

# La nuova Cerealitalia si presenta: in arrivo nuove linee di prodotto e partnership strategiche

Di **Redazione** - 20 Ottobre 2021



A  
m  
p  
l  
i  
a  
r  
e  
l  
e  
l  
i  
n  
e  
e  
d  
i  
p  
r  
o  
d  
o  
t  
t  
o  
s  
t  
i  
p  
u  
l  
a  
n  
d  
o  
n  
u  
o  
v  
e  
p  
a

**Partnership strategiche, puntando sulla differenziazione per la qualità e innovazione: Cerealitalia Industria Dolciarie S.p.A.**, produttrice di cereali, cioccolato e snack salati, sia branded che PL, 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**: grazie alla consolidata notorietà di "Dolci Preziosi", storico brand specializzato in prodotti da ricorrenza, Cerealitalia si propone come la **prima azienda in Italia, riferimento per un'offerta di cereali (prima colazione e barrette) con sorpresa, dedicati ai personaggi** più seguiti e amati da bambini e ragazzi. Dolci Preziosi presenta così i *Petali* e 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, affermando nell'italianità un valore importante per i consumatori della categoria e per Cerealitalia. L'azienda, per i suoi cereali prima colazione e barrette, utilizza infatti solo **riso, mais, orzo e crusca 100% italiani**.

Proprio sul fronte delle barrette e dei cereali, Cerealitalia propone due nuove gamme: **Fruty** e **20+Pro**. La prima linea è pensata per gli amanti degli snack gustosi e leggeri alle mandorle (anche esse 100% italiane), declinati in due varianti al gusto frutta o cioccolato.

20+Pro si rivolge invece agli amanti dello sport alla ricerca di barrette croccanti e 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 gustosi cornetti, non fritti e senza olio, a base di legumi di filiera controllata (ceci e lenticchie) e altre referenze delle gamme preesistenti.

Cerealitalia 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 amanti del cioccolato.