

Mataluni, dopo aver rilevato il marchio Dante, lancia il patto di filiera sul prezzo

L'olio venduto a cinque euro

Un prezzo minimo, per remunerare gli agricoltori

DI ANDREA SETTEFONTI

Da poco più di un anno ha riportato a casa il marchio Dante, nome storico dell'olio italiano, dopo la parentesi spagnola nelle mani del gruppo Sos Quetara. Qualche mese prima aveva acquisito dalla Chiari&Forti, Oio, Topazio e Gico. Biagio Mataluni, amministratore delegato del gruppo Mataluni di Benevento, è riuscito a creare un polo dell'olio italiano. *ItaliaOggi* lo ha incontrato al Cibus di Parma dove l'imprenditore campano lancia l'idea per un grande patto tra produttori e distribuzione. «Occorre un patto tra mondo agricolo, industria e stakeholder della distribuzione, c'è da fare squadra per avere un prezzo di mercato che sia remunerativo per tutta la filiera». Mataluni parla di cinque euro a bottiglia come prezzo minimo per l'extra-vergione di oliva. «Questo ci consentirebbe di dare la giusta remunerazione al mondo agricolo e al tempo stesso avere un prezzo equo sullo scaffale per un olio di qualità. Se si riuscisse a fare squadra si potrebbero contrastare i prezzi bassi che si trovano nella gdo. Occorre dialogo, occorre un patto».

Dopo oltre trent'anni di produzione di olio d'oliva come private label, il gruppo Mataluni è cresciuto, ha raggiunto volumi e fatturati importanti, 280 milioni nel 2009, tanto da arrivare all'acquisto di marchi famosi come Dante, Topazio e Oio. «Oggi Dante è un olio al 100% ita-

liano, con un nome e un simboli italiani la scelta non poteva che essere in termini di italianità del prodotto. Certo l'olio italiano non è competi-

vo in termini economici rispetto ad altre produzioni del Mediterraneo. Ma quello su cui dobbiamo fare leva è la qualità del made in Italy, dobbiamo dare forza alla tipicità». Biagio Mataluni è ottimista.

«L'olio italiano ha grandi potenzialità inespresse. Oggi le richieste sono in crescita, ma la filiera italiana non è pronta ad affrontare le richieste di export. Solo se si riesce a fare squadra si può competere sui mercati esteri». Con olio Dante, Mataluni ha riportato in Italia altri 11 marchi appartenenti alla famosa azienda ligure «Minerva Agricola Alimentare» tra cui anche le storiche etichette Minerva e Lupi presenti da oltre 50 anni sui mercati internazionali.

—© Riproduzione riservata—



Biagio Mataluni, 49 anni, una laurea in sociologia della comunicazione, è alla guida del gruppo di famiglia dal 1980. Fondata nel 1934 dal nonno Biagio, l'industria olearia Mataluni di Montesarchio (Bn), è passata da azienda artigiana a vera e propria industria negli ultimi trent'anni. Nel corso del 2007 il gruppo ha iniziato la commercializzazione di marchi propri determinando un accorciamento

della filiera e ha avviato un processo di acquisizione iniziato con Topazio e Oio, per arrivare a Dante. L'azienda conta 150 dipendenti, un fatturato di 280 milioni di euro, 150 dei quali da private label e una quota di export del 40%.