



make
happy
tummies

créons de
joyeux p'tits
bedons

POUR DIFFUSION IMMÉDIATE

« UN P'TIT DEUX POUR REMPLIR UN CREUX » DEVIENT « CRÉONS DE JOYEUX P'TITS BEDONS^{MC} » AFIN DE SOULIGNER L'IMPORTANCE DE JOYEUX P'TITS BEDONS COMME ÉLÉMENT DÉTERMINANT POUR DES ENFANTS PLUS HEUREUX ET DES ÉCOLES ET COMMUNAUTÉS PLUS SAINES

TORONTO, le 6 janvier 2025—[La Grocery Foundation](#), un organisme à but non lucratif ayant pour mission de nourrir les enfants qui ont faim en faisant la collecte de fonds au profit des programmes de petits déjeuners à l'école, a annoncé aujourd'hui le repositionnement de la marque de la plateforme de collecte de fonds Un p'tit deux pour remplir un creux^{MC}, qui portera à partir de 2025, le nom de Make Happy TummiesTM au Canada anglais. Ce repositionnement de la marque vient aussi souligner l'arrivée de la plateforme de collecte de fonds au Québec, sous le nom Créons de joyeux p'tits bedons^{MC}.

Cette annonce marque une nouvelle étape dans l'évolution d'Un p'tit deux pour remplir un creux^{MC}, qui poursuit son expansion dans le domaine de la restauration grâce à des partenariats avec la chaîne de restaurants [Stacked Pancake & Breakfast House](#), qui vient d'achever sa deuxième campagne de financement annuelle, et [MR MIKES SteakhouseCasual](#), qui a annoncé son soutien en septembre 2024. Les deux organismes continueront de recueillir des fonds au profit des programmes locaux de petits déjeuners et de nutrition des élèves sous la nouvelle marque Créons de joyeux p'tits bedons^{MC}.

« Nous sommes très enthousiastes à l'idée de dévoiler notre nouveau nom et notre nouvelle image, et d'entamer le prochain chapitre de notre histoire de collecte de fonds qui dure depuis plus de 40 ans. Nous ne pouvons toutefois pas faire face à l'avenir sans prendre le temps d'exprimer notre plus sincère gratitude aux Canadiens et Canadiennes et à nos partenaires dont la générosité et l'engagement envers notre mission et la campagne de financement dans les épiceries nous ont permis de préparer plus de 10 millions de repas sains au cours des sept dernières années seulement, aidant ainsi de nombreux enfants qui ont faim à s'épanouir », soutient Shaun McKenna, directeur général, la Grocery Foundation.

« Les Canadiens et Canadiennes seront heureux d'apprendre que nous n'avons pas l'intention de modifier notre mission, à savoir de nourrir les enfants qui ont faim, ni notre engagement à faire en sorte que chaque dollar versé profite à un enfant de la région, grâce à nos partenaires de l'industrie. Nous espérons que les Canadiens et Canadiennes qui sont en mesure de nous appuyer, poseront le geste », a-t-il ajouté.

La marque Créons de joyeux p'tits bedons^{MC} met en valeur et fait battre le « cœur » de la marque Un p'tit deux pour remplir un creux. Elle a été conçue pour traduire de manière unique le bonheur que procure un petit déjeuner sain, essentiel au bien-être physique et émotionnel d'un élève qui a faim, et la joie que procure le fait de nourrir un enfant, et ce, tant pour les enfants qui en bénéficient que pour les donateurs. Selon des Canadiens et Canadiennes sondés, le nom et le logo de Créons de joyeux p'tits bedons, ancrés dans un cœur et un sourire, résonnent et évoquent la joie.

La première campagne de financement bilingue et nationale Créons de joyeux p'tits bedons^{MC}, qui prendra son envol le 23 janvier, se déroulera jusqu'au 17 avril dans plus de 1 700 épiceries participantes, dont Sobeys, IGA West, FreshCo, Chalo! FreshCo, Foodland, Foodland & participating Co-Ops, Thrifty Foods, Safeway, Farm Boy, Save-On-Foods, Buy-Low-Foods, Nesters Market, Calgary Co-op, Community Natural Foods, Metro, Food Basics, Super C, et 15 autres détaillants indépendants. Les détails des campagnes d'une durée de deux semaines par détaillant et les 41 marques de produits alimentaires, de boissons et de biens de consommation partenaires peuvent être consultés en



make
happy
tummies

créons de
joyeux p'tits
bedons

ligne à l'adresse suivante : creonsdejoyeuxpetitsbedons.ca. Le soutien de ces partenaires permet de s'assurer que 100 % des dons faits par les clients en épicerie, en ligne et par l'intermédiaire des partenaires restaurateurs participants sont acheminés aux programmes locaux de petits déjeuners en milieu scolaire.

Pour cette première année, les partenaires du secteur de l'alimentation de Créons de joyeux p'tits bedons^{MC} espèrent amasser 4 millions de dollars grâce à la campagne de financement de 2025 qui, si cet objectif est atteint, permettra de fournir plus de 2 millions de déjeuners dans le cadre de plus de 3 000 programmes de petits déjeuners d'un océan à l'autre qui sont actuellement soutenus par la Fondation. La portée plus importante de cette campagne permettra également de fournir plus de 50 000 déjeuners nutritifs au Québec. Il est possible de trouver ces programmes en ligne grâce à la fonction de suivi des dons à creonsdejoyeuxpetitsbedons.ca.

