



Comunicato Stampa

PRINGLES IN PRIMA LINEA A SOSTEGNO DELLA SALUTE DEGLI UOMINI

PRINGLES COLLABORA CON MOVEMBER, ENTE DI BENEFICENZA PER LA SALUTE MASCHILE, PER SENSIBILIZZARE SUL TEMA E PROMUOVERE IL BENESSERE MENTALE

Milano, 17 ottobre 2023 – Pringles promuove il benessere degli uomini e collabora con [Movember](#) (crasi dei termini “Moustache”, baffi in inglese, e “November”, novembre, mese dedicato alla prevenzione per la salute maschile), organizzazione benefica globale che si impegna a favore della salute mentale e fisica maschile. **L’obiettivo comune è incoraggiare e sensibilizzare gli uomini a parlare apertamente di salute mentale** affrontando temi come la prevenzione del suicidio, che ogni anno colpisce silenziosamente gli uomini di tutto il mondo.

Queste tematiche molto spesso non vengono affrontate per timore o vergogna. Pringles, in partnership con Movember, intende rompere questo tabù, stimolando un dialogo aperto e incoraggiando la diffusione di una maggiore conoscenza e consapevolezza in merito al benessere psicologico ed emotivo degli uomini. Il brand incorpora nel proprio *purpose* l’impegno a favore della salute maschile.

Anne-Cécile Berthier, Country Director di Movember UK, ha commentato *“In qualità di principale associazione benefica impegnata nel cambiare l’approccio alla salute mentale e fisica maschile, Movember è attiva per aiutare gli uomini a vivere una vita più sana e più lunga. Collaborando con Pringles, speriamo di raggiungere un numero ancora maggiore di persone e di sensibilizzare l’opinione pubblica sulla salute mentale dell’uomo e sui benefici dell’aprirsi con gli altri”*.

A partire dalla seconda metà di ottobre e per tutto novembre, **presso i punti vendita aderenti all’iniziativa** dei gruppi commerciali **Agorà Network, Aspiag Service e Selex**, saranno presenti **materiali informativi volti a sensibilizzare il consumatore all’importanza della salute e della prevenzione maschile** e a comunicare la collaborazione tra Pringles e Movember, che arriva in Italia quest’anno per la prima volta.

Il brand coinvolge i consumatori ad entrare nella community di Movember attraverso gesti semplici, da adottare durante il mese di novembre, per contribuire a raccogliere fondi per la causa¹. **Ai partecipanti basterà farsi crescere un paio di baffi, simbolo della salute maschile**, e il cambio di look offrirà l’opportunità per cominciare una conversazione in merito alla missione di Pringles e Movember, aumentando la **consapevolezza collettiva sul benessere mentale maschile**. Chi non vuole o non può farsi crescere i baffi, potrà aderire impegnandosi a percorrere (correndo o camminando) 60 km: 1 km per ciascuno dei 60 uomini che muoiono suicida ogni ora nel mondo². Anche Mr. P, l’iconica mascotte del brand, parteciperà a Movember, rasandosi i suoi amati baffi il primo di novembre per farli ricrescere durante il mese.

La collaborazione tra Pringles e Movember è nata nel 2020 nel Regno Unito: il brand ha promosso una campagna di sensibilizzazione sull’importanza della salute mentale degli uomini e ha contribuito alla raccolta fondi dell’ente di beneficenza³. Negli anni successivi, Pringles ha ampliato la partnership a livello regionale con attivazioni in Francia, Germania, Irlanda, Svezia e Paesi Bassi con promozioni dedicate ai retailer, campagne di PR e programmi di coinvolgimento per i dipendenti Kellanova (precedentemente Kellogg Company), l’azienda owner del brand.

¹ Per saperne di più su come poter contribuire alla raccolta fondi, visita <https://eu.movember.com/>

² <https://eu.movember.com/>

³ https://www.kelloggs.co.uk/content/dam/europe/kelloggs_gb/pdf/pringles_movember_partnership.pdf



“Ancora oggi temi come la salute mentale degli uomini sono considerati tabù. Pringles, al fianco di Movember, promuove un dialogo aperto che è fondamentale per informare e sensibilizzare tutta la comunità all’importanza della prevenzione e del benessere mentale ed emotivo” - ha commentato **Giuseppe Riccardi, General Manager Italia di Kellanova**. *“Siamo orgogliosi di aver amplificato questa partnership anche in Italia, compiendo ancora una volta azioni concrete e intenzionali a favore delle persone”*.

