



KELLOGG SI RINNOVA: UNA NUOVA STRUTTURA E UN NUOVO HEAD OF MARKET PER RENDERE L'ITALIA SEMPRE PIÙ COMPETITIVA

- *Kellogg si rinnova in tutta Europa con una diversa struttura organizzativa e un chiaro obiettivo: presidiare al meglio i mercati chiave tra cui l'Italia*
- *A guidare il mercato italiano Giuseppe Riccardi precedente Direttore Vendite ora promosso a Head of Market Italia*
- *Crescita interna e ruolo internazionale anche per Donato Cangelli che assume il ruolo di Market Activation Director Continental Europe (Italia, Iberia, Germania, Austria, Francia, Benelux) & High Growth Markets*

Milano, 25 settembre 2019 — Kellogg, azienda leader nella produzione di cereali e il secondo più grande produttore di biscotti, cracker e snack al mondo, **annuncia per l'Europa una nuova struttura organizzativa per presidiare sempre al meglio i mercati core in cui opera.** E questo per dare ulteriore spinta al trend positivo che il business sta vivendo in Europa dove ha registrato, infatti, una crescita costante per sette trimestri consecutivi.

La nuova organizzazione risponde alle necessità dell'azienda di continuare questo percorso di crescita, essendo però sempre più competitiva, agile e veloce. Per questo, da una struttura di cluster, si passa a una maggiore autonomia e focalizzazione sui singoli Paesi con l'identificazione di Market Head locali per ciascun mercato di riferimento. In questo nuovo contesto, **a guidare l'Italia ci sarà Giuseppe Riccardi con la responsabilità dello sviluppo e della gestione del business italiano**, tra i più importanti su scala europea e dove Kellogg opera ormai da oltre trent'anni. Alla sua nomina, si affianca quella di **Donato Cangelli** che assume un ruolo di spicco a livello europeo, diventando **Market Activation Director Continental Europe (Italia, Iberia, Germania, Austria, Francia, Benelux) & High Growth Markets.**

Questo cambiamento riflette un valore molto forte di Kellogg, ovvero la crescita interna di talenti in grado di trainare il business e fare la differenza sul mercato. Caratteristica che accomuna sia Cangelli che Riccardi: entrambi hanno vissuto un percorso di crescita all'interno dell'azienda ricoprendo ruoli di sempre maggiore responsabilità anno dopo anno. Nel dettaglio Giuseppe Riccardi, entrato in azienda nel 1999, ha ricoperto diversi ruoli tra cui quello di *GDO Manager* e *Healthy Snacks Marketing Director*, fino a diventare *Sales Director* nel 2012. Donato Cangelli, dopo esperienze in Gillette Group e Procter&Gamble, sia in Italia che all'estero, è entrato in Kellogg nel 2012 come Marketing Manager ed ha successivamente assunto il ruolo di Direttore Marketing Snack Southern Europe (Italia, Spagna e Portogallo) e poi di Direttore Marketing Cereali, prima di questo nuovo prestigioso incarico.

LEADER NEL NOSTRO MERCATO – Nel nostro Paese, **Kellogg è leader nel settore dei cereali con più del 43% di quota di mercato** e performance positive trimestre dopo trimestre. Un risultato reso possibile dalla capacità di Kellogg di offrire al mercato prodotti sempre innovativi e al passo con i tempi oltre che comunicazioni sempre più coinvolgenti e accattivanti. Nel mercato delle **barrette a base di cereali, Kellogg si attesta al 37%** con un trend positivo grazie anche ad una forte e continua innovazione di prodotto, mentre in quello delle **patatine ha superato l'11%** grazie a un brand iconico come Pringles (fonte dati: IRI Italy 2018 YE e GFK Italy 2018 YE).

FOCUS SU CEREALI E SNACK PER CONTINUARE A CRESCERE— Sono due gli assi su cui si sviluppa la strategia di crescita di Kellogg in Europa e di conseguenza anche in Italia: da un lato **investire nei brand storici**, e dall'altro ascoltare le nuove esigenze dei consumatori, quindi **innovando la gamma prodotti** secondo le



tendenze più forti del mercato. Un esempio su tutti: Kellogg ha recentemente lanciato il **brand W.K. Kellogg** - che richiama il nome del fondatore - una linea di snack e cereali per la prima colazione che rispecchia la richiesta crescente dei consumatori **di alimenti biologici, senza zuccheri aggiunti e di origine vegetale**, che abbiano non solo specifiche caratteristiche nutrizionali ma anche aspetti valoriali distintivi.

“Guidare lo sviluppo di Kellogg nel mercato italiano è una grande responsabilità e motivo di orgoglio” afferma **Giuseppe Riccardi, Head of Market Italia di Kellogg**. *“L’azienda sta vivendo un momento di forte innovazione: stiamo investendo significativamente sull’innovazione di prodotto, così come sull’area delle ricerche e sulla logistica per offrire un livello di servizio sempre più elevato ai clienti e ai consumatori. Ma ciò su cui abbiamo sempre investito, e dove continueremo a focalizzarci con ancora maggiore impegno, sono le nostre persone, vero motore di questa azienda”*.

“Accolgo con grande entusiasmo il mio nuovo ruolo e le nuove sfide che mi attendono” commenta **Donato Cangelli, Market Activation Director Continental Europe & High Growth Markets**. *“In Kellogg siamo costantemente al lavoro per innovare il business e la gamma prodotti, adattandola ai mutamenti delle esigenze e dei gusti dei consumatori. Proprio per questo agiamo sia sui brand ma anche sui canali per essere certi di dare ai consumatori più di quello che vogliono, ma anche di coinvolgerli in nuovi ambiti e nuovi momenti di consumo”*.

CONTATTI

Ufficio stampa Kellogg

Connexia

Arianna Ghigliotti – arianna.ghigliotti@connexia.com – Mob. +39 3473551368

Elisa Conti – elisa.conti@connexia.com – Mob. +39 3450723394

Kellogg

Sara Faravelli – sara.faravelli@kellogg.com – Mob +39 3428911313

A proposito di Kellogg

In Kellogg Company (NYSE: K), ci impegniamo per produrre cibo di cui le persone si possano innamorare. E questo grazie ai nostri amati brand tra cui Kellogg's®, Special K®, Pringles®, Kellogg's Frosted Flakes®, Kellogg's Corn Flakes®, Rice Krispies®, Extra®. Con vendite pari a 13,5 miliardi di dollari nel 2018 e più di 1.800 prodotti, Kellogg è l'azienda leader mondiale nei cereali e il secondo più grande produttore di biscotti, cracker e snack salati. E non solo, siamo un'azienda con un cuore e un'anima, impegnata a creare 3 miliardi di Better Days – giorni migliori – entro il 2030 grazie a [Kellogg's® Better Days](#), la nostra piattaforma di responsabilità globale. Per saperne di più, puoi visitare il sito www.kelloggcompany.com oppure www.kelloggs.it, seguirci su Twitter @KelloggCompany, YouTube e sul nostro Social K corporate blog.