



Nota applicativa



Industria dolciaria

Come evitare che una codifica di scarsa qualità comprometta il design e l'appeal del packaging

La sfida

Il design del packaging aiuta a valorizzare il marchio all'interno dei punti vendita. Codici deformati, stampati al fuori dall'area appropriata o "disordinati" risultano difficili da leggere e penalizzano l'aspetto intenzionalmente perfetto e appositamente studiato di una confezione ben progettata. Tenere nella dovuta considerazione la tecnologia di stampa in fase di design del packaging aiuta le aziende a evitare una codifica con esiti poco gradevoli, migliorando l'appeal della confezione nel suo complesso.

I vantaggi di Videojet

Videojet offre un'ampia gamma di tecnologie di codifica. Prima ancora di consigliare la soluzione di marcatura più adatta per la confezione specifica e il relativo brand, Videojet collabora con i propri clienti per valutare e testare gli imballaggi nei propri laboratori ed effettuare le prove e le campionature più opportune. Tra le avanzate soluzioni tecnologiche di codifica proposte da Videojet si possono citare:

- la stampa a Getto d'Inchiostro Continuo (CIJ), una soluzione senza contatto che utilizza inchiostri adatti a codificare la maggior parte dei materiali e dei substrati;
- la tecnologia Thermal InkJet (TIJ), a base di inchiostro, ideale per substrati porosi e cartacei;
- i sistemi di marcatura laser, che garantiscono codici permanenti su diverse tipologie di packaging;
- la stampa a Trasferimento Termico (TTO), una tecnologia basata su risonanza specifica per pellicole e film flessibili.

Non permettete che un codice di scarsa qualità rovini l'estetica dei vostri prodotti. Scegliete una soluzione di codifica in armonia con il vostro packaging.

Il packaging è uno strumento essenziale di marketing nel settore dolciario. È il mezzo immediato attraverso il quale si comunica l'immagine del marchio ai consumatori, i quali tendono ad acquistare quei prodotti caratterizzati dal design più accattivante o attrattivo. Molte aziende produttrici di caramelle e dolciumi investono una consistente quantità di tempo e denaro per lo sviluppo e la realizzazione di un'idea di comunicazione.

Tuttavia, date di scadenza o codici di lotto applicati al di fuori dall'opportuna area di stampa (quando non addirittura distorti o "disordinati") possono spegnere l'interesse dei consumatori nei confronti di un prodotto e inficiare il design di una confezione, per quanto sapientemente concepita. Pertanto, è fondamentale salvaguardare gli investimenti effettuati in ambito di brand image e packaging, prendendo attentamente in considerazione, già in fase di progettazione della confezione, la soluzione di stampa da impiegare. Comprendere le peculiarità delle diverse tecnologie di codifica disponibili, infatti, consente alle aziende di sfruttare al meglio il processo di produzione, anziché entrare in conflitto con tale processo. Durante il processo di design della confezione, è pertanto consigliabile porsi una serie di domande.

1. Con quale materiale sarà realizzato il packaging?

Il tipo di substrato scelto per realizzare la confezione è spesso legato a considerazioni relative alla forma del prodotto, alle sue caratteristiche e all'uso che se ne fa. La tipologia di materiale della confezione, in ogni caso, incide direttamente sulla qualità del codice e sulla sua permanenza. L'aspetto e la durata di un codice dipendono dalla tecnologia di codifica impiegata e il tipo di imballaggio è il fattore più importante che determina quale tecnologia di codifica sia la più adatta per quel determinato substrato. Ad esempio, alcuni tipi di plastica presentano difficoltà a causa della scarsa aderenza dell'inchiostro o della cera al materiale.

Per garantire un codice ottimale, vi consigliamo di esaminare le diverse possibilità offerte dalle varie tecnologie di codifica da utilizzare sul substrato scelto. Se dovete utilizzare un particolare tipo di materiale per l'imballaggio del vostro prodotto, considerate la possibilità di aggiungere un'area apposita dove la codifica possa "attecchire" meglio. Ad esempio, nelle confezioni in cartone sono spesso presenti piccole aree da cui viene volutamente rimosso lo strato di rivestimento o di vernice su cui è solitamente difficile applicare il codice, in modo che le soluzioni di codifica a base di inchiostro aderiscano meglio all'interno di tali aree. Queste vengono generalmente chiamate aree "knock-out" e possono essere create sia sulle etichette che su superfici caratterizzate dalla presenza di pattern differenti. Simili riquadri di stampa (in cui appunto una sezione della confezione o il colore dell'etichetta vengono modificati), possono essere realizzati praticamente su qualunque tipo di imballaggio per aumentare la qualità del codice.

Anche la composizione del materiale del packaging può incidere sulla qualità finale del codice. Ad esempio, per il confezionamento di caramelle gommose è necessario considerare l'impiego di un film di qualità superiore, per evitare che alcuni degli ingredienti penetrino attraverso il film e possano compromettere il risultato di stampa dall'altro lato della pellicola. Questo fenomeno può infatti essere causa di una scarsa aderenza dell'inchiostro, con effetti che si possono verificare anche settimane dopo che le confezioni codificate sono state consegnate ai clienti. Utilizzare un film con un'area prestampata nel punto in cui deve apparire il codice può essere una soluzione efficace per impedire agli ingredienti di penetrare attraverso la pellicola.

