



## SIARAN PERS

Untuk diterbitkan segera

### **Hari Pangan Sedunia: FFI dan Alfamart Berikan Akses Pangan Lebih Sehat untuk Anak-Anak Indonesia**

- *Indeks Kelaparan Global 2019 mencatat sekitar 40-50% anak ke sekolah dengan perut kosong, atau dalam kondisi kurang gizi<sup>1</sup>*
- *Salurkan 100 ribu kotak susu ke 17 daerah di Indonesia melalui mitra penyalur donasi Foodbank of Indonesia*

**Jakarta, 15 Oktober 2021** – Menyambut momen peringatan Hari Pangan Sedunia pada 16 Oktober mendatang, PT Frisian Flag Indonesia (FFI) bersama dengan PT Sumber Alfaria Trijaya, Tbk (Alfamart) menyerahkan produk donasi berupa 100 ribu kotak susu cair anak FRISIAN FLAG® Milky kepada Foodbank of Indonesia (FOI) sebagai mitra penyalur. Produk donasi tersebut merupakan hasil dari partisipasi masyarakat pada program Beli 3 Sumbang 1 periode 16 Juli – 15 Agustus 2021 lalu, yang nantinya akan diberikan kepada anak-anak yang membutuhkan di 17 daerah di Indonesia.

**Corporate Affairs Director PT Frisian Flag Indonesia Andrew F. Saputro** menyampaikan, FFI sebagai produsen produk bergizi berbasis susu yang hampir 100 tahun menjadi bagian dari keluarga Indonesia terus berkomitmen terhadap penyediaan gizi yang baik bagi masyarakat Indonesia, termasuk anak-anak. Melalui momen peringatan Hari Pangan Sedunia, penyaluran donasi ini merupakan bagian dari upaya memberikan akses pangan lebih sehat dalam upaya meningkatkan status gizi anak-anak Indonesia.

“Kegiatan ini menjadi bagian dari komitmen kami dalam memberikan akses terhadap produk pangan bergizi baik, kepada lebih banyak anak-anak Indonesia. Kami berharap kedepannya bentuk kemitraan seperti ini dapat terus berjalan. Kolaborasi merupakan salah satu kunci dalam upaya mewujudkan visi dan misi perusahaan, yang nantinya dapat terwujud keluarga Indonesia yang sehat, sejahtera dan selaras,” ujar Andrew.

Menanggapi hal tersebut, **Corporate Communication GM Alfamart Nur Rachman** menyampaikan apresiasinya kepada FFI sebagai mitra program donasi dan FOI sebagai mitra penyalur. “Kami senang sekali dapat turut berkolaborasi untuk memberikan bantuan kepada anak-anak yang membutuhkan. Kami berharap bantuan yang diberikan dapat menjangkau ke komunitas-komunitas dan daerah yang membutuhkan, seperti Indonesia bagian timur. Kedepannya semoga kita dapat terus melakukan kolaborasi dan terus membawa manfaat bagi masyarakat Indonesia,” kata Nur Rachman.

Selain itu, CEO Foodbank of Indonesia Hendro Utomo mengatakan, survey FOI pada 2020 yang dilakukan di 12 kota /kabupaten mencatat 1 dari 3 anak berada dalam kondisi perut kosong atau dalam kondisi lapar tersembunyi (*hidden hunger*) selama jam sekolah, bahkan di daerah miskin padat penduduk di perkotaan angkanya bisa mencapai 40-50%. Situasi ini tentu mengkhawatirkan, mengingat kualitas kesehatan anak saat ini, akan berimplikasi pada kualitas generasi yang akan

---

<sup>1</sup> <https://www.kemennppa.go.id/index.php/page/read/29/2835/75-tahun-indonesia-merdeka-anak-indonesia-harus-merdeka-dari-kelaparan>



datang. Menurutnya, bantuan dan keterlibatan dari berbagai pihak termasuk korporasi tentu dibutuhkan, terlebih di masa pandemi seperti saat ini.

