



Cinisello Balsamo, lo storico marchio milanese punta a replicare sul mercato interno il successo avuto all'estero

## Vitavigor, grissini e snack reggono l'urto della crisi

Il bilancio 2020 si è chiuso con un + 4,5% dell'export e +8% nella grande distribuzione

CINISELLO BALSAMO (Milano)

**La crisi non scalfisce** "El super grissin de Milan" che raddoppia le esportazioni, +4,5% nel 2020, e rafforza la presenza nella grande distribuzione con un netto +8%. Risultati lusinghieri per Vitavigor, lo storica azienda milanese leader del mercato dei sostitutivi del pane, nata nel 1958 in un forno della Bicocca e arrivata sulle tavole di mezzo mondo. Fatturato di 5 milioni di euro, 21 dipendenti e una solida presenza in 30 paesi fra i quali Francia, Spagna, Giappone, Canada e Australia. Dietro all'affermazione all'estero ci sono il consolidamento dei rapporti commerciali con nuovi clienti e il lancio di una linea di snack (VitaPop) attenta alla salute e all'ambiente, con packaging in carta riciclabile, che ha conquistato il pubblico straniero.

**Il sostenibile** è la nuova frontiera del marchio che fin dalla nascita ha avuto l'ambizione di raccontare l'anima di una Milano in pieno sviluppo industriale. Oggi, dopo il Covid, lo spirito è

sempre lo stesso. Tutto possibile grazie «all'investimento sulla qualità dei prodotti», spiega il marketing manager Federica Bigiogera (**nella foto**). «L'anno della pandemia ha registrato perdite inevitabili nei canali foodservice e ristorazione. Abbiamo compensato con altri comparti che fuori dai confini nazionali si sono rivelati vincenti. Puntiamo a replicare il successo sul mercato interno». Per centrare l'obiettivo, nel quartier generale di Cinisello Balsamo contano «sull'appoggio dei consumatori». Negli ultimi 12 mesi gli

italiani hanno acquistato oltre 1,1 miliardi di confezioni tra pane industriale e prodotti sostitutivi e il bakery salato è arrivato a sfiorare 1,5 miliardi di euro. La domanda è cresciuta del 6%, trainata dalle maggiori occasioni di consumo dettate dalle chiusure e da un aumento della spesa media.

Barbara Calderola

