

Dopo 25 anni Olio Dante torna italiano

Il gruppo Mataluni lo compra per 30 milioni dalla spagnola SOS

GIORGIO LONARDI

MILANO — Dopo un quarto di secolo l'Olio Dante torna ad essere italiano. A comprare per 30 milioni lo storico marchio lanciato nel 1854 in Liguria da Giacomo Costa è stato il Gruppo Mataluni di Montesarchio (Benevento). L'azienda guidata da Biagio Mataluni, numero uno italiano del settore oleario con 300 milioni di fatturato, ha acquistato l'Olio Dante dal colosso spagnolo SOS che fa capo alla famiglia Salazar Bello. Già a partire da questo mese la produzione dell'Olio Dante sarà spostata dallo stabilimento di Inveruno a quello di Montesarchio.

In realtà gli aspetti più interessanti dell'operazione sono due. Il primo riguarda le olive utilizzate che oggi sono per il 70% spagnole. «L'operazione di riportare in Italia il marchio e la relativa produzione», dice Biagio Mataluni, «avrà un forte impatto sul mondo oleicolo nazionale rappresentando una boccata d'ossigeno per i produttori e l'intera filiera del nostro paese e ciò avverrà caratterizzando questo prodotto non come comunitario, ma al 100% italiano».

Il secondo aspetto riguarda la concorrenza. Nel 1985 Unilever aveva acquistato l'Olio Dante dall'oleificio Giacomo Costa creando un «polo» che comprendeva i brand più forti del settore da Bertolli a Carapelli, da Sasso a San Giorgio. Una concentrazione senza paragoni, dunque, che nella primavera del 2008 è stata ceduta a SOS per poco meno di un miliardo di euro.

Adesso la palla passa a Mataluni che già oggi è il più grande produttore mondiale di oli alimentari in «private label» per conto di 187 marchi di tutti il mondo. Grazie ad Olio Dante che rappresenta il 15% del mercato nazionale per un totale di 10 milioni di litri si apre in Italia (e anche all'estero) una bella partita con SOS giocata all'insegna della concorrenza. I Mataluni, infatti, fanno sapere di avere pronto nel cassetto un bel piano di marketing per rilanciare l'Olio Dante.



LA STORIA

L'olio Dante è stato lanciato in Liguria nel 1854 da Giacomo Costa. Era spagnolo da 25 anni



GLI SPOT

La pubblicità e i caroselli con Peppino De Filippo e Stanlio e Ollio contribuirono a far crescere le vendite

