



Comunicato stampa

RADDOPPIA IL NUMERO DEI “BREAKFAST CLUB” DI KELLOGG E CROCE ROSSA ITALIANA. L’OBIETTIVO È DISTRIBUIRE PIU’ DI 80.000 COLAZIONI A 600 BAMBINI IN TUTTA ITALIA

- *Kellogg raddoppia il numero dei Breakfast Club: l’azienda ha coinvolto scuole elementari a Milano, Torino, Caserta, Isernia, Catania e Caltanissetta*
- *L’obiettivo per l’anno scolastico 2022 è distribuire più di 80.000 colazioni e raggiungere più di 600 bambini appartenenti alle fasce più fragili della popolazione*
- *I “Breakfast Club” hanno l’obiettivo di fornire ai bambini una colazione nutriente e bilanciata e sensibilizzarli all’importanza di una corretta alimentazione*

Milano, 15 febbraio 2022 – Kellogg e Croce Rossa Italiana annunciano la ripartenza del Breakfast Club. **L’iniziativa, alla sua quarta edizione, raddoppia il suo impatto coinvolgendo 4 nuovi istituti scolastici. L’obiettivo è offrire più di 80.000 colazioni a 600 bambini in 6 città Italiane.**

Il Breakfast Club è un progetto unico di Kellogg e Croce Rossa Italiana volto a donare il primo pasto della giornata a bambini - appartenenti alle fasce più fragili della popolazione su tutto il territorio nazionale - che per svariati motivi arrivano a scuola senza aver fatto colazione.

L’iniziativa - partita nel 2017 con un progetto pilota nella periferia di Milano - è cresciuta anno dopo anno ed ora raddoppia il suo impatto: alle città di Milano e Torino (già raggiunte dal programma nelle scorse edizioni) si aggiungono infatti altre quattro scuole elementari nelle città di Caserta, Isernia, Catania e Caltanissetta. Per tutta la durata dell’anno scolastico, i bambini riceveranno la colazione offerta da Kellogg e distribuita dai volontari CRI prima dell’inizio delle lezioni.

I Breakfast Club, che hanno l’obiettivo di contribuire concretamente ad alleviare il problema dell’indigenza alimentare nei bambini, coniugano al puro scopo benefico anche una dimensione di educazione alimentare. Durante il momento della colazione, i volontari coinvolgono i bambini in attività formative che favoriscono le relazioni sociali e l’integrazione, e sensibilizzano i partecipanti all’importanza di una alimentazione corretta.

“Diamo concretezza al nostro impegno verso le comunità grazie alla partnership con Croce Rossa Italiana, e siamo orgogliosi di essere riusciti a coinvolgere 4 nuovi istituti

scolastici e centinaia di bambini - commenta Piera Regina, Communications Lead di Kellogg Italia - L'impatto del programma non è solo quantitativo ma soprattutto qualitativo. L'Università di Leeds ha esaminato una serie di evidenze che dimostrano gli effetti positivi a vantaggio degli studenti partecipanti ai programmi di colazione scolastica da un punto di vista nutrizionale, educativo e sociale. Oltre ad accedere ad un pasto nutriente e bilanciato, la colazione offerta aiuta gli studenti a migliorare le funzioni cognitive e la memoria¹, il comportamento in classe nonché il rendimento scolastico e la frequenza². Per quanto riguarda le relazioni sociali, si creano maggiori opportunità di interazione sociale, l'abbattimento di barriere sociali³ e la riduzione di episodi di bullismo⁴."

"La nostra collaborazione di lungo periodo ci permette di ottenere risultati sempre più significativi a vantaggio delle fasce più deboli della popolazione dando continuità all'impegno verso i temi relativi all'educazione alimentare e della corretta nutrizione - spiega Matteo Camporeale Vicepresidente della Croce Rossa Italiana. Siamo riusciti a costruire un programma di collaborazione articolato all'insegna della concretezza, di cui i Breakfast Club sono solo una delle iniziative: quest'estate, infatti, Kellogg e Croce Rossa hanno realizzato 14 Summer Camp in tutta Italia, coinvolgendo 350 bambini; senza dimenticare il contributo di Kellogg a "Il Tempo della Gentilezza", che ha permesso di aiutare più di 2.000 famiglie in difficoltà."

I Breakfast Club, così come le altre iniziative di Kellogg in ambito CSR, permettono all'azienda di essere sempre più vicina alle comunità e fornire cibo a più di 30 milioni di persone in stato di necessità in Europa entro il 2030. Una visione consolidata anche nel "Manifesto del Benessere" lanciato dall'azienda a livello Europeo lo scorso maggio, che pone in evidenza come impegno sociale, benefici ambientali e nutrizionali vadano di pari passo, in una visione olistica dello stare bene a vantaggio di singoli, comunità e pianeta.

Contatti:

Ufficio Stampa Kellogg

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

¹ Adolphus, K., et al., The Effects of Breakfast and Breakfast Composition on Cognition in Children and Adolescents: A Systematic Review. *Advances in nutrition*, 2016. 7(3).

² Bartfield, J.S., et al., Access to the School Breakfast Program is Associated with Higher Attendance and Test Scores among Elementary School Students. *The Journal of Nutrition*, 2019. 149(2): p. 336-343.

³ Graham, P.L., R. Russo, and M.A. Defeyter, The Advantages and Disadvantages of Breakfast Clubs According to Parents, Children, and School Staff in the North East of England, UK. *Frontiers in public health*, 2015. 3: p. 156-156.

⁴ Defeyter, M.A., P.L. Graham, and R. Russo, More than Just a Meal: Breakfast Club Attendance and Children's Social Relationships. *Frontiers in public health*, 2015. 3: p. 183-183.

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 2021 were nearly \$14.2 billion, comprised principally of snacks as well as convenience foods like cereal, frozen foods, and noodles. As part of our Kellogg's® Better Days ESG strategy, we're addressing the interconnected issues of wellbeing, climate and food security, creating Better Days for 3 billion people by the end of 2030. Visit www.KelloggCompany.com. 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 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.