

## Kellogg's® révolutionne les en-cas céréaliers !

**Premier intervenant à innover sur le segment des en-cas céréaliers, avec 75 % des volumes innovation, Kellogg's lance en 2011 un produit très attendu en France : Kellogg's® Rice Krispies Squares®, pour faire grossir la catégorie en s'adressant à la aux jeunes adultes**

Lancé il y a 7 ans au Royaume-Uni et en Irlande, et l'année dernière dans les principaux pays de l'Europe continentale, Kellogg's® Rice Krispies Squares® est un très beau succès avec déjà une part de marché de 6% en 1 an en Italie par exemple. Ce succès ainsi que les attentes des jeunes consommateurs français sur le chocolat (9 personnes sur 10\*\* apprécient son bon goût de chocolat), la recherche de sensations nouvelles et différentes confortent Kellogg's à lancer en France **Kellogg's® Rice Krispies Squares®**.

« Avec ce lancement, nous voulons créer de la croissance pour le marché des en-cas céréaliers et offrir aux jeunes adultes un en-cas céréalière qui corresponde à leurs goûts tout en leur faisant vivre une expérience unique » déclare **Olivier Vernier**, Directeur Commercial Kellogg's France.

### Rice Krispies Squares, une barre de céréales carrément chocolatée

Kellogg's® Rice Krispies Squares® est la plus grosse barre du marché des en-cas céréaliers. Elle est proposée en deux références qui répondent aux attentes des jeunes adultes :



- **Kellogg's® Rice Krispies Squares® Total Choco** composée de grains de riz soufflés au chocolat recouverts d'un nappage chocolaté
- **Kellogg's® Rice Krispies Squares® Choco Caramel** composée de grains de riz soufflés goût caramel recouverts d'un nappage chocolaté



Prix de revente maximale conseillé : 1,95 € pour 4 barres emballées individuellement  
Disponible dans les magasins en janvier 2011

### Un plan de lancement massif 360° en 2011

Kellogg's souhaite faire vivre l'expérience Squares aux jeunes de 15-25 ans en développant une stratégie de visibilité avec un ton amusant, léger et décalé. La signature de la marque sera « Carrément chocolaté, carrément barré ! ».

Dès mars 2011, la marque sera soutenue en télévision, sur internet (réseaux sociaux, plateformes de partage de vidéos) ainsi que lors d'une grande tournée nationale des campus universitaires avec un bus décoré aux couleurs de la marque (distribution de 550 000 échantillons).

De grosses vagues de promotion en magasins dès mars compléteront le dispositif. Ce produit sera présent en GMS dans le linéaire des en-cas céréaliers ainsi qu'en circuit impulse (distributeurs automatiques Relay).

Contact presse : Delphine Hilaire – Agence ELAN – 01 40 89 96 39 – delphine.hilaire@agence-elan.com

\*\*CFFT, Ares, May 2009