

Quel dolce desiderio

Impara l'arte...

È la voglia di mettersi in gioco che spinge i due giovani imprenditori Roberto **Riccobono** e Adriano **Fiorino** a condividere le loro esperienze maturate nel campo della gelateria e della pasticceria. Nasce così nel 2007 l'azienda, nel cuore della Sicilia. Il suo nome si lega a un'espressione tipica del territorio che significa "desiderio". Nei primi anni punta esclusivamente alla **commercializzazione** di prodotti selezionati con cura e professionalità.



L'ampia proposta **DISIÒ** rappresenta l'espressione autentica della **SICILIA**, di cui accoglie i sapori genuini in un raffinato **EQUILIBRIO** tra tradizione e innovazione

di Stefano Magri

Sempre più grande

Il mercato accoglie favorevolmente la nuova realtà. E quindi, con il passare del tempo, il management sceglie di andare oltre la **commercializzazione** e di intraprendere una nuova strada, quella della **produzione**. Viene studiata e **creata** una gamma completa di ingredienti per pasticceria e gelateria che accoglie in sé tanta **passione** e competenza, in una ricerca continua di innovazione senza mai perdere di vista la tradizione.

Scelti con il cuore

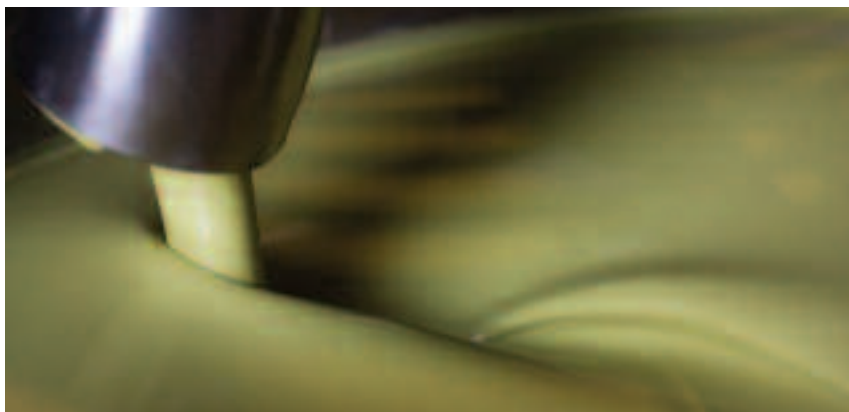
Alla base di ogni creazione c'è un attento lavoro di ricerca e di rigorosa **selezione** delle materie prime. L'obiettivo è quello di creare prodotti **unici**, dal gusto inimitabile, che sappiano distinguersi per l'assoluta qualità. L'offerta sempre più diversificata consente di soddisfare ogni **esigenza** dell'artigiano in **gelateria** e pasticceria, con svariati spunti per potersi distinguere.

Azioni mirate

Negli ultimi anni l'azienda ha deciso di focalizzare il proprio impegno nel settore della **gelateria**. Un mercato che viene considerato **strategico** sia dal punto di vista dell'offerta di prodotto sia per quanto riguarda i margini di crescita. Sono stati dunque effettuati molteplici **investimenti**, apportando concreti cambiamenti nella gestione e nell'organizzazione. Il risultato ha consentito di ottimizzare le attività, rendendo ancora più fluida e **funzionale** la gestione degli ordini.

Un trasloco annunciato

La costante crescita in termini produttivi ha imposto la ricerca di nuovi spazi più ampi, anche in un'ottica di miglioramento logistico. Ma la nuova **sede** non è solo più grande; al suo interno il **flusso** di lavoro è ottimizzato per **garantire** la massima razionalizzazione di ogni fase, dalla creazione delle specialità allo stoccaggio. Nel laboratorio aziendale vengono **ideati** e testati sempre nuovi ingredienti, in sintonia con l'evoluzione del mercato.



Fare cultura

All'interno della **sede** è stata creata la Disio University che occupa un posto speciale. I corsi di **formazione** tecnica sono concepiti per fornire ai partecipanti le **conoscenze** teoriche e pratiche di base per la produzione di specialità dolci a regola d'arte. Si punta a garantire un approccio sempre più innovativo, dove il prodotto è al **centro** di un universo in continuo divenire. Una particolare attenzione è dedicata alla presentazione delle novità, per offrire tutti gli **strumenti** indispensabili a proporre in modo **vincente** ogni idea, dalla più classica alla più evoluta.

Dalla parte del cliente

Ogni azione viene intrapresa nella consapevolezza che la migliore **risorsa** dell'azienda siano gli **artigiani**, con la loro esperienza e la profonda conoscenza del mercato. I clienti sono considerati come veri **partner** con cui sviluppare le soluzioni più adatte a soddisfare con **impegno** le richieste emergenti dei consumatori.

Numeri importanti

Che la strada intrapresa sia quella giusta lo dimostrano i fatti e i numeri. Basta uno sguardo ai dati economici per vedere che il **fatturato** aziendale registra un andamento positivo e in **costante** crescita. Tanto che nell'ultimo anno è aumentato del **70 per cento**. Tutto questo, naturalmente, richiede tempo e un **impegno** continuo, insieme alla determinazione di aprirsi verso nuovi mercati.



Questione di immagine

Fin dall'inizio una particolare attenzione è riservata alla **comunicazione** che svolge un ruolo chiave nelle strategie di **marketing** dell'azienda. La pubblicità, il **sito** e la partecipazione alle fiere sono considerati fondamentali e quindi attentamente studiati; rappresentano un importante biglietto da visita per affermare l'**eccellenza** del marchio agli occhi dei professionisti artigiani.

Supporto completo

L'offerta di prodotti è integrata con validi supporti di visual **merchandising** insieme a pratici strumenti per il laboratorio. I materiali di **comunicazione** per il punto vendita sono di grande **effetto** e includono, ad esempio le targhette segnaposto personalizzate da inserire nelle vaschette gelato e le colorate locandine che invitano il cliente all'assaggio.



FOCUS

Soluzioni ad hoc

Grazie all'esperienza, alla continua ricerca della qualità, al tenace impegno nella **ricerca** e nello **sviluppo** e all'amore per la tradizione è proposta una vasta gamma di prodotti dedicati al mondo della pasticceria e della gelateria, pensati per soddisfare ogni tipo di richiesta. Ma l'impegno è costante per offrire sempre nuovi prodotti, idee e soluzioni per accompagnare e aiutare il lavoro dell'artigiano. Oggi a listino vi sono circa **quattrocento** referenze che spaziano dalle basi alle paste, fino alle granelle e alle variegature. I prodotti del **TERRITORIO** occupano un posto di rilievo, come la pasta Mandorla pura, la pasta Cassata Siciliana e la pasta pistacchio di Bronte Dop. Molto richiesti sono i kit gelateria, con tutto ciò che occorre per realizzare irresistibili vaschette invitanti alla vista, buoni all'assaggio e dal gusto inimitabile.

Visione globale

Si punta a raggiungere risultati molto ambiziosi, sia in Italia sia oltre confine. Il **MERCATO** è ormai **globale** e si estende ben oltre l'Europa. L'internazionalizzazione sta rappresentando un processo **evolutivo** naturale per l'azienda, sempre pronta a **cogliere** nuove opportunità di crescita. Lo scenario mondiale si dimostra un terreno ricettivo alle specialità dolciarie italiane. E la società, oltre a essere una degna rappresentante del made in Italy d'eccellenza, porta con sé la tradizione di una regione autentica e **genuina**.