

26.000 COLAZIONI GRATUITE AI BAMBINI A SCUOLA GRAZIE AI KELLOGG BREAKFAST CLUB

Si chiude il secondo anno dei Breakfast Club, l'iniziativa promossa da Kellogg in Italia per aiutare i bambini che vanno a scuola senza aver fatto colazione

- Realizzato in tre città italiane, il progetto dei Breakfast Club promosso da Kellogg in collaborazione con la Croce Rossa si pone l'obiettivo di aiutare i bambini ad avere una colazione varia e bilanciata ogni giorno prima dell'inizio delle lezioni
- Un'iniziativa concreta a sostegno delle famiglie in difficoltà che, secondo i recenti dati Istat, nel 2017 hanno raggiunto la quota di 1 milione e 778 mila famiglie, all'interno delle quali vivono 1 milione e 208 mila minori
- Secondo Coldiretti, nel 2017 sono state 2 milioni e 700 mila le persone che hanno fatto ricorso ad aiuti alimentari attraverso l'accesso alle mense dei poveri e la donazione di pacchi di cibo

Milano, xx luglio 2018 – Sono **26.000 le colazioni gratuite offerte ai bambini** nel corso dell'anno scolastico 2017/2018 grazie ai Breakfast Club, progetto sviluppato da **Kellogg e Croce Rossa** volto a donare la prima colazione ai bambini che abitualmente arrivano a scuola senza aver mangiato. L'iniziativa, partita due anni fa con un progetto pilota in una scuola elementare nella periferia sud est di Milano, ha coinvolto quest'anno tre istituti in tutto il territorio nazionale: a **Milano**, a **Torino** e a **Casal di Principe**, in provincia di Caserta, per un totale di 180 partecipanti.

I Breakfast Club hanno l'obiettivo di contribuire concretamente ad alleviare il problema dell'indigenza alimentare nei bambini e alla difficile situazione sociale che coinvolge ogni anno sempre più famiglie in Italia. L'Istat stima che attualmente nel nostro Paese **le famiglie in condizione di povertà assoluta siano 1 milione e 778 mila** e che al loro interno vivano ben **5 milioni e 58 mila individui**. Preoccupante anche il dato relativo ai **minori** in stato di povertà, che raggiungono la quota di **1 milione 208 mila**.¹

Inoltre, da un recente rapporto di Coldiretti emerge che nel 2017 circa **2,7 milioni di persone hanno beneficiato di aiuti alimentari** attraverso il consumo di pasti gratuiti in strutture caritatevoli o, molto più frequentemente, ricevendo pacchi di cibo in dono attraverso delle reti organizzate per l'aiuto delle famiglie più bisognose.²

La prima colazione rappresenta un pasto fondamentale soprattutto, ma non solo, per i più piccoli. Numerose ricerche hanno dimostrato che **saltare la prima colazione o non assumerla in maniera adeguata** può portare a un **incremento del sovrappeso e dell'obesità** sia nell'infanzia che in età adulta. Inoltre, uno studio appena pubblicato ha evidenziato come le abitudini scorrette dei genitori relative alla prima colazione possano influenzare le abitudini alimentari dei figli, svolgendo un ruolo anch'esse nello sviluppo dell'obesità infantile.³

Kellogg sta portando avanti il progetto dei Breakfast Club – grazie alla collaborazione con Croce Rossa Italiana – sia per rendere disponibile gratuitamente la prima colazione per quei bambini che per diversi motivi arrivano a scuola digiuni, sia per diffondere le informazioni di base in merito all'importanza della prima colazione.

