

**Sous embargo jusqu'au vendredi 01 septembre 2023 à 11h**

Communiqué de presse

## **Kellogg fait don de 20 millions de portions de petits-déjeuners en Europe dans le cadre de la lutte contre la précarité alimentaire**

*Kellogg dévoile de nouveaux résultats de son enquête sur l'augmentation de la faim et la précarité alimentaire chez les Belges. En 2023, près d'un tiers des Belges (soit deux fois plus qu'en 2016) s'inquiète du budget qu'il doit investir dans la nourriture. Ainsi, près d'un Belge sur cinq a dû changer ses habitudes alimentaires suite à des problèmes financiers. Un constat confirmé par les Banques Alimentaires qui remarquent une augmentation de 18%<sup>1</sup> de la demande d'aide alimentaire en 2022. Malheureusement, un stigma continue de les entourer, car un Belge sur trois ayant déjà envisagé de se tourner vers les Banques Alimentaires a finalement renoncé par honte. Kellogg va donc encore accroître son soutien vis-à-vis de la Fédération Belge des Banques Alimentaires qui tire le signal d'alarme.*

**Bruxelles, le 1 septembre 2023** – Kellogg dévoile le second volet de son étude « *Food Poverty Research* ». En 2023, près d'un tiers des Belges (soit le double qu'en 2016) s'inquiète du budget qu'il doit investir dans son alimentation. 64% des interrogés précisent ainsi que, s'ils s'en sortaient avant l'arrivée de l'inflation, ils ont, à présent, plus de difficultés à se nourrir.

En amont, 55% des répondants estiment avoir vu leur revenu disponible diminuer de manière modérée à importante. Il en résulte qu'en vue d'économiser, plus de 80% utilisent des coupons de réductions, 75% évitent d'aller au restaurant et plus d'un quart en arrive à sauter des repas. Pour un Belge sur dix, cela va même jusqu'à devoir faire un choix entre manger et se chauffer et/ou se vêtir.

Encore plus alarmant, 14% des parents interrogés en Belgique ont indiqué bénéficier au moins occasionnellement des clubs de petit-déjeuner ou d'ONG pour nourrir leurs enfants le matin. 53% déclarent d'ailleurs y avoir davantage recours qu'il y a un an. Enfin, l'enquête révèle qu'un Belge sur trois ayant déjà envisagé de se tourner vers les Banques Alimentaires a finalement renoncé par honte.

### **Kellogg accroît son soutien aux Banques Alimentaires**

Face à cela et dans le cadre de son programme *Better Days*, qui a pour objectif d'aider à nourrir 375 millions de personnes dans le monde d'ici 2030, Kellogg a fait don, en 2023, de 20 millions de portions de petits-déjeuners en Europe.

« Outre ces dons en nature et la somme de 2 millions d'euros répartie entre diverses organisations d'entraide sur l'ensemble du vieux continent, Kellogg a décidé d'associer ses clients à une grande action de solidarité collective au profit des plus démunis » explique **Luc Houben, General Manager de Kellogg Benelux**. « En Belgique, ceci nous permettra de renforcer davantage le partenariat existant avec les Banques Alimentaires ».

Une campagne de communication a ainsi été lancée afin d'inviter les consommateurs à scanner un QR Code se trouvant sur les emballages de céréales de la marque. Pour chaque scan et participation de la personne, un don de 0,25 euro sera fait par Kellogg à la Fédération Belge des Banques Alimentaires qui représente un réseau

<sup>1</sup> [https://www.banquesalimentaires.be/dist/assets/img/upload/pres/230213-communique-de-presse-fr\\_file.pdf](https://www.banquesalimentaires.be/dist/assets/img/upload/pres/230213-communique-de-presse-fr_file.pdf)



de neuf Banques Alimentaires régionales et distribue gratuitement des aliments sains et variés aux personnes dans le besoin via 676 organisations locales affiliées et des milliers de bénévoles.

### **Le signal d'alarme des Banques Alimentaires de Belgique**

Les Banques Alimentaires jouent dès lors un rôle essentiel dans l'aide aux personnes plus précarisées. En 2022, elles ont constaté une augmentation de plus de 18% de la demande d'aide, qui s'est stabilisée lors de la première partie de 2023 (+2,3% entre janvier et avril).

