

AGROINDUSTRIA Olio Dante torna in Italia Va alla campana Mataluni

Giorgio Dell'Orefice > pagina 27

L'olio Dante torna in Italia rilevato dalla Mataluni



Publicità d'antan

L'olio Dante è stato a lungo un protagonista, in particolare negli Anni Sessanta, del Carosello. Famosa la campagna lanciata nel 1961 seguita da una altrettanto fortunata serie nel 1965

IL PROGRAMMA

Il gruppo spagnolo Sos riorganizza le attività Maccari (a.d. Carapelli): con la cessione estinguiamo parte dei debiti contratti

ROMA

L'olio Dante fa ritorno in Italia. Il marchio (insieme ai brand Minerva e Lupi) è stato ceduto nei giorni scorsi e per una cifra vicina ai 30 milioni di euro, dalla multinazionale spagnola Sos al gruppo campano Mataluni (titolare delle etichette dell'olio di semi Oio e Topazio). Fa così il suo ritorno in Italia un'etichetta che era finita (insieme anche al brand San Giorgio) in mani spagnole nell'ambito dell'operazione con cui Sos aveva rilevato, lo scorso anno, Bertolli.

Con l'operazione l'azienda campana attiva soprattutto nel comparto dell'olio di semi e nelle lavorazioni per conto terzi (a Montesarchio, in provincia di Benevento è infatti attivo un importante frantoio) si dota di un'etichetta di sicuro richiamo nel settore olivicolo. In particolare nel segmento dell'olio

d'oliva, si stima che il brand Dante sia uno dei tre principali marchi nel retail con una quota di mercato del 15% circa.

«Questa operazione - ha commentato il presidente del Gruppo campano, Biagio Mataluni - non è solo di tipo finanziario e commerciale ma rientra in un piano più ampio

e si propone di rilanciare il made in Italy, sostenendo inoltre lo sviluppo del settore oleicolo nazionale».

Il progetto rappresenta una parziale "rivincita" per il settore oleario italiano, che lo scorso anno era finito più volte sul banco degli imputati per non essere riuscito a trattenerlo in Italia etichette di grande valore per il made in Italy agroalimentare come Carapelli e Bertolli. «La cessione - ha spiegato Fabio Maccari, amministratore delegato della nuova Carapelli Firenze Spa (la società che raccoglie tutti i marchi italiani del gruppo spagnolo Sos fra cui Carapelli e Bertolli) - fa parte della strategia messa in campo dalla nostra azienda per estinguere parte dei debiti (oltre 950 milioni di euro) contrati

per finanziare la campagna di acquisizioni degli scorsi anni».

Una strategia avviata con la cessione dei biscotti Cuetàra prima, passata poi per un aumento di capitale (nel quale uno dei principali creditori, la banca Caja Madrid, ha rilevato una quota del 10,5%) e infine approdata alla cessione delle etichette ritenute non strategiche. «Oltre al marchio Dante - aggiunge Macca-

ri - sul mercato finiranno sia San Giorgio che la linea di acceti spagnoli Louit».

Intanto, sta per decollare anche la riorganizzazione delle attività italiane del gruppo Sos. Sempre ad aprile infatti è diventata operativa la nuova società Carapelli Firenze Spa alla quale oltre ai marchi Bertolli, Carapelli, Maya e Friol, fanno capo anche gli stabilimenti di Inveruno (Milano) Voghera

(Pavia) e Tavarnelle Val di Pesa (Firenze). «Resta confermato - conclude Maccari - l'obiettivo della quotazione in Borsa in Italia probabilmente già entro il 2009. Stiamo valutando se oggetto della quota-

zione sarà solo la società italiana che raccoglie i brand dell'olio d'oliva oppure direttamente la capogruppo Sos».

G.d.O.

© RIPRODUZIONE RISERVATA