



Comunicato Stampa

Pringles lancia la nuova campagna di rebranding “Mind Popping”.

Per la campagna, on air in tutta Europa, anche un evento di lancio a Londra e in diretta streaming

- “Mind Popping” è la nuova brand line del marchio dopo “Pop, Play, Eat”
- La nuova campagna è on-air in Italia su TV, social media, online e on-demand
- Per lanciare la campagna, il brand ha organizzato uno spettacolo di luci “Mind Popping” a Londra a cui si potrà assistere anche dall'Italia in diretta su YouTube

Milano, 8 febbraio 2022 - Pringles lancia “Mind Popping”, la nuova ed entusiasmante campagna di rebranding, diventando ancora più ironico e irriverente.

“Mind Popping” riconferma l'ingegnosità del brand che ha il potenziale per far ‘esplodere’ le menti dei consumatori, fornendo loro uno snack salato ancora più divertente e giocoso. **L'idea creativa della nuova pubblicità ‘You Were Made For Pringles’ è un racconto immaginario di come gli esseri umani si siano evoluti per godere appieno dell'esperienza delle Pringles.** La creatività umoristica spiega che il mondo è iniziato con un grande “pop” e che gli esseri umani hanno sviluppato i pollici opponibili per aprire l'iconico tubo, la lingua perfettamente modellata per accogliere lo snack a sella e le papille gustative per assaporare gli inconfondibili sapori delle Pringles. **La campagna è già on-air in Italia dal 16 gennaio su TV, online, social media e on-demand.**

La brand line è stata rinnovata per la prima volta a due anni dal lancio di “Pop, Play, Eat” e dopo l'iconico “Once You Pop, You Can't Stop”.

A commento della campagna, Elisa Tudino, Activation Brand Lead di Kellogg Italia, ha detto: *“Mind Popping stimola la curiosità e le menti dei consumatori come solo Pringles sa fare. Il brand è diventato ancora più ironico e giocoso. Siamo entusiasti del lancio in Italia, un cambio di passo non solo per il marchio, ma per l'intera categoria.”*

Per festeggiare il lancio della nuova campagna, Pringles organizzerà uno spettacolo di luci in vero stile “Mind Popping” al Lee Valley Velopark (Velodromo Olimpico) a Londra (UK), con animazioni in linea con la nuova pubblicità e contenuti di influencers europei - tra cui l'italiano Pietro Cataudella - per mostrare come Pringles sia lo snack più “Mind Popping” dell'universo.

I consumatori possono assistere allo spettacolo di luci in diretta anche dall'Italia visitando il canale YouTube di Pringles a questo link: <https://www.youtube.com/watch?v=ru5MmGwHU6k> alle 20:30 del 9 febbraio 2022.

Campioni di prodotto sono disponibili su richiesta.



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.