2. Quali sono le informazioni necessarie sul packaging del prodotto?

I contenuti presenti sulla parte esterna del packaging servono a informare i consumatori e di conseguenza a rispettare i requisiti normativi. Tuttavia, può risultare difficile mantenere tali informazioni costantemente aggiornate e accurate. La maggior parte delle informazioni incluse nel design dell'imballaggio viene stampata presso il sito di produzione dell'imballaggio stesso, non in quello del prodotto. Questo riduce la flessibilità della produzione, crea costi aggiuntivi di gestione dell'inventario e lascia spazio a potenziali errori di confezionamento e a prodotti male etichettati.

Se i vostri prodotti cambiano di frequente (ad esempio, se sono presenti molte variazioni in termini di dimensioni del packaging o di gusti/aromi disponibili) o se eseguite il confezionamento per conto di diversi clienti, per la personalizzazione dell'imballaggio vale la pena considerare l'ipotesi di prestampare meno informazioni possibile, a vantaggio dell'utilizzo di soluzioni di codifica variabile durante la produzione.

Infatti, una tecnologia avanzata di codifica è presumibilmente in grado stampare direttamente in linea buona parte delle stesse informazioni che vengono in genere prestampate. E sfruttare le possibilità offerte dalla codifica variabile vuol dire, per le aziende, poter stampare loghi e icone a un colore, codici a barre, testi e altre informazioni direttamente sull'imballaggio durante la produzione. In questo modo, si può ridurre l'inventario di packaging prestampati e contenere tutte le difficoltà connesse alla gestione e allo stoccaggio di tanti tipi di imballaggi diversi. Inoltre, grazie alla codifica variabile, si riesce a guadagnare in termini di flessibilità, in quanto è possibile personalizzare facilmente i prodotti, per esempio inserendo informazioni specifiche e differenti a seconda del Paese, contenuti promozionali o stagionali, tutto questo con il semplice tocco di un pulsante.

3. Quali sono le informazioni presenti sul packaging del prodotto?

L'interazione con i clienti dopo l'acquisto concorre ad aumentare la fedeltà al marchio e offre informazioni di marketing di valore inestimabile. La codifica variabile consente di realizzare codici univoci su ogni singolo packaging. Questo tipo di identificazione delle unità di prodotto, specie se combinata ad applicazioni mobili o online e a siti web, può dar vita a un dialogo attivo con i clienti e incoraggiare l'interazione con il marchio. Ad esempio, è possibile aggiungere, all'interno di una scatola di cioccolatini, codici univoci che, una volta inseriti online, possono dare accesso a giochi a premi o a programmi di fidelizzazione. Questi tipi di programmi e di meccanismi, oltre a coinvolgere attivamente il cliente, sono in grado di fornire parecchi dati preziosi relativi ai consumatori, quali le loro preferenze, le loro propensioni e le loro inclinazioni all'acquisto.



Codice TTO illeggibile stampato con ribbon a base cera



Codice TTO nitido e leggibile



Codice CJ bidimensionale illeggibile e scorrettamente posizionato



Codice CJ bidimensionale nitido e correttamente posizionato

Conclusioni

Il packaging è di primaria importanza sia per l'immagine del marchio che per le decisioni di acquisto dei clienti. Non permettete che un codice di scarsa qualità comprometta l'appel e il valore del vostro packaging.

Considerare, già in fase di design della confezione, la possibilità di utilizzare una tecnologia di codifica variabile, può aiutare ogni azienda a sfruttare a proprio vantaggio il processo di produzione.

I nostri esperti del team commerciale possono discutere e analizzare insieme a voi le alternative possibili tra le varie tecnologie di codifica, fornendovi opportuni campioni di codici a seconda dei diversi tipi di packaging da voi progettati, in modo da consentirvi di assumere con tranquillità le migliori decisioni in merito. Con una vasta gamma di avanzate tecnologie di codifica e con oltre 640 fluidi e materiali di consumo specifici per ogni applicazione, Videojet dispone della soluzione perfetta per qualunque tipologia di packaging abbiate progettato, anche la più innovativa.

Per informazioni,
chiama **+39 02 55376811**,
invia un'e-mail all'indirizzo
info.italia@videojet.com
o visita il sito **www.videojet.it**

Videojet Italia srl
Via XXV Aprile, 66/C
20068 Peschiera Borromeo (MI)

© 2015 Videojet Technologies Inc. — Tutti i diritti riservati.

Videojet Technologies Inc. persegue il miglioramento continuo dei propri prodotti e servizi. Videojet si riserva pertanto il diritto di modificare il progetto e/o le specifiche tecniche senza preavviso.

Nota Applicativa Ind. Dolciaria-Impatto della Codifica sul Design del Packaging-0414

Realizzato negli U.S.A.

Stampato in Italia-0215

VIDEOJET