

Kellogg's

Cultivons LA SIMPLICITÉ

Kellogg Company présente ses engagements pour la planète et pour une meilleure alimentation

- ✓ D'ici à fin 2022, toutes ses marques de céréales pour enfants bénéficieront en France du **Nutri-score A ou B**
- ✓ Kellogg lance en France sa **gamme bio enfant** avec **Miel Pops Bio**
- ✓ Kellogg diminue son empreinte environnementale en Europe en **réduisant la taille de ses emballages** de céréales et en s'engageant pour réduire le gaspillage alimentaire
- ✓ Kellogg Europe s'engage à nourrir plus de **30 millions de personnes** grâce à ses programmes de soutien aux communautés

Kellogg Europe, spécialiste des céréales et des snacks salés, a dévoilé le 11 mai son nouveau plan sur dix ans pour améliorer ses produits afin qu'ils contribuent encore plus au bien-être des personnes, et bénéficient aux communautés ainsi qu'à la planète. Une série de mesures a été annoncée aujourd'hui, à l'occasion du lancement de son Manifeste « **Cultivons la Simplicité** », dans lequel Kellogg expose ses ambitions et sa volonté de proposer une alimentation saine qui nourrit autant qu'elle épanouit.



Améliorer les recettes des céréales pour enfants : Nutri-score B et lancement de Miel Pops bio

Partout en Europe, d'ici fin 2022, Kellogg supprimera au moins **10% de sucres** et **20% de sel** des céréales destinées aux enfants, toujours sans compromis sur le goût. Cette évolution nutritionnelle s'inscrit dans une démarche continue d'amélioration des recettes menée par Kellogg depuis plus de 10 ans. Celle-ci passe essentiellement par la réduction de la teneur en sucres et en sel et par l'augmentation de la teneur en fibres. Grâce à ces efforts, toutes les marques de céréales pour enfants bénéficieront en France du Nutri-Score A ou B d'ici fin 2022. Il s'agit d'un changement significatif sur ce segment, comme l'illustre l'amélioration sur la recette Coco Pops Original qui obtient le Nutri-Score B dès aujourd'hui. Cette marque plébiscitée par les plus jeunes contient également 30% de sucres en moins par rapport à la moyenne des autres céréales chocolatées pour enfants du marché.

Ces améliorations s'inscrivent dans la continuité des efforts déjà réalisés sur les recettes depuis plus de 10 ans en France*.



Par ailleurs, Kellogg s'engage à ce que, d'ici fin 2023, la plupart de ses recettes de céréales pour le petit-déjeuner soient sources de fibres ou riches en fibres.

*Résultats d'amélioration nutritionnelle pondérés par les volumes sur l'ensemble des céréales pour le petit-déjeuner vendues en France.

Première référence Bio de céréales pour enfants

Après le lancement d'Extra Bio en 2020, Kellogg France va plus loin et lance sa première référence de céréales Bio pour enfants. Miel Pops Bio, qui bénéficie du Nutri-Score B, se compose d'ingrédients bio de qualité et est source de fibres.



Diminuer son empreinte environnementale : réduction de la taille de ses paquets de céréales et lutte contre le gaspillage alimentaire

Les équipes de Kellogg Europe ont développé un emballage de céréales moins volumineux grâce à une technique d'aspiration de l'air dans les sachets. Cela représentera une économie de **190 tonnes de carton** et de plastique par an, qui, combinée à une meilleure efficacité du transport, permettra de supprimer **700 tonnes d'équivalent CO₂ par an**.

Les nouveaux paquets contiendront le même poids de céréales et sortiront des lignes de production de Manchester. En France, ces nouveaux paquets seront disponibles dès cet été sur certaines références de Special K et Frosties. Ils seront également disponibles dans plusieurs pays européens parmi lesquels la Belgique, l'Espagne, l'Italie et le Royaume-Uni.



Too Good To Go : transmettre les bons réflexes anti-gaspi

Dans le cadre de l'objectif de réduire de **50% ses déchets organiques**, y compris alimentaires, d'ici à 2030, la France est le premier pays du groupe Kellogg à rejoindre le mouvement **Too Good To Go**. Cette initiative globale vise à diminuer le gaspillage alimentaire en agissant sur différents facteurs afin d'avoir un effet bénéfique sur le changement climatique.

En adhérant au pacte sur les dates de consommation, Kellogg France s'attache tout particulièrement à améliorer l'information de ses consommateurs. Ainsi, en leur permettant de mieux comprendre les dates de consommation (DLC, DDM), l'entreprise aide ses consommateurs à ne pas jeter systématiquement les produits dont la date de durabilité minimale est dépassée. **Dès cet automne, ces engagements figureront sur certains paquets de la marque Trésor.**



Nourrir 30 millions de personnes sur le continent d'ici fin 2030

A travers son programme caritatif **Better Days**, Kellogg poursuit son action en matière d'aide alimentaire pour ceux qui en ont le plus besoin, et s'engage ainsi à nourrir plus de 30 millions de personnes sur le continent d'ici fin 2030.



« La société exige, à juste titre, davantage des entreprises comme la nôtre, et tous attendent de nous ces attentes et pronés des mesures pour améliorer notre impact environnemental et la façon dont sont cultivées nos matières premières. Nos produits doivent être bénéfiques à notre planète et à nos consommateurs. L'alimentation joue aussi un rôle social et émotionnel et contribue à rassembler et partager des moments conviviaux en famille ou entre amis. »

Olivier Kac, Directeur général de Kellogg France

Depuis 2015, sur l'ensemble du continent européen, Kellogg's a contribué à **nourrir 18 millions de personnes** en soutenant les banques alimentaires et les programmes d'alimentation scolaire. Depuis 2019, Kellogg France est partenaire d'ANDES pour soutenir leurs actions et construire une collaboration qui va au-delà du simple don de produits et s'inscrit dans un temps long. En 2 ans, dans le contexte de la crise du Covid-19, nous avons contribué à hauteur de **300 000 euros au fonds d'investissement** créé par l'association et avons ainsi permis la création de **35 nouvelles épicereries solidaires** dans toute la France. L'une d'entre elles vient d'ouvrir dans le 5^{ème} arrondissement de Paris et est dédiée aux étudiants, une population particulièrement impactée par la crise.

Dans le cadre de son manifeste et de ses engagements, Kellogg a aussi permis d'améliorer la qualité des sols sur 14 000 hectares de terres agricoles grâce à son programme mondial Origins, destiné à soutenir les agriculteurs et encourager une agriculture durable. Kellogg choisit de s'approvisionner en Europe pour la grande partie de ses ingrédients, et au plus près de ses sources de production : le blé au Royaume-Uni, la betterave en France et le riz en Espagne et en Italie.

« Notre entreprise a été fondée en 1906 par un visionnaire qui croyait qu'une alimentation végétale était le régime idéal. Les annonces faites aujourd'hui perpétuent l'héritage de notre fondateur, en l'adaptant aux enjeux de notre temps, et prennent en compte l'impact global de notre alimentation sur les individus et sur la planète. Nous nous engageons pleinement dans cette mission et continuerons à progresser. Nous avons notre rôle à jouer. »

Olivier Kac, Directeur général de Kellogg France



Kellogg France - 1 Rue Galilée
93160 Noisy-le-Grand

CONTACTS PRESSE : HAVAS

Véronique Delfau - 07 86 34 84 95 - veronique.delfau@havas.com
Claire Olivieri-Ringot - 06 13 54 38 91 - claire.olivieri-ringot@havas.com

Kellogg France

Justine Fortuny - Chargée de communication de Kellogg France - justine.fortuny@kellogg.com