

"Il digitale è un'opportunità di crescita per la piccola impresa se la sa cogliere", Dario Loison e il suo intervento all'evento "Food&Wine: come ripartire dopo il lockdown?"



All'evento digitale tenutosi venerdì 26 marzo e organizzato da **ItalyPost**, Dario Loison ha spiegato che *"Avere un prodotto unico è già tantissimo, ma non dobbiamo dimenticarci delle principali leve del marketing calate nei nuovi scenari"*

Venerdì 26 e domenica 28 marzo si è tenuta l'edizione digitale di **"WeFood – Alla scoperta delle Fabbriche del Gusto"** organizzata da **ItalyPost**, un'anteprima dell'evento primaverile che si terrà il 29 e il 30 maggio 2021, declinata in due pomeriggi, uno con un webinar in diretta su Facebook e YouTube, e l'altro alla scoperta delle eccellenze enogastronomiche del territorio attraverso talk con i grandi chef e i produttori, dal vino alle birre, dalle grappe al caffè, dai dolci al formaggio, dalla pasta al miele, dagli amari alle composte.

Venerdì 26 marzo si è tenuto l'evento digitale **"FOOD&WINE: come ripartire dopo il lockdown?"** condotto da Filiberto Zovico, fondatore ItalyPost. All'evento sono intervenuti Enrico Berto (amministratore delegato Berto's), Carla Coccolo (responsabile area sviluppo e risorse Slow Food), Dario Loison (owner Dolciaria Loison), Giorgio Polegato (presidente Astoria Wines e presidente Coldiretti Treviso) e Marco Wallner (Head of Corporate Commercial Synergies UniCredit).

Dario Loison è intervenuto a proposito di "artigianalità e capacità" e, incalzato da Zovico, ha spiegato che **"avere un prodotto unico è già tantissimo, ma non dobbiamo dimenticarci delle principali leve del marketing calate nei nuovi scenari: un prodotto giusto al prezzo adeguato, una distribuzione che è notevolmente cambiata, mercati nuovi e sistemi di vendita innovativi come il digitale e infine nuove tipologie di clienti"**. **"L'ambito digitale - continua Loison - è un'opportunità di crescita per la piccola impresa se la sa cogliere. Noi siamo una piccola realtà e il nostro è un artigianato evoluto a tutti gli effetti: grazie al digitale abbiamo ridotto i margini di distribuzione dirottando i nostri sforzi verso il consumatore finale, adeguandoci al mercato"**.

"Ricordo che Loison ha aperto il suo sito internet nel 1996 - conclude il pasticcere di Costabissara - con poche pagine ma sufficienti per aprirsi al mondo e realizzare quello stesso anno le prime vendite all'estero: in Svezia, ad una casalinga di Orebro 600 panettoni per un'Associazione di Italiani, e in Giappone, alla gelateria/pizzeria Pinocchio di Osaka, gestita dal signor Clemente Gazzillo, italiano sordomuto emigrato lì qualche anno prima".

Per l'evento del 26/3 [clicca qui](#).

Per l'evento del 28/3 [clicca qui](#).

Press Info:

press@loison.com

Giulia Marruccelli +39 347 0452739

Elisa Tronca +39 0444 557844 interno 428

Dario Loison +39 348 4106615

www.loison.com - press.loison.com

www.insolitopanettone.com