



Nota applicativa



Industria lattiero-casearia

Le tendenze sul posizionamento dei codici nel settore lattiero-caseario: la soddisfazione delle esigenze differenziate di rivenditori, consumatori, esperti di marketing e produzione



In base alle previsioni, la crescita dell'industria globale sarà limitata e si prevede sia nell'ordine di pochissimi punti percentuali¹: per questo motivo, i produttori del settore lattiero-caseario che riusciranno a intercettare le nuove esigenze dei clienti in termini di packaging e di gusti si troveranno nella posizione migliore per beneficiare di un grande vantaggio nell'ambito dello scenario competitivo. I prodotti lattiero-caseari rappresentano un elemento essenziale nelle abitudini alimentari delle famiglie, ma molti consumatori tendono ad acquistarli in base a necessità, prezzo e qualità.

La sfida

Molti produttori del settore lattiero-caseario tendono a collocare i codici sui coperchi e sui lid dei prodotti, in quanto si tratta di posizioni di stampa particolarmente accessibili. Sfortunatamente, i coperchi e i lid vengono spesso sostituiti o gettati via, con la conseguente perdita del codice (e quindi delle informazioni relative a freschezza e produzione) se quest'ultimo si trova in tale posizione. Per risolvere questo problema, i produttori stanno nel tempo modificando la posizione dei codici, spostandoli sul corpo principale del packaging. Questo cambiamento viene particolarmente apprezzato dai proprietari dei marchi, i quali preferiscono che i codici siano posizionati lontano da grafica e immagini relative al brand. Tuttavia, effettuare tale spostamento di posizione può risultare una sfida complessa per quei sistemi di codifica che non sono stati progettati per stampare in aree particolarmente ristrette (e che per giunta non riescono a stampare a velocità elevate, come spesso è necessario).

I vantaggi di Videojet

Per propria natura, i prodotti lattiero-caseari hanno una durata sullo scaffale limitata, vanno consumati il prima possibile e sono rapidamente soggetti a deterioramento. Per questo motivo, è assolutamente fondamentale che i relativi packaging presentino codici chiari, precisi e uniformi in uno spazio ben visibile e immediatamente riconoscibile. E stampare tali codici direttamente sul corpo principale del packaging impone che vi siano sistemi di codifica dotati di una resistenza e di una flessibilità superiori rispetto a quelli impiegati per stampare in posizioni più accessibili, come coperchi e lid. In qualità di leader globale nella tecnologia di stampa a Getto d'Inchiostro Continuo (CIJ), Videojet offre soluzioni specifiche che consentono di stampare a elevate velocità, praticamente con qualsiasi orientamento e sulla maggior parte dei materiali di cui è costituito il packaging, anche all'interno di spazi ristretti. Per esempio, la speciale testa di stampa inclinata a 45° del modello Videojet 1860 offre molteplici opzioni di montaggio e consente di posizionare la testa il più vicino possibile al prodotto, specialmente nelle applicazioni che presentano angoli o nel caso di packaging "gable top". Inoltre, la testa di stampa con tecnologia brevettata CleanFlow™ (presente sulla maggior parte dei modelli della Serie 1000 di Videojet) è dotata di un flusso d'aria positiva che aiuta a mantenerla priva di accumuli e residui, vantaggio che si rivela particolarmente utile in caso di stampa effettuata sul fondo del packaging, con un orientamento dal basso verso l'alto. Assicurando un'eccellente qualità di stampa in ambienti produttivi freddi e umidi e richiedendo meno manutenzione, le stampanti CIJ di Videojet vantano di norma il 99,9% di disponibilità (Availability) e si rivelano la scelta ottimale per marcare codici assolutamente perfetti sui prodotti e sui packaging di questo settore.

¹ Fonte: "2016 Dairy Market Trends in Packaging and Processing Operations". The Association for Packaging and Processing Technologies, gennaio 2017.

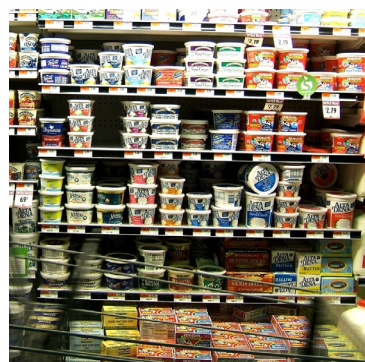
I rischi e l'importanza del posizionamento dei codici



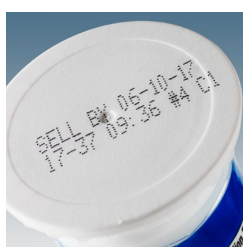
Il posizionamento dei codici su coperchi e lid

In assenza di uno standard per quanto riguarda il posizionamento di codici con date e numeri di lotto sugli alimenti lattiero-caseari, molti produttori li posizionano sul lato o sulla parte superiore del coperchio o del lid. Tuttavia, poiché la copertura può andare perduta, consumatori e rivenditori rischiano di non disporre più delle informazioni relative a lotto di produzione e data di scadenza. Senza queste informazioni le scorte non possono essere "ruotate" né gestite in maniera efficace, e le eventuali procedure di richiamo dei prodotti possono risultare fortemente ostacolate. Inoltre, nel caso i consumatori non abbiano più visibilità su queste informazioni, potrebbero decidere di non acquistare più quel particolare prodotto, col conseguente rischio di un crollo delle vendite e, potenzialmente, con danni anche alla reputazione del brand.

