



KELLOGG CELEBRA L'INTRAMONTABILE GUSTO DEL CAFFÈ CON LA NUOVA KELLOGG'S EXTRA 'BARISTA EDITION'

In occasione della Giornata Mondiale del Caffè, Kellogg presenta la nuova referenza EXTRA che combina la granola n°1 in Italia¹ all'irresistibile gusto caffè e cioccolato, coronando il sogno di tutti i coffee lovers per un'esperienza multisensoriale sorprendente.

Secondo lo studio svolto da Kellogg Italia in collaborazione con YouGov, il caffè è la bevanda analcolica più consumata in Italia².

Milano, 21 settembre 2023 – Il caffè, da sempre protagonista nella cultura italiana, è la **bevanda analcolica più consumata da oltre un italiano su due nell'arco della giornata**³. Simbolo di convivialità, risveglio e buonumore, il caffè **rappresenta un vero e proprio rito amato dal 91% degli italiani, che ne beve almeno una tazza al giorno**⁴. In occasione della Giornata Mondiale del Caffè, Kellogg arricchisce la linea Kellogg's EXTRA, la granola n°1 in Italia⁵, con la nuova referenza 'Barista Edition' al gusto caffè e cioccolato.

Che buongiorno sarebbe senza caffè, senza il suo aroma intenso e il gusto avvolgente che risveglia i sensi e ci prepara per abbracciare una nuova giornata? La conferma arriva da una ricerca condotta da Kellogg in collaborazione con YouGov, nella quale si evidenzia come **la colazione sia il momento d'oro per l'87% dei coffee lovers**⁶, l'occasione di consumo per eccellenza per iniziare un nuovo giorno con il piede giusto.

La maggior parte dei consumatori di caffè, infatti, non riesce a cominciare la propria giornata senza bere il caffè al mattino (81%)⁷, forse perché li mette di buonumore (82%)⁸. **Quasi il 90% dei consumatori di caffè, invece, sceglie di berlo a colazione perché ne ama il gusto**⁹, per questo preferisce sorseggiarlo lentamente, assaporando il momento (81%)¹⁰. Il suo aroma delizioso, unito alla sensazione di **energia del risveglio (45%)**¹¹ sono la ricetta segreta di una giornata perfetta.

Dall'indagine emerge come in ogni italiano che beve caffè a colazione si celi **un'anima esploratrice**: quasi il 40% vorrebbe trovare **un nuovo prodotto al gusto caffè** tra gli alimenti che si consumano a colazione¹². Questa **voglia di scoprire nuovi sapori e combinazioni è un inno alla continua ricerca di esperienze di gusto straordinarie**.

In occasione della Giornata Mondiale del Caffè, Kellogg corona il sogno di tutti gli amanti di questa bevanda, presentando la nuova **Kellogg's EXTRA 'Barista Edition'**. **Ispirata dagli esperti baristi**, la nuova referenza **combina la croccante granola n°1 in Italia**¹³ **all'irresistibile gusto caffè e cioccolato**.

Le pepite d'avena al gusto di caffè, abbinata a mandorle e riccioli di cioccolato al latte, offrono infatti una colazione a cui è difficile resistere. Il risultato è un sapore piacevole, accattivante e sorprendente, capace di coinvolgere in **un'esperienza di gusto dinamica e multisensoriale**, attraverso ingredienti di alta qualità con avena 100% integrale e la sua naturale ricchezza di fibre.

La nuova referenza 'Barista Edition' si aggiunge all'ampia linea di EXTRA, capace di soddisfare le preferenze di tutti i palati con le sue deliziose varianti: Cioccolato e Nocciole, Original, Frutti Rossi, Cioccolato al Latte, Frutta e Frutta Secca, e Nocciole Caramellate.

^{1,5,13} Valore di vendita dei prodotti di marca della categoria italiana Granola. IRI, 2022

^{2,3} A parte l'acqua. Colazione e Caffè, YouGov (2023)

⁴ Colazione e Caffè, YouGov (2023) (campione composto da 1.016 individui rappresentativo della popolazione italiana 18+)

⁶ Chi consuma almeno un caffè al giorno. Colazione e Caffè, YouGov (2023) (campione composto da 924 individui rappresentativo della popolazione italiana 18+)

^{7,8,9,10,11,12} Chi consuma caffè a colazione. Colazione e Caffè, YouGov (2023), (campione composto da 804 individui rappresentativo della popolazione italiana 18+)



L'intera gamma Kellogg's EXTRA e la nuova referenza EXTRA 'Barista Edition' sono disponibili in tutti i principali supermercati, ipermercati e canali di e-commerce in Italia.

A proposito di Kellogg

Kellogg Company (NYSE: K) ha la visione di un mondo migliore e più giusto in cui le persone non siano semplicemente "nutrite", ma appagate da quello che mangiano. Kellogg, con i suoi prodotti, vuole contribuire a creare un futuro migliore, dove c'è "un posto a tavola" per il maggior numero possibile di persone. I brand di Kellogg includono Pringles®, Cheez-It®, Special K®, Kellogg's Frosted Flakes®, PopTarts®, Kellogg's Corn Flakes®, Rice Krispies®, Eggo®, Mini-Wheats®, Kashi®, RXBAR®, MorningStar Farms® ed altri. Nel 2022, l'azienda ha fatturato oltre \$15.3 miliardi, grazie soprattutto agli snacks, ai cereali, ai frozen foods e ai noodles. Tramite la strategia di ESG Kellogg's® Better Days, l'azienda vuole dare il suo contributo per affrontare questioni interconnesse come benessere, clima e sicurezza alimentare creando Better Days per 3 miliardi di persone entro la fine del 2030. Visita www.KelloggCompany.com.

Ufficio Stampa Kellogg

Piera Regina – Kellogg Italia – piera.regina@kellogg.com

Giulia Ferrucci – Kellogg Italia – giulia.ferrucci@kellogg.com

Ufficio stampa MSL

Alessandra Pedrona - alessandra.pedrona@mslgroup.com