Scritto da Red.
Lunedì 03 Aprile 2023 09:10



SAN MICHELE DI SERINO – Un nuovo inizio che parte dalle origini: lo storico marchio “Olio Basso” lancia il restyling dedicato ai valori dell’appartenenza, dall’Irpinia alla famiglia. Ma anche ad un 2023 all’insegna dell’ottimismo, in risposta alle richieste dei consumatori dopo le restrizioni legate alla pandemia e alla crisi internazionale.

Tante le novità per il marchio irpino per questo inizio di 2023. Nuovo packaging, presenza nazionale ed internazionale a tantissime fiere di settore, il contest “O-live!” lanciato proprio in questi giorni in numerosi supermercati italiani: si tratta di un concorso che mette in palio voucher del valore di duecento euro ciascuno da utilizzare per acquistare ticket d’ingresso per uno spettacolo teatrale, un concerto o un evento sportivo. Si potrà partecipare in due modalità diverse: la prima – modalità instant win - attraverso l’acquisto di uno dei prodotti della linea Olio Basso inseriti nella promozione - Olio di oliva, Olio Extra Vergine di oliva italiano, Olio Extra Vergine di oliva classico, Olio Extra Vergine di oliva non filtrato – con possibilità di vincere immediatamente i voucher attraverso lo scontrino e collegandosi al sito www.oliobasso.com. Ma si potrà vincere anche attraverso un’estrazione che si terrà al termine del concorso tra tutti coloro che si sono registrati sul sito web aziendale compilando l’apposito form. Non è casuale la scelta dei premi; Olio Basso vuole così promuovere la cultura, l’intrattenimento, il divertimento.

“Veniamo da anni di restrizioni e limitazioni – afferma il presidente del Cda Fabrizio Basso – e si registra un desiderio di evasione, di condivisione, di ritornare a quella normalità che il Covid aveva spazzato via. Ecco perché sostengo che il 2022 sia stato un anno difficile, ma comunque ricco di opportunità, tanto che abbiamo registrato un importante incremento di fatturato. Ovviamente il contesto internazionale non ci ha aiutato con il divampare del conflitto in Ucraina e l’aumento vertiginoso dei costi delle materie prime. Nello specifico per noi la situazione è stata ancor più complessa, se si considera che alcune materie prime di determinati prodotti in gamma

provengono proprio dai Paesi coinvolti nella guerra. Non ci siamo scoraggiati e, anzi, abbiamo pensato di aggredire questa nuova ondata di difficoltà attraverso iniziative aziendali mirate, tra queste il nuovo packaging e la presenza più performante alle fiere di settore. Devo dire che abbiamo avuto ragione perché siamo riusciti anche questa volta a venirne fuori con forza. Le prospettive per l'anno in corso sono certamente di crescita, grazie anche ad una rinnovata voglia da parte dei consumatori di stare in compagnia, fuori casa. Proprio a questo proposito stiamo lavorando anche ad un importante progetto Ho.Re.Ca con una mirata strategia aziendale. Non a caso, per il nostro nuovo packaging abbiamo puntato sui colori, sull'allegria, sulla dinamicità dei nostri prodotti che si presentano oggi più freschi ed accattivanti".

Il restyling parte dalle origini, dall'oliva, il frutto da cui tutto parte, per riaffermare con fierezza le origini e i valori dell'Irpinia, un luogo ricco di storia e di natura dove la bellezza non è esibita perché parla da sé, ma anche per sottolineare l'importanza della semplicità, un'arte che va difesa perché dove c'è semplicità c'è anche onestà, coraggio, empatia. E l'olio diventa l'essenza di queste qualità.

Quattro le linee di "Olio Basso" – "Gli Extra Vergine", "I Vivaci", "Gli aromatizzati" e "Frittò" - studiate per rispondere ad un approccio aziendale moderno e al passo con i tempi, vicino alle esigenze dei consumatori, promuovendo uno stile di vita sano attraverso la qualità indiscutibile delle sue produzioni.

FOTO nuovo pack