



Farchioni presenta Drippio, il nuovo brand dedicato a una nuova generazione di consumatori dell'olio EVO

Descrizione

COMUNICATO STAMPA - CONTENUTO PROMOZIONALE

Formato squeeze, packaging in plastica 100% riciclata e un linguaggio contemporaneo per dialogare con i consumatori della GEN Z

Perugia, 13 luglio 2026 - Farchioni lancia Drippio, il nuovo brand dedicato all'olio extravergine di oliva che punta a intercettare una nuova generazione di consumatori attraverso un formato squeeze, un linguaggio contemporaneo e una proposta costruita intorno a praticità, sostenibilità e condivisione.

Il progetto comprende una linea di oli extravergini e una gamma di condimenti aromatizzati, distribuiti attraverso una piattaforma e-commerce dedicata, pensata per accompagnare lo sviluppo della community Drippio.

Drippio nasce con l'obiettivo di avvicinare nuovi consumatori all'olio extravergine di oliva attraverso un'esperienza d'uso più semplice e immediata. Il formato squeeze consente un dosaggio più preciso, riduce gli sprechi e rende più pratico l'utilizzo del prodotto nella quotidianità, a casa come fuori casa.

La linea comprende Drippio Favolosa, olio extravergine di oliva 100% italiano da cultivar Favolosa, Drippio Cooking, pensato per l'utilizzo quotidiano in cucina, e una gamma di condimenti aromatizzati al tartufo, peperoncino, limone e aglio. Una proposta che amplia le occasioni di consumo dell'olio EVO, favorendo sperimentazione, creatività e condivisione a tavola.

Un ulteriore elemento distintivo è il packaging, realizzato in plastica 100% riciclata, una scelta che risponde alle esigenze funzionali del formato squeeze e che si inserisce nel percorso di attenzione alla sostenibilità portato avanti dall'azienda.

“Da oltre due secoli accompagniamo l’evoluzione del mercato dell’olio extravergine di oliva. Con Drippo abbiamo voluto sviluppare un progetto capace di dialogare con nuovi consumatori e nuove occasioni di utilizzo, mantenendo al centro la qualità dell’olio e la credibilità che da sempre caratterizzano il nostro marchio” spiega Giampaolo Farchioni, direttore vendite Farchioni Olii S.p.A.. “Non abbiamo cambiato olio, ma il modo di avvicinarsi all’olio extravergine: più semplice, più immediato e più vicino ai linguaggi contemporanei, senza rinunciare alla qualità del contenuto. Proprio questa qualità continua a essere riconosciuta anche a livello internazionale, come dimostrano i recenti premi ottenuti al JOOP e al Japan Olive Oil Prize, che confermano il valore del lavoro svolto lungo tutta la filiera”.

Il progetto è stato sviluppato sulla base di una ricerca qualitativa realizzata per Farchioni da Nielsen, attraverso focus group condotti su consumatori tra i 25 e i 40 anni. L’analisi ha evidenziato una crescente attenzione verso praticità, semplicità d’uso e nuovi linguaggi di comunicazione, confermando al tempo stesso il ruolo centrale del marchio Farchioni come elemento di fiducia e garanzia della qualità.

Alla base di Drippo c’è inoltre un progetto di branding e comunicazione curato dall’agenzia DUDE, che ha lavorato alla costruzione di un’identità capace di dialogare con linguaggi, codici e riferimenti propri delle nuove generazioni, mantenendo al tempo stesso un legame riconoscibile con i valori di qualità e autenticità dell’olio extravergine di oliva.

Pensato per una generazione che scopre ricette, gusti e tendenze attraverso il digitale, Drippo sarà accompagnato da un ecosistema online dedicato, con contenuti editoriali social, attività di community e una piattaforma e-commerce proprietaria attraverso cui sarà possibile acquistare l’intera gamma e approfondire il progetto.

Farchioni 1780

Farchioni 1780 è una realtà imprenditoriale italiana di origine umbra, espressione di una famiglia agricola attiva senza interruzioni dal 1780, per la quale il legame con la terra rappresenta il fondamento identitario. Da oltre due secoli, Farchioni sviluppa un modello basato sulla gestione diretta delle materie prime e sul presidio delle filiere, integrando tradizione agricola, trasformazione industriale e competenze di processo. Oggi Farchioni 1780 si configura come un ecosistema produttivo integrato, attivo lungo più filiere di olio, vino, birra, farine e legumi accomunate da una stessa origine agricola e da una visione unitaria del fare impresa. Il modello si fonda sul controllo diretto delle filiere, dalla materia prima al prodotto finito, e su un equilibrio tra innovazione, sostenibilità e sviluppo di lungo periodo, affiancato da attività di ricerca applicata e collaborazioni con istituzioni accademiche e culturali. Con un fatturato di circa 160 milioni di euro, 242 dipendenti e una presenza in 47 Paesi, l’ecosistema Farchioni opera nei principali canali GDO, Horeca e mercati internazionali, con una quota export pari a circa il 28% dei ricavi complessivi.

Contatti:

Immediapress

comunicati@immediapress.it

Ufficio stampa Farchioni 1780 Adnkronos Comunicazione Fabio Valli, fabio.valli@adnkronos.com | +39 3441281966 Roberta Stumpo, roberta.stumpo@adnkronos.com | +39 3291134706 Ilaria

Melillo, ilaria.melillo@adnkronos.com | +39 3395205289

COMUNICATO STAMPA - CONTENUTO PROMOZIONALE

Responsabilità editoriale di Immediapress

-

immediapress

Categoria

1. Comunicati

Tag

1. ImmediaPress

Data di creazione

Luglio 13, 2026

Autore

redazione

default watermark