



Communiqué de presse

## Anti gaspi : Kellogg passe des engagements aux actes avec Special K et Too Good To Go

- En adoptant les pictogrammes développés par Too Good To Go dans le cadre du Pacte sur les Dates de Consommation, Kellogg's Special K lutte désormais activement contre le gaspillage alimentaire.

**Paris, 16 octobre 2022** - En amont de la journée mondiale de l'alimentation le 16 octobre, Kellogg Europe annonce l'ajout sur ses paquets de Special K du pictogramme « *Observez, Sentez, Goûtez* » développé par Too Good To Go dans le cadre du Pacte sur les Dates de Consommation. Il apparaîtra sur tous les emballages de Special K à travers l'Europe dès le début de l'année 2023.

Ce pictogramme vise à encourager les consommateurs à vérifier, par des gestes simples, la qualité des aliments. Ils évitent ainsi de les jeter simplement parce qu'ils ont dépassé leur date de durabilité minimale, alors qu'ils sont encore consommables.

Cette décision s'inscrit dans la lignée de l'engagement du Groupe Kellogg Company de réduire de moitié le gaspillage alimentaire d'ici 2030.

« Depuis le lancement du Pacte sur les Dates de Consommation en janvier 2020, 65 acteurs de l'alimentaire ont rejoint le mouvement pour sensibiliser les citoyens aux dates de consommation. C'est aujourd'hui plus de 3280 gammes qui ont apposé les pictogrammes sur leur emballage. Nous nous réjouissons que des marques du quotidien telles que Kellogg's s'engagent à nos côtés pour vraiment faire bouger les lignes et lutter contre le gaspillage alimentaire. » Lucie Basch, Présidente et cofondatrice de Too Good To Go

En 2021, la France était le premier pays du groupe Kellogg à rejoindre le mouvement Too Good To Go, en adhérant au Pacte sur les Dates de Consommation et en apposant sur certains paquets de sa gamme Trésor la signalétique « *Observez, Sentez, Goûtez* ». Engagée pour plus de transparence vis-à-vis des consommateurs, Kellogg France agit ainsi concrètement pour améliorer leur information et leur compréhension en matière de dates de consommation (DLC, DDM), lutter contre le gaspillage alimentaire et préserver l'environnement.



Cet engagement contre le gaspillage alimentaire s'inscrit également dans le contexte d'innovations nutritionnelles sur la gamme Special K. Début 2022, deux nouvelles recettes sont venues compléter la

gamme Special K : la recette Pépites d'avoine croustillantes Duo de baies (notée Nutri-score A) et la recette Pépites d'avoine croustillantes aux copeaux de chocolat noir (notée Nutri-score B). Avec 30% de sucre en moins par rapport à la moyenne des mueslis croustillants et granolas avec inclusions du marché, ces nouvelles recettes également riches en fibres s'intègrent au sein d'un petit-déjeuner équilibré, pour une alimentation simple et savoureuse.

### **A propos de Kellogg France**

La vision de Kellogg France est celle d'un monde bon et équitable, où les gens ne sont pas juste nourris, mais épanouis. Nous œuvrons pour créer des jours meilleurs, et une place à table pour tous, grâce à nos marques reconnues. Leader sur le marché des céréales petit-déjeuner avec 37% de part de marché, Kellogg France compte 180 employés. Notre portefeuille rassemble des marques iconiques comme *®Coco Pops* *®Kellogg's Corn Flakes* *®Extra* *®Frosties* *®Miel Pops* *®Rice Krispies* *®Smacks* *®Trésor* *®Kellogg's Special K* *®* ou encore *Pringles* *®*. En 2020, Kellogg France a lancé la démarche RSE « Cultivons la Simplicité » et s'engage à promouvoir des modes de production et de consommation toujours plus sains et durables, tout en répondant aux attentes des consommateurs et en limitant son impact sur l'environnement. Visitez [www.kelloggs.fr](http://www.kelloggs.fr)

### **À propos de Too Good to Go**

Co-fondé par la Française Lucie Basch et certifié B-Corp, Too Good To Go est le leader dans la lutte contre le gaspillage alimentaire. Téléchargée par plus de 12 millions de Français, l'application Too Good To Go a sauvé 45 millions de paniers depuis son lancement, grâce à son réseau de 31 000 commerçants partenaires aux profils variés. Basée à Paris, Too Good To Go emploie aujourd'hui 150 "waste warriors" passionnés, et s'engage sur tous les fronts contre le gaspillage alimentaire. Too Good To Go a ainsi initié en janvier 2020 le Pacte sur les Dates de Consommation, signé par 63 acteurs de la filière alimentaire pour réduire le gaspillage alimentaire lié aux dates et publié en octobre 2019 son premier livre, le "Guide Anti-Gaspi" qui donne les clés au consommateur pour réduire le gaspillage à la maison.

En France, Too Good To Go est la 2<sup>e</sup> application Food & Drink la plus téléchargée sur le Google Play Store et la 5<sup>e</sup> application Food & Drink la plus téléchargée sur l'Apple Store (données Similarweb). Too Good To Go fait partie de la liste des "100 entreprises les plus influentes" du magazine Time.

Plus d'informations sur [www.toogoodtogo.fr](http://www.toogoodtogo.fr)

### **Contacts presse :**

#### **Kellogg France**

Justine Fortuny - Chargée de communication de Kellogg France : [justine.fortuny@kellogg.com](mailto:justine.fortuny@kellogg.com)

#### **Agence Havas Paris**

Véronique Delfau : [veronique.delfau@havas.com](mailto:veronique.delfau@havas.com) - 07 86 34 84 95