

PANRICO DEVUELVE AL PAN EL LUGAR QUE MERECE CON “LO BUENO SIEMPRE PASA ENTRE DOS COSAS BUENAS”

- **La marca abre una nueva etapa para conectar con los hábitos de consumo actuales.**
- **Con 70 años de experiencia, la compañía apuesta por la calidad y reivindica el papel del pan en una alimentación saludable y mediterránea.**

Madrid, 20 de octubre de 2026. — Panrico presenta **“Lo bueno siempre pasa entre dos cosas buenas”**, una nueva campaña desarrollada junto a **HAMLET Strategic Makers** que pone el foco en todo aquello que sucede alrededor de las personas y de los momentos que compartimos.

La campaña acompaña una nueva etapa para la marca, que vuelve a los lineales y a las tiendas con nuevos productos y una propuesta centrada en la calidad, la naturalidad y el papel del pan en la dieta mediterránea.

En un contexto en el que los consumidores prestan cada vez más atención a sus hábitos alimentarios, **Panrico reivindica el valor del pan como alimento esencial y como parte de nuestra cultura**, conectando su trayectoria con nuevas formas de entender la alimentación.

Lo bueno siempre pasa entre dos cosas buenas

El concepto creativo se traslada a un spot que muestra diferentes momentos cotidianos como un niño entre sus padres, familias, amigos; en los que el pan aparece de forma natural como parte de aquello que realmente importa: **las experiencias que compartimos**.

La campaña pone así el foco no solo en el producto, sino en **todo lo bueno que sucede alrededor de él**.

El pan de siempre, en el presente

Con 70 años de experiencia como compañía panadera, Panrico afronta esta nueva etapa poniendo en valor su trayectoria y adaptándose a los nuevos hábitos, momentos de consumo y formas de vivir.

La marca parte de una convicción: el pan es mucho más que un acompañamiento. Forma parte de nuestra alimentación, nuestra cultura y nuestra manera de compartir.

La campaña tendrá difusión nacional durante un mes, con presencia en medios tradicionales, YouTube y plataformas de streaming.

La marca acompañará esta etapa con la reactivación de sus redes sociales, con especial atención en la alimentación saludable, el bienestar y el fitness; una comunicación centrada en los **nuevos hábitos, momentos de consumo y formas de vivir**.

Acerca de Vicky Foods

Vicky Foods es una empresa líder en el sector de la alimentación, 100% familiar y con más de 70 años de trayectoria. Actualmente cuenta con 4.285 trabajadores. Entre sus marcas propias se incluyen Dulcesol®, Panrico®, Hermanos Juan®, Be Plus®, Il Forno di Giovanni Ricci® y FIT'Z®.

La evolución del grupo en los últimos años ha estado marcada por la consolidación y el fuerte crecimiento de sus resultados económicos. De esta manera, es la primera empresa en volumen del sector de pastelería y bollería en España, habiendo cerrado el año 2025 con una facturación global de 761 millones de euros. Esta cifra representa un aumento importante respecto al año anterior y una producción de 254.631 toneladas. Con presencia en más de 50 países, Vicky Foods cuenta con cinco centros de producción dedicados a la elaboración de cerca de 2.500 referencias, dos en España: Gandía y Villalonga, ambos en Valencia, y tres en el extranjero: Argelia, Francia y Portugal, además de 24 delegaciones comerciales repartidas entre España, Portugal, Argelia, Reino Unido y Francia. Por último, la compañía también posee una granja productora de huevos, que abastece el 90% de su producción, una planta de fabricación de envases que se ocupa de cubrir la práctica totalidad (98%) de las necesidades de packaging del grupo, un Centro de Innovación para coordinar todo el potencial innovador de la compañía y poder así cumplir con sus compromisos en el ámbito de la salud y la innovación tecnológica, y la Fundación Vicky Foods con la que vertebra la gestión de su acción social, centrándose en la innovación, la cultura y la educación.