Note d'application

Produits laitiers

Tendances en matière de positionnement des codes sur les produits laitiers : comment répondre aux besoins des détaillants, consommateurs, spécialistes du marketing et fabricants

En raison des prévisions de croissance inférieures à 10 %[1] de l'industrie mondiale, les fabricants de produits laitiers capables de répondre aux besoins émergents des consommateurs en matière d'arômes et d'emballages seront les mieux placés pour devancer les moyennes industrielles. Si les produits laitiers font partie intégrante du panier alimentaire des ménages, de nombreux consommateurs ont tendance à suivre trois critères lors de leurs achats : nécessité, prix et qualité.

Le défi :

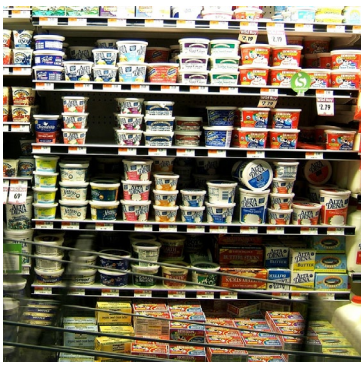
De nombreux fabricants de produits laitiers effectuent le codage sur le couvercle des emballages, car il s'agit d'un emplacement accessible pour l'impression. L'inconvénient est que les couvercles s'égarent ou se jettent facilement, entraînant aussi la disparition du code et de son objectif : faciliter l'identification des informations de fraîcheur et de production. Pour éviter ce problème aux détaillants et aux consommateurs, les fabricants placent désormais les codes sur la partie principale de l'emballage du produit. Cette évolution est saluée par les propriétaires de marque qui souhaitent éloigner les codes du graphisme des emballages et de l'image de marque. Ce changement peut toutefois poser problème sur un équipement de codage qui n'a pas été conçu pour imprimer dans des zones restreintes, notamment à des cadences élevées.

L'avantage Videojet :

De par leur nature, les produits laitiers ont une durée de conservation courte, doivent être consommés le plus rapidement possible et sont susceptibles de s'altérer. Des codes facilement visibles, clairs, précis et homogènes sont donc indispensables. L'impression de ces codes directement sur le corps de l'emballage principal nécessite un équipement de codage plus durable et plus flexible par rapport au codage à des endroits plus faciles d'accès, tels que le couvercle. Leader mondial de l'impression à jet d'encre continu, Videojet propose des solutions capables d'imprimer à des vitesses élevées, dans pratiquement n'importe quel sens et sur la plupart des matériaux d'emballage, même dans des espaces restreints. Grâce à l'inclinaison à 45 degrés de sa tête d'impression, l'imprimante Videojet 1860 offre davantage d'options de montage pour positionner la tête d'impression aussi près que possible de l'emballage, en particulier dans les applications inclinées et de type « gable top ». En outre, le flux d'air positif de notre tête d'impression CleanFlow™ brevetée permet de préserver la propreté de la tête d'impression, ce qui est particulièrement utile lors du marquage vers le haut dans la partie inférieure des produits. Offrant une qualité d'impression exceptionnelle dans des environnements froids et humides et exigeant moins de maintenance, les imprimantes Videojet atteignent régulièrement une disponibilité de 99,9 % et sont idéales pour imprimer des codes impeccables sur des produits laitiers.

[1] *2016 Dairy Market Trends in Packaging and Processing Operations, The Association for Packaging and Processing Technologies, janvier 2017.*

Risque et importance du positionnement des codes

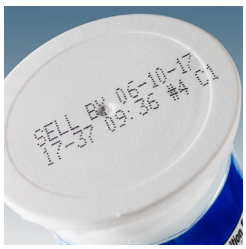


Les détaillants invitent les fabricants à placer les codes sur le corps de l'emballage. Cette évolution est bénéfique pour les consommateurs, les détaillants et les fabricants qui souhaitent une meilleure visibilité en ce qui concerne la fraîcheur des produits et la traçabilité des denrées périssables. Les propriétaires de marque saluent également ce changement alors qu'ils luttent pour la reconnaissance de leur marque dans les rayons surchargés des magasins.

Positionnement des codes sur les couvercles

Face au manque de standardisation en matière de position des codes de date et de lot sur les produits laitiers, de nombreux fabricants placent les codes sur le côté ou sur la partie supérieure du couvercle. En l'espèce, le risque est qu'en cas de perte du couvercle, les consommateurs et les détaillants ne puissent plus lire les informations concernant le lot et la date de péremption. Sans ces informations, une rotation et une gestion efficace des stocks sont impossibles et les efforts de rappel peuvent être considérablement entravés. De plus, faute d'accès à ces renseignements, les consommateurs sont susceptibles de ne pas acheter le produit, ce qui est préjudiciable aux ventes et potentiellement à la réputation de la marque.

