

DA CLASSICO A PESCA E ROSMARINO: COME È CAMBIATO IL GUSTO DEL PANETTONE

Il Catalogo Inverno 2026 di Loison racconta l'evoluzione di un dolce legato alla tradizione attraverso ricette, ingredienti e abbinamenti che negli anni ne hanno ampliato il linguaggio.

Dalle interpretazioni più classiche a PeachMary® con Pesca e Rosmarino, cambia il gusto ma restano centrali lievito madre, 72 ore di lavorazione e ricerca sulle materie prime.

Il panettone nasce con uvetta e canditi, ma nel tempo ha allargato il proprio vocabolario. In casa Loison sono arrivati il fico, l'albicocca con lo zenzero, la liquirizia con lo zafferano, la rosa, il Pistacchio di Bronte Dop con il tè Matcha, fino alle interpretazioni più recenti di BlackHabana® e PeachMary®. Il Catalogo Inverno 2026 mette così accanto ricette consolidate e abbinamenti che negli anni hanno allargato il repertorio Loison.

NUOVI GUSTI, STESSO METODO. E SEMPRE A COSTABISSARA

La storia di Loison parte nel 1938 con nonno Tranquillo, prosegue con papà Alessandro e arriva alla generazione di Dario, entrato in azienda nel 1992.

È soprattutto dagli anni Novanta che la ricerca sul gusto acquista un ritmo più sistematico. **Amarena (1996), Marron Glacé (1997), Mandarino tardivo di Ciaculli (2004), Fico (2007), Albicocca e Zenzero (2009), Liquirizia e Zafferano (2013), Camomilla (2015), Rosa (2016), NeroSale® (2018), 5 Agrumi (2019), Pistacchio e Tè Matcha (2021)** segnano negli anni un progressivo ampliamento del repertorio.

Nel **2024** arriva **BlackHabana®**, primo panettone Loison con impasto al cacao; nel **2025 PeachMary®** porta nel panettone pesca e rosmarino.

A cambiare sono gli abbinamenti, non il metodo né il luogo. Loison tiene in casa l'intero ciclo, per scelta: **produzione e confezionamento, dal 1938, non sono mai stati delocalizzati**. La lavorazione arriva a **72 ore complessive**: il lievito madre viene rinfrescato **5 volte, ogni 6-12 ore**, e l'impasto passa attraverso **3 fasi successive**, fino a una lievitazione finale di oltre **12 ore**. Dopo la cottura segue una lenta stagionatura, con **6-8 ore di raffreddamento naturale, senza forzature**.

DALLE RICETTE ALLA RICERCA SULLE MATERIE PRIME

Nel Catalogo Inverno 2026 Loison dedica ampio spazio alla selezione delle [materie prime](#): **Vaniglia Bourbon del Madagascar, Pistacchio verde di Bronte DOP, Mandarino tardivo di Ciaculli, Chinotto di Savona e Sciroppo di Rose Liguri**, tutti **Presidi Slow Food**, insieme a cioccolato monorigine da cru sudamericani, tè Matcha di **Uji-Kyoto**, mandorle di Bari e di Avola, miele siciliano, vini passiti italiani, liquirizia di Sibari e caffè Mysore e Santos.

I Presidi rappresentano da anni uno dei riferimenti della ricerca Loison, perché legano il prodotto a varietà, territori e saperi che rischierebbero altrimenti di andare perduti. Tra gli esempi più significativi c'è la [Vaniglia Bourbon del Madagascar](#), impollinata, raccolta e selezionata a mano dalla famiglia **Ranja**, che nella regione di Mananara la coltiva e la affina dal 1924, oggi alla quarta generazione. Loison collabora con la famiglia dagli inizi degli anni Duemila.

LA QUALITÀ SI RACCONTA ATTRAVERSO I FATTI

«Crediamo nella qualità autentica, quella che si racconta attraverso i fatti», scrive **Dario Loison** nell'apertura del **Catalogo Inverno 2026**.

I fatti sono anche i numeri di un'azienda che oggi conta **oltre 600 clienti diretti in più di 75 Paesi**, realizza il **66% delle vendite all'estero e mantiene il 98% della produzione a marchio Loison**, con un fatturato che nel **2025 ha superato i 13 milioni di euro**. Risultati che fotografano una **family business dalla dimensione artigiana**, capace di affermarsi a livello internazionale mantenendo salde le proprie radici.

Per Dario Loison la qualità riguarda anche il modo di fare impresa: **rapporto diretto con i clienti, continuità nell'assistenza commerciale ed efficienza organizzativa** sono elementi necessari per sostenere una presenza internazionale senza perdere il contatto personale. Le visite in azienda permettono poi di vedere da vicino come questo metodo prende forma nel lavoro quotidiano.

