

Comunicato Stampa

KELLOGG FOTOGRAFA LA VISIONE DEGLI ITALIANI IN MERITO A BENESSERE OLISTICO E CORRETTA ALIMENTAZIONE, E RAFFORZA IL SUO IMPEGNO IN AMBITO NUTRIZIONALE

Kellogg Italia lancia Coltiviamo la bontà e conferma il suo impegno a promuovere un benessere olistico per singoli, pianeta e comunità

Nell'ambito della campagna, un'indagine Nutrими-Kellogg rivela la visione degli italiani in merito a wellbeing olistico, nutrizione e attività fisica

Kellogg continua a migliorare il profilo nutrizionale dei suoi prodotti: la gamma Special K ha ora il 20% di sale in meno

Milano, 23 marzo 2022 - [Kellogg Italia](#) lancia **Coltiviamo la bontà, una campagna CSR volta a promuovere un'idea di benessere olistico a vantaggio di singoli, pianeta e comunità**, e che si pone in continuità con il Manifesto del Benessere, lanciato dall'azienda lo scorso maggio a livello Europeo.

Nell'ambito della campagna, [Kellogg ha collaborato con Nutrими](#), la più importante community italiana di professionisti dell'alimentazione e consumatori attenti al benessere, **per investigare la visione degli italiani rispetto a benessere olistico, corretta alimentazione e attività fisica.**

La ricerca, condotta su un campione di 1381 persone tra cui consumatori attenti al benessere e professionisti della salute, ha evidenziato che **l'idea di benessere olistico per 8 italiani su 10 passa attraverso una alimentazione varia e bilanciata abbinata ad una adeguata attività fisica.**

A proposito di corretta alimentazione, la fibra è una componente alimentare fondamentale per il benessere delle persone: **più del 98% degli intervistati riconosce che la fibra è importante per la propria salute**; tuttavia, meno del 50% dei consumatori dichiara di prestare attenzione all'assunzione di fibre durante la giornata.

Per quanto riguarda la colazione, il 70% degli intervistati considera importante fare colazione tutti i giorni, ma **meno del 50% riesce a fare una colazione nutriente e bilanciata ogni giorno.** La combinazione di cereali, yogurt e frutta fresca è quella che meglio rappresenta una colazione nutriente ed equilibrata per più del 60% degli intervistati.

Durante il primo pasto della giornata quasi il 70% dei consumatori considera i cereali per la prima colazione la migliore fonte di fibre. I cereali fonte di fibre o integrali sono l'ingrediente preferito per la colazione per quasi il 78% delle persone; la percentuale sale a quasi il 90% per i professionisti della nutrizione intervistati.

A commento della ricerca, la dr.ssa Francesca Noli, Biologo nutrizionista, ha affermato:

"Tante persone danno per scontato di conoscere e applicare i principi di benessere olistico e stile di vita sano. Tuttavia, osservando le abitudini dei singoli in merito a corretta alimentazione e attività fisica, emergono quasi sempre delle incoerenze. Ad esempio, in Italia, le fibre sono un vero e proprio problema di salute pubblica: in media, le persone nel loro quotidiano assumono poco più della metà della quantità di fibre raccomandata (25-30g)!. È necessario iniziare ogni giorno con il piede giusto: una colazione nutriente, bilanciata e gustosa può rendere decisamente più semplice



garantire il giusto apporto di nutrienti essenziali nell'arco della giornata."

Con la campagna CSR Coltiviamo la bontà, **Kellogg mira a sensibilizzare i consumatori all'importanza di uno stile di vita sano che passa attraverso un'alimentazione sana e bilanciata e una adeguata attività fisica.** In ambito nutrizionale, Kellogg si impegna a fornire ai propri consumatori cibo gustoso, fonte di nutrienti essenziali e dal profilo nutrizionale continuamente migliorato senza fare compromessi sul gusto o sull'inconfondibile esperienza all'assaggio.

Entro il 2023, l'azienda ha l'obiettivo di ridurre ulteriormente del 20% il contenuto di sale e del 10% il contenuto di zuccheri nei suoi prodotti rivolti ai bambini e agli adulti, aumentando al contempo il livello di fibre.

A proposito di sale, **Kellogg ha ridotto del 16% il contenuto di sale nel suo iconico brand Special K Original e del 20% nella gamma Special K, per un equivalente pari a 60 tonnellate di sale eliminate dalla dieta dei propri consumatori in Europa.**

I cereali Kellogg contengono almeno un nutriente di cui abbiamo bisogno, che si tratti di fibre, proteine o micronutrienti. **Il 94% dei nostri cereali è fonte o ricco di fibre. L'intera gamma Special K contiene frumento 100% integrale ed è ricca di fibre** nelle varianti classico, al cioccolato e ai frutti rossi. Inoltre, **in Special K Dark Chocolate la percentuale totale di cacao² nei riccioli di cioccolato è aumentata dal 45% al 64%, mentre nella variante ai Frutti Rossi sono stati aggiunti i mirtilli rossi.**

Dal 2011, l'azienda ha ridotto il contenuto di zuccheri nei suoi cereali e snack a base di cereali, per un equivalente pari a oltre 2.800 tonnellate di zuccheri rimossi dalla dieta degli italiani, in particolare grazie al rinnovo delle ricette di alcuni brand iconici, come **Coco Pops Risetti che ha il 30% di zuccheri in meno rispetto ai cereali per bambini esclusi muesli e cereali croccanti più venduti.** (Fonte: Unione Italiana Food).

In linea con i valori del fondatore W.K.Kellogg, il Manifesto del Benessere e Coltiviamo la bontà riconfermano l'impegno di Kellogg a crescere in maniera sostenibile e a promuovere una visione di benessere olistico a vantaggio di singoli, pianeta e comunità.

1. *Fondazione AIRC per la ricerca sul Cancro, "Le fibre alimentari, amiche della prevenzione"*

2. *Sostanza secca*

Scarica il report di ricerca completo Nutrimi- Kellogg *Benessere olistico: italiani tra colazione bilanciata, stile di vita e buoni propositi* [qui](#).

Ufficio Stampa Kellogg

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

Marianna Russo – Sprim Italia – ufficiostampa@sprim.it – cell. 345 0660022

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 ci sia "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 2021, l'azienda ha ottenuto un fatturato totale di circa 14.2 miliardi di dollari, 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 un futuro migliore per 3 miliardi di persone entro la fine del 2030.

Visit www.KelloggCompany.com or www.OpenforBreakfast.com.