RETAIL & INDUSTRIA

VITAVIGOR



FEDERICA BIGIOGERA
RESPONSABILE COMMERCIALE E MARKETING DI VITAVIGOR

"Per Vitavigor", afferma Federica Bigiogera, responsabile commerciale e marketing di Vitavigor, "le vendite a volume nella gdo dei sostitutivi salati del pane si sono chiuse in crescita rispetto al 2024. Soprattutto **l'andamento della linea Vitafit Mini Cracker ha segnato +22% a volume". Nell'ultimo esercizio l'impresa ha lanciato sul mercato numerose referenze** nel comparto snack salati: Vitacrock maxi soffietti salati in superficie, Vitapop alla Cipolla salati in superficie, che si sono aggiunti ai già citati Vitafit Mini Cracker al mais salati in superficie. Tutte referenze che sono state inserite di recente a scaffale in Area 1 e 2.

RISO GALLO

L'impresa consolida la presenza nella categoria degli snack salati attraverso il rafforzamento del brand Gallo's, rispondendo in modo puntuale alle tendenze emergenti. Le Gallo's Chips, i Triangolini Creck&Risi e le gallette si sono distinti proprio come proposte moderne e leggere, capaci di offrire al consumatore soluzioni adatte a diverse esigenze alimentari e a molteplici occasioni di consumo.
Nel 2025 l'azienda ha proseguito l'ampliamento della linea con l'introduzione delle Gallette Le Nere Protein, una novità che unisce riso nero e lenticchie rosse per offrire un elevato contenuto proteico, e parallelamente, anche la gamma Creck&Risi è stata oggetto di un importante intervento di aggiornamento.

CURTI



SIMONA MESCIULAM,
DIRETTRICE COMMERCIALE DI CURTI

La strategia di portafoglio di Curti sta evolvendo per rispondere in modo più mirato alle richieste del mercato. Nelle Mini-Gallette - Veline, Risatine, triangolini e simili - sottocategoria che arriva a rappresentare circa 80 milioni di euro e oltre 53 milioni di pezzi venduti, **l'area con più vitalità è senza dubbio la prima, prodotti che hanno rappresentato negli ultimi anni un'evoluzione della tradizionale galletta:** formati più edonistici e vicini al mondo degli snack rispetto al prodotto standard.
Questo segmento specifico cresce a valore (+4,0% superando gli 11,3 milioni di euro) e segna un risultato positivo anche nelle quantità acquistate (+2,5% a volume).

FIORENTINI

Una delle principali novità è stata l'introduzione delle Romagnole: **focaccine dal gusto rustico, arricchite con un ingrediente tipico della tradizione emiliano-romagnola, i piselli, antica varietà di legumi.** Un prodotto senza glutine, ad alto contenuto di proteine e fibre, che unisce gusto e attenzione al benessere. Tra le ultime novità lanciate recentemente c'è anche la nuova linea di snack Hummus Chips: caratterizzate da un sapore speziato e dall'anima cosmopolita, che va incontro ai nuovi trend dello snacking internazionale.La gamma è composta da tre diverse referenze, due realizzate con ceci e una terza con lenticchie. Recentemente il tradizionale multipack con sacchetto esterno contenente 5/6 confezioni singole, è stato sostituito con una nuova soluzione.



Ritaglio stampa ad uso esclusivo del destinatario, non riproducibile.
079804
L'ECO DELLA STAMPA
LEADER IN MEDIA INTELLIGENCE