“Situasi pandemi ini memberi kesedihan terutama bagi orang yang rentan, khususnya pada keterbatasan akses pangan. Bulan Oktober ini merupakan bulan yang cukup penting bagi kami, yaitu adanya momen peringatan Hari Pangan Sedunia yang jatuh setiap tanggal 16 Oktober. Pasalnya, pangan adalah hak dasar manusia yang harus dipenuhi dengan layak, termasuk akses pangan bagi anak-anak. Kami juga mengucapkan terima kasih dan mengapresiasi FFI dan Alfamart yang telah memberikan kepercayaan kepada kami untuk membantu menyalurkan sumber gizi yang baik ini, yaitu susu. Kami berharap, aksi serupa dapat diduplikasi dan diteladani oleh lebih banyak pihak untuk dampak yang lebih luas,” ungkap Hendro.

Selain melalui kolaborasi dengan Alfamart dan FOI, komitmen FFI untuk memberikan akses pangan bergizi baik pada masyarakat juga diwujudkan melalui kehadiran produk siap minum yang lebih sehat. Mengawali tahun 2021, FFI menghadirkan produk dengan logo ‘Pilihan Lebih Sehat’ pada rangkaian produk susu cair Purefarm dalam berbagai ukuran dan rasa. Inisiatif ini kemudian dilanjutkan dengan kehadiran logo ‘Pilihan Lebih Sehat’ pada produk susu cair anak FRISIAN FLAG® Milky yang diperkenalkan pada momen Hari Anak Nasional pada Juli lalu.

Kehadiran logo ‘Pilihan Lebih Sehat’ pada produk FRISIAN FLAG® Milky menjadi bentuk implementasi dari komitmen FFI untuk meningkatkan status dan literasi gizi anak Indonesia. Karena cukup dengan melihat centang hijau di kemasan, anak dengan mudah dapat mengenali produk FRISIAN FLAG® Milky sebagai pilihan yang lebih sehat.

\*\*\*

**Untuk keterangan lebih lanjut, silakan menghubungi:**

<b>Andrew F. Saputro</b> Corporate Affairs Director Frisian Flag Indonesia <a href="mailto:Andrew.saputro@frieslandcampina.com">Andrew.saputro@frieslandcampina.com</a> 021-8410945	<b>Rika Mayasari</b> PR Consultant R&R Public Relations <a href="mailto:rika.novriadi@rikadanrekan.com">rika.novriadi@rikadanrekan.com</a> 0811103862
---	---

### **Tentang Frisian Flag Indonesia**

PT Frisian Flag Indonesia (FFI) adalah salah perusahaan susu terdepan di Indonesia yang menyediakan produk bernutrisi untuk anak-anak dan keluarga dengan merek FRISIAN FLAG®, FRISO®, SUSU BENDERA®, dan OMELA®. FRISIAN FLAG® telah menjadi bagian dari pertumbuhan keluarga Indonesia sejak 1922.

Sebagai bagian dari FrieslandCampina, salah satu koperasi peternak sapi perah terbesar dunia yang berpusat di Belanda, FFI mengacu pada pengalaman global dan kemitraan jangka panjang dengan peternak sapi perah lokal, agar dapat menghadirkan sumber gizi terbaik yang diperoleh dari susu.

FFI mengoperasikan fasilitas produksi di Pasar Rebo dan Ciracas, Jakarta Timur, dengan berbagai portofolio produk seperti susu cair, susu bubuk, dan susu kental manis. Untuk informasi lebih lanjut, silakan kunjungi [www.frisianflag.com](http://www.frisianflag.com)



### **Tentang FrieslandCampina**

Setiap harinya, FrieslandCampina menyediakan pangan kaya gizi kepada jutaan konsumen di seluruh dunia. Dengan jumlah pendapatan tahunan sebesar 11.1 miliar euro, menjadikan FrieslandCampina salah satu produsen susu terbesar di dunia. FrieslandCampina menyediakan produk bagi konsumen maupun profesional, memasok bahan baku bagi produsen produk gizi bayi & balita, maupun industri makanan dan sektor farmasi di seluruh dunia.

FrieslandCampina memiliki kantor cabang di 36 negara dengan lebih dari 100 fasilitas produksi dengan 23.816 karyawan, serta produk yang tersedia di lebih dari 100 negara. Perusahaan ini dimiliki secara penuh oleh Zuivelcoöperatie FrieslandCampina U.A, beranggotakan 16.995 peternak sapi perah yang tersebar di Belanda, Jerman dan Belgia, menjadikannya salah satu koperasi peternak sapi perah terbesar di dunia.

Untuk informasi lebih lanjut, silakan kunjungi [www.frieslandcampina.com](http://www.frieslandcampina.com).