



Coco Pops torna in Tv con un un messaggio chiaro: sempre deliziosi ma con meno zuccheri

Coco Pops torna in TV con un nuovo spot dedicato alla nuova ricetta migliorata dei famosi chicchi di riso soffiato, da oggi con -30% di zuccheri* ma con più cacao premium** e un gusto delizioso.

Milano, 11 ottobre 2018 - **"Sempre deliziosi, ora con -30% di zuccheri**"** questo è il claim che riassume la nuova campagna di Coco Pops, il brand di cereali di Kellogg – primo produttore mondiale di cereali e secondo player per cracker e biscotti - che conferma così un impegno concreto rispetto alla sempre più crescente attenzione dei genitori rispetto alla quantità di zuccheri contenuti negli alimenti dedicati ai loro figli.

Nato da un'idea creativa dell'agenzia **Leo Burnett**, la clip nel formato da 30 secondi vede come protagonista Coco, la simpatica e famosissima scimmietta testimonial dei cereali. Vediamo Coco impegnato in una nuova e divertente avventura: difendere il segreto della nuovissima ricetta dei Coco Pops da Crafty, il coccodrillo che cerca in tutti i modi di impossessarsene. Tra cascate di riso soffiato e tunnel di cacao, Coco mostrerà in modo divertente e coinvolgente perchè i cereali al cioccolato amati da tutti i bimbi hanno un gusto sempre delizioso, svelando allo stesso tempo la novità della nuova ricetta: - 30% di zuccheri*!

Un insieme di scene di animazione divertenti e come sempre accattivanti, per coinvolgere e divertire i bambini e informare i genitori sulla nuova ricetta.

Il nuovo spot "Sempre deliziosi, ora con -30% di zuccheri*" sarà in onda in TV per 7 settimane, dal 1 novembre al 23 dicembre 2018 nelle fasce orarie principalmente in target con i consumatori del brand.

Questo nuovo spot TV rientra in una strategia di comunicazione a 360° che, oltre alla televisione coinvolge attività di comunicazione in store dedicata alla nuova ricetta ma anche PR, Digital PR e Social con il progetto #missionePOPSibile – sviluppato dall'agenzia Connexia - il tutto con l'obiettivo primario di comunicare la grande novità della ricetta migliorata: l'importante riduzione degli zuccheri ma un gusto incredibilmente delizioso.

Con questo intervento nella propria ricetta, Coco Pops rinnova il suo impegno e una grande considerazione nei confronti dei bisogni dei consumatori, rispondendo alla sempre più crescente attenzione dei genitori italiani rispetto ai profili nutrizionali degli alimenti dedicati ai più piccoli. Con il miglioramento della ricetta, Coco Pops intende accontentare i suoi affezionati consumatori, grandi e piccini, aggiungendo ciò che più desiderano (gusto e cacao premium**) e riducendo ciò che meno preferiscono.

Bambini felici grazie al gusto delizioso dei nuovi Coco Pops e genitori soddisfatti grazie alla riduzione del 30% di zuccheri* e agli altri miglioramenti nutrizionali della ricetta dei loro cereali preferiti!

CREDITS DELLO SPOT

Executive Creative Director: Peter Drake (Digitas)

Creative: Peter Drake & Rob Ferneyhough (Digitas)

Global Client Services Director: Chloe Belskaia (Leo Burnett)

Senior Account Director: Sarah Wales (Digitas)

Senior Account Manager: Emma Greenaway (Leo Burnett)

Planning Director: Ian Hilton (Leo Burnett)

Agency Producer: Javre Dow (Leo Burnett)

Director: Richard Chaney (Piranha Bar)

Producer: Emily Brady (Piranha Bar)

Post Production - 3D: Sam Boyd, Mario Domingos, Ciaran Talbot & Darren Cullis (Piranha Bar)

Post Production - Animators: Conor Ryan & Mark Shaw (Piranha Bar)

Sound design: Mike Bamford (Strings & Tins)

*Meno 30% di zuccheri rispetto alla media dei cereali per la prima colazione al gusto cioccolato per bambini più venduti. Fonte: IRI – mercato Italia. Per info: www.cocopops.com

**Più cacao premium rispetto alla ricetta precedente.

A proposito di Kellogg

In Kellogg Company (NYSE: K), ci impegniamo per migliorare e soddisfare il mondo con food e brand di valore.

Tra i nostri amati brand ci sono *Pringles*®, *Special K*®, *Kellogg's Frosted Flakes*®, *Kellogg's Corn Flakes*®, *Rice Krispies*®, *Kellogg's Extra*®, *Coco Pops*® e molti altri.

Le vendite nette per il 2017 si sono assestate a circa 13 miliardi di dollari, e sono costituite principalmente da snack e cibi pronti come cereali e surgelati. I marchi Kellogg sono amati nei mercati di tutto il mondo

Siamo anche un'azienda con Cuore & Anima, impegnata a creare 3 miliardi di giorni migliori - Better Days – entro il 2025 attraverso la nostra piattaforma di impegno globale [Breakfasts for Better Days](https://www.kelloggs.it/it_IT/home.html). Per maggiori informazioni visitate https://www.kelloggs.it/it_IT/home.html www.KelloggCompany.com, la pagina [Facebook di Special K](#) o il profilo [Instagram](#)

UFFICIO STAMPA COCO POPS

Connexia Srl- 02 8135541

Sofia Coppetta – sofia.coppetta@connexia.com

KELLOGG ITALIA

Sara Faravelli - sara.faravelli@kellogg.com - Mob: 3428911313