

L'AZIENDA

VERSIONE DIGITALE DELL'"OLIO DANTE"

## Mataluni sbarca anche nel web

**BENEVENTO.** Forte di un fatturato di 230 milioni di euro al giro di boa con l'anno nuovo, l'olio del Sommo Poeta sbarca sul mobile per condire anche le pietanze dei gourmet digitali. Per Olio Dante il 2013 inizia nel segno del web, dunque, proiettando gli Oleifici Mataluni (marchio che raggruppa 23 brand storici del settore olivicolo nazionale) sempre più nel mondo digitale. Con la versione mobile di Olio Dante, l'azienda di proprietà della famiglia beneventana Mataluni conferma inoltre la vocazione alla ricerca nel settore digital attraverso la creazione di una vera e propria community che punta ad integrare social network e mondo dei food blog. E non solo. Di-

gitando [m.oliodante.com](http://m.oliodante.com) sul proprio telefonino, sarà possibile installare una simpatica app sull'I-phone, in modo da avere Olio Dante sempre a portata di click. L'iniziativa è un'altra tappa del percorso di sviluppo che da alcuni anni sta portando avanti il complesso agroindustriale di Montesarchio per dare nuovo impulso al Made in Italy. Un processo iniziato con l'acquisizione da parte di Biagio Mataluni, oggi presidente di Confindustria Benevento, del marchio Olio Dante fino al 2009 di proprietà del gruppo spagnolo SOS Cuetara che fa capo alla famiglia spagnola di Salazar Bello, continuato con la realizzazione del più grande consorzio olivicolo ita-

liano, Evolio, in collaborazione con Unaprol e, successivamente, con la sottoscrizione di un accordo con Nippon, uno dei più grandi canali di distribuzione, per la commercializzazione del brand in esclusiva per il Giappone. «In pochi anni siamo riusciti come gruppo anche a livello nazionale, dando lavoro ad oltre duecento persone del territorio sviluppando l'intera filiera olearia», afferma Vincenzo Mataluni, amministratore delegato della società. «Con la Coldiretti, per esempio, abbiamo avviato una partnership per valorizzare la produzione italiana dell'olio extravergine di oliva per meglio posizionarci sui mercati», aggiunge.

**Eduardo Cagnazzi**

