



3 Editoriale

Un nuovo anno alla finestra.

4 Cover

Le private label sfondano la quota del 19%

12 Intervista

Maura Latini racconta 70 anni di marchio Coop

17 Successi

Conad: il giro d'affari galoppa a 13,4 mld di euro

18 Mercati

Consere ittiche: un mercato a più velocità

28 Retail Innovations

31 Imprese

Cerealitalia acquisisce il marchio Dolci Preziosi

32 Customer

34 Retail club

36 Tecnologica

Generix Group annuncia il rilascio della soluzione Data Lake

Om Still cambia il suo brand in Still

40 Memo

41 Video

In uno scenario caratterizzato, per l'Italia, da una crescita zero dei consumi, alimentari e non, le private label segnano un aumento delle vendite del 2% e una quota che, aumentando di 0,5 punti sul 2017, registra un nuovo massimo in rapporto alle medie degli ultimi 5 anni.

DM Magazine

Supplemento mensile di Distribuzione Moderna
Testata giornalistica registrata presso
il Tribunale di Milano
Registrazione n° 52 del 30/1/2007

Direttore responsabile
Armando Brescia

Coordinatrice editoriale

Stefania Lorusso

Redattori

Stefania Colasuono

Progetto grafico

Silvia Ballarin

Editore

Edizioni DM Srl - Via A. Costa 2
20131 Milano
P. Iva 08954140961

Contatti

Tel. 02/20480344
marketing@edizionidm.it

Pubblicità

Ufficio commerciale:
commerciale@edizionidm.it
Tel: 02/20480344

Cerealitalia acquisisce il marchio Dolci Preziosi

Il nuovo business andrà ad estendere ed integrare l'attuale portafoglio prodotti composto dai brand principali.

Cerealitalia, attiva nella produzione di cereali prima colazione, barrette di cereali, tavolette di cioccolato, uova di Pasqua e torroni di cioccolato, annuncia il raggiungimento di un importante accordo con Preziosi Food: a partire dal 1° gennaio 2019, Cerealitalia gestirà il ramo d'azienda costituito dai prodotti dolciari della Preziosi Food, a marchio Dolci Preziosi.

Il brand si rivolge principalmente a bambini e ragazzi con prodotti dolciari fuori pasto, abbinati a gadget dedicati ai personaggi del mondo dell'entertainment (serie tv, animazione, film, musica) più seguiti e amati dal target considerato.

Inoltre, Dolci Preziosi è storicamente un riferimento per il mercato delle uova di Pasqua, con un legame con il consumatore che si è andato rafforzando sempre di più, grazie alla scelta di licenze di successo - "Peppa Pig", "Pj Mask", "LoL" tra gli altri - e ad una campagna di comunicazione a 360 gradi che ha raggiunto oltre 60 milioni di visualizzazioni sui social.

Il business relativo alle referenze a marchio Dolci Preziosi - uova di Pasqua, "calze della befana", ovetto, candies, prodotti da forno lievitati - andrà così ad estendere ed integrare l'attuale portafoglio prodotti composto dai brand principali Cerealitalia, per i cereali prima colazione e le barrette di cereali, e Duca Degli Abruzzi per il cioccolato.

Cerealitalia opera nei suoi due stabilimenti di Corato (Ba) e Frigento (Av), su un'area complessiva di oltre 16.000 mq, dispone di 7 linee produttive, impianti moderni e sistemi automatizzati per il dosaggio e stoccaggio delle materie prime. Inoltre, conta 100 dipendenti ed è presente in 33 paesi nel Mondo. Con questa operazione l'azienda stima di raddoppiare il proprio fatturato 2019, con una proiezione di crescita che permetterà in pochi anni di raggiungere 100 milioni di giro d'affari.

