

la storia

Così il panettone sbarca a Osaka

Il vicentino Dario Loison, che produce il dolce "ufficiale" di Milano, conquista il mercato nipponico e spiega i segreti dell'export

DI PAOLO VIANA

Insolito panettone, quello di Costabissara. Perché spopola in Giappone e viene venduto in 50 Paesi. Perché lievita 72 ore, il doppio di quello industriale e costa tre volte di più. O forse perché sarebbe il dolce tipico di Milano eppure nasce nel Vicentino. Dove la famiglia Loison produce panettoni, colombe e veneziane dal 1938. Di recente, quest'impresa artigiana - pluripremiata a livello nazionale - è balzata agli onori della cronaca perché Hankyu, il più grande Main Store di Osaka (oltre 16.000 metri quadri di reparti vendita su 15 piani) ne ha fatto il simbolo del made in Italy, inviando una troupe della Abc nei suoi laboratori per documentare come nasce questo strano dolce occidentale.

«Il Giappone è un mercato difficilissimo» mette le mani avanti Dario Loison, ma quest'anno la sua azienda fatturerà più di sei milioni di euro e una quota sempre più rilevante sarà assicurata dall'export. Il segreto? La prima risposta di un artigiano è sempre «la qualità» e in questo caso c'è del vero: Loison è dedica una cura "maniacale" al prodotto, andando a scovare i produttori migliori di frutta candita e di burro, realizzando dolci costosi (20 euro al chilo contro i 6,5 del prodotto industriale e i 30 dei panettoni di pasticceria) ma esclusivi: questo è l'anno del panettone alla liquirizia abruzzese e dello zafferano iraniano... Tuttavia, il segreto del successo non è solo nel panettone e nella confezione (di design): «in amministrazione tutti conoscono almeno due lingue - ammette l'imprenditore - e sfruttiamo al massimo il web, anche per gestire gli ordini e la logistica». La proiezione internazionale «per un produttore di dolci stagionali significa estendere la lavorazione su un periodo più lungo», segnala Loison, che ha saturato la propria capacità produttiva (seimila pezzi al giorno) e con il portale "Insolito Panettone" insegna a cucinare il panettone nelle più diverse fogge. Che ormai sia leader nel settore lo dimostra la scelta del Comune di Milano che da anni gli affida il "Brand Milano": il panettone a marchio cittadino che promuove nel mondo l'immagine della città lo fa un vicentino...

© RIPRODUZIONE RISERVATA