Cela représente pour le total de l'année passée 23.000 tonnes de denrées distribuées, soit 46 millions de repas. En moyenne, ce sont quatre repas par semaine qui sont distribués à plus de 200.000 bénéficiaires par mois. Leurs profils sont multiples, allant de la famille monoparentale à la personne âgée recevant une pension insuffisante, ou encore aux familles dont au moins un des parents a perdu son emploi suite aux différentes crises, ces derniers ont alors dû se tourner vers des systèmes d'aide tels que les Banques Alimentaires.

*« En 2022, nous avons constaté une augmentation des demandes d'aide de 18% et ainsi distribué 46 millions de repas à une population de plus en plus importante et aux profils différents »* déplore **Jef Mottar, Administrateur Délégué de La Fédération Belge des Banques Alimentaires**. *« Etant donné que la crise impacte également l'industrie alimentaire, nous avons réussi, tant bien que mal, à compenser 'le manque à donner' en optimisant notre fonctionnement et en générant plus de dons financiers. Dans ce contexte difficile, une telle initiative collective est donc plus que bienvenue, en plus des dizaines de tonnes de nourriture que Kellogg nous livre généreusement d'année en année et du soutien bénévole de ses collaborateurs »*.

- Fin du communiqué de presse -

#### **Note à la rédaction**

L'enquête a été commandée par Kellogg et réalisée par Spark Market Research. Un échantillon fiable et représentatif au niveau national de 1.000 adultes et 100 enseignants a été interrogé en Belgique - le travail sur le terrain a été réalisé entre le 12 janvier et le 1<sup>er</sup> février 2023.

*\* Dépenses totales en 2022 pour les Breakfast Clubs, les banques alimentaires et Hunger based Brand philanthropy.*

#### **A propos de Kellogg Belgium**

La vision de Kellogg Company est celle d'un monde bon et équitable, où les gens ne sont pas juste nourris, mais épanouis. Nous œuvrons pour créer des jours meilleurs, et une place à table pour tous, grâce à nos marques reconnues. Leader sur le marché des céréales petit-déjeuner, notre portefeuille rassemble des marques iconiques comme <sup>®</sup>Coco Pops <sup>®</sup>Kellogg's Corn Flakes <sup>®</sup>Extra <sup>®</sup>Frosties <sup>®</sup>Miel Pops <sup>®</sup>Rice Krispies <sup>®</sup>Smacks <sup>®</sup>Trésor <sup>®</sup>Kellogg's Special K ou encore Pringles<sup>®</sup>. Dans le cadre de notre stratégie ESG, par le biais de Kellogg's<sup>®</sup> Better Days, nous abordons les thèmes interconnectés du bien-être, du climat et de la sécurité alimentaire, afin de garantir des jours meilleurs à 3 milliards de personnes d'ici la fin 2030. Visitez [www.KelloggCompany.com](http://www.KelloggCompany.com) pour plus d'informations.

#### **A propos de Fédération Belge des Banques Alimentaires**

La Fédération Belge des Banques Alimentaires est un organe de coordination qui représente un réseau national de 9 Banques Alimentaires régionales.

Dans leur lutte contre la faim, les Banques Alimentaires distribuent gratuitement des aliments sains et variés aux personnes dans le besoin via 676 organisations locales affiliées et des milliers de bénévoles. Pour ce faire, les Banques Alimentaires font appel aux denrées alimentaires reçus via le Fonds européen d'aide aux plus démunis (FEAD) d'une part et aux excédents mis à disposition par l'industrie alimentaire, les grandes entreprises de distribution et les criées d'autre part. Diverses actions vers le grand public complètent l'offre. De cette manière, les Banques Alimentaires apportent également une contribution importante à la lutte contre le gaspillage alimentaire.



En 2022, avec l'aide de 386 bénévoles et 34 contractuels sociaux des Banques Alimentaires et en collaboration avec des milliers de bénévoles des 676 organisations locales affiliées, 23.036 tonnes de nourriture ont été collectées et distribuées à 209.450 bénéficiaires par mois.

Pour de plus amples informations concernant son fonctionnement :

<http://www.foodbanks.be>

<https://www.facebook.com/banquesaliment.voedselbankenBE>

**Contact pour les médias**

Jan Poté, WMH Project

[j.pote@wmhproject.be](mailto:j.pote@wmhproject.be)

0475 92 55 92