



Comunicato Stampa

## KELLOGG'S PRESENTA "THE OATIES HOUSE": UN VIAGGIO TRA GUSTO E SUONO ALLA SCOPERTA DELLA NUOVA LINEA KELLOGG'S OATIES

*Un'indagine Kellogg's - YouGov svela che per circa la metà di chi mangia cereali a colazione la croccantezza è l'elemento imprescindibile per renderla perfetta<sup>1</sup>*

*Presentata per l'occasione la gamma Kellogg's Oaties,  
deliziosa avena croccante per tutta la famiglia, in formato cereale e snack*

*L'(a)vena musicale di Kellogg's Oaties prende vita grazie alla collaborazione con  
la sound designer di fama internazionale Chiara Luzzana, per un'esperienza sonora unica*

Milano, 18 settembre 2025 – Per circa la metà di chi mangia cereali a colazione la croccantezza è la vera protagonista del risveglio<sup>2</sup>: soddisfa al morso, regala leggerezza e produce l'irresistibile suono del "crunch", posizionandosi fra le prime tre caratteristiche must-have di una colazione perfetta<sup>3</sup>. È quanto emerge dall'analisi realizzata da Kellogg's in partnership con YouGov, presentata in esclusiva presso la "The Oaties House", inaugurata dal brand per il lancio della novità di casa Kellogg's: la nuova linea Kellogg's Oaties.

In Italia il consumo d'avena è in costante crescita, con 700mila nuove famiglie che oggi l'acquistano regolarmente<sup>4</sup>. Inoltre, due italiani su tre la consumano abitualmente, soprattutto nei tradizionali fiocchi morbidi (32%)<sup>5</sup>. Con Kellogg's Oaties, l'avena si reinventa, offrendo ai consumatori un'esperienza di gusto inaspettata - croccante, gustosa e sorprendente - grazie al suo inconfondibile formato a cuscinetto e alla praticità delle barrette da portare sempre con sé.

La ricerca evidenzia inoltre che 1 italiano su 3 associa la croccantezza a un suono piacevole, dichiarando che proprio quello "scrocchio" irresistibile stimola la voglia di gustare qualcosa di croccante<sup>6</sup>. Da qui l'idea di Kellogg's di dare voce alla sua ultima novità, trasformando la croccantezza in musica grazie alla collaborazione con l'artista sonora e compositrice Chiara Luzzana, che per l'occasione ha sviluppato "Bite Beats", una soundtrack inedita, ispirata alla croccante (a)vena musicale di Kellogg's Oaties.

*"Ho toccato i cereali come fossero piccolissimi strumenti a percussione, ricavandone pattern vivaci, capaci di evocare la stessa vitalità tipica della mattina e la carica che accompagna i primi gesti del giorno di ciascuno di noi." dichiara l'artista sonora e compositrice, Chiara Luzzana. "Da questo ascolto profondo è nato un archivio sonoro unico, fatto di leggerezza e impatto, nato da un frammento infinitesimale di un cuscinetto Oaties. Il risultato è un bit avvolgente che ripercorre tutti i momenti chiave della giornata di ognuno di noi."*

<sup>1</sup> "Le abitudini degli italiani a colazione" YouGov (2025), ricerca svolta su un campione rappresentativo di 1.019 adulti (18+)

<sup>2</sup> Tra chi sceglie di consumare cereali a colazione (dato YouGov, 2025, ricerca svolta su un campione rappresentativo di 1.019 adulti (18+)

<sup>3</sup> Tra chi sceglie di consumare cereali a colazione (dato YouGov, 2025, ricerca svolta su un campione rappresentativo di 1.019 adulti (18+)

<sup>4</sup> <https://www.agrisole.ilsole24ore.com/art/filiere/2025-03-09/avena-conquista-mercato-colazione-due-anni-conquistate-700mila-nuove-famiglie-102255.php?uclid=AGzI5HQD>

<sup>5</sup> Tra chi sceglie di consumare cereali a colazione (dato YouGov, 2025, ricerca svolta su un campione rappresentativo di 1.019 adulti (18+)

<sup>6</sup> "Le abitudini degli italiani a colazione" YouGov (2025), ricerca svolta su un campione rappresentativo di 1.019 adulti (18+)

La colazione non è più un semplice pasto, ma si conferma un momento che unisce le famiglie, irrinunciabile per la quasi totalità degli italiani, tanto che il 96% dichiara di farla<sup>7</sup>. Anche il modo in cui si prepara la tazza è tutt'altro che casuale: il **56% di chi fa colazione con cereali preferisce versare prima il latte e poi i cereali, soprattutto per mantenerne la croccantezza (38%)<sup>8</sup>**. Dopo il primo pasto della giornata, infatti, gli italiani che fanno colazione non desiderano solo essere sazi (43%), ma anche sentirsi di buon umore (43%) e soddisfatti (40%)<sup>9</sup>.

