



L'ascesa della cosmesi per uomo: soluzioni di codifica e marcatura per potenziare e proteggere i marchi



Gli esperti di Videojet del settore "Cosmesi, Personal e Home Care" prendono in esame il consumo crescente dei prodotti cosmetici per uomo, analizzando l'impatto di questo fenomeno sui produttori per quanto concerne la codifica e la marcatura delle informazioni previste dalle normative.

La crescita del mercato della cosmesi per uomo negli ultimi anni può essere considerata davvero significativa e si è estesa ben al di là dei tradizionali prodotti "di base" come i profumi e i prodotti per la rasatura. Oggi sempre più uomini hanno a cuore il proprio aspetto estetico rispetto a quanto avveniva in passato: questo ha fatto registrare un aumento nella vendita di prodotti per la cura della pelle e dei capelli come creme idratanti, pomate, dopobarba, prodotti per la depilazione e correttori. Come ben spiega Manny Gutierrez, YouTuber ed esperto di bellezza, ai suoi tre milioni di follower, "truccarsi non ha sesso né regole". E i dati di settore gli danno ragione. In base alle stime di Euromonitor, infatti, il mercato della cosmesi per uomo è destinato a crescere ogni anno del 5,2%, raggiungendo un valore di 60 miliardi di dollari USA entro il 2020¹. Gran parte di tale crescita può essere attribuita alla diffusione sempre maggiore degli articoli per l'igiene personale maschile.

La barba, la cui popolarità sembra non essere mai in declino, ha sicuramente contribuito in maniera rilevante a definire questo trend. Gli uomini sono disponibili a sottoporsi all'intero "rituale" necessario pur di prendersi cura della propria barba e queste nuove esigenze possono essere soddisfatte da tutta una nuova serie di prodotti come balsami, olii e sieri.

¹ <http://www.euromonitor.com/beauty-and-personal-care>

La varietà: un fattore critico

Per determinare la soluzione di codifica e marcatura più adatta per un tipo specifico di applicazione è necessario considerare il tipo di packaging impiegato. Infatti, per il packaging dei prodotti cosmetici maschili viene utilizzata una grande gamma "trasversale" di substrati: dalle plastiche al vetro, dai materiali laminati ai metalli.

I prodotti per la cosmesi da uomo vengono commercializzati in un'ampia serie di formati, confezioni e substrati diversi. Per questa ragione, è necessario prendere in considerazione il tipo di packaging quando bisogna scegliere la soluzione di codifica e marcatura più appropriata. Le aziende produttrici devono stare al passo con queste nuove tendenze ed esigenze sul piano del packaging, in modo da offrire agli uomini i prodotti di cui hanno bisogno per la loro cosmesi quotidiana. Inoltre, in questo mercato si è registrato un progressivo avvicinamento a materiali per il packaging di tipo più tradizionale, come boccette e flaconi in vetro e piccoli contenitori in latta o metallo. Si è registrato anche un aumento della popolarità dei tubetti che, essendo una delle soluzioni di packaging più comode e convenienti, permettono ai consumatori di utilizzare igienicamente quasi il 100% del prodotto che contengono. E, se sui tubetti ampio spazio è dedicato alla stampa e alla valorizzazione del marchio, di solito quello a disposizione per la codifica delle informazioni previste dalle normative è invece limitato.



Un sondaggio recentemente effettuato da Videojet ha rivelato che la maggior parte delle aziende clienti stampa codici di batch/lotto e di scadenza sui propri prodotti. I codici univoci riportati su ogni singolo prodotto consentono di garantirne la tracciabilità lungo la Supply Chain, riducendone al contempo i rischi di contraffazione e diversione. Grazie alla codifica, le aziende possono inoltre informare i consumatori sulla scadenza dei prodotti, nonché essere più rapide ed efficaci nel caso si renda necessario effettuare il richiamo.

L'89% dei clienti intervistati concorda nell'affermare che la dimensione del prodotto e/o lo spazio disponibile per la codifica impattano sulle modalità di marcatura e sull'area in cui le informazioni vengono marcate.² Un codice di qualità elevata sarà facilmente leggibile e non influirà negativamente sull'aspetto complessivo del prodotto.

