

attualità



## SOCIOLOGO AL VERTICE

Biagio Mataluni, 48 anni, una laurea in sociologia della comunicazione, ha preso le redini del gruppo di famiglia nel 1980, portandolo da impresa artigianale ad azienda industriale che nello stabilimento produttivo di Montesarchio, in provincia di Benevento, produce oli alimentari per 200 marchi di private label e per 15 brand di proprietà come Dante, Topazio, Oio e Lupi.

■ Vive a Montesarchio, in provincia di Benevento, ma è un fan del ministro delle Politiche agricole Luca Zaia. Fa l'industriale da 30 anni, ma ringrazia l'operato delle banche. È laureato in sociologia della comunicazione, ma il suo business è produrre e vendere olio made in Italy in tutto il mondo. Contraddizioni (apparenti) che hanno spinto lo scorso aprile Biagio Mataluni, presidente del gruppo **Mataluni oleifici**, a riportare in Italia dopo 25 anni un marchio prestigioso come l'olio d'oliva Dante che d'ora in poi sarà prodotto solo con olive nazionali.

Un omaggio al sommo poeta, ma anche ai consumatori e alla norma voluta da Zaia, che ha imposto d'indicare in etichetta la tracciabilità della filiera produttiva, dando così un po' d'ossigeno ai nostri olivicoltori. Senza dimenticare il business: la sua cittadella dell'olio a Montesarchio ha incrementato i volumi produttivi del 20%, a 120 milioni di litri, mentre il fatturato 2009 crescerà a 250 milioni di euro e serviranno altre due linee per imbottigliare Dante e gli altri 11 marchi acquisiti dagli spagnoli di Sos Cuetera per 30 milioni di euro.

Ma il futuro dell'olivicoltura è nella concentrazione e nella qualità, le sole vie per riuscire ad abbattere quel 30% in più di costo dell'olio nazionale rispetto a quello iberico e greco.

**Quindi, dopo Dante nell'olio d'oliva e Topazio e Oio nei semi, è interessato a nuove acquisizioni?**

Sul fronte dei marchi la nostra crescita è già stata completata, altrimenti temo ci potrebbero essere delle sovrapposizioni. Invece, dobbiamo continuare a crescere sul fronte industriale e per questo stiamo realizzando un altro impianto di

## COSÌ SPREMERÒ IL SOMMO POETA

**ALIMENTARE** Dopo aver riportato in Italia l'olio Dante, Biagio Mataluni ora punta su un nuovo impianto per le olive campane. E a un fatturato di 300 milioni di euro.

di Mikol Belluzzi



raffinazione per ottimizzare la raccolta dai produttori campani.

**Si tratta di investimenti importanti: non sentite il problema del credit crunch con le banche?**

Assolutamente, anzi io le banche le voglio ringraziare e soprattutto Unicredit, che segue da sempre il mio gruppo, e ha fatto da arranger con Intesa e Bnl nell'operazione da 30 milioni di euro per rilevare l'extravergine Dante.

**E con gli spagnoli com'è andata?**

Con loro è stato tutto molto semplice: niente gara, ma trattativa diretta. Conoscevo il gruppo Sos da molti anni perché siamo stati loro partner produttivi e sono quasi convinto che gli spagnoli abbiano fatto in modo che questi marchi tornassero in mani italiane...

**E quindi prodotti con olive italiane...**

Mi sembrerebbe assurdo riprodurre in etichetta l'effigie di Dante, poeta italiano per eccellenza, e poi produrre l'olio con olive spagnole. Ma non è solo una questione di orgoglio nazionalista, credo sia anche un ottimo veicolo di marketing sia da noi che all'estero. E poi c'è anche la nuova norma sulla tracciabilità.

**Che cosa ne pensa della legge e del ministro Zaia?**

Ritengo che la norma sia una boccata d'ossigeno per il settore e che il ministro abbia dato al mercato un'opportunità di chiarezza: direi che Zaia sta lavorando dalla mia parte, da quella dei consumatori e dei coltivatori.

**Luna di miele con banche e governo. Ma c'è qualcosa che non va?**

Le infrastrutture. Non è facile lavorare nella provincia di Benevento con queste strade. Ma per il resto, abbiamo deciso di integrarci verticalmente per avere meno problemi possibili.

**Può spiegarsi meglio?**

Vent'anni fa ho deciso di entrare nel settore delle private label: questo ha consentito al mio gruppo di raggiungere grandi dimensioni e di ampliare lo stabilimento che ora si estende su un'area di 150 mila metri quadrati. E qui abbiamo centralizzato tutto: dal frantoio alla raffinazione, dalla plastica delle bottiglie al cartone per l'imballaggio, alla stampa delle etichette. Abbiamo anche una flotta di 50 tir per le consegne. E poi c'è il laboratorio, il nostro fiore all'occhiello.

**Fate ricerca sull'olio?**

Non solo, nel centro ci sono 10 giovani universitari che, oltre all'attività di innovazione, lavorano molto alla corretta applicazione della plastica all'olio: abbiamo anche creato un particolare polimero che ha fatto la nostra fortuna.

**La sua fortuna sta nella plastica?**

Diciamo che ho costruito il mio gruppo sulle bottiglie di plastica per l'olio: vent'anni fa in Giappone avevo visto qualcosa del genere, ma poi è stata l'esplosione delle vendite di acqua minerale nel Pet che mi ha spinto a proporre quest'innovazione anche nell'olio di semi.

**Ed è stato un successo?**

Il Pet costa meno della metà della lattina e i produttori si sono subito adeguati, prima all'estero, dove esportavamo il 70-80% del prodotto, e poi anche in Italia, che ora vale il 65% del fatturato.

**A proposito di ricavi, che previsioni avete per il 2009?**

Chiuderemo a 250 milioni di euro, che diventeranno 300 nel 2010.

**Siete pronti per la Borsa...**

In azienda lavora tutta la mia famiglia: fratelli, figli e mia moglie è il direttore finanziario. Quindi, mi basta lei, non ho proprio bisogno della Borsa.

1954



L'olio Dante, ideato dal commerciante ligure Giacomo Costa, è stato uno dei primi prodotti alimentari a investire in pubblicità.

1959



Dante è stato anche uno dei primi marchi a essere promossi attraverso Carosello, con gli storici spot girati da Peppino De Filippo.

1967



**UN MILIONE PER IL RILANCIO**

Non ha fatto in tempo a tornare in mani italiane che l'olio Dante ha ripreso le sue antiche sembianze, riproponendo la storica etichetta con il profilo di Dante Alighieri, ma con un nuovo design della bottiglia. In concomitanza è partita una campagna tivù firmata dal regista Gianni Luciano e dal creativo Giovanni Madonna da oltre un milione di euro.