



Comunicato stampa

COVID, KELLOGG RINNOVA IL SUPPORTO ALLA CROCE ROSSA ITALIANA PER AFFRONTARE L'EMERGENZA E RAGGIUNGE 430.000 EURO DI DONAZIONI IN UN ANNO.

Continua la partnership di lungo periodo tra Croce Rossa Italiana e Kellogg: quest'anno focus sull'emergenza Covid con il rinnovato sostegno all'iniziativa "Il tempo della gentilezza". In programma anche "Breakfast Club", il progetto di supporto e educazione alimentare rivolto ai più giovani.

Milano, 30 marzo 2021 – È una sinergia che va avanti dal 2016 e che, solo nell'ultimo anno, ha raggiunto 430.000 euro di donazioni totali. Kellogg rinnova, anche nel 2021, il suo sostegno a Croce Rossa Italiana, raggiungendo 300.000 euro di donazione al progetto "Il tempo della Gentilezza" - l'iniziativa con cui Croce Rossa Italiana continua ad aiutare, in tempo di pandemia, le famiglie e gli individui più esposti alle conseguenze dell'emergenza - a cui si aggiungono 130.000 euro per finanziare "Breakfast Club", il progetto di educazione alimentare unico di Kellogg e Croce Rossa rivolto ai più giovani.

Croce Rossa e Kellogg sono ormai una "affiatata" squadra di sostegno alle comunità: co-autori di un programma di responsabilità sociale condiviso, articolato e di ampio respiro, si pongono insieme ogni anno l'obiettivo di portare impatto in modo distribuito sulle fasce più deboli della popolazione - dalle famiglie colpite dalla crisi pandemica fino ai giovani e la scuola. Nel biennio 2020-2021, al centro della sinergia, l'adesione da parte di Kellogg al progetto **"Il tempo della Gentilezza"**, iniziativa con cui Croce Rossa Italiana ha già raggiunto **220.000 persone in tutta Italia, grazie all'impegno di oltre 150.000 volontari dispiegati sul territorio.** Kellogg, in particolare, ha contribuito al progetto con una prima donazione di 200.000 euro (oltre a 230.000 barrette Kellogg donate ai volontari) nel 2020 - "convertiti" da Croce Rossa Italiana in buoni spesa distribuiti, finora a poco meno di mille nuclei familiari vulnerabili - e rinnovato la sua partecipazione quest'anno, con una ulteriore donazione di 100.000 euro.

«Il progetto "Il tempo della gentilezza" è un vero e proprio piano di azione che Croce Rossa Italiana ha lanciato per aiutare le persone più vulnerabili (anziani, immunodepressi, persone sole, persone che hanno perso il lavoro o in generale famiglie con poca disponibilità finanziaria) ad affrontare questo periodo di emergenza sanitaria ed economica. Il progetto si è trasformato presto in una "gara di solidarietà", che ha immediatamente incontrato il fondamentale

*supporto dei nostri partner di lunga data come è anche Kellogg - spiega **Matteo Camporeale, Vice Presidente della Croce Rossa Italiana** - Le donazioni di Kellogg, in particolare, si pongono in continuità con un programma di collaborazione e partnership che, dal 2016, ha aiutato Croce Rossa ad avere un impatto concreto e positivo sul territorio: oltre al contributo durante l'emergenza pandemica, infatti, lavoriamo insieme per dar vita ai "Breakfast Club", dei programmi di sostegno ed educazione alimentare nelle scuole che, solo nell'ultimo biennio, ci hanno portato a raggiungere circa 600 bambini nelle aree più svantaggiate del Paese e anche alcune attività di volontariato congiunto che coinvolgono i dipendenti Kellogg.»*

*«Consideriamo Croce Rossa Italiana un partner strategico: Kellogg ha sempre fatto attività di CSR come elemento chiave per rendere ancora più concreti e tangibili i valori aziendali ereditati dal nostro fondatore W.K. Kellogg, e una sinergia così stretta con Croce Rossa ci permette di dare alle nostre iniziative una prospettiva a più alto impatto rispetto a una semplice donazione finanziaria – spiega **Giuseppe Riccardi, General Manager Kellogg Italia** - L'Italia è sicuramente uno dei Paesi più colpiti dalla pandemia e per questo stiamo concentrando le risorse sulla gestione dell'emergenza, ma continueremo, anche in futuro, a realizzare iniziative uniche insieme a Croce Rossa, per combattere la fame e creare un futuro migliore, dove ci sia "un posto a tavola" per il maggior numero possibile di persone.»*

Contatti:

Ufficio Stampa Kellogg

Alessandro Bono	alessandro@saykudos.co	347 05 18 455
Valentina Torielli	valentina@saykudos.co	331 38 64 774
Bruna Coppolino	bruna@saykudos.co	349 82 18 547

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®, Pop-Tarts®, Kellogg's Corn Flakes®, Rice Krispies®, Eggo®, Mini-Wheats®, Kashi®, RXBAR®, MorningStar Farms® ed altri. Nel 2020, l'azienda ha ottenuto un fatturato totale di circa 13.8 miliardi di dollari, grazie soprattutto agli snacks, ai cereali, ai frozen foods e ai noodles. Kellogg ha creato la piattaforma Kellogg's® Better Days, un insieme di iniziative di CSR con cui l'azienda vuole dare il suo contributo per combattere la fame e creare un futuro migliore per 3 miliardi di persone entro la fine del 2030.

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