

1° MILANO MARKETING FESTIVAL/ Il successo nell'export con buoni prodotti e strategia

L'Italia all'estero? Con flessibilità

Loison rivisita i panettoni, Riso Scotti cerca alleanze

DI LUISA CONTRI

Ci sono i buoni prodotti del made in Italy, ingrediente essenziale per avere successo nei mercati esteri, ma non l'unico. Perché per il resto le strategie di marketing possono fare la differenza, come hanno testimoniato gli interventi a «La marca italiana nel mondo», la tavola rotonda all'interno del 1° Milano Marketing Festival, l'evento che si è chiuso sabato alla Fabbrica del vapore, organizzato da Class Editori (che partecipa al capitale di questo giornale).

Testimonial della centralità del marketing, per far affermare le marche italiane sui mercati internazionali, sono stati **Dario Loison**, titolare della Loison Pasticceri, e **Clara Zanacco**, export commercial director di Riso Scotti, due aziende di successo sui mercati internazionali. E i ricercatori **Armando Cirrincione** del Wine Management Lab della Sda Bocconi e **Paolo Corvo** dell'università degli studi di Scienze Gastronomiche di Pollenzo, in rappresentanza di due atenei stimati nel mondo, nei loro



Accanto e sotto, i partecipanti alla tavola rotonda «La marca italiana nel mondo» al 1° Milano Marketing Festival



Dario Loison

interventi al dibattito coordinato da **Antonio Orlando**, direttore di *Class*.

Loison, con semplicità e passione, ha parlato di come abbia applicato con profitto alla sua azienda - ininterrottamente in utile da 17 anni a questa parte e che oggi fattura circa 8,5 milioni euro

(ma quando l'ha rilevata dai genitori nel 1992 non ne faceva più di 800 mila) - concetti di marketing che, se soltanto enunciati, appaiono semplici, ma che una volta implementati hanno fatto e fanno la differenza rispetto ai competitor. Parliamo d'innovazione di prodotto applicata a un dolce fra i più tradizionali in Italia: Loison è stato il primo a proporre nel mondo anglosassone il panettone al gusto amarena, mutuato dal successo della Cherry Coke, e a breve lancerà Mille modi, una polvere di panettone (usata per guarnire diversi piatti, sia dolci che salati) sviluppata in collaborazione con grandi chef italiani. Ma non solo: ha deciso di confezionare le fette di panettone singolarmente, in modo che siano utilizzabili anche per farne dei sandwich gourmet. E parliamo anche di flessibilità, che si traduce nel venire incontro alle esigenze del cliente sia dotandosi della certificazione Brc sia personalizzando il packaging. E di cura maniacale del cliente, che s'esprime dando spazio, tramite una menzione sul proprio sito aziendale, a tutti i distributori dei suoi prodotti; ma anche raccogliendo nel blog «in solito panettone» le testimonianze dei tanti modi di consumarlo nel mondo, suggerendone sempre d'inediti; e attivando la vendita online, per non far mancare il panettone a nessuno, neppure nei due mesi clou della produzione, in cui l'azienda ha difficoltà a interloquire fisicamente col pubblico.

Una strategia export a misura di paese di destinazione, implementata a partire dal 2009, è quella che ha consentito a Riso Scotti di trasformarsi da riseria di rango regionale a player internazionale, ma che promuove

nel mondo la cultura tutta italiana del risotto. «Negli ultimi nove anni», ha spiegato Zanacco, «studiamo ciascun paese target per comprendere quali prodotti esportarvi e come proporli. Per affermarci in Germania, per esempio, abbiamo prima accettato di diventare fornitori di riso private label, e solo dopo aver instaurato un rapporto di fiducia con la grande distribuzione organizzata tedesca siamo entrati sul mercato col nostro brand. In India, un paese di difficile approccio in cui occorre selezionare le catene con cui lavorare, abbiamo scelto di farci affiancare da un partner locale, che non è un semplice distributore, ma che è strutturato con un dipartimento marketing. Negli Stati Uniti ci rapportiamo sia con l'alta ristorazione, che ci chiede un carnaroli stagionato 18 mesi per preparare risotti d'eccellenza, sia con la ristorazione a catena che pure vuole proporre alla clientela questo piatto ma necessita di prepararlo in 5 minuti e quindi d'un prodotto-servizio».

