

Cosmesi, Personal e Home Care

Considerazioni sulla tecnologia di codifica durante la fase di design del packaging

La sfida

Il design del packaging rappresenta una fase fondamentale nella costruzione dell'identità del marchio: una confezione ben concepita può fare la differenza, rendendo un prodotto leader di mercato (o determinandone l'insuccesso nel caso contrario). Sono molti gli sforzi profusi per il design del packaging. Tuttavia, in questo processo, ci si dimentica dei codici. Eppure, un codice fuori posto, distorto o non chiaro sulla confezione rischia di rovinare un design che altrimenti risulterebbe di grande impatto. I codici scadenti risultano difficili da leggere e sminuiscono quell'aspetto perfetto che ci si attende da una confezione ben progettata. Considerare la tecnologia di codifica in fase di design del packaging aiuta le aziende a evitare codici brutti e a migliorare il packaging stesso nel suo complesso.

I vantaggi di Videojet

Prima ancora di suggerire la soluzione di codifica più adatta per il tipo di packaging specifico, Videojet collabora con i propri clienti per valutare e testare le confezioni nei propri laboratori, effettuando su di esse le prove e le campionature più opportune. Tra le avanzate soluzioni tecnologiche offerte da Videojet si possono citare:

- le stampanti a Getto d'Inchiostro Continuo (CIJ), in grado di effettuare una codifica senza contatto sulla maggior parte dei substrati, anche grazie all'impiego di inchiostri speciali;
- le stampanti Thermal InkJet (TIJ), che utilizzano inchiostro per la codifica sui substrati porosi e cartacei;
- i sistemi di marcatura laser, che garantiscono codici permanenti su differenti tipologie di confezioni;
- le stampanti a Trasferimento Termico (TTO), specifiche per la codifica su film e pellicole flessibili mediante l'utilizzo di un ribbon.

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 per il settore della cosmesi e dei prodotti per la cura personale e della casa, in quanto rappresenta ciò che appare ai clienti "a prima vista". I consumatori si basano sull'impatto del packaging per individuare e scegliere i prodotti preferiti sugli scaffali: pertanto un design particolarmente azzeccato e interessante può catturare la loro attenzione. Molte aziende di cosmesi e di prodotti per la cura personale e della casa investono parecchio tempo e denaro nello sviluppare e nel tentare di realizzare la propria idea di packaging perfetto. Tuttavia, spesso la codifica non viene presa in considerazione in questo processo, benché essa possa avere un impatto rilevante sull'aspetto del prodotto finito.

Date di scadenza, codici di batch o di lotto fuori posto possono infatti ridurre l'attrattiva di una confezione che altrimenti risulterebbe accattivante, facendola apparire sciatta e dissuadendo di conseguenza i consumatori dall'acquistarla. Ma, considerando preventivamente i contenuti e la tipologia del codice (nonché la tecnologia di codifica) già durante il processo di design, si può garantire al packaging finale l'aspetto migliore possibile, evitando che un codice di scarsa qualità possa influire negativamente sul "Look & Feel" del prodotto. Inoltre, conoscere e comprendere le diverse tecnologie di codifica disponibili per la marcatura del packaging consente alle aziende di sfruttare al meglio il processo di produzione, anziché "scontrarsi" con esso.

Durante il processo di design del packaging, è bene porsi alcune domande.

1. Con quale materiale sarà realizzato il packaging?

Il tipo di substrato della confezione deriva solitamente dalla forma del prodotto, dalle sue caratteristiche e dall'uso. 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 packaging è il fattore più importante, vale a dire quello che determina quale tecnologia di codifica sarà la più indicata per quel determinato substrato. Ad esempio, alcuni tipi di plastica vengono marcati con difficoltà, a causa della scarsa aderenza dell'inchiostro al materiale o della mancanza di contrasto.

Per garantire un codice ottimale, bisogna ponderare bene le diverse funzionalità e specificità delle tecnologie di codifica variabile da utilizzare sul substrato. Se si deve impiegare un particolare tipo di materiale per il packaging di un prodotto, va considerata la possibilità di aggiungere un'area apposita dove la codifica possa "attecchire" meglio. Ad esempio, sugli astucci in cartone vi sono spesso piccole aree da cui viene rimosso uno strato di rivestimento o di vernice, perché sarebbe altrimenti difficile applicarvi il codice: in questo modo, invece, le soluzioni di codifica che utilizzano inchiostro possono aderire meglio alla superficie. Queste aree vengono generalmente chiamate "knock-out" e possono essere create sia sulle etichette che sulle 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 packaging, al fine di aumentare il livello di leggibilità del codice.

