

4 octobre – Journée nationale des aveugles et malvoyants

KELLOGG DEPLOIE LA TECHNOLOGIE NAVILENS SUR LES EMBALLAGES DE L'ENSEMBLE DE SES PRODUITS POUR LES RENDRE ACCESSIBLES AUX PERSONNES ATTEINTES DE DEFICIENCE VISUELLE

Paris, octobre 2022 – Après le déploiement par Kellogg Company de NaviLens, le code intelligent qui facilite l'autonomie des personnes malvoyantes, sur les emballages de ses paquets de céréales, l'entreprise ajoute désormais cette technologie sur toutes ses gammes de barres de céréales et de Pringles.

Depuis janvier 2022, le code NaviLens a été inclus sur plus de 150 millions de boîtes ou emballages de céréales. La technologie commencera à apparaître sur les emballages de barres de céréales au début de l'année 2023 et sur les boîtes de Pringles courant 2023.

En janvier 2022, Kellogg a été le premier acteur agroalimentaire à utiliser la technologie NaviLens pour rendre ses emballages de céréales accessibles aux personnes atteintes de déficiences visuelles. A compter de début 2023, les codes NaviLens apparaîtront également sur les emballages des barres de céréales de la marque Kellogg's, puis sur les boîtes de Pringles. Cette initiative s'inscrit dans le cadre de la stratégie de l'entreprise pour accroître l'équité, la diversité et l'inclusion.

Les informations importantes figurant sur les emballages alimentaires, comme les indications sur les allergènes, sont souvent en petits caractères, ce qui les rend impossibles à lire pour les personnes non voyantes ou malvoyantes. Les codes NaviLens permettent à un smartphone de détecter facilement le code unique sur l'emballage et de lire à voix haute à la personne atteinte de déficience visuelle les informations d'étiquetage.

Ce lancement fait suite à un essai concluant mené en 2020 au Royaume-Uni sur les paquets de Coco Pops. Son évaluation par l'organisation britannique Royal National Institute of Blind People (RNIB) a montré que 97 % des personnes interrogées aimeraient voir davantage de fonctionnalités d'accessibilité de ce type sur les emballages alimentaires à l'avenir.

Laurence Braure, Responsable RSE et nutrition chez Kellogg France déclare : « Plus de 30 millions de personnes en Europe souffrent de déficience visuelle* et ne peuvent tout simplement pas lire les informations figurant sur nos emballages. En tant qu'entreprise défendant l'équité, la diversité et l'inclusion, nous estimons que chacun doit pouvoir faire ses courses de manière plus autonome et accéder à des informations essentielles sur les produits alimentaires que nous vendons. C'est pourquoi nous avons fait le choix d'intégrer une nouvelle technologie sur tous nos produits en Europe afin de les rendre accessibles aux consommateurs atteints de déficience visuelle. »



TM, ©, © 2021 KELLOGG Europe Trading Limited / Suggestion de présentation / Serveersuggestie

@Kellogg Company

COMMENT CELA FONCTIONNE ?

Contrairement aux autres types de codes imprimés, cette nouvelle technologie, appelée Navilens, repose sur des carrés de couleur très contrastés sur fond noir. L'utilisateur n'a pas besoin de savoir exactement où se trouve le code pour pouvoir le scanner.

Ainsi, un smartphone peut détecter le code figurant sur l'emballage depuis une distance allant jusqu'à 3 mètres lorsqu'un consommateur non voyant ou malvoyant pointe son appareil dans la direction du paquet de céréales. Le téléphone est alors alerté et l'utilisateur peut choisir de se faire lire à voix haute les informations concernant les ingrédients, les allergènes et le recyclage, ou de les lire sur son appareil à l'aide d'outils d'accessibilité.

Cette technologie est actuellement utilisée dans les transports en commun de Barcelone, Madrid et Murcie, facilitant ainsi les déplacements urbains de milliers d'usagers déficients visuels, et a été lancée au Royaume-Uni pour la première fois dans le cadre de l'essai mené par Kellogg.

Javier Pita, PDG de Navilens, la start-up à l'origine de cette technologie, ajoute : « L'intégration des codes Navilens sur les emballages alimentaires est une étape positive qui va dans le sens d'une expérience d'achat plus inclusive et plus accessible pour les malvoyants. Les personnes atteintes de déficience visuelle peuvent ainsi faire leurs courses de manière plus autonome et décider de leur alimentation. »

**Selon EuroBlind.org, 30 millions de personnes non voyantes et malvoyantes sur le continent européen.*



À propos de Navilens

Navilens est un code imprimé qui peut être scanné, à l'aide de l'appareil photo d'un smartphone et d'une application gratuite, afin de lire à voix haute les informations qui y sont stockées. Le code se présente sous la forme de carrés de couleur très contrastés sur fond noir, d'apparence similaire à un QR code. Contrairement à ceux-ci, l'utilisateur n'a pas besoin de savoir exactement où se trouve le code pour pouvoir le lire. En effet, un code mesurant 20 x 20 centimètres peut être détecté à une distance de 12 mètres, même en mouvement et sans mise au point sur l'appareil photo.

Lorsque l'utilisateur balaye autour de lui avec son smartphone, des signaux audios lui permettent de trouver et de centrer le code dans le champ de vision du téléphone. Un mouvement du poignet permet de lire à voix haute les informations contenues dans le code. Celles-ci peuvent varier en fonction de la position de l'utilisateur par rapport au code et être programmées en plusieurs langues, le smartphone sélectionnant automatiquement sa langue par défaut.

A propos de Kellogg France

La vision de Kellogg France est celle d'un monde bon et équitable, où les gens ne sont pas juste nourris, mais épanouis. Nous œuvrons pour créer des jours meilleurs, et une place à table pour tous, grâce à nos marques reconnues. Leader sur le marché des céréales petit-déjeuner avec 40% de part de marché, Kellogg France compte 180 employés. Notre portefeuille rassemble des marques iconiques comme *®Coco Pops* *®Kellogg's Corn Flakes* *®Extra* *®Frosties* *®Miel Pops* *®Rice Krispies* *®Smacks* *®Trésor* *®Kellogg's Special K* *®* ou encore *Pringles®*. En 2020, Kellogg France a lancé la démarche RSE « Cultivons la Simplicité » et s'engage à promouvoir des modes de production et de consommation toujours plus sains et durables, tout en répondant aux attentes des consommateurs et en limitant son impact sur l'environnement. Visitez www.kelloggs.fr

Contact presse :

Justine Fortuny – Chargée de communication de Kellogg France – justine.fortuny@kellogg.com