

Cerealitalia: in arrivo nuove linee di prodotto



Cerealitalia Industrie Dolciarie, produttrice di cereali, cioccolato e snack salati, sia branded che private label, 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 e 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 l'azienda. Cerealitalia, per i suoi cereali prima colazione e barrette, utilizza infatti solo riso, mais, orzo e crusca 100% italiani.

Proprio sul fronte delle barrette ai cereali, propone due nuove gamme: Fruty e 20+Pro. La prima linea è pensata per gli amanti degli snack gustosi e leggeri alle mandorle - anch'esse 100% italiane - declinati nelle varianti 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 il 29% di proteine.

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 anche dei consumatori più piccoli.



ALTRI ARTICOLI



Fratelli Beretta lancia il nuovo Cotto I Love You

Carni selezionate 100% italiane, ricetta genuina di alta qualità e design iconico per la nuova proposta premium del brand.



LA NOTIZIA DEL GIORNO



La Linea Verde emette un minibond sostenibile da 15 milioni



Alce Nero propone i Frollini biologici al sorgo e miglio con gocce di cioccolato

La nuova proposta biologica nasce a seguito del progetto europeo Great Life, volto ad adottare misure che mitigino l'impatto ambientale e le sue...

