

## Le imprese campane – 1

Sabino Basso leader per l'export in Russia, Usa e in tutti i paesi asiatici

# L'elisir delle olive: olio e cosmetici nel mondo

## Goffredo Locatelli

Per scovare dove si nasconde occorre far ricorso a una mappa che conduca a Shangri-la. Non quella descritta nel 1933 da James Hilton nel romanzo "Orizzonte perduto". La Shangri-La di cui vi parlo è collocata ai piedi del monte Terminio, nella Valle del Sabato, sulla riva destra del fiume omonimo, in prossimità della confluenza del rio Finestrelle. E' San Michele di Serino l'ombelico del mondo di Sabino Basso. Vengono a toccarlo col dito russi, giapponesi, cinesi, malesi, coreani, canadesi perché l'olio che produce è un olio che si lecca. Ma qui nessuno lo sa. Nessuno se ne accorge. Non fa notizia. Invece questo cinquantenne esuberante che mi sta di fronte ha una molla che non si ferma mai. Basta poco per capire che guardare avanti fa parte del suo Dna: imbottiglia un fiume di olio che dall'Irpinia finisce negli ipermercati di Singapore, Shanghai, Tokio, New York, Mosca...

Tremolio di pioppi verso l'argine, brontolio di temporali: che tristezza la terra dell'osso quando piove. Dagli uffici lindi e pinti della Basso Fedele & Figli si vide il cielo incappucciato. Per fortuna il titolare si presenta allegro. "Ho un brutto rapporto con il letto, - dice - salto giù alle cinque di mattina. Sono stato educato al lavoro, è una calamita che mi tira". Lo tira dall'età di sette anni, quando il padre lo buttò nell'olio senza troppe storie. Primo di tre figli, lavorò e si diplomò perito agrario, ma per non fare l'operaio a vita col genitore, s'iscrisse alla facoltà di Agraria, a Portici. Mentre ascolto l'amarcord, guardo le sue cose sul tavolo: la foto dei figli Fabrizio e Federico, della moglie Paola, che insegna scienze ad Avellino, e quella del vecchio Padre Pio incorniciato alla parete. Mi spiega che la devozione al cappuccino di Pietrelcina ha un preciso motivo: il padre Fedele, malato e dato per spacciato dai medici, fu inspiegabilmente miracolato ed è ancora in vita.

L'oleificio Basso nasce nel 1904, col bisnonno di Sabino. "Quando io ne presi le redini, dopo la laurea, mio padre non mi consegnò una grande azienda ma una grande credibilità verso i fornitori. E grazie a quella oggi produco 30 milioni di bottiglie d'olio che esporto in una ottantina di paesi". L'impianto industriale si sviluppa su 12mila metri e ha una capacità produttiva di 600mila litri al giorno. Per visitarlo, m'infilano un camice e una cuffia bianchi. La responsabile della qualità, Maria Sicuranza, una tecnologa alimentare qui da 15 anni, mi spiega che i clienti dei private label sono straordinariamente esigenti e richiedono procedure rigide sul controllo dei processi produttivi e della sicurezza alimentare. "Facciamo dieci controlli al giorno - dice - ma si parte da lontano, dal palato di dodici assaggiatori d'olio a tempo pieno". Sabino aggiunge il resto estraendo dalla memoria il suo primo viaggio, nel 1985. "Con una valigia di cartone andai a vendere l'olio d'oliva nel nuovo mondo, New York e Vancouver". Da allora il suo olio ha fatto molta strada: è al primo posto in Malesia, Polonia, Cile, al secondo in Russia e Giappone. "Volevo portare l'azienda all'estero, con i private label ci sono riuscito. Nel 2009, anno della crisi mondiale, siamo cresciuti del 30%, e quest'anno galoppiamo con un altro 24%".

Più fortuna o più bravura? Sorride, Sabino, sorride e ribatte: "La vecchia azienda di mio padre era al centro del paese. A me piace stare al centro del mondo. Sì, mi spinge una grandissima ambizione, oltre all'amore per il mio territorio. Sa qual era l'obiettivo di mia madre? Che io prendessi il diploma. A mio padre bastava pure la

terza media. Invece a 24 anni mi laureai e a 27 sposai una donna cui devo buona parte del successo per la tranquillità che mi trasmette”. Poi si sdoppia. E parla di sé in terza persona: “Se uno entra in azienda alle sei di mattina e ne esce alle 20,30 i risultati arrivano. Se si rispettano i dipendenti e i clienti i risultati arrivano. E sa perché? Perché c’è sempre qualche imprenditore che queste regole non le rispetta”. Per uno che viene dal Sol Levante, San Michele di Serino è il mondo alla fine del mondo. Ma in questo borghetto di 2500 abitanti vengono a comprare l’olio persino i giganti, le multinazionali giapponesi Panasonic e Kikkoman. “Tutti i compratori esteri arrivano qui per vedere chi siamo e come produciamo l’olio. Gli italiani no”. Ma perché da noi il marchio Basso è poco noto? “Perché non faccio più pubblicità. Ho smesso di farla l’11 agosto 1999: fui vittima di un attentato dopo una campagna di comunicazione su Canale 5 e Rete Quattro. Da allora mi sto zitto. Però se va in Russia trova la mia pubblicità sui cartelloni stradali”.

Gli faccio notare che in Italia il mercato dell’olio è in difficoltà e molte aziende hanno chiuso. “E’ vero. Quando ho cominciato io, in Campania c’erano un centinaio di oleifici. Siamo rimasti io e Biagio Mataluni”. E perché i prezzi dell’olio sono alti? Sabino lo nega e controbatte: “Se una persona prende al bar un caffè al giorno, in un anno spende 260 euro. Se invece consuma un litro d’olio d’oliva a settimana, in un anno ne spende 182. Ma se il prezzo aumenta di 50 centesimi non se lo compra più: si aspettano le promozioni o si passa all’olio di semi, più economico”.

Per slargare l’orizzonte, Sabino ha scommesso pure sulla bellezza. E dopo l’olio (Basso Fedele & Figli), il vino (Villa Raiano) e l’energia (Basso Energia) a maggio ha inaugurato la Basso Beauty, una linea di cosmetici a base di olio biologico: saponi, creme antirughe e idratanti che già vende in Russia, Giappone, Australia. “E’ la prima iniziativa del genere realizzata in Campania”. Il prossimo obiettivo? “Cento milioni di fatturato, con più clienti, più mezzi, più mercato”.

Ma che fa, uno che si sveglia alle cinque di mattina, quando stacca la spina? “Leggo storie o biografie di imprenditori. Ho una casa a mare nel Cilento. Di mattina faccio footing e il 7 novembre parteciperò alla maratona di New York. Il mio modello di vita? Provenendo da una famiglia senza tensioni e con un grande affiatamento, uno come me non ha nemici, non litiga mai e saluta tutti. Ma se vuol sapere tutto, per evitare di prenderle sono diventato cintura nera di karate”.

Prima del congedo, Sabino tira fuori l’asso dalla manica e me lo mostra. E’ un asso in carne e ossa. Ed eccoli intorno a lui, per la foto ricordo, gli uomini e le donne che hanno contribuito a far grande ciò che era piccolo. Sulle loro facce c’è la serenità di chi, restando nella terra dell’osso, lavora con un imprenditore che ha costruito una comunità da cui sembra aver bandito, non a norma di legge ma per convinzione comune, tutta una serie di umane debolezze: invidia, avidità, insolenza, adulazione e via discorrendo.

**(Il Mattino, 04 ottobre 2010)**