



Comunicato stampa

KELLOGG E CROCE ROSSA ITALIANA, PARTONO I “BREAKFAST SUMMER CAMP” PER PROMUOVERE L’ADOZIONE DI UNO STILE DI VITA SANO E DONARE PIÙ DI 30.000 COLAZIONI A BAMBINI IN STATO DI NECESSITÀ

Il progetto punta a sensibilizzare le fasce giovani della popolazione a uno stile di vita sano, a una corretta alimentazione e all'importanza dell'attività fisica. In programma 14 tappe tra luglio e settembre in tutta Italia, dal Veneto alla Sicilia.

Milano, 8 luglio 2021 – Il progetto “Breakfast Summer Camp”, realizzato da Kellogg e Croce Rossa Italiana per l'estate 2021, ha l'obiettivo di sensibilizzare le fasce più giovani della popolazione a uno stile di vita sano tramite una corretta alimentazione, un'adeguata attività fisica e la lotta agli sprechi alimentari.

I “Breakfast Summer Camp” coinvolgeranno **circa 350 bambini - delle fasce di età 8-13 e 14-17 - appartenenti a famiglie in stato di necessità, in tutta Italia. Ai partecipanti saranno offerti tutti i pasti della giornata, compresa la colazione, per un totale di oltre 30.000 colazioni donate.**

Il progetto si pone in continuità con i “Breakfast Club”, un programma di sostegno ed educazione alimentare nelle scuole unico di Kellogg e Croce Rossa - che negli ultimi anni ha raggiunto circa 1.200 bambini e famiglie nelle aree più svantaggiate del Paese distribuendo circa 80.000 colazioni a titolo gratuito - e che ora moltiplica il suo impatto nell'estate 2021 grazie a un programma in 14 tappe, che toccherà 12 regioni italiane tra inizio luglio e inizio settembre.

Secondo i più recenti dati ISTAT nel 2020 sono state oltre 2 milioni le famiglie italiane in condizioni di povertà assoluta: il valore più alto dal 2005, causato soprattutto dall'impatto della pandemia. Una condizione che si riflette su 1,3 milioni di minori (anche in questo caso, il valore più alto degli ultimi 15 anni).

E' su questa fascia di popolazione che si concentra l'iniziativa di Kellogg e Croce Rossa Italiana: nei 14 Summer Camp in programma - sia di tipo residenziale che non residenziale - i partecipanti saranno intrattenuti con vari momenti di educazione alimentare, attività formative, ludico-ricreative, laboratori ed attività sportive condotte da Volontari CRI. L'obiettivo è educare bambini e ragazzi in età evolutiva ad un corretto modello alimentare e all'importanza di un'adeguata attività fisica, nonché alla lotta allo spreco alimentare.

*“Croce Rossa Italiana e Kellogg collaborano con continuità dal 2016, riuscendo ad ottenere insieme, di anno in anno, un impatto sempre più grande sulle fasce più deboli della popolazione e dando continuità all’impegno verso i temi relativi all’educazione alimentare e della corretta nutrizione - spiega **Matteo Camporeale, Vicepresidente e Referente Giovani della Croce Rossa Italiana.** Il programma dei “Breakfast Summer Camp” per l’estate 2021 è davvero importante, non solo perché ci permette di raggiungere molti bambini e famiglie in tutto il Paese, ma anche perché arriva in un momento molto delicato come quello che stiamo attraversando. L’iniziativa, in questo senso, non rappresenta solo un progetto sull’educazione ad uno stile di vita sano, ma un momento di integrazione sociale tra bambini, famiglie e territori e un aiuto concreto in un momento di ripartenza in sicurezza”.*

*“Sono davvero orgoglioso della partnership continuativa con Croce Rossa Italiana, che dal 2016 ci permette di aiutare i bambini che ne hanno più bisogno, garantendo loro l’accesso ad un pasto così importante della giornata come la prima colazione. I Breakfast Summer Camp, infatti, sono la naturale prosecuzione dei nostri Breakfast Club, un progetto unico di Kellogg e Croce Rossa che abbiamo evoluto in una versione estiva, per non lasciare che la chiusura delle scuole fermasse il nostro impegno - spiega **Giuseppe Riccardi, General Manager di Kellogg Italia.** In Italia, ci impegniamo a fornire cibo a 2,6 milioni di persone in stato di necessità entro il 2030: la partnership con Croce Rossa Italiana ci aiuta ad avvicinarci a questo obiettivo.”*

Contatti:

Ufficio Stampa Kellogg

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

About Kellogg Company

At Kellogg Company (NYSE: K), our vision is a good and just world where people are not just fed but fulfilled. We are creating better days and a place at the table for everyone through our trusted food brands. Our beloved brands include Pringles®, Cheez-It®, Special K®, Kellogg’s Frosted Flakes®, Pop-Tarts®, Kellogg’s Corn Flakes®, Rice Krispies®, Eggo®, Mini-Wheats®, Kashi®, RXBAR®, MorningStar Farms® and more. Net sales in 2020 were approximately \$13.8 billion, comprised principally of snacks and convenience foods like cereal, frozen foods, and noodles. As part of our Kellogg’s® Better Days purpose platform, we’re helping to end hunger and are committed to creating Better Days for 3 billion people by the end of 2030.

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

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.