



Comunicato Stampa

AL VIA LA NUOVA EDIZIONE DEL BREAKFAST CLUB PROMOSSO DA KELLANOVA ITALIA E DALLA CROCE ROSSA ITALIANA. 10 SCUOLE ELEMENTARI COINVOLTE IN TUTTA ITALIA PER PROMUOVERE LA CORRETTA ALIMENTAZIONE E UN ACCESSO PIÙ EQUO AL CIBO

Il 5 ottobre Virginia Gambardella, divulgatrice e imprenditrice digitale appassionata di benessere e Ambassador della campagna Better Days di Kellanova, ha visitato il Breakfast Club di Torino per distribuire insieme ai Volontari della Croce Rossa Italiana la colazione ai bambini beneficiari del progetto e promuovere uno stile di vita sano

Milano, 5 ottobre 2023 – **Al via la settima edizione del Breakfast Club**, progetto unico di Kellanova (in precedenza conosciuta come Kellogg Company) e della Croce Rossa Italiana che offre una prima colazione equilibrata ai bambini delle scuole elementari appartenenti alle fasce più fragili della popolazione.

Durante l'anno scolastico 2022/23, il progetto ha raggiunto quasi **1.700 bambini in 10 istituti scolastici** (comprensivi e non) in tutta Italia, distribuendo oltre **90.000 colazioni** e organizzando più di **800 giornate dedicate al tema dell'educazione alimentare** e dello stile di vita sano. Inoltre, da luglio a settembre 2023, con il Breakfast Summer Camp - la versione estiva del Breakfast Club -, Kellanova e la Croce Rossa Italiana hanno organizzato **10 campi estivi in 9 regioni italiane** distribuendo **più di 6.500 pasti a favore di 250 bambini e ragazzi** tra gli 8 e i 17 anni appartenenti alle fasce più **vulnerabili** della popolazione. Per **l'anno scolastico 2023/2024, il Breakfast Club coinvolgerà 10 scuole elementari** dal nord al sud del Paese con l'obiettivo di promuovere uno stile di vita sano tra i bambini in età scolare mantenendo, rispetto all'anno precedente, il numero di beneficiari coinvolti, di pasti distribuiti e di giornate dedicate alla corretta alimentazione.

*“L'educazione alimentare e la corretta nutrizione sono da sempre al centro dell'impegno della Croce Rossa Italiana e di Kellanova Italia - ha dichiarato **Edoardo Italia, Vice Presidente e Rappresentante Nazionale dei Giovani della Croce Rossa Italiana**. Da anni sosteniamo insieme le fasce più deboli della popolazione, promuovendo l'adozione di uno stile di vita sano, caratterizzato da abitudini alimentari sane. Siamo orgogliosi di essere ancora una volta accanto a tanti bambini e bambine attraverso questa iniziativa, giunta alla settima edizione”.*

Nell'ambito dell'iniziativa Better Days che promuove il benessere di persone e comunità e ha visto Kellanova rinnovare due campi da basket in Italia negli scorsi mesi, **l'azienda ha invitato [Virginia Gambardella](#)**, Ambassador della campagna e divulgatrice e imprenditrice digitale appassionata di benessere, **a visitare il Breakfast Club di Torino presso la scuola primaria XXV Aprile, nel quartiere Pietra Alta.**

Il 5 ottobre, Virginia si è unita ai Volontari della CRI per distribuire la colazione ai beneficiari, e ha coinvolto gli scolari in **attività ludico-formative sui temi dell'educazione alimentare**. Il Breakfast Club del capoluogo piemontese rappresenta uno degli esempi più virtuosi del progetto: dal 2017 ad oggi, l'azienda e il comitato territoriale della Croce Rossa Italiana hanno accolto più di **500 alunni** e distribuito più di **30.000 colazioni**.

“Sono orgogliosa di unirmi a Kellanova per contribuire a creare abitudini virtuose promuovendo la corretta alimentazione, a partire dalla prima colazione, l'attività fisica e l'integrazione sociale – ha commentato



Virginia Gambardella. *Seguire uno stile di vita sano è fondamentale, soprattutto nella fascia dei giovanissimi, e sono fiera di poter estendere la portata di questo messaggio a favore delle fasce più vulnerabili della popolazione”.*

Il Breakfast Club sarà anche promosso attraverso uno **spot TV dedicato, in onda in Italia sui canali nazionali da settembre a dicembre**, con l’obiettivo di raccontare l’impegno di Kellanova a favore del benessere della comunità.

A proposito di Kellanova

Kellanova (NYSE: K) è un'azienda leader a livello mondiale nel settore degli snack, dei cereali per la prima colazione, dei noodles e degli alimenti surgelati in Nord America, con un'eredità che risale a più di 100 anni fa. Alcuni dei nostri brand internazionali più iconici includono Pringles®, Cheez-It®, Pop-Tarts®, Kellogg's Rice Krispies Treats®, RXBAR®, Eggo®, MorningStar Farms®, Special K®, Coco Pops® e altri ancora. La visione di Kellanova è quella di diventare l'azienda di snack più performante al mondo, liberando il pieno potenziale dei propri brand iconici e delle proprie persone. Si prevede che nel 2024 Kellanova genererà un fatturato netto di circa 13,4-13,5 miliardi di dollari.

Kellanova è guidata dall'obiettivo di creare 'giorni migliori' e un posto a tavola per tutti. Promuoviamo un accesso sostenibile ed equo al cibo affrontando questioni interconnesse come povertà alimentare, sostenibilità, benessere, equità, diversità e inclusione, con l'ambizione di creare giorni migliori per 4 miliardi di persone entro la fine del 2030. Per ulteriori informazioni, visitare www.Kellanova.com.

Ufficio Stampa Kellanova

Piera Regina – Kellanova Italia – piera.regina@kellanova.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