

Estratto dal libro: G Factor di Carlo Alberto Carnvale Maffè, Diego Ciulli, Giampaolo Colletti, Egea - 2018

Google e il panettone Loison

LOISON è un'azienda pasticceria artigianale fondata nel 1938 a Costabissara, in provincia di Vicenza. Nonostante le dimensioni ancora contenute, Loison esporta in tutti i continenti grazie all'altissima qualità della sua pasticceria e al ricorso, già nel 1996, al commercio elettronico. Il successo internazionale della sua pasticceria coniuga passato e futuro, tradizione e innovazione.

L'industria alimentare italiana e l'industria dolciaria L'industria alimentare italiana rappresenta il secondo settore manifatturiero del Paese, dopo quello meccanico, con un fatturato di 132 miliardi di euro, oltre 58.000 imprese, 385.000 addetti diretti e altri 850.000 impiegati nella produzione agricola. L'export complessivo nel 2014 si attesta attorno ai 27 miliardi di euro, con un peso dell'export sul fatturato totale dell'industria alimentare aumentato in dieci anni di quasi il 50% (dal 14% del 2004 al 20,5% del 2014). Tra i comparti più importanti si colloca quello dolciario (2.588 milioni di euro e +11,2%). I maggiori Paesi importatori di prodotti italiani sono: Germania, Francia, Stati Uniti e Regno Unito.

In Italia l'AIDI (Associazione Industrie Dolciarie Italiane) rappresenta e tutela le aziende italiane produttrici di confetteria, cioccolato e prodotti a base di cacao, biscotti, prodotti dolci da forno, gelati, dessert e pasticceria industriale. Nel 2010 nasce l'AIDEPI (Associazione delle Industrie del Dolce e della Pasta Italiane), frutto della fusione tra AIDI e UNIPI (Unione Industriali Pastai Italiani), presieduta da Paolo Barilla, con l'intento di tutelare l'interesse collettivo delle imprese associate. Nasce così il primo polo dell'industria alimentare italiana, con 120 imprese aderenti, un fatturato di 18,5 miliardi di euro (14% del totale italiano) e una leadership sull'export con oltre 5 miliardi di euro (20% del totale nazionale).

La storia di Loison Nei forni di Venezia, ponte tra Oriente e Occidente, da sempre si producono dolci popolari e nobili ricette: focacce, veneziane, fritole, zaléti. Questo patrimonio di ricette è oggi ripreso da Loison e reinterpretato in numerose versioni.

Loison trae le proprie origini da una tradizione di prodotti semplici: il pane cotto nel forno a legna e i dolci veneti. La famiglia avvia l'attività sul finire degli anni Trenta. Il nonno Tranquillo è il primo ad amare l'arte della panificazione e a trasmetterla al figlio Alessandro, aprendo il forno a legna dove vende farine e panificati, e successivamente le prime focacce con fichi e uvetta.

Negli anni Cinquanta Alessandro diversifica la produzione con creme da spalmare e pasticceria fresca. Dal 1955 si avvia la specializzazione nella produzione di dolci da ricorrenza: panettoni e pandori per Natale, focacce pasquali. L'attività artigianale si struttura come vera

azienda a conduzione familiare. Dal 1969, per far fronte all'aumento della domanda, viene aperto un nuovo stabilimento a Costabissara.

Nel 1992 entra in azienda Dario, figlio di Alessandro, che rappresenta la terza generazione. Introduce innovazioni tecnologiche e apre l'azienda al mercato internazionale. Dal 1996 Loison sfrutta Internet per lo sviluppo dei mercati esteri. I prodotti, curati nella scelta delle materie prime, vengono esportati in Europa e oltreoceano.

Il segreto del successo sta nel coniugare tradizione e modernità, recuperando ricette antiche e adeguandole ai gusti contemporanei, con materie prime eccellenti e tecnologie d'avanguardia. La ricetta di Dario Loison per il Terzo Millennio è: "costante passione artigiana più capacità manageriale quanto basta".

Il processo produttivo Loison utilizza lievitazione naturale lenta (72 ore), con lievito madre rigenerato ogni giorno. Nessuna forzatura industriale: dopo la cottura, i dolci riposano 6-8 ore a temperatura ambiente. La qualità è garantita in ogni singola fase produttiva.

La scelta degli ingredienti è maniacale: uova fresche da allevamenti sicuri, latte e burro di montagna, farina selezionata, zucchero italiano. Tra gli aromatici: vini come Torcolato di Breganze, Prosecco di Valdobbiadene, arance di Sicilia, cedro di Diamante, mandarino tardivo di Ciaculli, uvetta sultanina turca, cacao sudamericano, vaniglia Mananara del Madagascar. Nessun additivo o alterazione.

Le sfide e la scelta di riposizionamento Nel 1992, con la diffusione dei discount, le imprese artigiane faticano ad accedere alla GDO, che richiede volumi elevati e margini ridotti. Loison affronta la crisi scegliendo di non competere sul prezzo, ma di esaltare artigianalità e qualità. Il D.M. 22 luglio 2005 sui prodotti dolciari da forno riconosce tale valore.

Dario sviluppa un processo di riposizionamento: valorizza la tradizione, rafforza la qualità degli ingredienti, estende il tempo di lavorazione, personalizza il prodotto. Loison diventa simbolo del panettone di qualità, tanto da rappresentare Milano nel mondo.

I canali distributivi vengono selezionati con cura: gourmet store, department store di fascia alta (Rinascente, Stockmann, Esselunga, Kaefer, Hediard). Il sito Internet diventa vetrina, strumento di informazione e comunicazione, rafforzando l'immagine e il posizionamento.

Loison comunica con trend setter, opinion leader, chef internazionali (tra cui Vissani, Pierangelini), giornalisti, blogger. Nascono collaborazioni ed eventi per promuovere un uso alternativo del panettone ("*Insolito Panettone*"), svincolandolo dalla tradizione natalizia.

Packaging e posizionamento Il packaging è curato da Sonia, moglie di Dario: bello, buono e utile. Il prodotto diventa anche un regalo raffinato. Conquista spazi prima inesplorati, senza perdere la sua identità artigiana.

Loison oggi Struttura agile, oltre 4000 mq, 20 collaboratori stabili e 30 stagionali. Produzione: 5.000-6.000 kg al giorno. Oltre 80 referenze. Fatturato: quasi 6 milioni di euro, metà da export. Presente in più di 30 Paesi (Europa, Corea, Brasile, Giappone, Canada, Russia, USA, Sudafrica, Australia).

Digitale e Google Nel 1996 inizia la vendita online. Il primo cliente giapponese non udente stimola l'apertura del canale e-commerce. Oggi Loison è testimonial Google in un progetto internazionale sulle PMI digitali.

L'impresa privilegia il rapporto diretto con i partner e i clienti. Sonia cura con passione ogni confezione. La qualità è riconosciuta da prestigiosi premi europei.

Fonte: www.insolitopanettone.it