On estime que 1 enfant sur 3 risque actuellement d'aller à l'école le ventre vide¹ et que plus de 1 million d'enfants ont accès à un programme local de petits déjeuners.

Bon nombre de programmes de nutrition des élèves qui bénéficient actuellement du soutien de la Grocery Foundation et qui sont gérés par le Club des petits déjeuners et Nutrition des élèves de l'Ontario déclarent que leurs programmes de petits déjeuners changent la donne non seulement pour chaque élève, mais également pour les milieux scolaires et les communautés en général, en étant bénéfiques aux familles et au tissu de plusieurs communautés. Ces mêmes partenaires confirment aussi que, malgré l'annonce récente du Programme national d'alimentation scolaire, « cet investissement reste malheureusement insuffisant pour répondre à tous les besoins à travers le pays. »²

Des preuves grandissantes confirment les effets positifs qu'a la prise du petit déjeuner sur le rendement cognitif, le rendement scolaire, la qualité de vie et le bien-être des enfants et adolescents³. De plus en plus de recherches menées à travers le monde démontrent aussi que l'apprentissage est un processus social et émotionnel et qu'un climat scolaire positif, des conditions d'apprentissage dans la joie ainsi que la psychologie positive des acteurs de l'éducation figurent parmi les leviers clés pour améliorer les expériences et les résultats d'apprentissage.

« Nous sommes tous conscients de l'importance du bonheur dans la vie, notamment le bonheur dans la vie des enfants d'âge scolaire qui touche leur capacité à apprendre et leur bien-être, y compris la santé physique et mentale. Nous gardons bon espoir que les Canadiens et Canadiennes qui sont en mesure de faire un don en épicerie ou en ligne, poseront le geste », ajoute M. McKenna.

À propos de la Grocery Foundation et Créons de joyeux p'tits bedons

Établie en 1979 en tant qu'organisme sans but lucratif ontarien, la Grocery Foundation a amassé plus de 100 millions \$ au profit des organismes de bienfaisance pour les enfants au Canada. Aujourd'hui, les travaux de la Fondation misent sur le soutien de programmes de nutrition des élèves durant l'année scolaire et de programmes de sacs à dos destinés à nourrir les enfants pendant l'année scolaire et les mois d'été. Les initiatives de la Fondation englobent sa plateforme de collecte de fonds [Créons de joyeux p'tits bedons](https://creonsdejoyeuxpetitsbedons.ca)^{MC} (anciennement Un p'tit deux pour remplir un creux), un programme de coupons-rabais (en Ontario seulement) qui permet aux programmes de nutrition des élèves approuvés de se procurer des aliments sains à petits prix, grâce au soutien des épiceries participantes et des entreprises alimentaires de boissons et de biens de consommation partenaires. Grâce au gala *Night to Nurture*, la Fondation aide aussi à amasser des fonds pour les soutiens en santé mentale pour les enfants et jeunes au Canada et pour des subventions qui augmentent son incidence lorsqu'il s'agit de nourrir un nombre croissant d'enfants qui ont faim pendant toute l'année.



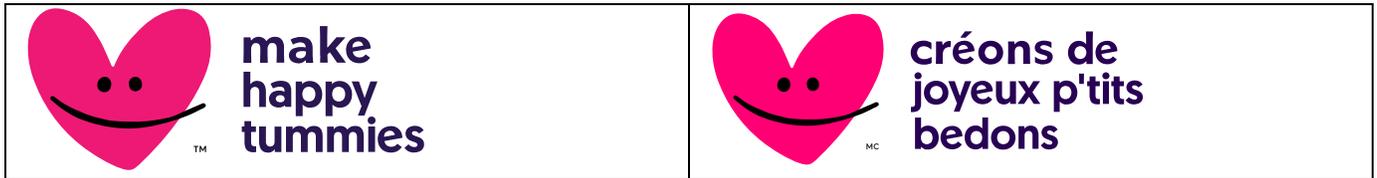
**make
happy
tummies**

**créons de
joyeux p'tits
bedons**

[Instagram @makehappytummies](https://www.instagram.com/creonsdejoyeuxpetitsbedons/) | <https://www.instagram.com/creonsdejoyeuxpetitsbedons/>

[Facebook @makehappytummies](https://www.facebook.com/creonsdejoyeuxpetitsbedons/) | <https://www.facebook.com/creonsdejoyeuxpetitsbedons/>

[X @MkeHappyTummies](#)



POUR DE PLUS AMPLES RENSEIGNEMENTS, VEUILLEZ COMMUNIQUER AVEC :

Gabby Nobrega | gabby@groceryfoundation.com | 416.930.9756

Sources :

1. Club des petits déjeuners [site Web] <https://www.clubdejeuner.org/>
2. Rentrée scolaire : plus de 800 000 enfants n'ont toujours pas accès à un programme de petits déjeuners de qualité [Release] <https://www.newswire.ca/fr/news-releases/rentree-scolaire-plus-de-800-000-enfants-n-ont-toujours-pas-acces-a-un-programme-de-petits-dejeuners-de-qualite-879776355.html>
3. Effects of eating breakfast on children and adolescents: A systematic review of potentially relevant outcomes in economic evaluations [website] <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC6744840/>