

Innovarea: Loison racconta come cavalcare l'onda e superare la crisi

Il progetto del prof. Carlo Bagnoli è stato presentato alla Lago di Villa del Conte il 23 ottobre, ed è stato condotto dal giornalista Alessandro Milan; tra le 410 “aziende antifragili”, raccontati i casi di cinque imprenditori d'eccellenza

Giovedì 23 ottobre si è tenuto a Villa del Conte (Pd) nello show room della Lago Spa, [Innovarea](#), evento esclusivo moderato dal Giornalista [Alessandro Milan](#) del Sole 24 Ore, che ha voluto raccontare e comprendere le imprese che in Veneto stanno rinascendo nell'era globale.

Il risultato? Partiti da 5.686 imprese e cercando quelle con ricavi oltre i 5 milioni, ne sono state individuate solo 410 dal team di ricercatori di Ca' Foscari capitanato da [Carlo Bagnoli](#), professore associato in Innovazione strategica presso l'Ateneo veneziano e responsabile scientifico di Innovarea. Sono state definite “aziende antifragili”, ovvero aziende “**significanti**” che hanno “creato valore per i clienti e la società, distribuendone una parte rilevante perché la soluzione è moltiplicarlo” come dice il [Manifesto](#). Oltre a Carlo Bagnoli sono intervenuti anche **Maria Luisa Coppola**, Assessore Regionale all'Economia, **Giampaolo Pedron**, Direttore di Confindustria Veneto e **Roberto Zuccato** Presidente di Confindustria Veneto.

L'occasione è stata ghiotta per presentare i cinque imprenditori prescelti, che hanno raccontato la loro storia, ognuno con la propria ricetta di successo: **Daniele Lago** ad della [Lago spa](#), **Alberto Baban** Ceo di [Tapi spa](#), **Enrico Berto** ad di [Berto's spa](#), **Barabara Donadon** Ceo di [Altana spa](#) e **Dario Loison** di [Loison srl](#). Persone e imprese che, secondo Carlo Bagnoli, sono aziende “**di proposta e non “di risposta**”, aziende che non solo non hanno patito gli anni di crisi, ma che invece hanno saputo cavalcare l'onda.

Dario Loison, durante il talk show condotto da Alessandro Milan, ha raccontato come verso la fine degli **anni Novanta** ha concretizzato le sue prime vendite all'estero, in Svezia e Giappone, attraverso **Internet**, allora uno strumento ancora poco capito per il suo alto potenziale di **disintermediazione**. Sempre in tempi di difficoltà dovute alla nascita e crescita dei primi Discount, Dario Loison non s'è perso d'animo e ha saputo cogliere il valore della differenza di prodotto utilizzando, già dai primi **anni 2000**, **ingredienti esclusivi come i Presidi Slow Food**; ultimo ma non meno importante il valore della **Bellezza** e della [Cultura](#): attraverso una intensa e continua fase di ricerca e sviluppo, ogni anno il packaging dei prodotti Loison si innova sposando appieno il modello di Business **B2B2C**. Cosa vuol dire? **Beauty to Business to Consumer** come “contesto di (valorizz)azione”.

Al termine del talk Show sono stati consegnati agli amici imprenditori intervenuti i premi “**Impresa Significante 2014**”: 5 aziende sincronizzate la cui impresa comune è guidare un nuovo rinascimento facendo leva sul patrimonio artigianale, civile, culturale e naturale.

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

