

OPERAZIONE DA 30 MILIONI CON GLI SPAGNOLI DI SOS CUETARA

L'Olio Dante torna a parlare italiano

Il gruppo Mataluni fa shopping a Madrid

FABIO POZZO
TORINO

Olio Dante adìòs. Torna a parlare italiano il marchio storico dell'agroalimentare. Gli spagnoli della Sos Cueta-
ra lo hanno ceduto, per 30 milioni di euro, al gruppo Mataluni di Benevento, che con questa operazione (sostenuta da Unicredit, Intesa Sanpaolo e Bnl-Bnp) incassa anche altre undici etichette, già appartenute all'azienda ligure Minerva Alimentare, tra i quali Minerva e Lupi.

Un ritorno che parte da lontano. Dall'Ottocento, quan-

Il presidente assicura:

**«Sarà un prodotto
realizzato al 100%**

con olive made in Italy»

do Giacomo Costa, famiglia genovese non ancora votata alle crociere, fonda una piccola impresa, la Giacomo Costa fu Andrea, e inizia a commerciare dalla Sardegna alla Liguria olio d'oliva, esportandolo soprattutto in America. Anzi, «Lamerica» dei paisà emigrati. Nel 1985 l'olio Dante cambia lingua: diventa della multinazionale anglo-olandese Unilever, che rileva il marchio dalla Ioi della famiglia Costa, insieme con l'impianto Inveruno, in provincia di Milano. Nel 2008, ancora una nuova bandiera: l'Olio Dante passa per



Una pubblicità d'antan dell'Olio Dante

630 milioni di euro al gruppo madrilenno Sos Ceutara dei fratelli Jesus e Raul Jaime Salazar Bello, insieme ad altri marchi italiani come Bertolli (con licenza solo per olio e aceto), Maya, San Giorgio.

Adesso, il disimpegno di Madrid. Il gruppo Mataluni, che è il più grande complesso industriale oleario italiano (con marchi come Topazio, Io, Gico) è intenzionato a rivestire l'Olio Dante con i colori di un prodotto interamente made in Italy (e non comunitario). «Sarà realizzato interamente con olive italiane» assicura il presidente Biagio Mata-

luni. «Questa operazione non è solo di tipo finanziario e commerciale, ma rientra in un piano più ampio e si propone di rilanciare il made in Italy nel segmento dell'industria olearia».

Tale acquisizione, secondo Mataluni, riequilibrerà anche il mercato internazionale, contribuendo ad abbassare l'import italiano di oltre il 15% (dal 18%). E, naturalmente, andrà a riassettare le quote di mercato dello stesso gruppo beneventano: l'Olio Dante rappresenta da solo circa il 15% delle vendite nazionali dell'olio d'oliva, con circa 10 milioni di litri all'anno.

300

milioni

Il fatturato
del gruppo
Mataluni
di Benevento

1854

le origini

L'Olio Dante
è lanciato
dalla famiglia
Costa