Un vaste rappel de produits laitiers en 2015 aux États-Unis a permis de mettre en évidence les risques liés à la perte de codes de lot sur des couvercles. Un important fabricant a rappelé trente-six millions de litres de crème glacée en raison d'une contamination par Listeria. Sur son site Web, il expliquait aux consommateurs comment identifier les produits provenant des laiteries concernées à l'aide du texte du code de lot spécifique. Ces codes étaient toutefois imprimés à l'intérieur des couvercles, rendant ces informations plus difficilement accessibles aux détaillants et consommateurs et augmentant le risque que certains consommateurs aient déjà jeté ces informations avec les couvercles.



Équilibre entre production et besoins marketing

Les propriétaires de marque devraient adopter l'évolution vers le codage dans des endroits définis sur la partie principale de l'emballage. Le déplacement des codes permettra aux spécialistes du marketing d'optimiser l'aspect des emballages, débarrassés qu'ils seront de la distraction que représentaient les codes sur les couvercles ou les opercules des contenants. Il est également important de tenir compte des implications du déplacement des codes sur la production, notamment le rendement, la qualité du codage et la maintenance des imprimantes. Les codes doivent toujours être propres, clairs et facilement visibles. Une évolution vers un emplacement d'impression plus difficile d'accès ne doit pas avoir un impact négatif sur le rendement global. Enfin, l'imprimante doit être capable de gérer les nouvelles exigences.

Voici quelques éléments à prendre en compte :

- **La capacité de votre codeur à imprimer dans des sens différents (à savoir, impression vers le haut sur le dessous de votre contenant)**
- **La flexibilité de votre codeur pour imprimer dans des espaces restreints sur vos emballages**
- **La configuration de votre ligne et de votre équipement de codage et la possibilité de changer de sens ou non**
- **La capacité de votre codeur à imprimer correctement des codes de haute qualité dans diverses tailles de police**
- **Les vitesses de production requises**
- **Les défis propres à votre environnement de production**
- **Les caractéristiques de votre emballage (design visuel, forme ou matériau) susceptibles d'influencer la qualité du codage**

Exemples de codes empêchant l'impression d'un message sur le produit

Conclusion

Les fabricants de produits laitiers abandonnent progressivement le codage sur les couvercles au profit du corps du produit. Cette évolution vise à satisfaire les détaillants, à doper la confiance des consommateurs et les ventes, ainsi qu'à aider les fabricants en cas de rappel. Les spécialistes du marketing devraient également accueillir favorablement cette évolution qui libèrera de la place sur l'emballage du produit pour le message de la marque. Comme pour n'importe quel changement lié à l'emballage d'un produit, il est toutefois important de réfléchir soigneusement et de répondre aux besoins de tous les intervenants, sans oublier ceux de votre production.

L'essentiel

Videojet n'ignore pas combien il est important de trouver un juste équilibre entre les besoins des détaillants, des consommateurs et des spécialistes du marketing, d'une part, et ceux de votre production, d'autre part. Pour répondre à ces besoins, nous proposons une gamme de solutions d'impression à jet d'encre continu idéales pour les fabricants de produits laitiers qui offrent :

- Des codes haute résolution sur un large éventail de matériaux, y compris le plastique, les bouteilles en verre, le métal, le carton et le film souple
- Des encres spéciales haute adhérence qui sont idéales pour le codage dans des environnements chauds et humides
- La technologie de tête d'impression brevetée CleanFlow™ qui laisse la tête d'impression propre et permet un fonctionnement optimal
- Des imprimantes ultra-rapides et très flexibles qui produisent des codes de deux ou trois lignes avec une qualité d'impression exceptionnelle, même dans des espaces restreints

Pour plus d'informations ou un audit gratuit de votre ligne, contactez votre conseiller Videojet.

Contactez le **0810 442 800**
(prix d'un appel local)
E-mail **marquage@videojet.fr**
ou rendez-vous sur le site **www.videojet.fr**

Videojet Technologies SAS
ZA Courtaboeuf / 16 av. du Québec / Bât. Lys
91140 Villebon Sur Yvette / France

© 2017 Videojet Technologies SAS — Tous droits réservés.

Videojet Technologies s'est fixé comme politique de toujours améliorer ses produits. Nous nous réservons le droit de modifier la conception et/ou les spécifications de nos produits sans préavis.