

Comunicato Stampa

KELLOGG ITALIA PARTECIPA ALL'OTTAVA EDIZIONE DI EXPO PER LO SPORT E RICONFERMA IL PROPRIO IMPEGNO NEL SENSIBILIZZARE I CONSUMATORI ALL'IMPORTANZA DEL BINOMIO CORRETTA ALIMENTAZIONE – SPORT

L'azienda sarà main sponsor dell'evento che prevede 5 giornate di Summer School aperte a bambini e ragazzi dai 6 ai 14 anni, e un fine settimana dedicato alle famiglie per promuovere oltre 20 discipline sportive

Milano, 31 agosto 2022 – Partirà con le Summer School, che si svolgeranno dal 5 al 9 settembre, l'ottava edizione di Expo per lo Sport, il grande evento dedicato alla promozione dello sport giovanile nella città di Milano, quest'anno sponsorizzato da Kellogg Italia.

Nell'ambito di **Coltiviamo la Bontà**, la campagna di Kellogg Italia volta a promuovere un benessere olistico a vantaggio di singoli, pianeta e comunità, l'azienda aderisce all'iniziativa come *main sponsor riconfermando il proprio impegno nel sensibilizzare i consumatori all'importanza del binomio corretta alimentazione – adeguata attività fisica per il wellbeing olistico.*

Nello specifico, Kellogg sponsorizzerà sia le giornate di **Summer School**, che si terranno **dal 5 al 9 settembre presso l'Arena Civica** all'interno di Parco Sempione a Milano e in **altre 3 location della città**, sia i due giorni di attività dedicati alle famiglie, che si svolgeranno in **Parco Sempione nel week-end del 10 e 11 settembre**, con la presenza di postazioni sportive per permettere ai giovanissimi di avvicinarsi a differenti discipline e incontrare atleti ed eccellenze dello sport italiano. **Kellogg sarà presente con un'area sport brandizzata dedicata alla pallacanestro.**

Durante lo svolgimento della Summer School all'Arena Civica, nell'area dedicata all'azienda, **300 bambini e ragazzi** potranno apprendere le regole della pallacanestro e sperimentare la relazione tra corretta alimentazione e attività fisica. Con Kellogg, il 5 settembre, ci sarà anche **Andrea Cinciarini**, playmaker della Pallacanestro Reggiana e Ambassador di Coltiviamo la bontà, che **parlerà ai bambini di corretta alimentazione, a partire dalla prima colazione, e dell'importanza dello sport.** Il cestista li coinvolgerà anche in una partita di basket. Nella giornata di apertura, inoltre, saranno presenti i circa 30 partecipanti del **Breakfast Summer Camp di Varese**, il campo estivo residenziale promosso da Kellogg in partnership con Croce Rossa Italiana, che si svolgerà dal 3 al 9 settembre, coinvolgendo bambini dagli 8 ai 13 anni appartenenti alle fasce più vulnerabili della popolazione per sensibilizzarli all'adozione di uno stile di vita sano.

Nelle giornate dedicate alle famiglie, il 10 e l'11 settembre, Kellogg offrirà a tutti i presenti l'opportunità di avvicinarsi al mondo del basket e scoprire i benefici connessi all'attività fisica, grazie al supporto di atleti ed esperti che animeranno il campo da gioco brandizzato dall'azienda stessa.

*“Siamo molto contenti di partecipare ad Expo per lo Sport in qualità di main sponsor perché vogliamo essere, ancora una volta, vicini alle famiglie italiane promuovendo una cultura del benessere basata sul binomio alimentazione equilibrata - sport - ha precisato **Elisa Tudino, Activation Brand Lead di Kellogg Italia** - In queste due giornate ricche di sport e attività, i bambini potranno mettersi alla prova sul nostro campo da basket, sperimentare l'impatto positivo che l'attività fisica ha sul benessere fisico e psicologico, e ovviamente divertirsi insieme alle loro famiglie”.*

L'adesione ad Expo per lo Sport rafforza gli obiettivi prefissati dall'azienda con la campagna Coltiviamo la Bontà: offrire ai propri consumatori cibo gustoso dal profilo nutrizionale continuamente migliorato e prodotto in maniera sostenibile, ed essere sempre più vicina alle fasce più fragili della popolazione per favorire un benessere olistico a vantaggio di singoli, pianeta e comunità.

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