L’iniziativa, infatti, rappresenta un ulteriore tassello della strategia globale ESG (Environmental, Social, Governance) *Better Days* di Kellanova e dell’**impegno di lungo periodo dell’azienda a favore della comunità e del benessere delle persone**.

Ufficio Stampa Kellanova

Piera Regina – Communications & ESG Lead, Italia di Kellanova – piera.regina@kellanova.com

Ufficio stampa Weber Shandwick

Valentina Nozza: tel. +39 347 0834767; e-mail: vnozza@webershandwickitalia.it

Giulia Calamia: tel. +39 335 5798895; e-mail: gcalamia@webershandwickitalia.it

A proposito di Kellanova

Kellanova (NYSE: K) è un’azienda leader a livello mondiale nel settore degli snack, dei cereali per la prima colazione, dei noodles e degli alimenti surgelati in Nord America, con un’eredità che risale a più di 100 anni fa. Alcuni dei nostri brand internazionali più iconici includono Pringles®, Cheez-It®, Pop-Tarts®, Kellogg’s Rice Krispies Treats®, RXBAR®, Eggo®, MorningStar Farms®, Special K®, Coco Pops® e altri ancora. La visione di Kellanova è quella di diventare l’azienda di snack più performante al mondo, liberando il pieno potenziale dei propri brand iconici e delle proprie persone. Si prevede che nel 2024 Kellanova genererà un fatturato netto di circa 13,4-13,5 miliardi di dollari.

Kellanova è guidata dall’obiettivo di creare ‘giorni migliori’ e un posto a tavola per tutti. Promuoviamo un accesso sostenibile ed equo al cibo affrontando questioni interconnesse come povertà alimentare, sostenibilità, benessere, equità, diversità e inclusione, con l’ambizione di creare giorni migliori per 4 miliardi di persone entro la fine del 2030. Per ulteriori informazioni, visitare www.Kellanova.com.

A proposito di Movember

Dal 2003, Movember ha creato un movimento globale per la salute maschile, finanziando più di 1.300 progetti in tutto il mondo, sfidando lo status quo, scuotendo la ricerca sulla salute maschile e trasformando il modo in cui i servizi sanitari raggiungono e supportano gli uomini. Movember ha affrontato tre dei maggiori problemi di salute degli uomini: il cancro alla prostata e ai testicoli, la salute mentale e il suicidio. Movember ha:

- *Investito quasi 350 milioni di dollari in oltre 600 progetti di ricerca biomedica, concentrandosi sul cancro alla prostata e ai testicoli.*
- *Finanziato 4 registri sul cancro alla prostata, con oltre 200.000 uomini arruolati in 23 Paesi.*
- *Ha sostenuto interventi volti ad assistere e guidare gli uomini nel percorso del cancro alla prostata, offrendo loro risorse e informazioni in modo che siano in grado di prendere le proprie decisioni, gestire i sintomi e condividere le esperienze vissute.*
- *Dal 2006, ha unito gli esperti, finanziato nuovi approcci e abbracciato nuove prospettive. Ci siamo concentrati sulla prevenzione e sulla promozione della salute attraverso una lente maschile.*

Movember è per tutti, non solo per gli uomini. Siamo un movimento per la salute e il nostro invito a partecipare è aperto a tutti. Sosteniamo una sanità sensibile alle esigenze di tutti, compresi gli uomini, in modo che tutti ne traggano beneficio. E ci concentriamo su come il miglioramento della salute degli uomini possa avere un impatto profondamente positivo sulle donne, sulle famiglie e sulla società nel suo complesso. Ma siamo in prima linea nell’incoraggiare gli uomini ad adottare comportamenti sani, sfidare i sistemi sanitari e confrontarsi con le norme di genere per ridurre le disuguaglianze sanitarie e salvare più vite. Per donare o saperne di più, visitate il sito <https://eu.movember.com/>