

Kellogg, sulle confezioni di cereali una tecnologia per ciechi e ipovedenti. Uno speciale codice rende accessibili, in forma audio, le informazioni su ingredienti, allergeni e riciclaggio di ciascun prodotto specifico.

Un passo significativo verso una shopping experience più inclusiva: Kellogg Europa annuncia 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, 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. 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 su ingredienti, allergeni e riciclaggio di ciascun prodotto specifico. La tecnologia NaviLens è realizzata con colori ad alto contrasto per l'individuazione anche da parte degli ipovedenti e può essere inquadrata 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 perché la tecnologia funziona anche senza un'inquadratura "a fuoco".

"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 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.