

KELLOGG'S, PREMIÈRE MARQUE NATIONALE DE CÉRÉALES À PROPOSER UNE OFFRE EN VRAC AVEC LE **TOUT PREMIER « BAR À CÉRÉALES »**

Moteur de sa catégorie et leader du marché des céréales du petit déjeuner, Kellogg France, avec ses marques emblématiques, teste une offre en vrac grâce à son « Bar à Céréales ».

LE VRAC, UNE TENDANCE FORTE

71% des Français aimeraient que la vente de produits en vrac se généralise et 47% des foyers français achète déjà du vrac².

Aujourd'hui, les consommateurs sont motivés par la maîtrise des quantités achetées en fonction de leurs besoins et de leur budget, sensibles à la réduction des déchets d'emballage et au gaspillage alimentaire :

- 45% des foyers français essaient de limiter le gaspillage alimentaire.
- 45% déclarent essayer d'acheter des produits avec moins d'emballage.

Grâce à son Bar à Céréales en vrac, Kellogg's propose aux Français un nouveau modèle de consommation de ses céréales qui répond aux besoins de naturalité et de qualité. Cette alternative apporte de la valeur à la catégorie et permet à l'entreprise d'attirer de nouveaux consommateurs adeptes de ce mode d'achat.



UN CONCEPT UNIQUE POUR UNE OFFRE VARIÉE, NATURELLE ET PREMIUM

Ce nouveau Bar à Céréales est une illustration concrète des engagements de la démarche RSE Cultivons la Simplicité de l'entreprise, notamment dans la réduction de l'empreinte environnementale et la lutte contre le gaspillage alimentaire.

« Consommez plus juste, limitez le gaspillage alimentaire » : cette phrase inscrite sur le Bar à Céréales s'adresse directement aux consommateurs et permet à Kellogg's de prouver son implication en tant qu'entreprise responsable. Grâce à un repère précis apposé sur chaque silo et à la balance intégrée au bar, le client peut très facilement se servir de la juste quantité adaptée à ses besoins avec la mise à disposition de sachets Kellogg's.

Kellogg's se lance dans le vrac avec six recettes sélectionnées parmi ses différentes catégories de céréales dont trois présentent le Nutri-Score A et sont sans colorants ni arômes artificiels.

1. Source : Etude Kantar - Extrait de l'étude le Come-back du Vrac - base 10 945 répondants - CAM P5 2019 // 2. Source : Kantar Panels foyers acheteurs

UNE NOUVELLE OFFRE QUALITATIVE POUR LES ENSEIGNES

Cette initiative démontre la capacité d'innovation et l'agilité de Kellogg France, qui a développé ce projet en moins d'un an avec ses partenaires distributeurs. Dans le cadre de cette phase pilote, trois Bars à Céréales sont en test depuis le mois de juin en Ile de France et cinq autres sont en cours d'installation à Paris et dans plusieurs villes en France.



« En tant que leader engagé de notre catégorie, il était plus que légitime pour nous de développer une offre en vrac de qualité, en réponse aux nouvelles attentes des consommateurs. Notre bar à céréales est une première étape de test menée avec deux enseignes partenaires. Il s'inscrit dans notre démarche RSE qui vise à créer un impact positif sur la planète et renforce nos engagements en matière d'emballage et de réduction des déchets. ».

Éric Le Cerf, Directeur Général Kellogg France.

Située au cœur du linéaire des céréales, cette présentation exclusive à Kellogg's a été pensée dans son ensemble pour redynamiser le merchandising du rayon, valoriser l'offre en vrac et créer une véritable zone d'attractivité en apportant de la nouveauté au magasin. L'approche Test & Learn en cours permet de générer des enseignements quantitatifs et qualitatifs qui seront précieux pour déterminer la meilleure offre de vrac pérenne avec nos clients distributeurs.

Cette initiative souligne les engagements continus de Kellogg en faveur d'une consommation plus responsable.

Service de presse KELLOGG'S FRANCE

Véronique Delfau - Agence Havas Paris
veronique.delfau@havas.com - 07 86 34 84 95

Hélène Boyer - KELLOGG FRANCE
helene.boyer@kellogg.com