

RETAIL & INDUSTRIA

Gusto e ambiente. Vitavigor per la nuova linea Vitapop individua ricette italiane gourmet e packaging in carta totalmente riciclabile

Si riparte dai nostalgici anni Cinquanta

Laura Seguso

Voglia di ripartire, bisogno di spensieratezza: è il sentiment più diffuso dopo mesi di restrizioni e di incertezze. Un'epoca che ha attraversato caratteristiche sociali in qualche modo simili è stata quella degli anni Cinquanta. Forse si deve a questo il trend **50's Nostalgia**, che sta spopolando in tutto il mondo e in settori trasversali, dallo sport allo star system, dalla moda alla cultura, dai media al design, fino ad arrivare ai social e al packaging dei prodotti. Su Instagram gli hashtag **#50's** e **#Anni50** contano rispettivamente oltre 2 milioni di post e 150mila menzioni. Il monitoraggio è stato condotto su oltre 30 testate internazionali da **Espresso Communication per Vitavigor**, storico marchio milanese di grissini che ha recentemente realizzato un packaging ispirato alla mitica decade per celebrare la voglia di ripartenza. "Tutto ciò che richiama il passato, allo stesso modo

>2 mln
post su Instagram
Anni50

150.000
menzioni social

5 mln €
giro d'affari

7 ton
produzione
giornaliera

di ciò che è vintage, non è mai andato fuori moda, neanche in ambito commerciale e alimentare, bensì è diventato un ponte che unisce e collega generazioni differenti -osserva **Federica Bigioger**, marketing manager di Vitavigor-. Le origini della nostra azienda risalgono a quel periodo in una Milano in grande fermento, pronta a ripartire. Con la voglia di riparten-

za che si respira ora". Completo il restyling grafico, per un packaging attento alla sostenibilità ambientale. Mentre i gusti si ispirano a famose ricette gourmet italiane, nella nuova linea VitaPop, disponibile nel formato busta da 120 grammi. L'azienda ha presentato il nuovo prodotto in occasione di **Anuga 2021**, il salone del settore food & beverage recentemente svoltosi a Colonia (Germania). I mini soffietti-così si chiamano i nuovi snack- sono proposti in **quattro diverse varianti**: con farina di mais, salati in superficie; integrali, ricchi di fibre; con Cacio e Pepe e alla Diavola. Questi ultimi, in particolar modo, rappresentano dei veri e propri nuovi gusti che irrompono per la prima volta nel mercato degli snack e dei sostitutivi del pane in Italia. Si propongono per merenda o aperitivi in compagnia. Hanno una forma particolare e unica perché soffiati al loro interno.

Sensibilità ambientale

"Abbiamo deciso di vestire sostenibilmente la nostra linea di VitaPop soffietti per dimostrare la nostra sensibilità alle tematiche legate all'ambiente. Riteniamo che l'attenzione allo scenario green rappresenti uno dei principali driver di acquisto da parte dei consumatori e anche il mondo della gdo si sta adattando in maniera graduale ma inesorabile a questa nuova filosofia eco-friendly. Il nuovo modello di confezionamento sarà successivamente esteso a una nuova linea di prodotti contraddistinta da snack con alto contenuto nutrizionale bilanciato, leggeri e non unti".



FEDERICA BIGIOGERA
 MKTG MANAGER
 DI VITAVIGOR