

8 **Economia e imprese** / CampaniaMercoledì 31 Agosto 2011 - N. 31 **Il Sole 24 Ore Sud****Oltre la crisi.** Operativo l'accordo tra Mataluni di Benevento e Nippon Food che distribuisce nella Gdo

Olio Dante sbarca in Giappone

Il centro di ricerca del gruppo ha anche concluso uno studio da due milioni

BENEVENTO**Flavia Squarcio**

Vento d'Oriente per l'italianissimo Olio Dante. Il prodotto di punta degli Oleifici Mataluni di Montesarchio, in provincia di Benevento, dallo scorso mese di luglio è commercializzato in Giappone. L'azienda che fa capo a Biagio Mataluni ha siglato un accordo a lungo termine con Nippon Food, solida realtà giapponese del settore gdo, che nel 2010 ha fatturato 2,1 miliardi di euro, per la distribuzione di olio di alta qualità nel paese del Sol Levante.

Il contratto tra l'azienda sannita e Nippon prevede la distribuzione in esclusiva dell'etichetta Dante (creata da Giacomo Costa nel 1854 a Genova) rilevata nel 2009 dal gruppo spagnolo Soscuetara per 34 milioni. «È il coronamento di un lungo percorso avviato tre anni fa con la Nippon, che ha voluto testare accuratamente i nostri prodotti ed esaminare lo stabilimento. Successivamente abbiamo adattato la produzione agli standard qualitativi richiesti dai giap-

ponesi. Quindi, abbiamo deciso di dedicare una linea esclusivamente al Giappone. Infine, nel 2010, abbiamo avviato il test operativo sugli scaffali e collaudato la logistica in vista dell'approvazione definitiva», racconta Biagio Mataluni, presidente dell'oleificio beneventano.

La linea di produzione preparata dall'azienda per Nippon oggi ha una capacità di 6000 bottiglie in un'ora. Proprio per il Giappone, ha lavorato anche il centro di ricerca degli Oleifici Mataluni che ha ideato e prodotto una particolare bottiglia di Pet, completamente riciclabile insieme al tappo e all'etichetta.

La prima parte dell'anno è stata caratterizzata per l'azienda sannita, oltre che dall'importante accordo commerciale, anche dalla presentazione al settore oleario italiano dei risultati del progetto di ricerca Re-Waste, del costo di 2 milioni, finanziato al 50% dalla Unione europea. Lo studio, condotto dal centro di ricerca dell'azienda (riconosciuto dal Miur e dotato di 15 ricercatori impiegati a tempo pie-

**Innovazione.** Molto attivo il centro di ricerca del gruppo

no), ha consentito di testare su scala pilota una tecnologia sostenibile per valorizzare l'acqua di vegetazione olearia attraverso il recupero di acqua purificata da riutilizzare nei processi aziendali, di estratti fenolici antiossidanti da impiegare nell'industria cosmetica, alimentare o fitoterapica, di biogas per ottenere energia. Presso il frantoio aziendale è stato installato un impianto pilota dimostrativo, in grado di trattare in maniera completamente automatizzata, circa 20 metri cubi

al giorno di reflui oleari.

L'impianto è utilizzato per analizzare costi-benefici del processo, in vista di uno scale-up su scala industriale, oltre che per lo svolgimento di attività dimostrative.

La storia degli Oleifici Mataluni inizia nel 1934 con un piccolo frantoio a dimensione artigianale. Oggi, è uno dei più grandi complessi oleari al mondo, con governance affidata a un team composto quasi esclusivamente da membri della famiglia Mataluni, e copre l'intera filiera di produzione (frantoio olea-

rio, impianto di raffinazione e imbottigliamento, un polo di realizzazione delle confezioni e degli imballaggi, di bottiglie di Pet, tappi, cartoni ed etichette). La produzione aziendale (100 milioni di litri lavorati nel 2010) è destinata alla grande distribuzione italiana ed estera e all'attività in private label per marchi quali Conad, Eurospin, Decò, rispettivamente per il 65%, il 35% e il 60% del fatturato (240 milioni nel 2010).

Mataluni ha un'altra particolarità: 1 dipendenti (200 più altre 100 unità di indotto)

**Il presidente.** Biagio Mataluni al vertice dell'oleificio**LA NUOVA LINEA****6.000****Produzione.** Bottiglie confezionate in un'ora dagli impianti dedicati al Giappone

hanno un'età media di 29 anni. Tra i riconoscimenti ricevuti dall'azienda, il premio «Innovazione Amica dell'Ambiente» (2010 - Green Economy Legambiente) ed il premio «Eletto Prodotto dell'Anno» (2011 - Tns Italia) assegnato all'intera linea Dante, che attualmente comprende Olio Extravergine "100% italiano", Olio Extravergine "Terre Antiche", Olio di Oliva e gamma completa di Oli di Semi "Vitaminizzati", con aggiunta di vitamina E e vitamina B6.

L'immagine con Flavia S.