

## Intervista a Vincenzo Mataluni, Amministratore Delegato Oleifici Mataluni

### - Olio Dante

MARTEDÌ 26 FEBBRAIO 2013 21:16 | SCRITTO DA REDAZIONE



La redazione è onorata, di poter pubblicare l'intervista concessaci Vincenzo Mataluni, Amministratore Delegato Oleifici Mataluni - Olio Dante

#### 1. Dott. Mataluni, per chi non conosce gli Oleifici Mataluni, e sono pochi, ce lo può presentare?

Gli Oleifici Mataluni, nati nel 1935 a Montesarchio (Benevento) da un piccolo frantoio a dimensione artigianale, rappresentano uno tra i più importanti complessi agroindustriali oleari al mondo. Oggi, con 200 dipendenti per un'età media di 29 anni, un moderno stabilimento che si estende su una superficie di 160 mila mq con impianto di trigenerazione e fotovoltaico, un laboratorio specializzato per il Controllo Qualità ed il Centro di ricerca, gli Oleifici Mataluni si collocano tra i principali produttori di oli alimentari nello scenario internazionale, producono in private label oli per aziende leader della Grande Distribuzione Organizzata e raggruppano 23 marchi storici, tra cui Olio Dante, Topazio, Olita, OiO, GiCo, Lupi, Minerva e Vero.

#### 2. L'Oleificio è nato quindi in una piccola realtà rurale qual è la provincia di Benevento, ma è divenuto nel tempo un fiore all'occhiello del comparto agroalimentare italiano, a cosa si deve questo successo?

Il successo è stato determinato principalmente da tre fattori: la creazione di una filiera integrata all'interno del nostro complesso agroindustriale oleario; una politica aziendale basata sulla sostenibilità e sulla ricerca; la valorizzazione dei giovani del territorio.

#### 3. Gli Oleifici Mataluni hanno da sempre orientato la propria attività verso la qualità del prodotto oltre che del processo, anche quando non era obbligatorio, una scelta che ha premiato?

La vocazione degli Oleifici Mataluni è sempre stata orientata alla ricerca. La prova più tangibile è il Criol, il nostro Centro di ricerca per lo sviluppo di materie olearie e packaging innovativo, nato nel 2001 e riconosciuto nel 2010 dal Miur. Proprio grazie alle attività dei nostri ricercatori, abbiamo lanciato il nuovo Olio Extravergine Dante in PET, contraddistinto dal logo "Sostieni la Natura". Il packaging in PET, ideato e prodotto in azienda, grazie al colore schermante ed al particolare spessore della bottiglia, studiata per garantire la migliore barriera all'ossigeno e alla luce, consente di preservare le stesse caratteristiche organolettiche e nutrizionali dell'olio conservato in vetro. Aspetti positivi soprattutto in termini di sostenibilità ambientale. L'obiettivo è offrire ai consumatori più esigenti un packaging più leggero, più pratico e 100% riciclabile, e diversificare la linea di Olio Dante, arricchita da prodotti vitaminizzati come Olio Extravergine "Condisano" con vitamina D, e la gamma completa di Oli di Semi "Vitaminizzati" con aggiunta di vitamina E e vitamina B6.

#### 4. Cosa ne pensa del nuovo decreto che ha approvato alla fine dello scorso anno la commissione agricoltura della Camera?

Il decreto sviluppo approvato dalla Camera rappresenta un segnale forte per la tutela del Made in Italy ed un valido sostegno alle imprese, che si impegnano costantemente a garantire prodotti di alta qualità. Trovo particolarmente interessante l'introduzione del limite di 30 ppm di alchil esteri totali, in quanto garantisce e differenzia ancora di più gli oli italiani rispetto a quelli stranieri. Tuttavia, senza un adeguato accompagnamento istituzionale con una campagna di comunicazione lanciata dal Governo per formare e sensibilizzare i consumatori, che troppo spesso ignorano anche la differenza tra un olio italiano ed un olio comunitario, credo che sarà difficile raggiungere risultati concreti.

#### 5. I dati ci mostrano come il comparto oleario sia sempre oggetto di illeciti (contraffazione, adulterazione, sofisticazione), come è possibile secondo lei contrastare tale fenomeno tutelando i consumatori?

Sicuramente uno dei modi per contrastare il perpetrarsi degli illeciti è rappresentato dalla disponibilità dei produttori, dei confezionatori e delle industrie in generale, a collaborare con gli organi di controllo. L'apertura delle industrie agli strumenti ispettivi ed analitici delle autorità di competenza rappresentano un valido strumento per isolare chi lavora truffando sia i consumatori che i tanti imprenditori che fanno della

26 Febbraio 2013

www.frodialimentari.it



serietà, della qualità e della trasparenza i loro punti di forza. Da parte nostra, inoltre, abbiamo avviato un confronto serio e costruttivo con il mondo dei consumeristi, aprendo le porte dell'azienda ai rappresentanti dei consumatori ed invitandoli a comunicarci le azioni da portare avanti per formare e sensibilizzare le nuove generazioni.

#### **6. Cosa ne pensa dell'olio deodorato?**

La deodorazione è una tecnologia illecita da contrastare fortemente. A me risulta una pratica adoperata soprattutto all'estero, nei Paesi dove c'è la necessità di migliorare oli con difetti organolettici, in particolare difetti olfattivi, attraverso raffinazioni condotte in condizioni controllate, tali da non far modificare i parametri di genuinità degli oli extra vergini di oliva. L'introduzione di metodiche analitiche, quali quella degli alchil esteri, delle pirofeofitine, degli 1,2 digliceridi, danno un valido contributo alla tutela della genuinità degli oli extra vergini di oliva.

