



Comunicato stampa

FOOD, CEREALI SEMPRE PIÙ PRESENTI NELLA DIETA DEGLI ITALIANI: QUELLI PER LA PRIMA COLAZIONE CRESCONO DEL +7%, MENTRE GLI SNACK VOLANO ONLINE (+72%)

Kellogg fa il punto sul consumo degli italiani: a fare la differenza innovazione di prodotto, ingredienti nutrienti e sostenibilità.

Milano, 23 giugno 2021 – In un contesto di smart working, meno pendolarismo ed evoluzione delle occasioni di consumo **i cereali sono sempre più presenti nella dieta degli italiani** - dai cereali per la prima colazione agli snack a base di cereali.

A conferma arrivano i dati del 2020: l'anno scorso infatti la categoria dei cereali per la prima colazione è cresciuta del +6,9% a valore sul canale retail¹, a cui si è aggiunto un ulteriore +2% nel primo trimestre del 2021². Nel 2020, la categoria degli snack a base di cereali (wholesome snack) è cresciuta del +72% a valore sul canale online³, e ha registrato un trend positivo anche nel primo trimestre del 2021, raggiungendo una crescita di +10% a valore su tutti i canali, retail e online compresi.⁴

Una crescita frutto delle rinnovate abitudini dei consumatori, che sempre più spesso cercano ingredienti nutrienti, innovazione e varietà di prodotto, con un occhio alla sostenibilità.

*“Negli ultimi anni è cresciuta la presenza dei cereali nell'alimentazione degli italiani, che li scelgono sia in occasioni di consumo come la prima colazione, che come snack per le pause di metà mattina o metà pomeriggio” - spiega **Giuseppe Riccardi, General Manager di Kellogg Italia**, brand che ha un ruolo di primo piano sia nella categoria cereali per la prima colazione che in quella di wholesome snack. “L'innovazione è un fattore cruciale per creare valore aggiunto per il consumatore e la categoria. Negli ultimi 18 mesi Kellogg ha continuato a innovare il proprio portfolio per soddisfare le diverse esigenze dei consumatori, lanciando nuovi prodotti sia nella categoria cereali che in quella degli snack.”*

Ad esempio, soddisfacendo le esigenze dei consumatori che ricercano uno snack nutriente e gustoso, **Kellogg ha lanciato Deluxe Snack Mix che contiene agglomerati di cereali - con una contribuzione superiore al 20% - coniugati con ingredienti premium come frutta secca e frutta disidratata.** Ma la spinta verso

¹ Dati IRI FY 2020
² Dati IRI YTD P3 2021
³ Dati IRI FY 2020
⁴ Dati IRI YTD P3 2021

l'innovazione ha riguardato anche i prodotti più 'golosi', con **l'ampliamento della gamma Krave, innovandone il formato con Krave Stix e Krave Snax, rispettivamente barrette e fagottini di cereali con ripieno di cioccolato**, che coprono diverse occasioni di consumo, da mangiare fuori o a casa, da soli o in compagnia.

Il tutto, infine, con un occhio all'innovazione anche in termini di sostenibilità: *“In linea con i valori del nostro fondatore W.K. Kellogg, la sostenibilità è uno dei principi guida dell'azienda, ed oggi è sempre più un fattore di scelta per i consumatori. Per questo, l'innovazione di prodotto va di pari passo a quella sul packaging: in particolare con Deluxe Snack Mix abbiamo confermato il nostro impegno ad una crescita sostenibile, proponendo un packaging pronto per il riciclo e richiudibile, in modo da preservare la freschezza del prodotto evitando gli sprechi”*, conclude Giuseppe Riccardi.

Contatti:

Ufficio Stampa Kellogg

Alessandro Bono	alessandro@saykudos.co	347 05 18 455
Valentina Tornielli	valentina@saykudos.co	331 38 64 774
Bruna Coppolino	bruna@saykudos.co	349 82 18 547

About Kellogg Company

At Kellogg Company (NYSE: K), our vision is a good and just world where people are not just fed but fulfilled. We are creating better days and a place at the table for everyone through our trusted food brands. Our beloved brands include Pringles®, Cheez-It®, Special K®, Kellogg's Frosted Flakes®, Pop-Tarts®, Kellogg's Corn Flakes®, Rice Krispies®, Eggo®, Mini-Wheats®, Kashi®, RXBAR®, MorningStar Farms® and more. Net sales in 2020 were approximately \$13.8 billion, comprised principally of snacks and convenience foods like cereal, frozen foods, and noodles. As part of our Kellogg's® Better Days purpose platform, we're helping to end hunger and are committed to creating Better Days for 3 billion people by the end of 2030.

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

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®, Pop-Tarts®, Kellogg's Corn Flakes®, Rice Krispies®, Eggo®, Mini-Wheats®, Kashi®, RXBAR®, MorningStar Farms® ed altri. Nel 2020, l'azienda ha ottenuto un fatturato totale di circa 13.8 miliardi di dollari, grazie soprattutto agli snacks, ai cereali, ai frozen foods e ai noodles. Kellogg ha creato la piattaforma Kellogg's® Better Days, un insieme di iniziative di CSR con cui l'azienda vuole dare il suo contributo per combattere la fame e creare un futuro migliore per 3 miliardi di persone entro la fine del 2030.

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