Infatti, non solo gli alunni possono avere una **colazione varia ed equilibrata ogni mattina**, ma ricevono anche informazioni nutrizionali per acquisire maggiore consapevolezza su cosa mangiare e come non sprecare il cibo. La colazione a scuola diventa così veicolo non solo di **educazione alimentare**, ma anche di divertimento e **integrazione** tra i bambini coinvolti. Proprio per aiutare le famiglie in difficoltà e a promuovere le basi di una corretta conoscenza alimentare fin dalla prima colazione, durante il progetto sono state anche svolte attività collaterali. Nel Breakfast Club di Torino, ad esempio è stato realizzato dai bambini impegnati nel progetto un diario scolastico con i disegni sulla

¹ Istat, "La povertà in Italia" – giugno 2018

² Rapporto Coldiretti, "La povertà alimentare e lo spreco in Italia" - giugno 2018

³ Okada C, Tabuchi T, Iso H., "Association between skipping breakfast in parents and children and childhood overweight/obesity among children: a nationwide 10.5-year prospective study in Japan." – aprile 2018



tematica della corretta alimentazione; mentre in quello di Casal di Principe, invece, sono stati organizzati vari incontri con i genitori per sensibilizzarli sull'importanza dell'alimentazione e della prima colazione.

“Per Milano l’iniziativa ha rappresentato molto più di un progetto sull’educazione alimentare. È stato un esperimento di coesione e di integrazione sociale, nel quale i bambini hanno avuto modo di godere di un punto di riferimento costante per tutto l’anno, capace di andare al di là del “tradizionale” rapporto con gli insegnanti. Questo progetto dimostra quanto, soprattutto oggi, sia positivo e necessario un sistema di educazione alla corretta alimentazione e all’incontro dell’altro” ha commentato **Tiago Vesentini – Referente Progetto Breakfast Club del Comitato CRI Milano**

«I Breakfast Club sono un esempio tangibile di come Kellogg si stia impegnando concretamente per aiutare chi ne ha più bisogno, a partire dalla prima colazione” - ha dichiarato **Sara Faravelli, Corporate Communications and PR Manager, Kellogg Italia.** – *“I Breakfast Club permettono ai bambini di iniziare la giornata con la giusta quantità di energia, per affrontare al meglio la scuola, e possono anche imparare i principi base della nutrizione, affinché possano fare tesoro di queste nozioni a casa e nel loro futuro».*

I Breakfast Club sono la concretizzazione dell’impegno di Kellogg sul fronte della responsabilità sociale e sono parte del programma **Breakfasts for Better Days™**, di cui sono stati recentemente rinnovati gli obiettivi, primo tra tutti **creare entro il 2025 3 miliardi di “giorni migliori” per le persone nel mondo.** Questo sarà possibile attraverso donazioni di cibo alle persone bisognose, espansione dei programmi per la prima colazione (Breakfast Club), sostegno ai produttori di cereali, aumento delle ore di volontariato da parte dei dipendenti e coinvolgimento diretto da parte dei consumatori.

A proposito di Kellogg

In Kellogg Company (NYSE: K), ci impegniamo per migliorare e soddisfare il mondo con food e brand di valore.

Tra i nostri amati brand ci sono *Pringles®*, *Special K®*, *Kellogg's Frosted Flakes®*, *Kellogg's Corn Flakes®*, *Rice Krispies®*, *Kellogg's Extra®*, *Coco Pops®* e molti altri.

Le vendite nette per il 2017 si sono assestate a circa 13 miliardi di dollari, e sono costituite principalmente da snack e cibi pronti come cereali e surgelati.

I marchi Kellogg sono amati nei mercati di tutto il mondo

Siamo anche un'azienda con Cuore & Anima, impegnata a creare 3 miliardi di giorni migliori - Better Days – entro il 2025 attraverso la nostra piattaforma di impegno globale [Breakfasts for Better Days™](#). Per saperne di più, puoi collegarti ai siti www.kelloggcompany.com oppure www.kelloggs.it, seguirci su [Facebook](#)

Ufficio Stampa Kellogg Italia

Alessandra Spagnolo

alessandra.spagnolo@publicisconsultants.it

Tel: 02 77336.473

Kellogg Italia

Sara Faravelli

sara.faravelli@kellogg.com

Mob: 3428911313