



Comunicato stampa

KELLOGG INNOVA LE SUE CONFEZIONI DI CEREALI INTEGRANDO LA PRIMA TECNOLOGIA AL MONDO PER CIECHI E IPOVEDENTI

- *Kellogg è la prima azienda food al mondo ad integrare questa tecnologia nel suo packaging, con l'obiettivo di migliorare l'esperienza di shopping delle persone non vedenti e ipovedenti*
- *La tecnologia, sviluppata dalla startup spagnola NaviLens, si basa su un codice che, scansionato dallo smartphone, riproduce in forma audio le informazioni sul prodotto (ingredienti, allergeni e informazioni sul riciclaggio)*
- *Entro la fine del 2022, Kellogg integrerà il codice NaviLens su tutti i pacchi di cereali in Europa rendendoli più accessibili*

Milano, 1 luglio 2021 – Un passo significativo verso una shopping experience più inclusiva, che permetta maggiore autonomia alle persone cieche e ipovedenti, aiutandole a orientarsi sia nella scelta dei prodotti che nella gestione degli stessi una volta all'interno della "dispensa": **Kellogg Europa annuncia oggi l'avvio di un progetto paneuropeo che renderà, entro la fine del 2022, tutti i pack di cereali dell'azienda più accessibili ai non vedenti e agli ipovedenti, grazie all'integrazione della tecnologia NaviLens, la prima al mondo sviluppata per le persone con disabilità visive.**

Il progetto, partito l'ottobre scorso con un test pilota in UK che ha ottenuto una percentuale di gradimento da parte dei soggetti interessati uguale al 97%, è pronto a raggiungere gli scaffali dei supermercati di tutta Europa già a gennaio 2022 con i pacchi di Special K, per diventare parte integrante di tutte le confezioni di cereali Kellogg entro la fine del 2022. **Kellogg diventa così la prima azienda food al mondo a integrare una tecnologia per non vedenti e ipovedenti on pack.**

La tecnologia NaviLens si basa sulla scansione, attraverso il proprio smartphone, di uno speciale codice integrato nel design delle confezioni del prodotto: così vengono rese accessibili, in forma audio, le informazioni sugli ingredienti, gli allergeni e le informazioni sul riciclaggio di ciascun prodotto specifico. Informazioni spesso non accessibili alle persone con disabilità visive.

A differenza delle altre tecnologie presenti sul mercato (QR code o barcode), la tecnologia NaviLens è realizzata con colori ad alto contrasto per l'individuazione anche da parte degli ipovedenti e può essere inquadrata a una distanza dodici volte superiore

a quella delle alternative (fino a un massimo di tre metri di distanza). Inoltre il consumatore non ha bisogno di sapere esattamente dove si trova il codice sul pacco perchè la tecnologia funziona anche senza un'inquadratura "a fuoco".

In Italia, secondo una rilevazione INPS del 2019, sono oltre 122 mila le persone parzialmente o totalmente non vedenti. Questa innovazione sul packaging si colloca all'interno dell'impegno di Kellogg in ottica di diversità e inclusione, e vuole essere anche una prima esperienza da condividere con altri brand per rendere gli scaffali dei supermercati più accessibili per le persone con disabilità visive, così che possano fare acquisti in modo più indipendente e accedere alle informazioni su una gamma sempre più ampia di prodotti e confezioni.

*"L'integrazione della nostra tecnologia nelle confezioni di cereali Kellogg è un passo importante verso la realizzazione di un'esperienza di shopping più inclusiva per le persone con disabilità visive, aiutandoli a diventare più indipendenti e autonomi anche nella scelta dei prodotti", commenta **Javier Pita, CEO di NaviLens.***

*"In Italia, come nel resto d'Europa, le persone cieche e ipovedenti non sono ancora autonome nel fare la spesa o nell'aver accesso a informazioni fondamentali sui prodotti, come quelle relative alla shelf life o agli allergeni - spiega **Mario Barbuto, presidente dell'Unione Italiana Ciechi e Ipovedenti.** Per questo, l'iniziativa di Kellogg rappresenta un passo molto importante, poiché per la prima volta contribuisce a migliorare non solo l'esperienza di spesa, ma anche la gestione dei prodotti a casa. Si tratta di un cambiamento che, se adottato su larga scala, potrebbe davvero restituire ai clienti non vedenti la stessa libertà, autonomia e indipendenza che hanno i clienti vedenti. Progettare un packaging in modo che "funzioni per tutti" è un impegno fondamentale se vogliamo costruire una società più inclusiva, e speriamo che altri marchi seguano l'esempio di Kellogg nel rendere le informazioni sulle confezioni più accessibili".*

*"In linea con i valori del nostro fondatore W. K. Kellogg, continua il nostro impegno per contribuire a creare una società guidata da principi di equità, diversità e inclusione. In Europa ci sono oltre 30 milioni di persone che convivono con disabilità visive, la cui shopping experience può essere migliorata da soluzioni come NaviLens. Sono estremamente orgoglioso che Kellogg sia la prima azienda food al mondo ad utilizzare questa tecnologia" conclude **Giuseppe Riccardi, General Manager di Kellogg Italia.***

Contatti:

Ufficio Stampa Kellogg

Alessandro Bono

alessandro@saykudos.co

347 05 18 455

Valentina Torielli
Bruna Coppolino

valentina@saykudos.co
bruna@saykudos.co

331 38 64 774
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