E se Cirrincione sottolinea il fatto che un marketing efficace dei vini di qualità italiani e la loro valorizzazione passa prima dal branding e poi dallo storytelling, in cui il racconto della singola cantina s'inserisce in quello del suo territorio e in quello della cultura enogastronomica italiana, Corvo evidenzia che comunicare i prodotti italiani nel mondo e il valore insito nella varietà dell'enogastronomia del Belpaese presuppone recuperare la nostra identità e tramandare la nostra cultura alimentare, tornando a dedicare tempo alla cucina in famiglia, per trasmettere questo know how alle nuove generazioni.



Clara Zanacco



Armando Cirrincione



Paolo Corvo



Sede legale: Via del Bosco Rinnovato 8 - Palazzo U4
20090 Assago (MI), Milanofiori Nord
Casella PEC: italiaonline@pec-italiaonline.it
Reg. Imp.: 03970540963 di Milano - C.F. e Partita IVA: 03970540963
Cap. sociale euro 20.000.409,64 i.v.

ESTRATTO DELL'AVVISO DI CONVOCAZIONE DELL'ASSEMBLEA SPECIALE DEGLI AZIONISTI DI RISPARMIO

I Signori Azionisti possessori di azioni di risparmio - su richiesta del Rappresentante comune degli Azionisti di Risparmio - sono convocati in Assemblea, in Assago (MI) presso NH Milano Congress Centre, Strada 2, Milanofiori per il giorno 27 aprile 2017 alle ore 17:00 (e comunque non prima del termine dei lavori dell'Assemblea Ordinaria prevista in pari data e luogo), in unica convocazione, ai sensi e per gli effetti dell'art. 10, ultimo comma, dello Statuto Sociale, per discutere e deliberare sul seguente

ORDINE DEL GIORNO

1. Rinuncia al giudizio relativo all'impugnazione della delibera dell'assemblea ordinaria del 23/04/2015 pendente dinanzi al Tribunale di Torino.
2. In via subordinata rispetto al punto 1, e nella sola ipotesi di mancata approvazione della rinuncia, proposta transattiva, in relazione al giudizio di cui al punto 1, avente ad oggetto la conversione delle azioni di risparmio Italiaonline in azioni ordinarie.
3. Ratifica della costituzione come parte civile nel procedimento penale nei confronti di ex amministratori pendente presso il Tribunale di Torino, e delega al Rappresentante Comune a rappresentare la categoria in tutte le successive fasi di giudizio.
4. Valutazioni in merito alle clausole statutarie relative alle azioni di risparmio. Eventuali proposte alla società. Delibere inerenti e conseguenti.

Ogni informazione riguardante le modalità e i termini:

- 1) per l'intervento e il voto in assemblea;
- 2) per l'esercizio del diritto di porre domande prima dell'Assemblea e del diritto di integrare l'ordine del giorno o di presentare ulteriori proposte su materie già all'ordine del giorno;
- 3) per l'esercizio del voto per delega; e
- 4) di reperibilità delle proposte di deliberazione, delle relazioni illustrative sulle materie all'ordine del giorno e dei documenti che saranno sottoposti all'Assemblea.

sono riportate nell'avviso di convocazione, il cui testo integrale, unitamente alla documentazione relativa alla presente Assemblea, sono pubblicati nei termini e secondo le modalità di legge sul sito Internet della Società all'indirizzo: www.italiaonline.it, sezione "Governance/Area Azionisti/Assemblea degli azionisti", al quale si rimanda.

Il verbale dell'Assemblea di cui al presente avviso sarà messo a disposizione del pubblico nei termini di legge, entro il 27 maggio 2017.

Assago, 28 marzo 2017

Il Rappresentante Comune degli Azionisti di Risparmio (Stella d'Atri)

Image Building

© Riproduzione riservata