#### **7. Secondo la sua esperienza le forze di polizia chiamate al controllo nel settore alimentare ed agroalimentare, hanno sufficiente campo d'azione? Esiste la possibilità di una maggiore collaborazione con le imprese per contrastare il fenomeno delle frodi?**

Il lavoro svolto dalle forze di polizia, nel corso soprattutto degli ultimi anni, ha portato alla luce numerose attività fraudolente nel settore oleario-olivicolo, smascherando milioni di tonnellate di "finto" extra vergine pronte per essere distribuite agli ignari consumatori. Attualmente, le forze dell'ordine chiamate ad intervenire nel settore alimentare sono sempre più qualificate e competenti, ed il loro lavoro contribuisce in maniera significativa a contrastare ogni genere di illecito. Sento però la necessità di un sistema maggiormente collaborativo tra produzione, distribuzione ed industria da una parte, ed istituzioni e media dall'altra, per combattere tutti quei fenomeni di contraffazione della qualità e della provenienza dell'olio extra vergine. Fenomeni che trovano terreno fertile proprio quando le famiglie hanno meno potere di acquisto. Bisogna fare sistema e mettere in relazione sul territorio le attività produttive con quelle repressive e di controllo. Mai come in questo momento, c'è bisogno del giusto dialogo tra tutti gli attori per considerare le esigenze di produttori ed aziende in tema di qualità ed etica. Da parte sua, la distribuzione deve aiutarci a difendere un prezzo che sia soddisfacente per tutti.

#### **8. Frodialimentari.it, sin dalla sua costituzione collabora per la realizzazione di un rapporto sulle frodi, in tale lavoro tendiamo a dare voce anche alle imprese, per cercare di evidenziare come le aziende che compiono illeciti sono una piccola parte, l'azienda da lei presieduta cosa fa per combattere il sistema degli illeciti?**

Una delle strategie aziendali scelte per combattere il sistema degli illeciti è rappresentata dalla selezione dei fornitori, i quali, a loro volta, sono chiamati periodicamente a rispondere, per mezzo di verifiche interne, ai nostri standard di qualità, genuinità ed igienicità ben più restrittivi rispetto a quelli imposti dalle normative vigenti. Per garantire ai nostri clienti un prodotto di alta qualità ed un severo sistema di rintracciabilità, abbiamo siglato un accordo commerciale con il sistema produttivo Coldiretti. Un accordo che, oltre a rappresentare un'ulteriore tutela per il Made in Italy, garantisce ai nostri clienti prodotti di sicura origine e affidabilità. Basti pensare al Consorzio Evolio, che abbiamo costituito con Unaprol. Un grande progetto di filiera, che unisce olivicoltori e produttori oleari con l'obiettivo comune di valorizzare solo il meglio delle produzioni italiane. L'Olio Lupi con il marchio "I.O.O.% Qualità Italiana", proviene da una filiera certificata e interamente italiana che consente anche ai piccoli produttori di affacciarsi sul mercato. Il consumatore deve imparare a riconoscere la qualità dell'olio 100% italiano da quella dell'olio di origine comunitaria, scegliendo in base alle varie tipologie che trova sul mercato ed in base al proprio potere di acquisto. Proprio per questo motivo, abbiamo aderito un anno fa all'invito lanciato a Verona dal Ministro delle Politiche Agricole, scrivendo l'origine di provenienza dei nostri prodotti a chiare lettere e ben in evidenza sul fronte della nostra nuova bottiglia in vetro, e non solo nella retro etichetta.

#### **9. Secondo la sua esperienza, quali devono essere le politiche per il rilancio dell'agricoltura, e quali i temi non trattati nella nuova PAC?**

La Pac approvata soddisfa le politiche nazionali ma a mio avviso non risponde ad un progetto di integrazione continentale e di sviluppo comunitario. Si è persa, secondo me, l'occasione per rinnovare la PAC, ovvero dare un taglio diverso ai pagamenti e orientare lo sviluppo agricolo verso il recupero di un ruolo prioritario, soprattutto in un momento di crisi. Bisognerebbe puntare maggiormente su misure ed aiuti diretti all'agricoltore e alle organizzazioni di produttori, attraverso politiche tese a sostenere l'innovazione e la ricerca, investimenti mirati a migliorare i trasporti e le tecnologie produttive, oltre che a salvaguardare il territorio e la superficie agraria. E tutto ciò puntando su una agricoltura differenziata e diversificata da regione a regione, in base alla storia produttiva dei singoli paesi.

#### **10. Quali sono i vostri rapporti con il mondo dei consumatori?**

Nell'ambito delle nostre attività di comunicazione, cerchiamo di agire sull'interesse attivo dei consumatori, sensibilizzando soprattutto le giovani generazioni sull'importanza di una sana alimentazione e considerando la cucina come un elemento di grande socializzazione per le famiglie. Proprio per questo motivo, abbiamo sviluppato un network di food blog in grado di interagire con blogger ed utenti, e di condividere i valori del brand. In questo modo, prende forma una evoluzione della comunicazione che parte da relazioni sostenibili e riesce a dare voce ai responsabili di acquisto, che partecipano attivamente alla realizzazione dei processi di produzione e promozione dei nostri prodotti. Recentemente, abbiamo lanciato anche il nuovo portale, il sito e-commerce dantestore.com ed il sito mobile che, insieme ai social network, fa parte di un progetto digitale molto più ampio. Basti pensare alla rubrica "Salute e Benessere" curata ogni settimana dai nostri ricercatori sul sito di Olio Dante e dedicata proprio alla sana alimentazione. Inoltre, continuano in tutta Italia le attività didattiche del "Laboratorio del Gusto", un'esperienza sensoriale unica nel mondo dell'olio extra vergine di oliva, alla scoperta delle sue qualità gustative e olfattive per affrontare in modo più consapevole la scelta dei prodotti alimentari.