Alla base c'è una **cultura d'impresa radicata nel Nordest italiano**, dove Loison Pasticceri è nata e opera, che si traduce nel **rigore dell'organizzazione** e nella cura con cui vengono affrontate i processi aziendali. **L'apertura ai mercati esteri** ha aggiunto un ulteriore elemento: il confronto con clienti di paesi differenti, con esigenze e aspettative diverse, ha contribuito negli anni ad affinare il metodo di lavoro.

Questo percorso è testimoniato anche dagli **oltre 50 premi e riconoscimenti ottenuti da Loison Pasticceri dal 1997**. I [The WineHunter Awards](#) rappresentano una conferma costante sul fronte della qualità, con premi Platinum, Gold e Rosso assegnati in più edizioni a panettoni, torte e biscotti Loison. Tra le attestazioni più significative degli ultimi anni figurano, nel **2026**, **Famiglie del Cibo - Un patrimonio dell'umanità**, assegnato dalla storica rivista [Italia a Tavola](#), che ha valorizzato la continuità generazionale e la capacità di trasmettere nel tempo cultura del prodotto e competenze d'impresa; nel **2025**, [Export by Capital](#), legato ai risultati raggiunti sui mercati internazionali; e nel **2021**, l'inserimento di Loison da parte di [Forbes](#) nello speciale **100 Eccellenze Italiane**, categoria Food.

Anche il catalogo applica questo criterio al prodotto: **provenienze, certificazioni, processi produttivi, standard di sicurezza, sostenibilità e riuso** sono accompagnati da dati e informazioni precise, che rendono verificabili le scelte su cui si fonda la qualità Loison.

IL DESIGN PARTE DALLA RICERCA

Il progetto delle confezioni nasce da un lavoro seguito direttamente da **Sonia Pilla, art director di [Sonia Design](#)**, che definisce il concept delle collezioni, sceglie materiali, colori, finiture e accessori e coordina l'immagine complessiva. Non è quindi un intervento limitato alla grafica, ma un lavoro certosino che coinvolge ogni elemento del packaging.

Tra le fonti di ispirazione ci sono anche **libri, cartoline e oggetti d'epoca conservati nel [Loison Museum](#)**, utilizzati come base per nuove soluzioni visive e decorative.

Nel [Catalogo Inverno 2026](#) il vintage torna come riferimento preciso in diverse collezioni, attraverso immagini, forme e dettagli che richiamano **atmosfera, giochi e manufatti di un tempo**. Non è solo una scelta estetica: rimanda alla cura con cui questi oggetti venivano realizzati e al fatto che fossero **pensati per durare**. Per questo molte confezioni vengono progettate fin dall'inizio per **essere conservate o riutilizzate**, andando oltre la funzione originaria del packaging.

Loison Pasticceri dal 1938 - Company Profile

Radici semplici, ingredienti genuini, dolci della tradizione: su questi valori si fonda la storia della famiglia Loison, quattro generazioni di pasticceri di **Costabissara**, in provincia di **Vicenza**. Tutto ha inizio nel **1938** con **nonno Tranquillo**, il primo ad amare l'arte della panificazione e a trasmetterla a **papà Alessandro**. Insieme trasformano il forno di famiglia in un'attività artigianale, inaugurando nel **1969 un nuovo laboratorio**.

Dal **1992 Dario Loison** guida l'azienda, da pochi anni affiancato dal figlio **Edoardo**, mantenendo viva la dimensione artigiana e, al tempo stesso, ampliando la presenza sui mercati internazionali, sempre con lo sguardo rivolto al futuro. Accanto a loro, **Sonia Pilla**, moglie di Dario e art director di **Sonia Design**, cura il packaging come vere e proprie opere d'arte: ogni confezione è pensata per raccontare una storia di bellezza, cultura e territorio.

Ogni creazione Loison è il risultato di passione, tempo e ricerca: i dolci prendono vita dal lievito madre vivo, attraverso un lento processo di **72 ore di lavorazione** con ingredienti estremamente selezionati, tra cui eccellenze riconosciute come i **Presidi Slow Food**.

I numeri di Loison Pasticceri raccontano una realtà artigianale dallo spirito profondamente internazionale: da oltre **30 anni** esporta in tutto il mondo con il **66% dell'export** realizzato in più di **75 paesi diretti**; **98% della produzione a marchio Loison**, sinonimo di "valore" del brand Gourmet. Con oltre **600 clienti diretti** in tutto il mondo, l'azienda si distingue per una filiera corta e per un rapporto di fiducia e trasparenza con i propri clienti e fornitori.