



Dario Loison, nato nel 1962, «tra pani, biscotti e bomboloni», in mezzo ai suoi panettoni, che lievitano 72 ore.



Lievitazione **lenta**, nessun acceleratore e materie prime d'**eccellenza**. Confezioni impreziosite da **pashmine** del Kashmir e **cravatte** di seta. E vendita diretta sul web (un po' anche grazie a *Capital*) dal 1996. Così **Loison** ha conquistato il mondo | **Gabriele Zanatta**

Panettone d'autore

CANDITI ESTRATTI DAL CEDRO LISCIO DI DIAMANTE delle coste calabresi. Se non dal mandarino tardivo di Ciaculli, lo stesso che invade di profumi la costa di Palermo. L'aroma del fantastico Torcolato di Breganze di Maculan o quello delle grappe di Poli, due grandi marchi del bere bene veneto. Le scaglie di cacao criollo, il più pregiato al mondo, da fave sudamericane. L'uvetta sultanina che arriva dalla Turchia. La vaniglia di Mananara in Madagascar, l'orchidea più aromatica del pianeta. Se la **Dolciaria Loison** mette in fila cifre che ogni anno ingrossano, lo deve innanzitutto alla qualità estrema degli ingredienti con cui l'azienda vicentina confeziona da sempre i suoi panettoni. Un ricercare ininterrotto attorno al grande armamentario dei presidi di Slow Food. Che sono lì a dire: meglio di questo non esiste. Soprattutto, c'è il talento imprenditoriale di **Dario Loison**, terza generazione di una stirpe devota al buono

almeno dal 1930, quando nonno Tranquillo aprì a **Costabissara** un piccolo forno per sfornare il pane.

«Allora», rievoca Dario, «i lieviti di birra non esistevano neppure. E né io né mio padre Alessandro, che cominciò a fare i primi panettoni attorno agli anni Cinquanta, ci siamo mai azzardati a introdurli nella nostra produzione». Oggi, la lievitazione lenta («72 ore, come minimo») con pasta madre, acqua, farina e zero acceleratori, giova al palato e allo stomaco. E agli affari, se si considera che da quattro annate Loison vende già tutti i panettoni ben prima che siano infornati. Senza cadere nella tentazione di aumentare le quantità l'anno dopo («anche volendo, non ne avrei i mezzi»).

Si chiama rispetto sacrale per la bontà, ma anche lungimiranza, la stessa che, nel 1995, agli albori di internet, aveva spinto Dario Loison ad aprire un sito internet dopo avere ►►



La Dolciaria Loison, nata come panetteria nel 1930 a **Costabissara**, Vicenza, oggi esporta in **50 paesi** del mondo.

► letto un articolo proprio su *Capital*: erano segnalati i nomi e i cognomi dei più illuminati pionieri dell'informatica. Uno di essi era vicentino. Loison lo contattò, e nel gennaio successivo aveva già venduto per corrispondenza centinaia di panettoni ad artigiani italiani di stanza a **Osaka**, in Giappone, e a un circolo di casalinghe di **Örebro**, Svezia. La premessa di una gita oltre i confini, oggi dilagata a 50 paesi nel mondo, sorgenti di metà del fatturato complessivo, sommato anche grazie al volano di marchi della distribuzione internazionale come **Hediard** a Parigi, **Rob** a Bruxelles, **Stockmann** in Finlandia, **Sligro** in Olanda o **Feinkost Käfer** in Germania.

Come volumi, il primo mercato è la **Francia**, «ma anche il Canada non scherza. E siamo molto felici che i nostri panettoni siano distribuiti al **Burj Al Arab**, il 7 stelle di Dubai: sono dei miniformati da mezzo chilo che vengono

offerti agli ospiti come petit cadeau. Assieme ai magnum da 10 chili, che affettano di continuo nelle cucine dei ristoranti».

La differenziazione del prodotto e, soprattutto, la veste che gli si dà, sono gli altri due grandi plus dei panettoni Loison, investiti dal credo della doppia effe: «Anche il migliore dei prodotti food non può esistere senza la sua componente fashion. Il nostro esemplare più venduto, quello classico con latte fresco, burro fresco e vaniglia in bacche, può venire via con una cappelliera elegante che costa due volte il contenuto. Abbiamo anche realizzato confezioni limitate chiuse da scarpe in pashmina del Kashmir. E panettoni avvolti da cravatte di seta, disegnate da sarti di Como». Dei continui aggiornamenti del packaging si occupa la moglie di Dario, Sonia Pilla, una bella signora che ha imparato a convivere (e lavorare) con l'energia appassionata del marito pasticciere. Definito dagli esperti il «Marinella dei panettoni», lui in realtà si definisce «un piccolo artigiano che cerca di tenere testa ai colossi senza mai cadere nei prodotti da prezzo. Cerco di fare tanto con poco». Per esempio, spremendo ancora le potenzialità di internet, che accorcia la catena del valore, minimizzando i costi dell'intermediario. «Questa per me è una missione», tanto poi ci pensa il passaparola del cliente, lo stesso che fa circolare insistentemente la voce dei biscotti di pregio, «che per noi rappresentano una frontiera sempre più importante, perché ci consentono di sviare dalla stagionalità».

Anche sul dna dei biscotti, non si scherza. «Tutta la biscotteria si fonda sul burro chiarificato, il più nobile e costoso che esista. Sono tutti i grandi biscotti della tradizione italiana: canestrelli da vaniglia in bacche, zaletti veneti da mais di Marano, biscottini ai blend di caffè selezionati da monocru, favette di cacao...». Un motore a getto continuo («lavoro come un matto»). Con l'istinto a innovare come carburante («Stiamo pensando a dei panettoni salati, con erbe e spezie»). La stessa lampadina degli chef più illuminati del mondo. ☐

E lievitano i numeri

6 milioni di euro: fatturato **2011**

50%: quota di fatturato dal mercato estero

75%: quota di fatturato ricavato nel periodo settembre-dicembre

40: i dipendenti (**20** fissi, **20** stagionali)

+15%: crescita del fatturato

medio negli ultimi 4 anni

4.500 kg: volume di produzione

quotidiana massima

4.000 mq: la superficie dell'azienda

(1.000 mq laboratorio, **3.000** mq magazzino)

100: tipologie di panettone nel catalogo Loison