La gamma **Kellogg's Oaties** è disponibile nel formato **cereale per la prima colazione e snack**, entrambi **con almeno il 55% di avena integrale**, pensati per accompagnare tutta la famiglia dalla colazione agli spuntini quotidiani. I cereali Oaties si presentano in due deliziose referenze - **Avena Croccante** e **Avena Croccante al Cacao** - naturalmente ricche di gusto e ad alto contenuto di fibre. Anche gli snack arrivano in due varianti - **Miele e Avena** e **Cioccolato e Avena** - offrendo lo stesso mix di croccantezza, gusto e praticità per rendere ogni momento della giornata un'esperienza sorprendente.

*“Con la nuova linea Kellogg's Oaties vogliamo trasformare la colazione e le pause in momenti naturalmente ricchi di gusto per tutta la famiglia. La consistenza croccante dei cereali Oaties e il formato snack, comodo da portare ovunque, offrono un'esperienza multisensoriale che combina la bontà ad un'alta percentuale di avena, sorprendentemente croccante, conquistando al primo morso.”* afferma **Elisa Tudino, Direttrice Marketing Activation Italia di Kellanova** *“The Oaties House è solo una delle prime attività con cui vogliamo accompagnare i consumatori in questa croccante scoperta, supportata da una campagna omnicanale con una forte presenza digital e social e con attività di sampling in quattro capoluoghi italiani”*.

La nuova linea Kellogg's Oaties è già disponibile in tutti i principali supermercati, ipermercati e canali di e-commerce in Italia.

L'Original **Soundtrack “Bite Beats”** by Chiara Luzzana è disponibile nella library musicale di Instagram e TikTok.

Seguici su [@kelloggs\\_it](https://www.instagram.com/kelloggs_it).

#### A proposito di Kellanova

Kellanova (NYSE: K) è un'azienda leader a livello mondiale nel settore degli snack, dei cereali per la prima colazione, dei noodles e degli alimenti surgelati in Nord America, con un'eredità che risale a più di 100 anni fa. Alcuni dei nostri brand internazionali più iconici includono Pringles®, Cheez-It®, Pop-Tarts®, Kellogg's Rice Krispies Treats®, RXBAR®, Eggo®, MorningStar Farms®, Special K®, CocoPops e altri ancora. La visione di Kellanova è quella di diventare l'azienda di snack più performante al mondo, liberando il pieno potenziale dei propri brand iconici e delle proprie persone. Il fatturato netto per il 2023 è stato di \$13 miliardi.

In Kellanova, il nostro obiettivo è creare “giorni migliori” e un posto a tavola per tutti. Promuoviamo un accesso sostenibile ed equo al cibo affrontando questioni interconnesse come povertà alimentare, sostenibilità, benessere, equità, diversità e inclusione, con l'ambizione di raggiungere 4 miliardi di persone entro la fine del 2030 (partendo da una base del 2015). Per ulteriori informazioni, visitare [www.Kellanova.com](https://www.Kellanova.com).

#### Ufficio Stampa Kellanova

Giuliana Gentile – Kellanova Italia - [giuliana.gentile@kellanova.com](mailto:giuliana.gentile@kellanova.com)

Giulia Ferrucci – Kellanova Italia – [giulia.ferrucci@kellanova.com](mailto:giulia.ferrucci@kellanova.com)

#### Ufficio stampa – Havas PR

Elena Castellini – [elena.catellini@havaspr.com](mailto:elena.catellini@havaspr.com) | 335-6271787

Martina Luise – [martina.luise@havaspr.com](mailto:martina.luise@havaspr.com) | 342-9182916

Claudia Mastrodonato – [claudia.mastrodonato@havaspr.com](mailto:claudia.mastrodonato@havaspr.com) | 335-1064108

<sup>7</sup> “Le abitudini degli italiani a colazione” YouGov (2025), ricerca svolta su un campione rappresentativo di 1.019 adulti (18+)

<sup>8</sup> Tra chi sceglie di consumare cereali a colazione (dato YouGov, 2025, ricerca svolta su un campione rappresentativo di 1.019 adulti (18+)

<sup>9</sup> “Le abitudini degli italiani a colazione” YouGov (2025), ricerca svolta su un campione rappresentativo di 1.019 adulti (18+)