

ACQUISIZIONI L'ETICHETTA AL GRUPPO MATALUNI

L'olio Dante si sposa con Topazio

Affare ormai fatto tra la spagnola Sos Cuetara, leader mondiale nell'olio d'oliva, e il gruppo campano che nelle scorse settimane ha trattato con gli uomini di Jesus Salazar Bello l'acquisto del marchio Dante. L'olio reso celebre dal Carosello con Paolo Panelli e Bice Valori finirà, infatti, nel portafoglio della Mataluni di Montesarchio (Benevento). Cioè il produttore dell'olio Vero, noto anche per aver rilevato in passato dalla Malgara Chiari & Forti i brand Topazio, Oio e Gico. Gli spagnoli avevano deciso di cedere una parte delle attività raggruppate attorno a Bertolli, il marchio star comprato poco prima di Natale da Unilever Italia cui è stato corrisposto il prezzo di 630 milioni. La scelta era caduta su Dante, circa 25 milioni di ricavi e una quota di mercato del 13,4% nell'olio di oliva (non extravergine) a ridosso di Sasso (16,9%) e davanti a Carapelli (9,6%). Cioè altri due brand già della scuderia spagnola, ma ritenuti irrinunciabili. L'imminente acquisto di Dante porterà a circa 150 milioni la ta-



Jesus Salazar Bello, a capo di Sos Cuetara



glia di ricavi del gruppo Mataluni, nato nel cuore della valle Caudina nel primo dopoguerra e oggi in mano alla terza generazione con il presidente Biagio Mataluni e i fratelli Fabio e Vincenzo. L'azienda è presente in tutta la filiera degli oli di oliva e di semi, inclusi imballaggi in pet e confezionamento. Significativa anche la presenza export sul mercato Usa, consolidata ormai da oltre un decennio. L'operazione è stata negoziata per la Sos Cuetara da Fabio Maccari, il manager plenipotenziario degli spagnoli ora impegnato ad allestire il raggruppamento italiano attorno a Bertolli, Carapelli e Sasso. *D.P. e C.T.*