

INDUSTRIA E FINANZA

Mataluni acquista «Olio Dante»

Al gruppo di Montesarchio anche altri 11 marchi

IL GRUPPO Mataluni di Montesarchio ha acquistato lo storico marchio «Olio Dante», che così ritorna in mani italiane dopo la parentesi spagnola (Unilever Italia lo aveva venduto al gruppo iberico Sos) grazie ad un'operazione finanziaria, del valore di circa 30 milioni di euro.

L'acquisizione del marchio «Dante», che secondo gli acquirenti abbasserà dal 18 al 15% l'import italiano del settore, è stata condotta con il sostegno di Unicredit, Intesa SanPaolo e Banca nazionale del lavoro, che hanno accompagnato finanziariamente l'operazione. Un'operazione importante e prestigiosa la storica industria sannita. Il Gruppo Mataluni Oleifici, fondato nel 1934, è attualmente presieduto da Biagio Mataluni, nipote del fondatore, ed è diventato una delle realtà più grandi ed all'avanguardia tra gli stabilimenti oleari d'Italia. Situata nell'area industriale di Montesarchio, la Mataluni Oleifici copre un'area di 120.000 metri quadrati, e presenta al suo interno tutte le fasi produttive: frantoio, raffinazione dell'olio di oliva e degli oli di semi, produzione di imballaggi in PET, imbottigliamento e confezionamento. «L'operazione che abbiamo ap-



Lo storico «Carosello» dell'Olio Dante con Peppino De Filippo

pena concluso con il gruppo Sos non è solo di tipo finanziario e commerciale - ha affermato Biagio Mataluni - ma rientra in un piano più ampio per rilanciare il made in Italy nell'industria olearia, sostenendo lo sviluppo del settore e dando una boccata d'ossigeno ai produttori e alla filiera». Tra le altre cose, Mataluni ha tenuto a sottolineare che l'olio Dante, così come gli altri marchi prodotti presso lo stabilimento di Montesarchio, sarà realizzato interamente con olive italiane, tornando

ad essere anche da questo punto di vista un brand «made in Italy». Contestualmente all'olio Dante, inoltre, il gruppo Mataluni ha acquisito dagli spagnoli altri 11 marchi appartenenti all'azienda ligure "Minerva Agricola Alimentare", tra cui anche le storiche etichette Minerva e Lupi. Nuovi tasselli di un piano strategico di acquisizione già avviato nel 2007 nel settore degli oli di semi con le acquisizioni dei famosi marchi "Topazio" e "Oio".

m.s.p.