



La tradizione dei dolci senesi della storica azienda Masoni risale al 1885: nei primi decenni del XX secolo i prodotti Masoni si diffondono a Colle Val d'Elsa e diventano famosissimi e negli anni '50, con la ricostruzione e il *boom* economico, nasce l'esigenza di espansione della produzione ed il passaggio dalla dimensione artigianale a quella industriale. Poche altre aziende storiche sono riuscite a portare avanti la tradizione dei dolci di Siena ma Masoni è forse l'unica che ad oggi, dopo tanti anni, continua ad essere gestita con successo dagli eredi del fondatore. Negli ultimi decenni l'azienda, grazie anche al nuovo stabilimento di Colle

Val d'Elsa, ha mantenuto la presenza nel territorio di origine ed ha allargato il proprio *range* di prodotti, acquisendo altri marchi e offrendo insieme ai dolci senesi tradizionali anche cioccolato e caffè adatti ad attirare l'attenzione di nuovi mercati. Il mercato cinese è sicuramente una scommessa, come per la maggior parte delle aziende agro-alimentari, e forse per i prodotti di Siena, che sono prodotti di nicchia per consumatori maturi, lo è ancora di più, ma la ditta Masoni è convinta che il *brand* storico, la qualità dei prodotti e la possibilità di affiancare prodotti complementari (come il cioccolato) alla linea di dolci senesi possano essere una

opportunità vincente. La società cinese ha conosciuto cambiamenti importanti in usi e costumi negli ultimi vent'anni: con il tempo il consumatore cinese ha accettato e apprezzato sapori e prodotti occidentali come il caffè, la pizza, i formaggi, i sughi e la pasta che inizialmente non piacevano e che in alcuni casi venivano accuratamente evitati. Un mercato che ha accettato e sviluppato il *concept* di Mc Donald's - totalmente diverso nella presentazione dei cibi (panino/hamburger), nel modo di mangiare (con le mani), nel costo (comunque caro) e nella cultura (un modello americano) - non poteva non essere sensibile al cambiamento



anche per prodotti più tradizionali come quelli che provengono dalla cucina italiana. Fra cultura italiana e cinese, pur nella diversità, ci sono dei tratti comuni legati alla cura del cibo e della tavola. I dolci rappresentano sicuramente l'ultimo passo per la cultura cinese che in genere non ama molto i sapori forti, ma anche qui si assiste ad un mutamento ed i giovani sono pazzi per la cioccolata, amano il gelato ed i biscotti, specie se legati a *brand* che fanno riferimento ad un determinato territorio che può vantare una lunga tradizione. Il fascino del marchio antico, la storia e la cultura della famiglia Masoni che ha portato avanti questa lunga passione legandosi

stabilmente al territorio, Siena con le antiche ricette dei dolci tradizionali, il gusto cinese in evoluzione e la curiosità per prodotti di *elite* da parte delle nuove generazioni in Cina sono il trampolino di lancio su cui si fonda la speranza di successo per i prodotti della ditta Masoni in Cina. La nuova Cina è attenta alla storia ed alla qualità e Masoni è già a metà dell'opera.



Michele Taccetti

L laureato in Scienze Politiche con una tesi sulla Cina, rappresenta la terza generazione della sua famiglia che opera con il grande paese asiatico. Questa attività è iniziata con il nonno Arnolfo nel 1946 e proseguita dal padre Ubaldo nel 1980. Dal 1995 assiste le aziende italiane interessate ad aprire il mercato cinese in vari settori merceologici ed in particolare per la promozione e vendita del Made in Toscana in Cina. Dal 1998 svolge attività di formazione in materia di Marketing ed Internazionalizzazione focus Cina ed è consulente per il Ministero dello Sviluppo Economico.

Per info:
michele.taccetti@china2000.it