

Usiamo i cookie per fornire un'esperienza più sicura e per rivolgere alcune inserzioni al pubblico giusto. Cliccando o navigando sul sito, acconsenti alla raccolta da parte nostra di informazioni tramite i cookie. Puoi anche disattivare la personalizzazione degli annunci o consultare la nostra informativa privacy.



Non riceve alcun finanziamento pubblico

Direttore responsabile:  
CLARA MOSCHINI



Home ► Dolci

# Cerealitalia si rilancia dopo la pandemia

## In arrivo nuove linee di prodotto e partnership strategiche



Ampliare le linee di prodotto stipulando nuove partnership strategiche, puntando sulla differenziazione per "qualità" e innovazione: Cerealitalia Industrie Dolciarie S.p.A., produttrice di cereali, cioccolato e snack salati, si appresta a concretizzare entro l'anno il percorso evolutivo orientato all'attestazione della propria solidità nel settore dolciario e al consolidamento del valore di marca.

L'azienda, che ha di recente inaugurato un nuovo polo logistico a Melfi, ha presentato le nuove linee di prodotto, esprimendo le proposte dei tre brand di proprietà "Cerealitalia", "Dolci Preziosi" e "Macao" ed una rinnovata immagine, in linea con il progetto aziendale ed i trend di mercato.

Novità assoluta è sicuramente l'ingresso della società nel mercato dei cereali per bambini in licenza: con "Dolci Preziosi", storico brand specializzato in prodotti da

ricorrenza, l'azienda è la prima in Italia a proporre cereali con sorpresa, dedicati ai personaggi più seguiti dai ragazzi. Il brand presenta così i "Petali", le "Barrette al cacao" e gli "Anellini al miele" di

Paw Patrol e Princess.

Il rinnovamento coinvolge anche il mondo dei cereali per adulti, "con un focus assoluto sulla qualità e provenienza degli ingredienti principali", specifica una nota stampa. Le novità sono Frutty e 20+Pro.

La prima linea è pensata per gli amanti degli snack leggeri alle mandorle (100% italiane), declinati in due varianti al gusto frutta o cioccolato.

20+Pro si rivolge invece agli amanti dello sport alla ricerca di barrette gustose come quelle tradizionalmente consumate fuori pasto, ma dall'elevato apporto proteico. I prodotti di questa gamma, con arachidi e caramello salato o cioccolato fondente, presentano rispettivamente il 28% e 29% di proteine.

Il restyling grafico ha coinvolto anche la gamma di torroni al cioccolato gianduia a marchio Macao, con nocciole o mandorle 100% italiane, la linea Nature Snack di cornetti, non fritti e senza olio, a base di legumi di filiera controllata (ceci e lenticchie) e altre referenze delle gamme preesistenti. Il Gruppo ha rinnovato, inoltre, la propria volontà ad investire nel licensing, con il marchio Dolci Preziosi, come leva strategica di crescita aziendale. In questo senso, la campagna pasquale 2022, presenterà importanti novità nel portafoglio "partnership", nella direzione di una sempre maggiore trasversalità di target e di una capacità dell'offerta di cogliere le nuove abitudini multimediali, anche dei più piccoli.

hef - 21664

Corato, BA, Italia, 27/10/2021 18:47  
EFA News - European Food Agency

## Simili

DOLCI [Fabbri, dall'Amarena allo Zenzero](#)

L'azienda lancia una nuova specialità, interpretazione italiana di una delle spezie più amate del mondo

"Zenzero Fabbri - Zenzero e Sciroppo" è un prodotto contemporaneo, versatile e altamente innovativo, frutto dell'incontro tra opposti: l'Oriente - con i suoi gusti dolci e speziati - e l'Occidente, il dolce italiano, con la sua tradizione di prodotti dolciari.

Conversione rapida in PDF

Excel, Word oppure immagini: ecco il migliore convertitore PDF Modificare-PDF.com

