

Loison, i web-pasticceri di Costabissara ambasciatori di Google

Publicato il 26 ottobre 2016 in [Pmi e Imprese](#), [Vicenza](#)

Da Costabissara a Mountain View: **Loison**, la pasticceria artigianale vicentina pioniera dell'e-commerce, ha attirato l'attenzione di Google. Che ne ha fatto uno dei tre "ambasciatori digitali", portando una troupe nella fabbrica dove nascono panettoni e biscotti, per raccontare con un video la storia dell'azienda.



Lo [scrive Eric Schmidt](#), il Ceo di Google in persona, in un intervento su Repubblica: «Per 60 anni, Loison è stato un laboratorio artigiano di pasticceria annidato nel paesino veneto di Costabissara – scrive il capo del colosso dei motori di ricerca –. Poi nel 1996 Dario, il proprietario e fornaio di terza generazione, ha aperto un sito web. Il primo cliente è arrivato dalla Svezia, il secondo dal Giappone e gli ordini di panettoni e pandori hanno cominciato a crescere. Dario e la sua famiglia usano ancora l'antica ricetta di famiglia creata dal nonno, ma oggi hanno un giro d'affari di 8 milioni di euro l'anno e la metà degli ordini arriva dall'estero».

Loison è stata selezionata in "Growth Engine Platform", secondo step del progetto "Eccellenze in digitale", portale coordinato da **Stefano Micelli** dell'Università Ca' Foscari di Venezia, che ha visto coinvolto Dario Loison nel gennaio 2014 come testimonial in una piattaforma didattica. Il secondo passaggio si allarga all'Europa, coinvolgendo Inghilterra, Polonia, Spagna, Francia, Germania e Italia. Per il nostro Paese, su un panel di circa ottanta aziende monitorate, ne sono state selezionate tre: Loison, Berto Salotti, Lux Made In, esempi diversi di business fortemente influenzato e guidato da strumenti web.

Tra il 17 e il 18 settembre 2016 Dario Loison, che insieme a Sonia Pilla rappresenta la terza generazione della fabbrica dolciaria, è stato [intervistato](#) dal **Team Google**, composto da sette professionisti italiani e inglesi. «Internet ha ridotto radicalmente le tempistiche e le distanze nelle strategie di business – racconta **Dario Loison** -. La nostra è un'azienda artigiana che ha risposto al web con azioni pro-attive e responsive. Inoltre avvalendoci di strumenti web adeguati siamo sempre in contatto con i nostri interlocutori, condividendo in tempo reale informazioni e procedure».



Puoi leggere anche



New Craft, la mostra che immagina l'artigianato del futuro



Artigiani del futuro, le storie di cinque Botteghe Digitali



Fare è innovare, il nuovo artigianato nel saggio di Stefano Micelli



Più letti



Bancari, manifestazione il 25 ottobre in Banca Pop...



Roberto Giolito, il designer della Fiat 500, a Pad...



Banca Popolare di Vicenza, dipendenti in piazza: &...



Lutto nel mondo dell'industria, è morto Dino March...



Moody's aggiorna il rating di Banco Popolare...