

La società alimentare genovese ha investito un milione di euro. Coinvolta anche Accent

Montalbano sposa la ricerca

Un progetto per il microchip salva-freschezza



Beppe Oriana

Genova. Dopo avere conquistato i mercati europei americani, europei e asiatici prendendoli per la gola, l'azienda alimentare genovese Montalbano sceglie il Bic Liguria per un progetto di ricerca che la vedrà protagonista assieme ad Accent, società del gruppo Stm guidato da Pasquale Pistorio.

Nella culla della ricerca che ha sede nell'Ovest cittadino, si lavorerà per realizzare uno strumento per la misurazione dello stato di conservazione di prodotti alimentari e biomedicali e per il controllo di materiali preimpregnati, utilizzati prevalentemente nel settore aeronautico.

Detto molto semplicemente, si tratterà di un microchip capace di "leggere" la vita dei prodotti dall'origine in poi, anche per evitare spiacevoli sorprese. Beppe Oriana, presidente della Montalbano, si avvarrà della collaborazione del professor Marco Bianchini, primo ricercatore del Cnr di

Roma e ha investito nel progetto – già coperto da brevetto negli Usa, in Giappone e nell'Ue – un milione di euro per il biennio 2004-2005.

Montalbano, acquisita dalla famiglia Oriana nel '96 da investitori Usa (e infatti è rimasta anche la sede di Baltimora) produce nello stabilimento di Pistoia sottoli (carciofini, funghi, olive, capperi), insalata di pesce e salse in vasi di vetro, buste e vaschette di plastica. Sulla base delle vendite al 30 novembre e del portafoglio ordini, la società prevede di chiudere il 2003 con un fatturato di undici milioni di euro, con un incremento del 25% rispetto all'anno precedente. Ciò grazie alla crescita che ha riguardato sia il mercato italiano sia le esportazioni. Un trend che, secondo la società, è destinato a ripetersi nel 2004.

Il fatturato della Montalbano deriva per il 40% dall'export, ed è questo il principale motivo che ha spinto l'azienda ad attivare

il progetto di ricerca al Bic Liguria. «Perché negli Usa ma anche nel Nord Europa l'attenzione per la qualità è quasi maniacale», spiega Oriana, «e noi abbiamo trasformato questa peculiarità in un punto di forza, ottenendo dai mercati risultati che ci hanno ampiamente ripagato degli sforzi compiuti su questo fronte».

L'idea del microchip-carta d'identità della freschezza ha subito una ulteriore accelerazione dopo i black-out energetici che si sono succeduti nei mesi scorsi. «Come tutti gli italiani ci siamo preoccupati quel mattino di andare a controllare il congelatore per vedere se era tutto a posto, ma la certezza assoluta dell'integrità dei prodotti non abbiamo potuto averla». In futuro, se il microchip realizzato in collaborazione con la Accent al Bic Liguria darà i risultati sperati, non sarà più così.

Eugenio Agosti