

Estratto dal libro: Il marketing della moda e del lusso di Romano Cappellari, Carocci - 2008

## **Loison: il lusso del panettone**

Come può essere trasformato il panettone in un prodotto di lusso?

Dario Loison, erede di una dinastia di pasticceri in attività da settant'anni, qualche anno fa si è posto questo interrogativo, quando si è accorto che il mercato dei panettoni nel quale la sua famiglia aveva a lungo prosperato era ormai dominato da poche grandi aziende e che sul mercato di massa non c'era più posto per piccole aziende come la Dolciaria Loison.

Il punto di partenza è rappresentato dalla scelta dei materiali: uvetta sultanina, il miglior burro e non i soliti canditi ma scorze candite di arance di Sicilia e cedro di Diamante di Calabria. Il panettone è poi realizzato secondo il processo tradizionale con la lenta lavorazione naturale che dura ben 72 ore, rinunciando ai sistemi più efficienti utilizzati dalla concorrenza perché ne risentirebbe la morbidezza del prodotto. Il prodotto finito viene poi presentato in eleganti confezioni come scatole in tessuto o in latta che si rinnovano di anno in anno come le collezioni delle aziende di moda. Perché il consumatore finale sia messo nelle condizioni di apprezzare fino in fondo cosa differenzia il panettone Loison da quelli della concorrenza, in ogni confezione viene allegato un "libretto di istruzioni" che da un lato spiega ai consumatori di tutto il mondo come deve essere gustato un panettone e dall'altro illustra le caratteristiche dei materiali impiegati e dei processi produttivi seguiti.

Con questa strategia, ispirata alla qualità delle materie prime e dei processi fedeli alla migliore tradizione italiana, i panettoni Loison si sono meritati non solo recensioni su tutte le più autorevoli rubriche gastronomiche, ma anche uno spazio negli scaffali di alcuni dei migliori punti vendita del mondo.