezzati negli ultimi anni». «Il *kako*

tipo - gli fa eco Bastoni - all'85% è destinato al mercato nazionale e la restante parte a territori limitrofi come la Svizzera. Per contro, il Rosso Brillante è quasi sconosciuto in Italia e uno dei prossimi obiettivi è proprio quello di introdurlo nei consumi degli italiani».

Al produttore 50-60 centesimi al chilo

Quest'anno la pezzatura media è elevata: il calibro 22-24 è quasi assente, mentre la fanno da padroni i 24-26 e 26-28. Grazie a questi frutti, accompagnati da quantità in calo, i prezzi (almeno sino a fine ottobre) sono stati soddisfacenti, attorno a 50-60 centesimi al produttore. «E non bisogna dimenticare - esordisce Cristian Moretti, direttore di Agrintesa - che la coltura ha poche spese per gli agricoltori. Quando si hanno annate con prezzi al produttore attorno ai 50 centesimi, si ottengono buone soddisfazioni».

Moretti precisa che Agrintesa ritira circa 60 mila quintali di *kako tipo* e 15 mila di Rosso Brillante, aggiungendo che quest'ultimo «si sta imponendo sempre più dopo che è stato introdotto alcuni anni fa, pur in ritardo rispetto ad altri paesi produttori come la Spagna. Il *kako tipo* ha consistenza morbida, mentre il Rosso è a pasta consistente e si può consu-



RICIPUTI

mare come fosse una mela».

Rispetto alla qualità, l'annata 2013 sarà ricordata positivamente, anche se alcune coltivazioni di Loto di Romagna hanno risentito in maniera negativa dell'andamento meteo autunnale. «In ottobre - spiega a questo proposito Bastoni - ci sono stati giorni prolungati di pioggia. Ciò ha provocato, in alcune tipologie di kaki, l'aumento della cosiddetta "ragnatura", che è una fisiopatia caratterizzata dalla formazione sull'epidermide della tipica ragnatela nerastra. A parte questi casi, la qualità generale può essere considerata molto buona».

La preparazione

Il *kako tipo* viene raccolto quando la colorazione è giallo intenso, ma a questo stadio la maturazione di consumo è ancora lontana. I frutti vengono messi in cella per un massimo di tre giorni e una temperatura di 22 gradi. La maturazione avviene attraverso l'aggiunta di un gas naturale, l'etilene. Il Rosso Brillante ha una preparazione simile, non fosse che l'astringenza causata dai tannini viene tolta con l'introduzione in cella di anidride carbonica.

«Grazie alla maturazione controllata - spiega Battistini - riusciamo a regolare le vendite e ad immettere sul mercato i quantitativi richiesti. In genere la commercializzazione di questo frutto va da ottobre a dicembre, nel caso del loto tradizionale. Se parliamo di Rosso Brillante, invece, si va da novembre a tutto il mese di gennaio».

Quando il prodotto arriva in stabilimento, viene subito diviso attraverso macchine selezionatrici di ultima generazione, a seconda del calibro e del colore. Non manca poi l'occhio attento delle operaie che effettuano una cernita togliendo eventuali



Riciputti

frutti con ragnatela o imperfezioni macroscopiche. In genere, però, l'agricoltore in campo ha già operato una cernita precisa, lasciando a terra i frutti che non corrispondono alle esigenze della commercializzazione.

La tipologia Rosso Brillante non va confusa con il caco mela, una diversa varietà introdotta alcuni anni fa ma che non ha mai incontrato il favore e i gusti dei consumatori.

Fra i vari frutti, i kaki sono quelli più calorici (65 chilo-calorie ogni 100 grammi) ma naturalmente si tratta di numeri molto bassi rispetto a quasi tutti gli altri alimenti. Si distinguono per l'alta percentuale di vitamina A, pari a 237 retinolo equivalenti/microgrammi. Esistono perciò buoni "appigli" per campagne di comunicazione che rilancino i consumi di questo frutto.

«Il mondo produttivo - conclude Moretti - può essere in grado di affrontare un'eventuale richiesta di aumento dei consumi, ma non va dimenticato che il kaki è una specie che necessita di una professionalità particolare, non solo in campo, ma soprattutto nel post-raccolta.

La gestione in cella per la maturazione rappresenta infatti la fase più delicata». ■

Packaging: vassoi a due-quattro frutti

I commerciali negli ultimi anni si sono dovuti ingegnare per adattare il confezionamento alle esigenze della Grande distribuzione organizzata. Uno dei formati che sta andando per la maggiore è quello che prevede una confezione vassoio con due o più frutti e film protettivo. Si tratta naturalmente del *kako tipo* in quanto il Rosso Brillante, avendo polpa soda, viene venduto come fosse una mela. «All'estero si sta imponendo il vassoio con due frutti - dice Battistini - mentre in Italia a farla da padrone è quello con quattro frutti. Ad ogni modo, l'aspetto più importante è quello legato alla protezione: una volta giunti sul banco della Gdo sono a maturazione di consumo, quindi morbidi, perciò devono essere protetti».

In merito al *packaging*, Moretti precisa che «la grande distribuzione esige forniture costanti e continuative da ottobre a dicembre. Il kaki classico viene confezionato in vassoio filmato, floppato o con coperchio, in modo da proteggerlo. Dato che deve essere venduto ad un grado di maturazione ideale, se non fosse protetto rischierebbe di disfarsi nella borsa della spesa. Per contro il Rosso Brillante, grazie alla sua consistenza, in genere si trova sui banchi del supermercato nelle cassette con alveoli per il libero servizio». ■