Anche il colore del materiale con cui la confezione viene realizzata può incidere sulla qualità del codice. Ad esempio, se un prodotto per la pulizia richiede un contenitore in HDPE, ma è altrettanto importante che il codice sia leggibile da parte del consumatore, va considerato l'impiego di colori chiari per ottenere un maggior livello di contrasto. Un'altra opzione consiste nell'includere additivi speciali al packaging presso il "converter", al fine di ottimizzare la resa delle tecnologie di codifica variabile. Per esempio, Datalase® è un prodotto che può essere aggiunto al packaging o alle etichette per consentire al raggio laser di creare una marcatura scura e leggibile sulla superficie, dando l'impressione che il codice sia prestampato.

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

I contenuti presenti sulla parte esterna del packaging servono sia a informare i consumatori che a rispettare i requisiti normativi. Tuttavia, può risultare difficile mantenere tali informazioni costantemente aggiornate e garantirne la veridicità. Tenere a mente quali sono le informazioni stampate sulla confezione e quale tecnologia viene impiegata per stamparle può aiutare le aziende nel processo di ottimizzazione del packaging. Spesso la maggior parte delle informazioni incluse nel design della confezione viene stampata presso il "package converter" (e non nel sito di produzione). Questo riduce la flessibilità della produzione stessa, introduce costi aggiuntivi di gestione dell'inventario e lascia spazio a potenziali errori di confezionamento e a prodotti male etichettati.

Se un'azienda realizza prodotti che cambiano di frequente, possiede molte linee, utilizza molti colori oppure propone design diversi in base alla stagionalità potrebbe in questi casi, sul piano della personalizzazione del packaging, prevedere di prestampare meno informazioni, utilizzando le soluzioni di codifica variabile durante la produzione.

Infatti, una tecnologia di codifica avanzata è presumibilmente in grado stampare direttamente in linea buona parte delle stesse informazioni che vengono in genere prestampate. Scegliere le opzioni di codifica variabile in linea consente alle aziende di stampare icone, codici a barre, testi e altre informazioni direttamente sul packaging in fase di produzione. In questo modo, è possibile ridurre l'inventario di confezioni prestampate, nonché minimizzare le difficoltà che derivano dal dover impiegare tanti tipi di packaging diversi. Si riuscirà inoltre a guadagnare quella flessibilità che consente di personalizzare facilmente i prodotti con informazioni specifiche per Paese, promozionali o stagionali, con il solo tocco di un pulsante e praticamente senza costi aggiuntivi.

3. In che modo gli acquirenti e i consumatori utilizzano i codici?

Fornire informazioni e codici che verranno letti dai consumatori anche dopo l'acquisto aiuta le aziende ad aumentare il grado di fedeltà al marchio, garantisce l'autenticità del prodotto e offre informazioni di marketing di valore inestimabile. Tuttavia, il coordinamento di questo tipo di interazioni tra il marchio e gli acquirenti può risultare difficile. La codifica variabile consente di apporre codici univoci su ciascuna confezione: per tale ragione, si tratta di una soluzione adottata da un numero sempre maggiore di retailer per tracciare e autenticare i prodotti. Questo tipo di identificazione delle unità di prodotto, combinata ad applicazioni mobili o online e ai siti web, può anche dare il via a un dialogo "attivo" con i clienti e incoraggiarne l'interazione con il marchio, attraverso giochi promozionali, codici a barre scansionabili e numeri di registrazione. Ad esempio, è possibile aggiungere codici univoci sui flaconi di shampoo o di detergente, i quali, una volta inseriti online, regalano punti fedeltà. Questi tipi di programmi e di meccanismi, oltre a coinvolgere attivamente il cliente, sono in grado di fornire alle aziende parecchi dati preziosi relativi ai propri consumatori, quali le loro preferenze, le loro propensioni e le loro inclinazioni all'acquisto.



Codice illeggibile e posizionato scorrettamente

Codice integro e posizionato in un riquadro Datalase®

Conclusioni

Videojet consente alle aziende di utilizzare una tecnologia di codifica variabile in grado sia di armonizzarsi perfettamente con il design del packaging che di ridurre la necessità di contenuti di codice prestampati. Il competente team di vendita di Videojet collabora sempre con i clienti per esaminare i vantaggi delle differenti tecnologie di codifica e, successivamente, procede a far realizzare le opportune campionature di prova del codice, in modo da aiutarli già durante la fase di design della confezione. 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 praticamente per ogni tipologia di packaging.

Consentite a Videojet di aiutarvi a individuare la soluzione di stampa ideale per soddisfare i vostri specifici obiettivi di produzione e le vostre esigenze in termini di prestazioni.

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)

©2017 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. Datalase® è un marchio aziendale registrato di Datalase Ltd.

Nota Applicativa Cosmesi, Personal/Home Care-Considerazioni sulla Tecnologia di Codifica in Fase di Design del Packaging-0517
Realizzato negli U.S.A.
Stampato in Italia-0517

