



Vincenzo Mataluni. Sullo sfondo il complesso oleario a Montesarchio (Benevento)

► Oleifici Mataluni ◀

Rilevato Olita da Star, ora la gamma è completa

SERGIO GOVERNALE

Gli Oleifici Mataluni rilevano Olita da Star e completano così il processo di acquisizioni avviato cinque anni fa. Ad annunciarlo è l'amministratore delegato del gruppo sannita **Vincenzo Mataluni**, che ha firmato il contratto con il direttore generale di Star **Jordi Franch**.

L'operazione ha un sapore particolare per un duplice motivo. Il primo è che Star, marchio di Agrate Brianza integrato con quello di Gallina Bianca, fa capo alla multinazionale spagnola Agrolimen dal 2006, quando è stato venduto ai catalani Carulla dalla famiglia Fossati in cambio del 50 per cento di Pasa Group (holding di Gallina Bianca, in cui Agrolimen ha però la gestione). Proprio in terra iberica due anni fa Mataluni ha comprato per 34 milioni di euro l'Olio Dante da Sos Cuetara, riportandolo in Italia dopo 24 anni. Ora con Olita Mataluni riconquista quindi un altro pezzo del made in Italy finito in Spagna.

Il secondo motivo è che l'acquisizione prevede un contestuale accordo stra-

Dopo Olio Dante, comprato dalla spagnola Sos Cuetara nel 2009, il gruppo sannita conquista l'olio di semi finito cinque anni fa nelle mani del colosso iberico Agrolimen-Pasa-Gallina Bianca. L'Ad: Ultimato il processo di acquisizioni avviato cinque anni fa. Al via il patto per la distribuzione dei marchi nel canale Horeca

teggico con Star, che prevede la distribuzione in esclusiva in Italia di tutti i marchi degli Oleifici Mataluni attraverso l'organizzazione commerciale del marchio di Agrate Brianza nel canale Horeca (hotel, ristorazione e catering). "L'acquisizione - spiega l'amministratore delegato - è stata definita il 6 ottobre e diventerà operativa a partire dal 1° gennaio 2012. Con l'accordo prende il via anche una collaborazione distributiva con la Star sul canale food service, che comprende la ristorazione e il catering, sul quale entrambe le aziende investiranno nuove risorse. E' motivo di orgoglio - aggiunge Mataluni - aver concluso la trattativa con una delle più importanti realtà nel settore alimentare, che contribui-

sce a valorizzare il made in Italy in tutto il mondo".

Con la cessione di Olita, protagonista da oltre 50 anni sul mercato italiano degli oli di semi, Star prosegue il suo piano di sviluppo focalizzato sulle categorie più strategiche per il core business dell'azienda. L'etichetta con la forchetta a tre punte va ora ad arricchire il portafoglio prodotti degli oleifici di Montesarchio (Benevento) che, a partire dal 2006, hanno avviato un piano di acquisizione, rilevando via via marchi storici come, oltre all'Olio Dante, Topazio, Oio, Gico, Minerva e Lupi e oggi proprietario di ventidue brand.

"La cessione di Olita che aveva un'incidenza del 3,2 per cento sul nostro fat-

turato retail - dice Franch - consentirà a Star di avere a disposizione maggiori risorse da investire sullo sviluppo e l'innovazione delle proprie categorie strategiche. Parallelamente, Mataluni sarà in grado di assicurare al prodotto un forte valore aggiunto grazie alla leadership e al know how conquistati nel settore di riferimento".

Presente in maniera capillare nella grande distribuzione e nel canale al dettaglio, Olita copre circa il 14 per cento del valore del mercato italiano all'interno della categoria di riferimento. "Con l'ultima acquisizione - rivela Mataluni - saliamo al 25 per cento negli oli di semi.

Con Dante abbiamo oltre il 20 per cento del mercato italiano degli oli d'oliva e siamo il secondo gruppo (dietro Sos Cuetara, che ha Bertolli, Carapelli e Sasso, ndr). Abbiamo completato il processo di acquisizioni: ora abbiamo un assortimento di brand con cui copriamo tutte le fasce di prodotto. Ulteriori operazioni produrrebbero quindi cannibalizzazione tra i marchi".