



Comunicato stampa n. 2 – 11 marzo 2023

Dolce incontro all'Istituto Da Schio di Vicenza: le lezioni di successo di Dario ed Edoardo Loison

Sono stati trattati temi come il branding, l'organizzazione produttiva e il packaging, mentre gli studenti hanno posto domande su ingredienti, marketing e sugli invenduti.

Edoardo ha offerto preziosi consigli sulla crescita professionale, sottolineando l'importanza dell'umiltà e della costante volontà di apprendere.

L'11 marzo 2024, l'Istituto **Almerico da Schio di Vicenza** ha ospitato un incontro serale che ha catturato l'attenzione delle classi terze, quarte e quinte dell'indirizzo commerciale e enogastronomico. Questo evento ha avuto come protagonisti **Dario ed Edoardo Loison**, 3 e 4^a generazione al timone del laboratorio di pasticceria Loison di Costabissara. Nonostante la scaletta predefinita, la serata si è rivelata estremamente coinvolgente grazie alla narrativa avvincente di Dario Loison, che ha saputo condividere la propria esperienza e la "case study" in modo davvero appassionato.

Al timone del laboratorio artigianale da trent'anni, Dario Loison ha guidato il pubblico attraverso la sua intensa storia, dagli esordi negli anni '80 fino ad oggi. Una vita fatta di percorsi controcorrente che lo hanno portato all'estero, dove ha lavorato in una pizzeria a **Londra**, poi a Venezia alla **Ca' Foscari**, per maturare poi esperienze professionali in tutto il mondo nel settore delle **macchine per conterie**.

Poi il ritorno nell'azienda di famiglia, che all'epoca produceva dolci per piccoli negozi (allora realizzava circa un miliardo e sette di vecchie lire) acquisita dallo stesso Dario con tanto sacrificio.

A distanza di tre decenni, Loison Pasticceri registra oggi un fatturato di **13 milioni di euro**, di cui il **60% è generato all'estero in oltre 70 paesi**. Il **95%** di questo fatturato è attribuibile al **marchio Loison**, il che sottolinea l'importanza del lavoro di branding e di marketing che vi è dietro. Degli articoli venduti sotto il marchio, l'80% rientra nella categoria dei prodotti di alta gamma di lusso e altissima qualità.

Inizialmente titubanti, grazie al supporto dei docenti che hanno organizzato l'incontro gli allievi hanno posto numerose domande a Dario e Edoardo Loison. Tra queste è stato chiesto cosa produca Loison al di fuori del periodo natalizio, esplorando così le **linee continuative** di produzione. In questo contesto, è emerso l'importante ruolo del **packaging**, curato da **Sonia Pilla**, moglie di Dario, con la firma **Sonia Design**, nell'elevare il valore dei prodotti e nell'incidere sull'esperienza complessiva del consumatore.

Si è discusso anche riguardo all'organizzazione dei **processi produttivi**, della gestione della logistica e della sostenibilità. Gli studenti si sono dimostrati estremamente curiosi riguardo alle **materie prime** utilizzate, tra cui il **lievito madre**, materia muta ma viva composta unicamente da farina e acqua, e nello studio delle **aromatizzazioni personalizzate**, richieste direttamente da Dario Loison ai fornitori, al fine di ottenere canditure di frutta straordinarie e prive di solfiti.

Sono state poste anche domande riguardanti il **marketing** e l'e-commerce, focalizzandosi sull'operatività dello shop online, che attualmente opera in dieci paesi europei, oltre a tematiche relative allo sviluppo e alla ricerca.



Tra le interrogazioni sollevate, c'è stata anche una particolare curiosità riguardo al **destino degli invenduti**, che in Loison si preferisce donarli in beneficenza a chi ne ha bisogno anziché svenderli.

Alla luce di quanto emerso nell'incontro, si rafforza il prezioso consiglio offerto da **Edoardo Loison** ai giovani studenti: avvicinarsi al mondo del lavoro con umiltà, pazienza e una forte volontà di apprendere. È un invito a comprendere che la crescita professionale è un percorso che richiede tempo e impegno costante, mantenendo la mente aperta al cambiamento e miglioramento continuo.