



## CON IL NUOVO ANNO SCOLASTICO RIAPRONO I KELLOGG BREAKFAST CLUB

- *Si rinnova la collaborazione tra Kellogg e Croce Rossa per la quarta edizione dei Breakfast Club in Italia*
- *Il programma, iniziato nell'anno scolastico 2016/2017, ha l'obiettivo di offrire colazioni varie ed equilibrate, tutti i giorni, ai bambini di scuole primarie in aree in stato di necessità*
- *Confermati i Breakfast Club a Milano, Torino, Casal di Principe e San Severino Marche per aiutare circa 300 bambini durante i 200 giorni di scuola*

Milano, 24 ottobre 2019 — I **Breakfast Club**, promossi da Kellogg e Croce Rossa Italiana, riaprono le porte con l'obiettivo di **donare colazioni a titolo gratuito a bambini che frequentano scuole primarie in aree particolarmente complesse** di diverse città italiane.

Con l'inizio dell'anno scolastico 2019/2020, **Kellogg e Croce Rossa Italiana annunciano infatti di aver rinnovato la ormai consolidata partnership** per la quarta edizione dei Breakfast Club e, a dimostrazione dell'impegno sempre crescente, di essere impegnati a identificare la quinta città in cui aprire un nuovo Breakfast Club in aggiunta alle quattro già toccate dall'iniziativa.

**OLTRE 25.300 COLAZIONI DONATE IN UN ANNO** – Da settembre 2018 a giugno 2019, i volontari della Croce Rossa Italiana, insieme ai dipendenti di Kellogg, hanno donato e servito colazioni in quattro scuole di quattro città italiane (Milano, Torino, Casal di Principe in provincia di Caserta e San Severino Marche alle porte di Macerata). Con risultati importanti:

- **270 bambini** in difficoltà coinvolti nel progetto;
- **25.300 colazioni** donate ai bambini (con un menu vario e bilanciato con un diverso mix di carboidrati, proteine e vitamine e minerali);
- **100 volontari della Croce Rossa Italiana e dipendenti Kellogg** che hanno preso parte all'iniziativa;
- **200 giornate di volontariato** a favore dei bambini.

**IL MOTORE DELL'INIZIATIVA** — Partito con un progetto pilota in una scuola elementare della periferia sud est di Milano nell'anno scolastico 2017/2018, il Breakfast Club è nato e si sviluppa ogni anno a partire da alcune importanti consapevolezza: **la quota di famiglie in povertà assoluta e relativa in Italia è ancora ai massimi storici dal 2005**. Lo certifica l'Istat: **nel 2018 in Italia sono 1,8 milioni le famiglie in condizioni di povertà assoluta** per un totale di 5 milioni di individui (oltre l'8% della popolazione nazionale) e **poco più di 3 milioni in povertà relativa per un totale di quasi 9 milioni di persone** (15% della popolazione nazionale). Per questo, Kellogg e Croce Rossa Italiana si sono impegnate nel **raggiungimento di un triplice obiettivo**: contribuire ad alleviare il problema dell'indigenza alimentare, diffondere consapevolezza circa l'importanza di una nutrizione sana ed equilibrata con la condivisione di materiali e *leaflet* informativi, studiati appositamente per essere colorati e intuitivi e fare sensibilizzazione circa lo spreco alimentare.



**IMPEGNO MONDIALE, AIUTO LOCALE** — I Breakfast Club sono la concretizzazione dell’impegno di Kellogg anche nel nostro Paese. In quanto leader nella produzione alimentare a livello globale, infatti, **Kellogg crede fortemente nell’importanza del proprio ruolo nella lotta alla fame e alla malnutrizione e nella tutela dell’ambiente**. Con questa consapevolezza, Kellogg implementa nei singoli Paesi in cui opera numerose iniziative attraverso **il programma globale di responsabilità sociale Kellogg’s Better Days™**, nato per supportare le famiglie in difficoltà e per aiutare i coltivatori a introdurre pratiche di agricoltura sostenibile e di cui sono stati recentemente rinnovati gli obiettivi, con lo scopo di donare “giorni migliori” a 3 miliardi di persone in tutto il mondo entro il 2030. In Italia, i progetti sono realizzati grazie anche al contributo di un brand di Kellogg che incarna i valori del fondatore W. K. Kellogg. Infatti per ogni confezione di cereali W. K. Kellogg, fino a €0,10 vanno a supporto di iniziative di responsabilità sociale.

