

Ulotka użytkowa



## Produkty mleczarskie Trendy umiejscawiania kodów na produktach mleczarskich: Zaspokojenie potrzeb sprzedawców detalicznych, konsumentów, pracowników ds. marketingu marki i działów produkcji



**Globalne prognozy dotyczące branży mleczarskiej mówią o niskim, jednocyfrowym<sup>1</sup> wzroście. Dlatego też tylko ci producenci, którzy spełnią oczekiwania wymagających rynków konsumenckich (jakość produktów i opakowań) będą w stanie uzyskać lepsze wyniki niż konkurencja. Produkty mleczarskie są nieodłącznym składnikiem menu rodzin, a duża część konsumentów kupuje je, kierując się koniecznością, ceną i jakością.**

### Wyzwanie:

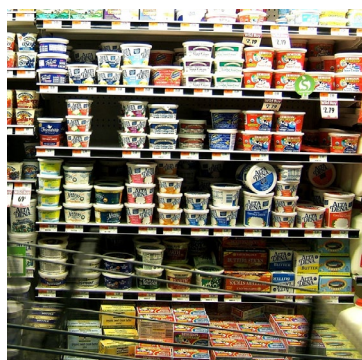
Wielu producentów z branży mleczarskiej umieszcza kody na wieczkach opakowań, gdyż jest to łatwo dostępne miejsce do wykonania nadruku. Niestety wieczko może zostać łatwo zamienione przez pomyłkę na inne lub spaść z opakowania, co oznacza utratę kodu i jego funkcji (łatwa identyfikacja świeżości i informacji dotyczących produkcji). Aby ułatwić zadanie sprzedawcom detalicznym i konsumentom, producenci przechodzą na umieszczanie kodów na głównej części opakowania produktu. Ta zmiana jest pozytywnie odbierana przez właścicieli marek, którzy chcą oddzielić kody od lokalizacji grafiki i oznaczenia marki. Może ona jednak stanowić wyzwanie dla tych urządzeń do znakowania, które nie są zaprojektowane do drukowania w ograniczonych przestrzeniach, zwłaszcza z dużą prędkością.

### Atuty oferty Videojet:

Produkty mleczarskie mają z natury krótki okres przydatności do spożycia, łatwo się psują i najlepiej smakują, gdy są możliwie świeże. Z tego względu niezbędne są łatwo widoczne, wyraźne, precyzyjne i spójne oznaczenia. Drukowanie tych oznaczeń bezpośrednio na głównym opakowaniu wymaga trwalszych i bardziej wszechstronnych urządzeń do znakowania w porównaniu ze znakowaniem w łatwiej dostępnych miejscach, takich jak wieczka. Firma Videojet, ogólnoświatowy lider technologii ciągłego druku atramentowego (CIJ), oferuje rozwiązania do drukowania z dużą prędkością i praktycznie w każdym kierunku na większości materiałów opakowaniowych — nawet w ograniczonych przestrzeniach. Głowica drukująca modelu Videojet 1860 nachylona pod kątem 45 stopni zapewnia więcej możliwości montażu w celu umieszczenia głowicy drukującej możliwie blisko opakowań, zwłaszcza w przypadku kartonów z „daszkiem” i innych opakowań o nachylonych powierzchniach. Ponadto w naszej opatentowanej głowicy drukującej CleanFlow™ zastosowano przepływ powietrza pod ciśnieniem, który pozwala uniknąć gromadzenia się osadu atramentu i zanieczyszczeń na głowicy. Rozwiązanie to jest szczególnie przydatne podczas znakowania opakowań od spodu. Drukarki Videojet o doskonałej jakości druku w zimnych, mokrych i wilgotnych warunkach oraz mniejszej skali niezbędnej konserwacji standardowo charakteryzują się dostępnością na poziomie 99,9% i zapewniają nieskazitelnie czyste oznaczenia opakowań w produkcji mleczarskiej.

<sup>1</sup> 2016 Dairy Market Trends in Packaging and Processing Operations, The Association for Packaging and Processing Technologies, styczeń 2017 r.

# Ryzyko i znaczenie umiejscowienia kodu

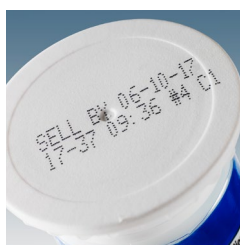


**Sprzedawcom detalicznym zależy na tym, aby producenci umieszczali kody na głównej części opakowania. Takie rozwiązanie jest dobre dla konsumentów, detalistów i producentów, którzy chcą mieć możliwość łatwiejszego sprawdzania świeżości i śledzenia produktów łatwopujących się. Skorzystaliby na nim również właściciele marek, dla których ważne jest wyróżnienie produktów na zatłoczonych półkach sklepowych.**

## Umieszczanie kodów na wieczkach

Przy braku standaryzacji umiejscowienia kodów daty i partii na produktach mleczarskich, wielu producentów umieszcza kody z boku lub na górze wieczka. Związane z tym ryzyko polega na tym, że w przypadku utraty wieczka konsumenci i sprzedawcy detaliczni nie mogą uzyskać informacji o dacie ważności i partii. Bez tych informacji nie można zapewnić rotacji i skutecznego zarządzania asortymentem, a zwrot produktów może być znacznie trudniejszy. Co więcej, jeśli konsumenci nie będą mieć dostępu do tych informacji, nie będą skłonni do zakupu produktu, co zmniejszy sprzedaż i może niekorzystnie wpłynąć na reputację marki.

