

Haribo, 100 anni per â??dare a ognuno la sua caramellaâ?•. â?? di Valentina Moro

Descrizione

TAG: Food & Beverage, In Evidenza, 100 anni di caramelle, Haribo, Marco Piantanida

Il mercato delle caramelle e le sue trasformazioni sempre in movimento. I progetti di sviluppo per il mercato italiano. La storia di **Haribo, gruppo dolciario che lâ??anno passato ha festeggiato i suoi primi 100 anni** di esistenza, per â??dare a ognuno la sua caramellaâ?•. Questi gli argomenti trattati con Marco Piantanida, amministratore delegato di Haribo Italia, ospite negli studi di Forbes Leader.

â??Il 2021 Ã“ un anno che si sta dimostrando veramente buonoâ?•, sostiene lâ??AD, â??non solo rispetto al 2020, che sarebbe troppo facile, ma anche in confronto al 2019. Sicuramente i risultati ci stanno dando ragione, al punto che **abbiamo raggiunto la leadership sul segmento delle caramelle, mentre su quello gommoso avevamo giÃ una leadership consolidata**. E vogliamo continuare su questa strada attraverso la caratteristica che piÃ¹ ci contraddistingue: lâ??innovazione di prodottoâ?•.

Haribo intende â??dare a ognuno la sua caramellaâ?•

La famiglia Riegel, oramai alla terza generazione, Ã“ ancora a capo dellâ??azienda tedesca, nata a Bonn e ora pensa a diventare ancora piÃ¹ grande. **Haribo, in Italia sino ad oggi ha fatturato 100 milioni di euro**. Continua a sposare lâ??idea di rivolgersi non unicamente alle famiglie con bambini ma, mira anche ad un target adulto. Per questo Ã“ impegnata nello sviluppo di prodotti sempre nuovi. Infatti, in Italia ha di recente presentato quattro nuovi tipi di caramelle. â??**La nostra intenzione Ã“ dare a ognuna la sua caramellaâ?•, ha commentato Piantanida.**

Haribo in Bicocca Village.

â??Lâ??Italia Ã“ importante per Haribo, ancora di piÃ¹ se pensiamo che il mercato delle gommose ricopre ancora una quota minoritaria sul settore delle caramelle. Mentre nel resto del mondo Ã“ giÃ la maggioranza del mercato. In chiave prospettica, quindi, il segmento gommoso a nostro avviso prenderÃ sempre piÃ¹ piede nel comparto caramelle. Quanto agli investimenti, posso dire che ci saranno sia a livello di struttura, per arrivare meglio ai consumatori, sia sulla sede: **ci siamo trasferiti da poco in Bicocca Village, a Milano, con un luogo di lavoro meno tradizionale e molto piÃ¹ moderno**, senza barriere architettoniche per favorire lâ??interazione tra persone e la creativitÃ ª. A seguire **la versione integrale dellâ??intervista a Forbes Leader di Marco Piantanida**.

Hits: 0

Lâ??articolo [Haribo, 100 anni per â??dare a ognuno la sua caramellaâ?•.](#) proviene da [CIAOUP News & Advertising Influencer](#).

Categoria

1. MARKETING NEWS

Data di creazione

17 Novembre 2021

Autore

default watermark