



Vuoi essere sempre aggiornato?



ISCRIVITI
ALLA NEWSLETTER

Campo ricerca

CERCA

CERCA IN: NEWS TUTTE LE SEZIONI

HOME NEWS NOTIZIA DEL GIORNO TGDO PRIMO PIANO INTERVISTA SUCCESSI E STRATEGIE APERTURE PRODOTTI MERCATI SPECIALI DM MAGAZINE

Imprese | Persone | Spot News | Pubblicità | Estero | Sostenibilità | Finanza | Tecnologia | Logistica | Trend | Associazioni | Private Label | Real Estate | Fiere | Meeting&Co. |

Approfondimenti

News



Eridania compie 120 anni



Il 27 febbraio 1899, in una sala del Banco di Sconto e Sete di via Ponte Reale 5 a Genova, veniva fondata la Società Eridania, fabbrica di Zucchero. Quest'anno ricorre l'anniversario dell'azienda, innovativa nell'assortimento e nel saper interpretare le tendenze di consumo.

Partendo dallo zucchero semolato bianco, infatti, è stata Eridania a diversificare per prima il proprio assortimento, arricchendolo nel tempo con le specialità di canna, i prodotti biologici e integrali, gli sciroppi e oggi anche il miele, passando per i dolcificanti intensivi e naturali a zero calorie.

L'offerta si caratterizza per la premiumness dei prodotti e per l'ampiezza e profondità di una gamma che copre tutti i segmenti. L'innovazione che contraddistingue da sempre il marchio si esprime anche in comunicazione: dalla scelta cromatica di un rosso diventato iconico ai grandi testimonial degli spot firmati Armando Testa degli anni 2000.

Eridania è oggi una realtà storica desiderosa di crescere e continuare a creare valore con il recente progetto di ridefinizione dell'architettura di marca che introduce una rinnovata e più organica segmentazione del proprio assortimento: dallo zucchero base nelle linee di zucchero bianco e di pura canna grezzo, alle specialità di canna per intenditori; dalla nuovissima linea per la dolcificazione interamente bio, vegan ok e gluten free, ai dolcificanti a zero calorie della linea Zero, e di origine naturale a marchio Truvia, fino ad arrivare al miele. E senza dimenticare il restyling del logo e il sigillo di qualità che campeggia in tutte le confezioni.

Inoltre, l'azienda da diversi anni è al fianco della comunità scientifica, attraverso il sostegno alla Fondazione ADI-Associazione Italiana di Dietetica e Nutrizione Clinica, in risposta alle esigenze della moderna nutrizione clinica.



SPOT NEWS

Cresce la consapevolezza dell'importanza della supply chain visibility tra i retailer



Le esigenze della clientela contribuiscono non poco ad aumentare le complessità della supply chain che i retailer devono gestire, con un conseguente aumento di costi e sprechi.

[Leggi Tutto >](#)