Ryzyko związane z utratą kodów partii na wieczkach uwidacznia duża kampania zwrotu produktów mleczarskich, do której doszło w kwietniu 2015 roku w Stanach Zjednoczonych. Duży producent z branży mleczarskiej zmuszony był wycofać z rynku 30 mln litrów (8 mln galonów) lodów z powodu zanieczyszczenia bakteriami z rodzaju Listeria. Na swojej witrynie internetowej producent zamieścił informacje dla konsumentów pozwalające zidentyfikować produkty z zakładów, w których wystąpiło skażenie, na podstawie kodów partii. Kody te były jednak wydrukowane na wewnętrznej stronie wieczek, co utrudniało dostęp do nich sprzedawcom detalicznym i konsumentom oraz zwiększało prawdopodobieństwo, że niektóre pokrywki z kodami zostały już wyrzucone przez konsumentów.





## Osiągnięcie równowagi pomiędzy potrzebami produkcyjnymi i marketingowymi

Właściciele marek będą skłonni popierać rozwiązanie umożliwiające znakowanie na określonej powierzchni głównej części opakowania. Przeniesienie oznaczeń pozwoli specjalistom od marketingu zoptymalizować wygląd opakowania po wyeliminowaniu z wieczek czy folii opakowań kody odwracające uwagę klienta. Należy również wziąć pod uwagę wpływ zmiany lokalizacji oznaczeń na proces produkcji, w tym wydajność, jakość znakowania i konserwację drukarki. Oznaczenia nadal muszą być czyste, wyraźne i łatwo widoczne. Zmiana lokalizacji nadruku na mniej dostępną nie musi oznaczać obniżenia ogólnej wydajności. Trzeba też pamiętać, że drukarka musi być przystosowana do nowych wymagań.

Kwestie, które należy wziąć pod uwagę:

- Zdolność kodera do drukowania w różnych orientacjach (tj. zadruku od dołu na spodzie pojemnika)
- Zdolność kodera do drukowania na ograniczonej powierzchni opakowania
- Konfigurację urządzeń w linii produkcyjnej i urządzeń do znakowania oraz możliwość zmiany orientacji
- Zdolność kodera do prawidłowego drukowania kodów wysokiej jakości z czcionkami o różnych rozmiarach
- Wymagane prędkości linii produkcyjnych
- Wyzwania ze strony środowiska produkcyjnego
- Charakterystykę opakowania (projekt graficzny, kształt), która może mieć wpływ na jakość znakowania



Przykłady oznakowań utrudniających odczyt informacji o produkcie

## Wnioski

Producenci z branży mleczarskiej zaczynają przechodzić ze znakowania na wieczku opakowania na znakowanie głównej części pojemnika produktu. Zmiana ta ma na celu spełnienie wymagań sprzedawców detalicznych, zwiększenie zaufania konsumentów i poziomu sprzedaży oraz ułatwienie producentom ewentualnego wycofania produktu z rynku. Również specjaliści ds. marketingu z uznaniem przyjęliby taką zmianę, ponieważ informacje o marce na opakowaniu produktu nie byłyby zakłócone przez oznakowanie. Jednak podobnie jak w przypadku każdej innej zmiany opakowania produktu ważne jest, aby dokładnie przeanalizować i spełnić wymagania wszystkich zainteresowanych stron, w tym działu produkcji.



## Podsumowanie

Firma Videojet wie, jak ważna jest równowaga pomiędzy spełnieniem wymagań sprzedawców detalicznych, konsumentów i specjalistów ds. marketingu a spełnieniem wymagań działu produkcji. Aby spełnić te wymagania, oferujemy szereg rozwiązań CIJ idealnie przystosowanych do branży mleczarskiej, które zapewniają:

- Kody w wysokiej rozdzielczości na szerokiej gamie materiałów, takich jak tworzywa sztuczne, szklane butelki, karton i folia elastyczna
- Specjalistyczne atramenty o dużej przyczepności, idealne do znakowania w środowiskach o zmiennej temperaturze i wilgotności
- Opatentowaną technologię głowicy drukującej CleanFlow™, która pozwala zachować czystość i optymalne działanie głowicy drukującej
- Drukarki o dużych możliwościach i wysokiej szybkości, które drukują dwu- i trzywierszowe kody z wyjątkowo wysoką jakością nawet w ograniczonej przestrzeni

**Aby uzyskać więcej informacji lub zamówić bezpłatną kontrolę linii produkcyjnej, prosimy o kontakt z lokalnym przedstawicielem handlowym firmy Videojet.**

Zadzwoń pod numer **887 444 600**  
napisz na adres **handel.em@videojet.com**  
lub odwiedź stronę **www.videojet.pl**

Videojet Technologies Sp. z o.o  
Ul. Kolejowa 5/7  
01-217 Warszawa, Polska

© 2017 Videojet Technologies Inc. — wszelkie prawa zastrzeżone.

Polityka firmy Videojet Technologies przewiduje ciągłe doskonalenie oferowanych produktów. Zastrzegamy sobie prawo do wprowadzania zmian w konstrukcji lub w parametrach bez uprzedniego powiadomienia.

