



Comunicato stampa

RIPARTONO I BREAKFAST SUMMER CAMP DI KELLOGG ITALIA E CROCE ROSSA ITALIANA

Dal 3 luglio al 9 settembre, Kellogg e Croce Rossa Italiana raggiungeranno 350 bambini e ragazzi di 14 città, in tutto il Paese, per promuovere l'importanza di uno stile di vita sano e offrire quasi 10.000 pasti

Milano, 4 luglio 2022 – **Al via la seconda edizione del Breakfast Summer Camp di Kellogg Italia e Croce Rossa Italiana.** L'obiettivo è sensibilizzare bambini e ragazzi appartenenti alle fasce più vulnerabili della popolazione all'adozione di uno stile di vita sano attraverso una corretta alimentazione e una adeguata attività fisica.

I Breakfast Summer Camp sono campi estivi, sia di tipo residenziale che non residenziale, dedicati a giovani tra gli **8-13** e **14-17 anni**. **Dal 3 luglio al 9 settembre**, Kellogg e Croce Rossa Italiana raggiungeranno **350 beneficiari in 14 città di 11 regioni italiane, distribuendo quasi 10.000 pasti** nutrienti e bilanciati ed organizzando attività ludico – ricreative volte a sensibilizzare e educare i più giovani all'adozione di abitudini alimentari e comportamenti salutari da poter seguire nel quotidiano, anche e soprattutto al di fuori del campo.

I partecipanti avranno la possibilità di praticare attività sportive (come basket, calcio, nuoto, trekking), didattiche e laboratoriali (in merito a temi come l'educazione alimentare), condotte da personale qualificato e dai **530 Volontari della CRI coinvolti**, favorendo così la socializzazione e il lavoro di squadra.

La prima edizione del Breakfast Summer Camp ha visto coinvolte ben **12 regioni, 14 comitati territoriali della Croce Rossa Italiana, 397 Volontari della CRI (di cui 299 sotto i 31 anni) e quasi 300 partecipanti, di cui 146 in condizioni di vulnerabilità.**

Il progetto rappresenta il naturale prosieguo estivo dell'iniziativa Breakfast Club, iniziativa unica di Kellogg e Croce Rossa Italiana volta a donare il primo pasto della giornata a bambini di istituti scolastici elementari che, per diversi motivi, arrivano a scuola senza aver fatto colazione. Dal 2017 - anno in cui è partito il progetto - al 2021, l'iniziativa ha raggiunto circa 1.200 bambini e famiglie, distribuendo più di 80.000 colazioni a titolo gratuito. **Nel primo trimestre del 2022, il Breakfast Club ha visto l'adesione di 9 scuole primarie in 6 città italiane**, coinvolgendo circa 90 Volontari della CRI e distribuendo più di **19.000 colazioni a quasi 900 bambini.**

"Da anni, ormai, siamo al fianco di Croce Rossa Italiana per portare avanti il nostro progetto unico, il Breakfast Club. Con la chiusura estiva delle scuole, riconfermiamo il nostro impegno ad essere vicini ai bambini e ai ragazzi più vulnerabili attraverso i campi estivi, promuovendo abitudini virtuose che i partecipanti possono adottare nel loro quotidiano" - ha commentato **Giuseppe Riccardi, General**

Manager di Kellogg Italia. *“Essere vicini alle comunità è la nostra priorità assoluta e sono molto orgoglioso di raggiungere ogni anno tanti bambini in tutta Italia grazie al supporto di Croce Rossa.”*

*“Aiutare i giovani, in particolare bambine e bambini in condizioni di fragilità, è l’obiettivo che condividiamo da anni con Kellogg attraverso il Breakfast Club” - spiega **Matteo Camporeale, Vicepresidente e Rappresentante dei Giovani della Croce Rossa Italiana.** “I Summer Camp ci permettono di continuare ad essere presenti, anche in estate, accanto alle ragazze e ai ragazzi, confermando il nostro impegno nel sensibilizzarli all’adozione di abitudini alimentari corrette, da seguire quotidianamente.”*

Quest’anno i Breakfast Summer Camp si svolgeranno nelle seguenti località italiane: **Valle del Tevere (Lazio), Caserta (Campania), Taurianova (Calabria), Roma (Lazio), Torre Pellice (Piemonte), Aprilia (Lazio), Val D’Agri (Basilicata), Molfetta (Puglia), Florida (Sicilia), Spoleto (Umbria), Avellino (Campania), Pontedassio (Liguria), Trento (Trentino Alto-Adige) e Varese (Lombardia).**

A proposito di Kellogg

Kellogg Company (NYSE: K) ha la visione di un mondo migliore e più giusto in cui le persone non siano semplicemente “nutrite”, ma appagate da quello che mangiano. Kellogg, con i suoi prodotti, vuole contribuire a creare un futuro migliore, dove ci sia “un posto a tavola” per il maggior numero possibile di persone. I brand di Kellogg includono Pringles®, Cheez-It®, Special K®, Kellogg’s Frosted Flakes®, PopTarts®, Kellogg’s Corn Flakes®, Rice Krispies®, Eggo®, Mini-Wheats®, Kashi®, RXBAR®, MorningStar Farms® ed altri. Nel 2021, l’azienda ha ottenuto un fatturato totale di circa 14.2 miliardi di dollari, grazie soprattutto agli snacks, ai cereali, ai frozen foods e ai noodles. Tramite la strategia di ESG Kellogg’s® Better Days, l’azienda vuole dare il suo contributo per affrontare questioni interconnesse come benessere, clima e sicurezza alimentare creando un futuro migliore per 3 miliardi di persone entro la fine del 2030.

Visit www.KelloggCompany.com or www.OpenforBreakfast.com .

Ufficio Stampa Kellogg

Piera Regina – Kellogg Italia – piera.regina@kellogg.com

Ufficio stampa Weber Shandwick

Valentina Nozza tel. +39 347 0834767; e-mail: vnozza@webershandwickitalia.it; Giulia Calamia tel. +39 335 5798895; e-mail: gcalamia@webershandwickitalia.it