

## COMARKETING

Una sana colazione nata dall'incontro fra il gusto e il benessere del latte Parmalat e dei cereali Kellogg's per iniziare la giornata di slancio, con il giusto mix di proteine, carboidrati, calcio, fibre e vitamine. È questo il "concetto chiave" che ha ispirato la prima campagna di comarketing integrato promossa da Kellogg, leader mondiale nella produzione di cereali pronti per la prima colazione, e Parmalat, player di riferimento di livello internazionale nella produzione e distribuzione di latte e derivati, che coinvolgerà più di 1.400 punti di vendita della gdo nazionale con il claim: "Il benessere doppiamente buono".

«Parmalat e Kellogg, in linea con la loro vocazione aziendale di promuovere la sana nutrizione, e da leader di mercato quali sono – ha dichiarato Antonio Vanoli, direttore generale del gruppo Parmalat – hanno iniziato un percorso comune per sensibilizzare i consumatori ad adottare una sana abitudine indipendentemente dall'età: iniziare la giornata con una prima colazione equilibrata e nutriente».

La partnership fa leva sulle importanti sinergie fra la multinazionale emiliana, leader nel mercato italiano sia del latte UHT (quota a valore del 32%), sia del latte fresco (quota a valore del 30%), e Kellogg, leader in Italia con una quota del 52% a valore nel proprio mercato. «Questo importante accordo con Parmalat – ha aggiunto Antonio Posa, direttore generale e amministratore delegato di Kellogg Italia – rappresenta per noi l'inizio di un nuovo cammino nel modo di concepire e di declinare il mondo esperienziale della prima colazione, ma non abbiamo la pretesa di ridefinire la categoria. Siamo aperti a ulteriori sinergie che possano comprendere non solo il pdv ma un domani anche iniziative di comunicazione congiunta diretta sul consumatore, così come siamo interessati a valutare la possibilità di portare a bordo altre aziende operanti in

# KELLOGG PARMALAT

## Una maxi promozione in più di 1.400 pdv per diffondere la cultura della prima colazione



### LE AZIENDE

**Kellogg Company è leader mondiale nella produzione e commercializzazione di cereali pronti per la prima colazione e leader in Usa nel mercato degli snacks e crackers. Gruppo Parmalat è una multinazionale tra i leader mondiali nella produzione e distribuzione di latte, dei suoi derivati e di bevande a base di frutta.**

### L'INIZIATIVA

**Kellogg e Parmalat hanno dato il via a una campagna di comarketing integrato per valorizzare una prima colazione che coniughi il gusto e il benessere del latte e dei cereali.**

### GLI OBIETTIVI

**La campagna porterà alla commercializzazione di oltre 4 milioni di confezioni di cereali Kellogg's® aderenti all'iniziativa e oltre 30 milioni di bottiglie di latte Parmalat "Zymil" e "Bontà e Linea". In abbinamento anche un concorso on pack.**

ambiti di business complementari. Elemento fondamentale di questa partnership è la relazione paritetica che abbiamo instaurato con Parmalat: una vera collaborazione per costruire un nuovo progetto». Dal punto di vista scientifico, «il motivo per cui la colazione "mediterranea" a base di latte e cereali è da preferire – ha commentato Carlo Cannella, professore ordinario di Scienza dell'Alimentazione all'Università La Sapienza di Roma – sta nell'integrazione dei nutrienti presenti in questi due

gruppi di alimenti: il latte, per il contenuto in calcio e proteine a elevato valore biologico, indispensabile per il mantenimento e accrescimento corporeo, e i cereali, per il loro contenuto in amido che, liberando gradualmente il glucosio, assicura disponibilità energetica per l'attività muscolare e soprattutto per quella cerebrale».

### Un progetto ben articolato

Ben visibile all'interno dei pdv aderenti all'iniziativa, grazie al

la presenza di isole promozionali dedicate, alla personalizzazione dei carrelli e alla distribuzione di leaflet e materiale promozionale, la campagna comprende speciali promozioni in-store in più di 200 punti di vendita. L'iniziativa porterà alla commercializzazione di oltre 4 milioni di confezioni dei brand dei cereali Kellogg's® Coco Pops, Kellogg's® Corn Flakes e Kellogg's® Special K® e di oltre 30 milioni di bottiglie da un litro dei prodotti Parmalat distribuiti in abbinamento, il latte ad alta digeribilità della linea "Zymil" e il latte "Bontà e Linea". A supporto dell'iniziativa sono inoltre previste una campagna di advertising su settimanali e mensili, affissioni all'esterno dei punti di vendita aderenti, una specifica campagna banner sul web e un sito dedicato, all'indirizzo [www.ilsanoprincipio.it](http://www.ilsanoprincipio.it). Ma non solo. Acquistando una bottiglia di latte Parmalat da un litro "Zymil" o "Bontà e Linea", in abbinamento a una confezione dei cereali Kellogg's® aderenti alla campagna, è possibile vincere ogni settimana una console Nintendo Wii completa di Balance Board e partecipare all'estrazione di due super premi finali: i carnet di buoni shopping Ticket Compliments Plus, ciascuno del valore di mille euro. Per partecipare al concorso, è sufficiente inserire i propri dati e il codice dello scontrino d'acquisto sul sito [www.ilsanoprincipio.it](http://www.ilsanoprincipio.it).



Kellogg Italia spa  
Tel 039.69161  
[www.kelloggs.it](http://www.kelloggs.it)

Parmalat spa  
Tel 0521.8081  
[www.parmalat.it](http://www.parmalat.it)  
[www.parmalat.net](http://www.parmalat.net)