Per inseguire l'evoluzione delle tendenze in fatto di packaging, i produttori si trovano a dover gestire una maggiore varietà di materiali, fattore che può avere un impatto diretto sulla soluzione di codifica e marcatura scelta. Infatti, il 47% dei clienti intervistati ha dichiarato di avere a che fare con otto o più tipologie differenti di packaging³, codificando informazioni che spaziano da un singolo numero di lotto/batch a un codice bidimensionale. Inoltre, si sta diffondendo progressivamente sul mercato una nuova generazione di packaging "green" ed ecocompatibile, così come stanno avendo successo i prodotti per la cura personale e per la cosmesi confezionati in formati più piccoli, nati per soddisfare le esigenze di flessibilità e di praticità di trasporto dei consumatori.



² Fonte: TechValidate (<https://www.techvalidate.com/tvid/D14-838-E1B>)

³ Fonte: TechValidate (<https://www.techvalidate.com/tvid/F25-C60-8DF>)

La scelta della tecnologia di codifica corretta per l'applicazione specifica

È fondamentale collaborare con un partner per la codifica e la marcatura che conosca bene il brand del prodotto e che, di conseguenza, sappia proporre la soluzione di codifica ideale a seconda della situazione. I produttori di cosmetici per uomo si concentrano maggiormente sulla qualità rispetto alla velocità, dal momento che le loro linee di produzione prevedono spesso anche attività da svolgere manualmente. Questo significa che l'aspetto finale della codifica o della marcatura è estremamente importante.

Videojet collabora con i propri clienti per garantire un risultato "curato" fin nei minimi dettagli, trovando il giusto abbinamento di colori, forme e posizionamento dei codici per ottenere una perfetta armonia con il design del packaging. I sistemi laser, per esempio, sono spesso utilizzati nel settore della cosmesi per uomo, poiché consentono di effettuare una marcatura nitida di codici, loghi e testi direttamente su etichette e confezioni. L'uso della tecnologia laser è inoltre ideale per il packaging in vetro, poiché crea una finitura di qualità molto elevata, soprattutto quando tale tecnologia viene impiegata per rimuovere lo strato superiore di pittura dai flaconi decorati.



Getto d'Inchiostro Continuo (CIJ)



- Si tratta di una soluzione versatile per la codifica diretta sulle chiusure, sul packaging e sulle etichette, soprattutto quando le confezioni presentano forme e dimensioni differenti.
- Con i suoi costi iniziali ridotti, la stampa CIJ è la soluzione ideale per i clienti che stampano codici bidimensionali di base e numeri di lotto o batch.

Thermal InkJet (TIJ)



- Codici ad alta risoluzione vengono stampati su carta, cartone e altri tipi di contenitori specifici.
- Utilizzando cartucce HP, la tecnologia TIJ elimina di fatto le fuoriuscite di inchiostro e la presenza di sporco, integrandosi facilmente nelle linee di produzione.

Trasferimento Termico (TTO)



- Quando si parla di packaging flessibile, il Trasferimento Termico (TTO) rappresenta la soluzione ideale per stampare su pellicole e film in plastica prima della fase di riempimento.
- Questa tecnologia offre la possibilità di codificare numeri, loghi, nomi e persino codici a barre sulle buste in plastica.

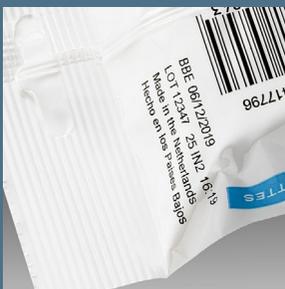
Sistemi di marcatura laser



- Sono versatili e facili da usare su tutta una serie di substrati diversi, quali per esempio cartone, plastica, vetro e altri tipi di materiali e packaging.
- Poiché non impiegano inchiostri e solventi, i laser riducono la necessità di materiali di consumo aggiuntivi, minimizzando così l'impatto ambientale.

