



Comunicato Stampa

KELLOGG INTEGRA LA TECNOLOGIA NAVILENS ANCHE NELLE CONFEZIONI DI SNACK A BASE DI CEREALI IN TUTTA EUROPA PER MIGLIORARNE L'ACCESSIBILITÀ E RENDERE LA SHOPPING EXPERIENCE PIÙ INCLUSIVA

Kellogg è la prima azienda food al mondo ad integrare questa tecnologia nel suo packaging grazie ad un codice QR che, scansionato dallo smartphone, riproduce in forma audio le informazioni sul prodotto, rendendo la shopping experience più inclusiva a favore di persone non vedenti e ipovedenti

Milano, 5 dicembre 2022 – **Kellogg** annuncia **l'estensione della tecnologia NaviLens anche alle confezioni di snack a base di cereali in tutta Europa, migliorando l'accessibilità dei propri prodotti e rendendo più inclusiva l'esperienza di acquisto a favore delle persone non vedenti e ipovedenti**, permettendo una maggiore autonomia nella scelta dei prodotti e nella gestione degli stessi all'interno della propria dispensa. Il codice QR NaviLens farà parte del design del pack delle barrette Kellogg's **a partire dal primo trimestre del 2023**.

L'innovativo progetto, **unico nel settore food**, ha coinvolto ad oggi oltre 150 milioni di confezioni di cereali in tutta Europa. I consumatori possono scansionare lo speciale codice integrato nel design del pack del prodotto attraverso il proprio smartphone, accedendo in forma audio alle informazioni sugli ingredienti, gli allergeni e sul riciclaggio spesso non accessibili alle persone con disabilità visive. Il codice NaviLens è realizzato con colori ad alto contrasto per un'individuazione più semplice, anche ad una distanza di dodici volte superiore a quella dei barcode o QR code tradizionali. Inoltre, non è necessario conoscere l'esatta collocazione del codice sul pacco perché la tecnologia funziona anche senza un'inquadratura "a fuoco".

In occasione della **Giornata Nazionale del Cieco**, che si terrà il **13 dicembre**, Kellogg Italia ha organizzato, in collaborazione con **l'Unione Italiana dei Ciechi e degli Ipovedenti e Carrefour Italia**, una giornata di **spesa assistita per le persone non vedenti e ipovedenti** in alcuni punti vendita selezionati. Nello specifico, nei punti di vendita Carrefour Italia situati in Piazzale degli Eroi a Roma, presso CityLife Shopping District a Milano e in via di Prato a Calenzano (in provincia di Firenze), Kellogg sarà presente con un proprio stand per assistere i consumatori durante la spesa grazie al prezioso supporto dei volontari di Unione Italiana dei Ciechi e degli Ipovedenti. La collaborazione con l'insegna Carrefour Italia nasce dalla condivisione dei valori di equità, diversità e inclusione e si pone in continuità con i tanti progetti che la catena di supermercati ha già in essere per favorire una spesa sempre più inclusiva.

"Da gennaio 2022 ad oggi abbiamo integrato il codice NaviLens in oltre 150 milioni di pack di cereali Kellogg in tutta Europa, permettendo ai nostri consumatori una maggiore autonomia non solo durante la shopping experience, ma anche nella gestione dei prodotti a casa. In linea con i valori del nostro fondatore, W. K. Kellogg, il nostro impegno a favore di una società più equa, inclusiva e diversa, si rafforza ulteriormente estendendo l'innovativa tecnologia NaviLens anche alle confezioni dei nostri snack a base di cereali, raggiungendo così sempre più persone e migliorandone la qualità di vita" ha commentato **Giuseppe Riccardi, General Manager di Kellogg Italia**.



“Per le persone con disabilità visive anche le piccole azioni quotidiane possono rappresentare un momento di criticità. Il progetto con Kellogg Italia e Carrefour Italia contribuisce concretamente a migliorare l’esperienza di acquisto di ciechi e ipovedenti” ha spiegato **Mario Barbuto, Presidente dell’Unione Italiana dei Ciechi e degli Ipovedenti**. *“Dare la possibilità a tutti di essere autonomi e indipendenti permette la diffusione di una cultura del cambiamento necessaria per rendere la società più inclusiva ed equa, e spero che altri brand seguano l’esempio di Kellogg Italia nel rendere i propri prodotti più accessibili”*.

“Carrefour si impegna per offrire una shopping experience più inclusiva per tutti i suoi clienti, indifferentemente dalle abilità di ciascuno. Siamo molto felici di questa importante collaborazione con Kellogg Italia e Unione Italiana dei Ciechi e degli Ipovedenti perché, grazie a questa iniziativa di spesa assistita, uniamo le forze per sensibilizzare la società sulla condizione delle persone non vedenti e ipovedenti, mostrando non solo le difficoltà che queste possono incontrare in momenti di vita quotidiana, come fare la spesa o organizzare la dispensa, ma anche la differenza che possiamo fare in partnership con altri attori della filiera” ha aggiunto **Christophe Rabatel CEO di Carrefour Italia**.

Con l’integrazione del codice Navilens nelle confezioni di snack a base di cereali a partire dall’inizio del 2023, Kellogg Europa rafforza ulteriormente il proprio impegno nel guidare secondo i principi di equità, diversità e inclusione in linea con la strategia ESG “Better Days”.

A proposito di Kellogg

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®, PopTarts®, 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

Carrefour Italia

Carrefour Italia opera nel settore della grande distribuzione in Italia con una rete multi-formato di oltre 1.500 punti vendita in 19 regioni, di cui oltre 1.200 in franchising, nonché con servizi di spesa online e un approccio omnicanale in continuo sviluppo. Leader del franchising nella GDO italiana, l’azienda è guidata da una piena focalizzazione sul cliente e da una costante propensione all’innovazione. Con l’obiettivo di favorire la transizione alimentare per tutti, porta avanti ogni giorno il programma “Act For Food”, per offrire un’alimentazione di qualità a prezzi accessibili. Impiega oltre 13.000 persone nella propria rete di punti vendita diretti, cui si aggiungono circa 10.000 collaboratori e collaboratrici dei punti vendita in franchising. Nel 2022 ha ottenuto per il quinto anno consecutivo il riconoscimento di Top Employer.*

**Il numero comprende anche i Master Franchising di Etruria Retail ed Apulia Distribuzione.*

Per maggiori informazioni: www.carrefour.it [Linkedin](#) [Twitter](#)

Ufficio Stampa Kellogg

Piera Regina – Kellogg Italia – piera.regina@kellogg.com

Ufficio stampa Weber Shandwick

Valentina Nozza: tel. +39 347 0834767; e-mail: vnozza@webershandwickitalia.it

Giulia Calamia: tel. +39 335 5798895; e-mail: gcalamia@webershandwickitalia.it