Kinder festeggia i 50 anni di attività

kinder-0c02bd46

Dal ’68, la rivoluzione che mette tutti d’accordo

E’ proprio nell’epoca in cui esplodevano i conflitti generazionali che in Europa nasce una marca come Kinder, ideata da Michele Ferrero, che dal 1968 mette d’accordo genitori e figli. “+ latte – cacao” è questa la sua formula vincente: unendo la golosità del cioccolato alle proprietà nutrizionali del latte, Kinder Cioccolato ha dato, fin da subito, ai genitori la tranquillità di poter concedere ai propri figli una bontà ricca di latte in piccole porzioni. Infatti, il prodotto monoporzionato, che per quegli anni era un’assoluta novità, e la colata bianca di latte su fondo arancione abbinata al cartiglio azzurro “+latte – cacao”, rappresentano da allora l’identità del brand e rendono riconoscibili a prima vista i prodotti Kinder negli scaffali di tutto il mondo. La rivoluzione di Kinder Cioccolato apre la strada al futuro e conquista la complicità dei genitori sempre attenti a scegliere il meglio per la crescita dei loro figli. E’ lui il vero capostipite della marca, e il suo DNA è presente in tutta la gamma Kinder - anche a distanza di mezzo secolo.

Crescita e innovazione

Innovazione è la parola d’ordine di Kinder, che è riuscito nel tempo a evolversi riflettendo e anticipando i cambiamenti sociali e le nuove esigenze delle famiglie italiane, con una gamma sempre più ampia e versatile: i Freschi Kinder (Kinder Fetta al Latte, Kinder Pinguì, Kinder Paradiso, Kinder Maxi King, Kinder Choco Fresh, Kinder Fetta allo Yogurt ultimo lanciato) che hanno rappresentato l’origine del paradigma delle merende fresche per ragazzi; i Forni Kinder (Kinder Brioss, Kinder Colazione Più, Kinder Delice, Kinder Pan e Cioc, Kinder CereAlé) diventati l’offerta ideale a colazione per iniziare bene la giornata; gli Snack (Kinder Cereali, Kinder Bueno nelle versioni Classico, Dark e White) con la loro spiccata attitudine agli adolescenti e ai giovani adulti senza mai perdere di vista le caratteristiche di base della marca. E’ il 1974 quando il gusto della sorpresa assume la forma perfetta: nasce Kinder Sorpresa, l’ovetto di cioccolato al latte che celebra la gioia della Pasqua tutto l’anno. E’ l’unico ovetto, insieme a Kinder Merendero, nato nel 2001, che non solo crea un’atmosfera di emozione, entusiasmo e attesa, ma regala ancor più che una sorpresa, un momento speciale di crescita. Ogni anno più di 100 sorprese, sempre diverse e innovative, studiate con cura e attenzione

per generare un mondo di giochi educativi da vivere insieme ai genitori: dalle sorprese “monopezzo” a quelle collezionabili, dalla componibilità alla terza dimensione del gioco in chiave di digitalizzazione con “Magic Kinder Nel 2017 con Kinder Cards il marchio Kinder ha fatto il suo ingresso in una nuova categoria alimentare, quella dei biscotti farciti, proponendo un prodotto anticonvenzionale: versatile e adatto a ogni momento della giornata, Kinder Cards è ideale per tutta la famiglia.

Il regalo più grande è lo stare insieme
Fondamentale per Kinder è favorire, in qualsiasi momento, nelle famiglie il piacere dello stare insieme, al di là delle latitudini e delle culture creando nuovi momenti di condivisione.

Non c’è felicità senza qualità
Da sempre tutti i prodotti Kinder sono realizzati rispettando principi rigorosi di ricerca, sviluppo e produzione che ne garantiscono la qualità. Ma la vera qualità di ogni ricetta Kinder nasce dall’attenta selezione degli ingredienti che la compongono, selezionati solo da zone di provenienza che garantiscono l’eccellenza, e solo da fornitori consolidati, in grado di offrire qualità e sicurezza. L’obiettivo di Kinder è di soddisfare con ogni suo prodotto i requisiti di bontà e freschezza, anche attraverso l’impiego di tecnologie avanzate e di una logistica efficace.

Kinder nel mondo
Kinder (che in tedesco significa bambini) ha conosciuto un successo mondiale che continua ancora oggi. È stato in grado di guadagnarsi la fiducia dei genitori per la qualità e l’unicità dei suoi prodotti, in tutte le sue forme, ed è stato da subito amato. 22 brand, 18 stabilimenti, 125 Paesi: l’espansione di Kinder è globale, e continua con grande forza ovunque, specialmente nei paesi emergenti dove soffia il vento dello sviluppo economico. Forse non tutti sanno che le barrette di Kinder Cioccolato prodotte in 4 giorni raggiungono la lunghezza della Transiberiana e i Kinder Sorpresa prodotti in 20 giorni potrebbero coprire la Monterrey Macro Plaza in Messico.

Il gusto di tornare bambini
Kinder è l’esempio di una marca in grado di rimanere al passo con i tempi accompagnando tre generazioni di ragazzi da oltre cinquant’anni. Giorno dopo giorno riesce a regalare emozioni e gusti che i giovani anche oggi riconoscono come propri: tutti siamo stati bambini, e il gusto che abbiamo amato da piccoli non solo è parte integrante della nostra storia, ma anche della nostra vita oggi. Il segreto è sempre lo stesso: scoprire, capire, esplorare e trasformare ogni desiderio in un nuovo prodotto capace di stupire, come solo Kinder riesce a fare. Kinder raggruppa i consumatori di tre generazioni, gli adulti di oggi riscoprono la loro storia in ogni morso perché sono cresciuti gustando i prodotti Kinder e trasmetteranno questa tradizione di bontà alle generazioni future.