

Il viaggio interattivo di Dante nel “Divin Portale”

Scritto da [Redazione Italy Food 24](#)

[Share](#) |



On line il nuovo portale degli Oleifici Mataluni dedicato ai brand Dante, Olita, Topazio, Olio e Vero

Un viaggio interattivo nella storia dei marchi degli Oleifici Mataluni, alla ricerca di nuovi linguaggi per comunicare con i consumatori più esigenti e con gli utenti più giovani. Nasce con questo obiettivo il nuovo portale [www.oleificimataluni.com](#), ideato per offrire contenuti più dinamici e sempre più integrati con social network e food blog. Da oggi, infatti, sono on line i nuovi siti di Olio Dante ([www.oliodante.com](#)), Olio Topazio ([www.oliotopazio.com](#)), Olio Oio ([www.oliooio.com](#)), Olio Olita ([www.olioolita.com](#)) e Olio Vero ([www.oliovero.it](#)) che, insieme al sito [www.condisano.com](#) dedicato a Condisano, l'olio con la vitamina D, rappresentano i brand più importanti dell'industria sannita. Gli Oleifici Mataluni, dunque, confermano la propria vocazione all'innovazione anche nel settore Digital, presentando una nuova immagine coordinata, che comprende anche il restyling dei loghi, la realizzazione di tutti gli elementi di corporate identity e l'ideazione di una piattaforma integrata di accesso a Facebook, Youtube e al mondo dei food blog. I siti raccontano oltre 100 anni di storia dei marchi italiani e 80 anni di esperienza Mataluni, presentando i leggendari Caroselli, i manifesti pubblicitari dell'epoca, i prodotti e le caratteristiche del packaging prodotto dal

Centro di ricerca dell'industria olearia (Criol).

A partire da Dante, l'olio ideato a Genova da “Giacomo Costa fu Andrea” nel 1898, quando iniziarono a partire le prime spedizioni dirette in Nord America, Argentina e Australia, paesi nei quali il consistente flusso di emigrati italiani generava una importante domanda di prodotti alimentari nazionali. La necessità di trasportare rapidamente i propri prodotti, indusse Giacomo Costa prima a procurarsi navi da carico usate e poi a farle costruire direttamente, dando vita a quella che diventerà la flotta della Costa Crociere. E non solo.

Spostandosi facilmente da un sito all'altro, grazie al menu “Brand Oleifici Mataluni” posizionato nella parte alta della home page, troviamo l'inconfondibile lattina blu di Topazio, nato dall'esperienza di una delle storiche industrie olearie italiane, la Chiari & Forti di Silea (Treviso); i Caroselli di Bice Valori per Oio, in onda sulla Rai dal 1964 al 1969, e del “cuoco sopraffino” Peppino de Filippo per Dante; la reclame di Olita, il marchio con la forchetta a tre punte ideato dall'azienda alimentare Star, con il famoso slogan “L'Olita mio”. Inoltre, in occasione del lancio del portale, è stato presentato anche il sito di Olio Vero, il primo marchio della famiglia Mataluni, nato negli anni '60 dall'intuizione dell'Avvocato Giuseppe Mataluni, figlio del fondatore e padre di Biagio, attuale Presidente del complesso agroindustriale oleario di Montesarchio (Benevento).

La veste gestionale e grafica dei nuovi spazi web, realizzata da Core e Pixsael ICT Solution - agenzie sannite specializzate nello sviluppo e realizzazione di sistemi informativi - in collaborazione con l'Area Comunicazione e l'Ufficio Grafico degli Oleifici Mataluni, richiama lo stile minimal ed i colori che contraddistinguono i singoli brand. Nel corpo superiore delle pagine, trova spazio il menu generale da cui si accede alle informazioni sul marchio e sull'azienda, alla vetrina prodotti con le schede nutrizionali realizzate dal Criol, all'area stampa, media e alla sezione salute. In particolare, cliccando su “media” si accede ad un pannello multimediale, con la possibilità di visualizzare e scaricare la rassegna degli articoli giornalistici, immagini, spot, interviste, manifesti storici e video.