Un altro fattore importante per le aziende di prodotti cosmetici per uomo è rappresentato dalla velocità con cui si effettuano le sostituzioni dei prodotti. Spesso i produttori si trovano a dover gestire diversi tipi di prodotti in cicli di produzione brevi, per cui i cambi di prodotto sulla linea sono frequenti e, conseguentemente, vi è un maggior rischio di commettere errori. La maggior parte delle stampanti e dei codificatori di Videojet è dotata dell'interfaccia CLARiTY™: una semplice interfaccia "universale" che può essere utilizzata per il setup dei lavori e che garantisce l'applicazione dei codici corretti sui prodotti corretti, contribuendo a ridurre gli errori, le rilavorazioni e gli scarti. La capacità di ridurre i tempi di sostituzione dei prodotti e di aumentare il livello di integrità e di correttezza dei codici permette alle aziende di concentrarsi maggiormente sulla fase di produzione vera e propria.

In sintesi, la continua crescita del mercato dei prodotti cosmetici per uomo obbliga le aziende del settore a tenersi al passo con le nuove tendenze. L'ampia gamma delle soluzioni di Videojet per la codifica e la marcatura consente di abbinare perfettamente la codifica al design del packaging, contribuendo a produrre un codice di alta qualità, in grado di arricchire il packaging stesso e di armonizzarsi con il brand.

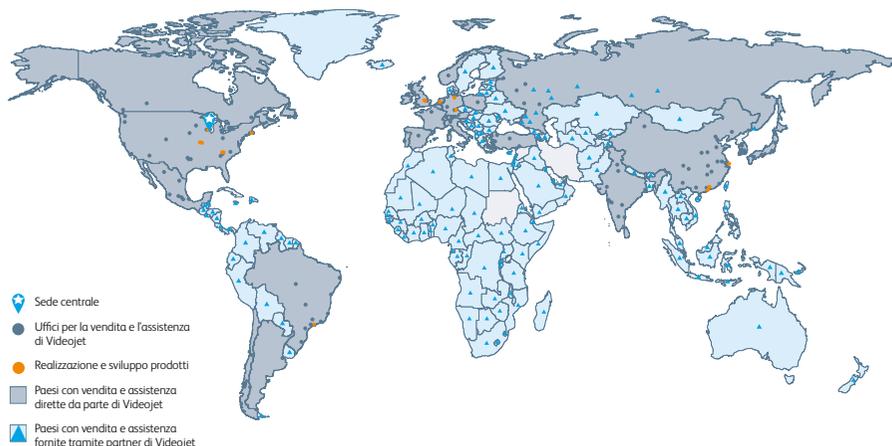


Uptime Peace of Mind: la tranquillità è ormai uno standard!

Leader mondiale nel mercato dell'identificazione di prodotto, Videojet Technologies Inc. realizza soluzioni di stampa, codifica e marcatura in linea, fluidi specifici per ogni applicazione e servizi di assistenza per il ciclo di vita del prodotto (LifeCycle Advantage™).

Il nostro obiettivo è stabilire relazioni di partnership con i clienti nei settori dei beni di largo consumo, dei prodotti farmaceutici e industriali, allo scopo di migliorare la produttività di queste aziende, proteggerne e farne crescere i marchi e, in sintesi, contribuire al loro vantaggio competitivo. Forte della propria leadership nelle tecnologie a Getto d'Inchiostro Continuo (CIJ), Thermal InkJet (TIJ), Case Coding e Labelling (LCM e LPA), Trasferimento Termico (TTO) e Laser, e in ragione di un'esperienza consolidata in ogni tipo di applicazione, Videojet vanta oltre 345.000 unità installate in tutto il mondo.

I clienti di Videojet si affidano alle nostre soluzioni per stampare e codificare ogni giorno oltre 10 miliardi di prodotti. Inoltre, i 4.000 professionisti di Videojet offrono ai clienti di 26 Paesi supporto diretto in materia di vendite, applicazioni, assistenza e formazione. Infine, il network di Videojet include oltre 400 distributori e OEM che riforniscono 135 Paesi.



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)