



Ferrero Innovation day Italia, ecco le novità in arrivo sul mercato italiano

Descrizione

(Adnkronos) ?? Si ?? svolto oggi il primo ??Ferrero Innovation day Italia??, evento nato con l??intento di presentare i nuovi prodotti in arrivo sul mercato domestico e al contempo celebrare lo spirito di innovazione e imprenditorialit?? che da sempre contraddistingue il modello di business del Gruppo Ferrero. Per Ferrero Italia questo appuntamento rappresenta un??occasione per confermare la volont?? di trasferire valore sul mercato attraverso le innovazioni di prodotto messe a disposizione dal Gruppo, propedeutiche all??ampliamento dell??offerta commerciale e al presidio di nuovi segmenti di mercato, nonch?? di occasioni di consumo per sostenere la crescita sul mercato locale. In Italia Ferrero opera in ben 12 categorie di prodotto, con un portafoglio che conta oltre 30 brand. Come evidenziano i dati di Circana, Ferrero tra il 2021 e il 2025 ?? l??azienda con il pi? alto livello di crescita nel mercato di riferimento, confermandosi come uno dei principali motori di sviluppo nel settore del largo consumo.

Nel corso del Ferrero Innovation day Italia sono stati presentati cinque nuovi prodotti. Proseguendo il percorso di innovazione che ha caratterizzato Nutella negli ultimi 24 mesi e che ha visto l??apice nel corso del 60esimo anniversario dalla sua creazione, per il segmento frozen bakery ?? stata presentata Nutella cr??pe, la prima cr??pe pronta, targata Nutella. Nel segmento delle barrette proteiche e alla frutta e cereali, ?? stata presentata ufficialmente Eat natural fetta alla frutta, una linea di barrette morbide alla frutta caratterizzata da una lista ingredienti contenuta, che si riduce a soli due ingredienti nelle versioni arachidi e nocciole.

Le barrette Eat natural fetta alla frutta sono realizzate con ingredienti di origine naturale, come datteri, mele, mirtilli rossi, nocciole, mandorle e arachidi. Le novità coinvolgono anche il marchio Kinder. Nascono infatti sia i biscotti Kinder duo, che si affiancano agli ormai affermati Kinder kinderini, con l??obiettivo di ampliare l??offerta del brand nel segmento dei biscotti adatti alla merenda, sia il nuovo Kinder crispy, il primo snack Kinder che coniuga wafer, biscotto e cioccolato, destinato ampliare l??offerta Kinder in un segmento gi? ampiamente presidiato dall??iconico Kinder bueno. Infine, sono state presentate tre nuove varianti di tavolette firmate Ferrero rocher: Fondente 70%, Caramello Salato e Nocciola, Noci di Macadamia e Nocciola.

Per Ferrero l'innovazione è un valore fondante e rappresenta il motore di un sistema che unisce qualità, persone e unicità. In Italia l'innovazione si muove lungo due direttive, condivise con il Gruppo: il rafforzamento della nostra leadership nel core business, caratterizzato da marchi iconici e amati dai nostri consumatori e l'espansione verso nuovi segmenti, anche con nuovi brand», ha commentato Fabrizio Gavelli, presidente e amministratore delegato di Ferrero commerciale Italia.

Per consolidare la nostra leadership sul mercato italiano, marchi come Nutella, Kinder e Ferrero rocher si sono allargati a nuove categorie e al contempo l'azienda ha costruito una solida strategia focalizzata sul presidio di territori strategici, come la prima colazione, le ricorrenze e lo snacking. Parallelamente, il Gruppo mira a espandersi attraverso l'ingresso in nuove categorie di prodotto, come le barrette proteiche e alla frutta e cereali, i gelati, le tavolette di cioccolato e i prodotti fresh e frozen bakery, garantendo un costante percorso di creazione di valore per i nostri consumatori, per i nostri clienti e per garantire la crescita continua di Ferrero in Italia», ha concluso Fabrizio Gavelli.

Da quasi 80 anni, il tratto distintivo di Ferrero è la capacità di ascoltare e rispondere ai bisogni dei propri consumatori, spesso anticipandone le esigenze. Ogni nuovo prodotto nasce da una selezione attenta delle materie prime, da processi rigorosi, da un'attenzione costante alla qualità e soprattutto da una comprovata propensione all'eccellenza, elementi che consentono da sempre al Gruppo di offrire prodotti unici e inimitabili.

â??

economia

webinfo@adnkronos.com (Web Info)

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. Ultimora

Data di creazione

Ottobre 9, 2025

Autore

redazione