



LOCOMOTIVE

STEVE JONES, L'AZIENDA CHE BATTE LA CRISI CON IL DRAMMATURGO

Se l'azienda affronta il Covid col drammaturgo e i supereroi

Dal prodotto (il latte per neonati) alle strategie di crescita (né soci, né fondi, né Borsa), quella della **Steve Jones** è una storia controcorrente. Che però funziona: ecco come

di **Silvia Ognibene**

Chiamatemi **Steve Jones**. Il soprannome in stile spaghetti-western affibbiato dagli amici delle scuole medie è diventato poi il nome dell'azienda che Stefano Cioni ha fondato nel 2000 a Sesto Fiorentino, specializzata inizialmente in integratori per la medicina generale e poi passata ai prodotti pediatrici. Un'azienda che ha costruito il proprio successo viaggiando controvento: la svolta è arrivata con lo sbarco nel segmento del latte per neonati, sul quale si sono infranti i conti economici di più di un colosso del settore. Oggi la **Steve Jones** cresce e punta ai mercati sudamericani. Con la guida di un presidente

che liquida cortesemente tutto ciò che odora di finanza, paga un direttore creativo e si è affidato a un drammaturgo per affrontare l'emergenza

Covid.

L'azienda oggi si chiama **Steve Jones Buona**, il brand dei prodotti per l'infanzia: «Ci siamo dedicati ai bambini con questo marchio fondato nel 2006 — dice Cioni

— Nel 2010 abbiamo messo sul mercato prodotti di largo respiro che ci hanno fatto raddoppiare il fatturato di anno in anno». Una crescita progressiva che ha portato l'azienda dove è oggi: 110 dipendenti, fatturato 2020 a 19 milioni (più 15% rispetto ai 16,5 del 2019) di cui oltre il 5% viene stabilmente investito in ricerca e sviluppo. Il 39% del fatturato 2020 è generato dalle vendite del latte per neonati e le previsioni sono che questa quota superi il 50% nei prossimi due anni. Com'è possibile se i numeri dicono che non si fanno più figli e le vendite di latte cosiddetto «in formula» sono in perenne crisi ormai da anni?

«Quando, nel 2017, abbiamo lanciato il nostro latte sul mercato ci davano il tempo di vita di una meteora — dice Cioni — E un po' lo pensavamo anche noi, ma ci abbiamo provato ed è andata molto bene: i pediatri all'inizio ci vedevano con la giusta e dovuta circospezione, poi abbiamo fornito gli elementi scientifici per valutare la differenza fra il nostro prodotto e quelli tradizionali. Abbiamo una filiera di produzione tutta italiana certificata biologica e produciamo nell'unico stabilimento italiano dedicato al latte per l'infanzia, a Ozzano Taro, che una volta era di Plasmon e oggi è di

Newlat Food (la società che controlla anche il marchio Mukki, ndr)».

Steve Jones Buona oggi ha due sedi estere, in Spagna e in Grecia, è presente in Albania, Macedonia, Georgia, Vietnam e scommette sull'America del Sud: ha appena stretto un accordo con uno dei principali distributori del continente (Galeno) per la commercializzazione dei prodotti in Paraguay da dove poi intende allargarsi in Boli-



Abbiamo anche un direttore artistico, il buonumore in un'impresa è fondamentale. So che qui si sta bene dalla quantità di figli che fa chi lavora con noi

via, Cile, Argentina. L'attività di internazionalizzazione «è autofinanziata» dice Cioni che oggi guida l'azienda insieme ai due figli «e con questo metodo andremo avanti». All'orizzonte non ci sono nuovi soci, o fondi o uno sbarco in Borsa per crescere.

L'ECONOMIA FIORENTINO

«Se devo essere sincero, preferiamo camminare con le nostre gambe. Io vado avanti con la matita sull'orecchio, come faceva il pizzicagnolo. Meglio navigare a vista che con tutto questo inglese...». Più che ha vista è una navigazione controcorrente.

Come avete affrontato la pandemia? «Ho chiamato un giovane drammaturgo. Sì perché la mia truppa aveva bisogno di coraggio, ma io stesso avevo bisogno di qualcuno che facesse coraggio a me. Così ho af-

fidato ad un giovane autore di testi teatrali, Fabrizio Sinisi, il compito di scrivere per noi, ogni mese, un racconto che prendesse spunto da una parola che per noi aveva un significato particolare. Dodici parole per dodici racconti. La prima parola è stata "meraviglia". Tra poche settimane pubblicheremo il libro, che si intitola *Corrispondenze*, con Florence Art Edizioni. E poi ora abbiamo i supereroi». Prego? «Sì, disegnati sulle pareti della nostra sede. Fanno co-

raggio. E un'idea del nostro direttore artistico». Cosa se ne fa un'azienda che produce integratori e alimenti di un direttore artistico, Cioni lo spiega così: «È fondamentale, perché oltre a curare il packaging, ci fa gli scherzi, ci nasconde i soprammobili e noi dobbiamo trovarli. Ci fa ridere. E il buonumore per un'impresa è fondamentale. So che qui si sta bene perché le persone che lavorano con noi fanno un sacco di figli. Vuol dire che si sentono sicure».

Fondatore

Stefano Cioni ha creato nel 2006 a Sesto Fiorentino il marchio [Steve Jones](#)

