



CRONACHE DAL TERRITORIO
di Mimmo Vita

Il panettone digitale esperimento vicentino

Il dolce più tipico del Natale è sempre più artigianale. Uno dei marchi regionali più conosciuti è sicuramente Loison che da vent'anni ha innovato la produzione con molteplici versioni costruendo il proprio successo anche attraverso il marketing e la comunicazione.

PANORAMA GASTRONOMICO

#conipiediperterra



PANORAMA GASTRONOMICO

#conipiediperterra

Roba da non credere, parliamo di centinaia di milioni di euro. Chi l'avrebbe mai detto. Il giro d'affari del panettone pare toccare quota mezzo miliardo di euro, per 29.500 tonnellate di prodotto, con Francia, Germania, Gran Bretagna, Stati Uniti, Cina, Paesi mediorientali come principali mercati di approdo (dati Conpait, Confederazione dei Pasticceri d'Italia). Significativi ovviamente i nostri consumi interni, che sfiorano i 200 milioni di euro (195), con 50 milioni di panettoni (e anche pandori, per la verità) venduti. Quindi, in totale, il movimento economico 2022, tra panettoni (e pandori) italiani venduti nel mercato interno ed estero, ha sfiorato i 700 milioni di euro, con il comparto artigianale che copre il 21% dei volumi e il 53% del fatturato, un dato in crescita negli ultimi anni.

Un successo incredibile che, come si sa, ha radici antiche, nella Milano di fine XV secolo; la leggenda racconta che alla vigilia di un Natale, Toni, capocuoco degli Sforza, sbaglia il dolce per il banchetto ducale; senza perdersi d'animo decide di salvare la festa, e se stesso, impastando nuovamente più volte lievito madre con farina, uova, zucchero, ed inserendo uvetta e canditi, fino ad ottenere un impasto soffice e molto lievitato. Piace a Ludovico il Moro questo nuovo delizioso "prodotto" tanto che, si dice, lo volle chiamare Pan de Toni, poi diventato "Panettone".

Venendo ai giorni nostri, la legge, con il decreto ministeriale del 22 luglio 2005, ne tutela la ricetta, specificando gli ingredienti obbligatori e facoltativi sottolineando che la lievitazione naturale è fondamentale. Non esclude però l'utilizzo aggiuntivo di lievito non madre, una cortesia come altre (non esclusione

di conservanti, additivi, aromi non naturali ed emulsionanti, qualità dei canditi, etc.) per l'industria dolciaria, che ovviamente ha le sue esigenze legate a quantità, durata, confezionamento, etc. Milano, una decina di anni fa, decise di valorizzare questo suo prodotto storico avviando, attraverso la Camera di Commercio, le procedure per il riconoscimento europeo IGP, l'indicazione geografica protetta. E si affidò anche a Dario Loison, ormai Mister panettone, che da vent'anni ha innovato il settore con molteplici versioni di questo "pane dolce", diventato eccellenza nazionale, che riesce ad esportare in tutto il mondo.

Una ricerca quasi spasmodica la sua, di qualità e di innovazione, di processo e di prodotto, ma anche di marketing. Far evolvere il panettone da lievitato stagionale a espressione dolce per tutte le occasioni, 365 giorni l'anno, è indubbiamente complicato, una vera sfida, ma i Loison, ovvero Dario, Edoardo e la moglie Sonia, designer elegantissima e sofisticata, ci sono riusciti. Il prerequisite, pare semplice: è realizzare un prodotto da forno straordinario; altrettanto indispensabile è poi vestirlo di bellezza e di sogno, introducendo il cliente in una dimensione avvolgente e straordinaria che gli permetta di penetrare già col solo senso della vista il complesso della tavolozza dei sapori che la degustazione poi completerà. Ecco l'uso dei colori pastello delle confezioni, gli involucri morbidi in cinghia, i panettoncini nascosti nei peluche, le scatole di latta vestite da biscotti della nonna...



IL GIRO D'AFFARI DEL PANETTONE TOCCA QUOTA MEZZO MILIARDO DI EURO GRAZIE A 29.500 TONNELLATE DI PRODOTTO REALIZZATE PER LE FESTE





Dario Loison, ormai Mister panettone, grande innovatore nella produzione. Oggi le sue preparazioni sono un'eccellenza nazionale grazie alla grande qualità delle materie prime impiegate e per la ricercatezza del packaging realizzato dalla moglie Sonia, designer elegantissima e sofisticata

Una dimensione favolistica, un pout pourri di colori e sapori fantastici che curiosamente poi, quando parli con Dario ed Edoardo - quest'ultimo la nuova generazione Loison, non stona ascoltando la determinazione di come questo castello fatato dev'essere proposto al mercato, luogo sempre più competitivo e difficile. Non si può lenire sulla qualità, arretrare sul packaging, frenare l'originalità...

Da Costabissara (VI), sede dell'azienda, Dario Loison quest'anno propone ad esempio il Panettone Pera Cioccolato o quello Arancia Cioccolato, con un rilancio del cacao che la piccola azienda vicentina aveva in essere da oltre 20 anni col panettone Regal Cioccolato. Infatti da inizio secolo, aveva avviato la collaborazione con Slow Food utilizzando la pregiata vaniglia Manara del Madagascar. Il cioccolato era un approdo predestinato, "una dolce ossessione", un matrimonio che avvolge e ubriaca, dice Dario del suo Panettone Gottardo (2016). E così, in questa ricerca senza sosta, due anni dopo ecco il panettone Nerosale abbinato al cioccolato fondente al caramello salato, anticipando le tendenze.

Le dinamiche della vendita incalzano

e suggeriscono di aggredire il mercato, pensare alto e nuovo, investendo anche in uomini e mezzi. Nasce l'idea dei filoni, le veneziane, i biscotti...

Così evolve; e la Loison pur rimanendo artigianale, oggi raggiunge i cento dipendenti (in stagione); ma ecco il quid, l'inaspettato, coerente però con una vision imprenditoriale lungimirante ed ambiziosa. Una parte di essi è orientata alle tecnologie avanzate. Anche nella produzione, ma soprattutto nel marketing e nella comunicazione, sviluppando le nuove opportunità di incontro con partners e acquirenti che, operando in una dimensione globale, non può che avvenire via internet, tramite social media o canali comunicativi forse per ora acerbi ma potenzialmente determinanti, come i digital assistant, ovvero Alexa, Siri, Google, sviluppando il Crm ed il marketing one-to-one.

Panettone digitale quindi? Forse sì... e per questo, il funambolico e impaziente Dario Loison, ha già preparato il catalogo Primavera (Pasqua 2024) mentre sta mettendo in cantiere quello Inverno 2024. Chi ha tempo non aspetti tempo, in arrivo anche panettoni con nuove proposte. Quelle 2023 sono davvero invitanti...



**IL COMPARTO
ARTIGIANALE
COPRE IL 21%
DEI VOLUMI ECONOMICI
E IL 53% DEL FATTURATO
UN DATO IN CRESCITA
NEGLI ULTIMI ANNI**