*“I Breakfast Club non sono soltanto singoli appuntamenti sul territorio per dare un aiuto concreto nella lotta alla fame e alla malnutrizione, ma iniziative a tuttotondo con una valenza sociale estremamente importante”* racconta **Sara Faravelli, Iberia&Italy Communication Lead di Kellogg**. E prosegue: *“La colazione è, infatti, sia un veicolo di educazione alimentare, sia un momento di integrazione tra i bambini coinvolti. Siamo felici di poter rinnovare anche quest’anno la collaborazione con la Croce Rossa Italiana, nostro fondamentale partner nella realizzazione di questo progetto e con il quale condividiamo un percorso di obiettivi sempre in crescita: proprio per questo, nel 2020, aggiungeremo una quinta e fondamentale tappa al nostro percorso di sostegno di bambini e famiglie, aprendo un nuovo Breakfast Club”*.

*“Siamo orgogliosi di poter proseguire e rafforzare la collaborazione con Kellogg – dichiara **Gabriele Bellocchi Vice Presidente CRI e Rappresentante Nazionale dei Giovani** – Il progetto Breakfast Club è un importante strumento sia per la promozione e la tutela della salute dei più piccoli, sia per favorire l’inclusione sociale loro e delle loro famiglie. Inoltre, grazie al rapporto che si va a instaurare con i volontari CRI, i bambini hanno la possibilità di scoprire il mondo del volontariato. Un’occasione concreta per educare ai valori della solidarietà e un esempio tangibile della promozione di stili di vita corretti”*.

## CONTATTI

### Ufficio stampa Kellogg

#### Connexia

Arianna Ghigliotti – [arianna.ghigliotti@connexia.com](mailto:arianna.ghigliotti@connexia.com) – Mob. +39 3473551368

Elisa Conti – [elisa.conti@connexia.com](mailto:elisa.conti@connexia.com) – Mob. +39 3450723394

### Kellogg

Sara Faravelli – [sara.faravelli@kellogg.com](mailto:sara.faravelli@kellogg.com) – Mob +39 3428911313

### Ufficio stampa Croce Rossa Italiana

Annalisa Ausilio – [annalisa.ausilio@cri.it](mailto:annalisa.ausilio@cri.it) Mob +39 3291107218



### **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 13,5 miliardi di dollari nel 2018 e più di 1.800 prodotti, 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](http://www.kelloggcompany.com) oppure [www.kelloggs.it](http://www.kelloggs.it), seguirci su Twitter @KelloggCompany, YouTube e sul nostro Social K corporate blog.

**CROCE ROSSA ITALIANA** è un'Associazione senza fini di lucro, di interesse pubblico e ausiliaria dei pubblici poteri nel settore umanitario. L'obiettivo principale della CRI è prevenire e alleviare la sofferenza umana in maniera imparziale, senza distinzione di nazionalità, razza, sesso, credo religioso e politico. Opera per la tutela della salute e sostiene attività e progetti volti alla formazione e informazione su corretti stili di vita, educazione alla salute e pratiche di primo soccorso. La Croce Rossa Italiana, inoltre, fa parte del sistema nazionale di Protezione Civile. Lavora e si adopera per formare le comunità e garantire un'efficace e tempestiva risposta durante le emergenze nazionali e internazionali. La CRI, che conta più di 160 mila volontari in 680 Comitati, è l'Associazione più grande in Italia e fa parte del Movimento Internazionale della Croce Rossa e della Mezzaluna Rossa con più di 12 milioni di volontari in tutto il mondo.