

Posizionamento: il Caso Loison va all'Università di Vicenza

Dalla strategia di ieri, dove l'analisi e lo studio erano rivolti non al prezzo ma all'artigianalità, al posizionamento di oggi dei dolci Loison che va ben oltre lo scaffale, grazie anche al curato Merchandising. Allievi incantati ad ascoltare Dario Loison per oltre un'ora e mezza.

Quella della docenza per Dario Loison sta diventando un'attività non secondaria, visto che nel giro di poche settimane ha tenuto lezioni e testimonianze in diversi Atenei Veneti. L'ultima presso **l'Università di Vicenza**, dipartimento di Economia, dove grazie al coinvolgimento del prof **Andrea Beretta Zanoni** Ordinario di Strategia e Politica Aziendale dell'Università degli Studi di Verona, ha tenuto una lezione su “**Strategie di Posizionamento Prodotto: il Caso Loison**”.

E su questi argomenti ce ne sarebbe da raccontare, visto che del posizionamento Dario Loison già negli anni Novanta ne ha capito l'importanza strategica: non potendo competere col prezzo rispetto al prodotto della grande distribuzione, e neanche con il boom dei Discount, la differenza dovevano per forza farla un **packaging mirato e l'artigianalità**: il primo non doveva essere banale, ma versatile e unico; il secondo doveva competere con ingredienti esclusivi e di qualità. Nacque così il concetto di una **confezione studiata** e utile e l'utilizzo di **materie prime pregiate**; fondamentali furono due brillanti idee: la riscoperta del lievito naturale e l'utilizzo in esclusiva di **presidi Slow Food**.

Se ieri la strategia era rivolta al mercato, oggi il posizionamento dei dolci Loison va ben **oltre lo scaffale**: grazie al curato **Merchandising**, il cliente finale non vuole solo il prodotto ma anche il gadget, il grembiule, la shopper o il biglietto di auguri.

Oltre un'ora e mezza di lezione dove più di una **cinquantina di allievi** sono rimasti incollati alle sedie ad ascoltare Dario Loison. Per lui, invece, questo è un altro piccolo tassello verso una relazione più intensa tra **Università e Impresa**, due mondi ancora troppo lontani ma che hanno bisogno di maggiore coinvolgimento reciproco.

Press Info:

press@loison.com

Eleonora Pontello +39 0444 557844

Giulia Marruccelli +39 347 0452739

Dario Loison +39 348 4106615

www.loison.com - press.loison.com

www.insolitopanettone.com

