



Cibus 2010

Olio Dante valorizza l'italianità e incentiva la cooperazione di filiera

Ugo Stella

24 Giugno 2010

Olio Dante, ovvero il gruppo sannita Mataluni che l'anno scorso ha rilevato lo storico brand italiano dalla spagnola Sos, ha puntato in modo deciso sulla valorizzazione del prodotto "100% italiano". Lo evidenzia la campagna comunicazionale in corso con la bottiglia di Olio Dante e la relativa dicitura in evidenza sull'etichetta.

Il presidente **Biagio Mataluni** (in foto) spiega che in epoca di globalizzazione occorre puntare con decisione sull'italianità dei prodotti, ma anche sulla cooperazione, fra i vari elementi della filiera dell'olio. Occorre avere, insomma, una visione complessiva dell'economia di settore, altrimenti non c'è possibilità di resistere alla globalizzazione. "Alla filiera dico: mettamoci intorno a un tavolo per discutere di ruoli, disciplinari e giusti ricarichi. È meglio pagare qualche cosa in più i coltivatori e mantenere in vita la produzione nazionale, che è senzaltro il vero vantaggio competitivo, piuttosto che mettersi a ricorrere sul prezzo al consumatore, con promozioni a poco più di 3 euro. Anzi, le promozioni sono da regolamentare ed è da alleggerire la certificazione di italianità, non per ridurre i controlli, ma per renderla più accessibile".

The screenshot shows the GDOWEEK website interface. At the top, there's a navigation bar with 'GDOWEEK' logo and search options. Below it, a main banner reads 'L'aggiornamento puntuale sui temi dell'Energia e dell'Ambiente'. The main content area features several news snippets:

- Il successo di Topshop a Broadway**: Article about the retail chain's expansion.
- ADT supporta una guida alle nuove regole su videosorveglianza e privacy**: News about ADT's support for privacy regulations.
- Il nuovo format democratico di Profumete Liment**: Article about a new retail format.
- Facebook lancia Flyer, nuovo strumento di comunicazione**: News about Facebook's new communication tool.
- Sainsbury's in Uk nel primo trimestre cresce poco sopra alla media**: Financial news about Sainsbury's.
- Media Saturn lancerà la sua prima linea private label**: News about Media Saturn's private label line.
- Tesco: crescita sotto dell'1,1% nel trimestre terminato il 29 maggio**: Financial news about Tesco's performance.
- Commercio: la Linc insegna come girare i "centri"**: Article about retail strategies.

 On the right side, there are several advertisements, including 'EXQUISA 100 anni di esperienza', 'europarlamento24', and 'BRANDS AWARDS 10'. At the bottom, there's a 'tendence' logo and a small red box with text: 'Olio Dante valorizza l'italianità e incentiva la cooperazione di filiera'.