

Food & Agroalimentare - *Ferrero compie 80 anni e lancia 5 novità sul mercato italiano: tra biscotti, cereali e il marchio Wonka*

Milano - 27 ott 2026 (Prima Notizia 24) **Il gruppo industriale presenta i nuovi prodotti ad Alba e fa il bilancio della crescita: fatturato oltre i 22 miliardi ed espansione verso nuove categorie dolciarie. L'amministratore delegato Gavelli: "Innovare per guardare al futuro".**

In occasione della seconda edizione del "Ferrero Innovation Day Italia", il gruppo Ferrero ha svelato cinque novità destinate al mercato nazionale, firmate da quattro diversi marchi: la gamma Wonka, Nutella cookies e Pain au Nutella, le nuove proposte Pocket coffee e, con il debutto previsto a partire da gennaio 2027, la linea Eat natural granola. A questi prodotti si affianca Kinder crunchy cookies, distribuito da settembre nella grande distribuzione. La presentazione coincide con l'ottantesimo anniversario dalla fondazione dell'azienda, la cui storia ha preso avvio nel 1946 all'interno di un laboratorio ad Alba, dove Pietro Ferrero trasformò le nocciole delle Langhe nella Pasta gianduja. Da quell'intuizione nacquero in seguito la Supercrema e, nel 1964, Nutella, seguita negli anni dai marchi Kinder (1968), Tic tac (1969), Estathè (1972) e Ferrero Rocher (1982). Per celebrare la ricorrenza, il 3 settembre scorso è stato anche emesso un francobollo commemorativo inserito nella serie dedicata alle eccellenze del sistema produttivo e del Made in Italy. Dal primo laboratorio piemontese, l'infrastruttura industriale e commerciale di Ferrero ha raggiunto al 31 agosto 2025 un giro d'affari di 22,3 miliardi di euro (valore che sale a circa 25 miliardi conteggiando le acquisizioni di Wk Kellogg co e Cpk), contando oltre cinquanta marchi, più di sessantamila dipendenti e una presenza commerciale in oltre 170 Paesi. Il percorso di espansione ha registrato una svolta a partire dal 2015 a seguito della strategia annunciata da Giovanni Ferrero in occasione di Expo Milano, fondata sull'apertura a operazioni straordinarie di acquisizione che hanno esteso il perimetro aziendale al comparto dello sweet packaged food, includendo segmenti quali biscotti, gelati, prodotti better for you e cereali. Le nuove categorie merceologiche sviluppate valgono in Italia 8,1 miliardi di euro, superando le dimensioni del perimetro storico aziendale legato al cioccolato. "Ottant'anni fa, ad Alba, Ferrero ha iniziato a inventare prodotti e categorie. Oggi quello stesso spirito ci guida in due direzioni: rafforzare i nostri brand iconici, che fanno parte della vita delle famiglie italiane, ed esplorare con coraggio nuove occasioni di consumo", ha dichiarato Fabrizio Gavelli, presidente e amministratore delegato di Ferrero commerciale Italia. "Le cinque innovazioni che presentiamo – Nutella cookies, la gamma Wonka, Pain au Nutella, le novità Pocket coffee, tavoletta e ovetti, ed Eat natural granola – nascono da qui. L'innovazione resta per noi il motore di un sistema che unisce qualità, persone e unicità: è il nostro modo di celebrare l'80° anniversario guardando al futuro". Tra le principali novità a scaffale figurano i

Nutella cookies, disponibili da novembre per segnare la seconda presenza del marchio nel segmento dei biscotti dopo il lancio dei Nutella biscuits nel 2019. Sviluppato combinando il know-how aziendale con le competenze del marchio Delacre, il biscotto racchiude il ripieno originale mantenuto a crudo senza il passaggio in forno. Il lancio sarà accompagnato da una campagna itinerante che toccherà Milano, Torino, Bologna, Roma e Napoli dal 7 al 29 novembre. Il marchio Wonka fa invece il suo ingresso a fine ottobre con sei referenze stagionali, spazando dal cioccolato premium fino alle caramelle e agli ovetti (tra cui le varianti Magic hats, Purplypurple e Kinder joy Wonka), nell'ambito della licenza globale detenuta dal gruppo dal 2018 per il settore dolciario e in concomitanza con una collaborazione avviata a livello globale con la piattaforma Netflix. Per la prima colazione, il Pain au Nutella propone la cottura domestica nel segmento del frozen bakery, presidiato dal 2023 con l'acquisizione di Fresystem, mentre a inizio 2027 debutterà la linea Eat natural granola nelle versioni Protein e Frutta secca & semi. Completano l'offerta le novità autunnali firmate Pocket coffee – con la tavoletta extra dark da 90 grammi al 70% di cacao e gli ovetti dedicati – e l'introduzione dei Kinder crunchy cookies, pensati per ampliare l'intercettazione del pubblico giovanile.

(Prima Notizia 24) Martedì 27 Ottobre 2026