



KELLOGG E CROCE ROSSA ITALIANA INSIEME PER DONARE BUONI SPESA A TANTE FAMIGLIE IN DIFFICOLTÀ

Milano, 13 maggio 2020 – Kellogg, azienda leader nella produzione di cereali e il secondo più grande produttore di biscotti, cracker e snack a livello globale, in campo sin dall'inizio per fronteggiare l'emergenza COVID-19 nel nostro Paese (e non solo), rafforza ulteriormente il proprio sostegno alle famiglie in difficoltà. E lo fa con **il lancio di una campagna realizzata in collaborazione con la Croce Rossa Italiana**, partner chiave con cui l'azienda ha aperto i primi Kellogg's Breakfast Club in Italia, il programma Kellogg nata con l'obiettivo di donare colazioni varie ed equilibrate a bambini di scuole elementari in aree disagiate del territorio italiano, ogni giorno prima dell'inizio delle lezioni.

Nel concreto, **Kellogg ha messo a disposizione della Croce Rossa Italiana 200.000 Euro per lo sviluppo di un'iniziativa volta a supportare le famiglie in stato di necessità, attraverso la distribuzione di buoni spesa.** Grazie a questo progetto **circa 1.400 nuclei familiari in difficoltà** saranno raggiunti dai volontari della Croce Rossa Italiana che potranno consegnare voucher pronti a essere utilizzati per l'acquisto di prodotti alimentari, igienico-sanitari e medicinali, anche consegnandoli a domicilio nei casi in cui fosse necessario.

In questo modo, Kellogg contribuirà direttamente e in modo assolutamente concreto a supportare il **"Tempo della Gentilezza"**, il progetto che Croce Rossa Italiana ha lanciato in risposta all'emergenza COVID-19 per dimostrare che è sempre l'ora di fare la differenza. Anche con un piccolo gesto.

CALL TO ACTION PER TUTTI — La nuova iniziativa di Kellogg e Croce Rossa Italiana avrà anche una declinazione *digital* che inviterà ciascuno di noi a fare la propria parte. **Tramite una raccolta fondi sulla piattaforma retedeldono.it**, tutti potranno dare il loro contributo e aiutare Kellogg e Croce Rossa Italiana a raggiungere un maggior numero di famiglie. Retedeldono.it è, infatti, la piattaforma su cui Croce Rossa Italiana ha lanciato la propria campagna di *crowdfunding* e sulla quale vivono numerose iniziative volte ad aiutare a fronteggiare al meglio l'emergenza COVID. **Contribuire sarà semplicissimo, basterà cliccare su retedeldono.it/it/kelloggs/CRI-covid e fare la propria donazione** con l'obiettivo di raddoppiare la donazione fatta da Kellogg alla Croce Rossa Italiana.

LA CAMPAGNA SOCIAL — Per dare massima visibilità all'iniziativa partirà, questa settimana, anche **una campagna social su Facebook e Instagram** per raggiungere il maggior numero di persone e cercare così di raccogliere quante più risorse possibili. La campagna non ha solo l'obiettivo di sostenere la raccolta fondi ma anche di ringraziare la Croce Rossa Italiana e i suoi volontari per il grande lavoro che stanno svolgendo in questa emergenza. A passare questo importante messaggio saranno proprio **i dipendenti Kellogg**, che con i loro volti e i loro sorrisi, esprimeranno un semplice concetto: **"Croce Rossa Italiana vorremmo semplicemente dirti grazie"**.

IMPEGNO GLOBALE — L'iniziativa italiana realizzata da Kellogg con Croce Rossa Italiana è parte di un impegno più ampio dell'azienda a livello europeo e globale dove attraverso il rafforzamento di partnership strategiche (in Italia con Fondazione Banco Alimentare Onlus e Croce Rossa Italiana) sono state implementate iniziative ad hoc per supportare le comunità locali. Un altro esempio: nel Regno Unito, Kellogg collabora direttamente con il National Health Service (NHS) al quale ha donato 500.000 porzioni di cibo (oltre alle oltre 3 milioni di porzioni già donate ad associazioni caritative, banche alimentari locali, scuole e comunità). E ancora: a inizio aprile, Kellogg ha annunciato **la distribuzione di 15 milioni di porzioni di prodotti** - corrispondenti a 66 camion ovvero 460 tonnellate - ai banche alimentari locali e ai diversi programmi alimentari esistenti in **Italia, Francia, Regno Unito, Spagna, Germania, Belgio, Olanda e Irlanda**.



Giuseppe Riccardi, Market Head per l'Italia di Kellogg, commenta: *“In questo momento di grande difficoltà, vogliamo essere certi di fare il possibile per supportare chi ha bisogno di noi. Ciò significa lavorare su più fronti consolidando in maniera incisiva le partnership che abbiamo già in essere, tra cui quella con Croce Rossa Italiana, con cui siamo alleati da anni per dare una colazione ogni mattina ai bambini delle scuole elementari in aree disagiate. L'Italia è sicuramente uno dei Paesi più colpiti dalla pandemia: per questo, continueremo a contribuire per supportare le persone più fragili con iniziative come questa e come già fatto con la donazione di 1 milione di porzioni di prodotti alle persone aiutate dalla Fondazione Banco Alimentare Onlus su tutto il territorio italiano”.*

Kellogg è da sempre impegnata nell'aiutare a supportare famiglie e bambini in difficoltà. Anche attraverso la piattaforma di responsabilità sociale **“Better Days”**, lanciata dall'azienda nel 2013, per donare “better days” ovvero giorni migliori attraverso numerose iniziative, a tante persone in difficoltà. Ad oggi, Kellogg Company e le sue fondazioni benefiche hanno stanziato **oltre 7 milioni di Euro in donazioni e cibo** per supportare gli sforzi globali per ridurre la fame durante la crisi conseguente allo scoppio dell'emergenza COVID-19.

CONTATTI

Ufficio stampa Kellogg

Connexia

Arianna Ghigliotti – arianna.ghigliotti@connexia.com – Mob. +39 3473551368

Yael Norsa – yael.norsa@connexia.com – Mob. +39 3428638068

Kellogg

Sara Faravelli – sara.faravelli@kellogg.com – Mob +39 3428911313

A proposito di Kellogg

In Kellogg Company (NYSE: K), ci impegniamo per produrre cibo di cui le persone si possano innamorare. E questo grazie ai nostri amati brand tra cui Kellogg's®, Special K®, Pringles®, Kellogg's Frosted Flakes®, Kellogg's Corn Flakes®, Rice Krispies®, Extra®. Con vendite pari a 13,6 miliardi di dollari nel 2019, Kellogg è l'azienda leader mondiale nei cereali e il secondo più grande produttore di biscotti, cracker e snack salati. E non solo, siamo un'azienda con un cuore e un'anima, impegnata a creare 3 miliardi di Better Days – giorni migliori – entro il 2030 grazie a [Kellogg's® Better Days, la nostra piattaforma di responsabilità globale](#). Per saperne di più, puoi visitare il sito www.kelloggcompany.com oppure www.OpenforBreakfast.com.