Questi rischi relativi alla perdita dei codici sui coperchi si sono per esempio concretizzati nel caso di un consistente richiamo di prodotti lattiero-caseari avvenuto nell'aprile 2015 negli Stati Uniti. Una primaria azienda del settore si è trovata nella condizione di dover richiamare circa 30 milioni di chili di gelato a causa di una contaminazione di listeria. Sul proprio sito web, l'azienda ha inserito le informazioni per aiutare i clienti a individuare i prodotti implicati, provenienti dagli stabilimenti produttivi che utilizzavano e stampavano determinati testi e codici di lotto. Tuttavia, tali codici venivano stampati all'interno dei coperchi dei contenitori. Pertanto, le informazioni erano difficili da reperire sia per i rivenditori che per i consumatori, senza contare l'alta probabilità che i coperchi fossero già stati gettati via dopo il consumo (e, insieme a essi, anche i relativi codici).



I rivenditori richiedono con sempre maggior insistenza ai produttori di posizionare i codici sul corpo principale del packaging. Questo cambiamento è senza dubbio positivo per consumatori, rivenditori stessi e produttori, che puntano a loro volta a ottenere una maggiore visibilità sulla freschezza e una più agevole tracciabilità dei prodotti deperibili. Anche i proprietari dei marchi, in continua competizione per rendere riconoscibile il proprio brand all'interno di punti vendita che offrono una vastissima scelta di prodotti, sono propensi ad accogliere favorevolmente questo cambiamento.





Il giusto equilibrio tra esigenze di produzione ed esigenze di marketing: un bilanciamento complesso

In genere, i proprietari dei marchi sono propensi ad “abbracciare la causa” dello spostamento dei codici e a riposizionarli sul corpo principale del packaging e in spazi definiti. Il riposizionamento dei codici consentirà agli esperti di marketing di ottimizzare l’aspetto complessivo del packaging stesso (senza doversi preoccupare di codici stampati su lid, coperchi o foil delle confezioni, che rischierebbero di distrarre i consumatori). D’altro canto, è importante tenere nella dovuta considerazione quali saranno i potenziali effetti sulla produzione conseguenti a tale spostamento dei codici: per esempio, quale velocità effettiva si potrà raggiungere, quale sarà la qualità dei codici e quali necessità di manutenzione delle stampanti si presenteranno? I codici dovranno comunque risultare sempre chiari, facilmente visibili e perfettamente leggibili. E una posizione di codifica più complessa non dovrà in alcun modo impattare negativamente sulla capacità produttiva. Infine, una stampante che possa definirsi adeguata dovrà essere in grado di far fronte a nuovi eventuali requisiti di codifica e a esigenze di stampa in costante cambiamento. In questo generale scenario, sono molteplici i fattori da considerare nella scelta di una soluzione ottimale per la codifica:

- la capacità del codificatore di stampare con diversi orientamenti (ad esempio, stampare sul fondo del packaging, con un orientamento dal basso verso l’alto);
- il livello di flessibilità del codificatore e la sua conseguente capacità di stampare sui ristretti spazi a disposizione sul packaging;
- il setup complessivo della linea e del sistema di codifica, al fine di valutare la fattibilità di un eventuale nuovo orientamento della codifica;
- la capacità del codificatore di stampare correttamente codici di alta qualità con caratteri di dimensioni variabili;
- le velocità necessarie alla produzione;
- gli eventuali problemi e le criticità specifiche di un determinato ambiente produttivo;
- le caratteristiche precipe del packaging (visual design, forma o materiale con cui è realizzato) che potrebbero influire, positivamente o meno, sulla qualità finale dei codici.



Esempi di codici che compromettono il visual design del packaging e ostacolano la leggibilità di importanti informazioni sul prodotto e/o sul marchio

La questione in sintesi

Sono sempre più numerose le aziende lattiero-casearie che tendono a posizionare i codici non più sui coperchi e sui lid dei prodotti, ma sul corpo principale dei contenitori. Questo spostamento ha lo scopo di soddisfare i rivenditori, aumentare la fiducia e le vendite presso i consumatori e aiutare i produttori stessi in caso di richiami di prodotti.

Il cambiamento viene in genere apprezzato anche dagli esperti di marketing che, nel caso per esempio di uno spostamento dei codici sul fondo delle confezioni, sono più liberi di valorizzare la gradevolezza del packaging e di evidenziare liberamente il messaggio del brand sulla confezione stessa, senza più problemi o impedimenti.

Tuttavia, così come per qualsiasi altro cambiamento che riguardi il packaging dei prodotti, è importante effettuare un'attenta valutazione delle esigenze espresse da tutte le parti in causa, incluso il reparto di produzione.



Conclusioni

Videojet conosce e comprende bene quanto sia importante bilanciare le esigenze di rivenditori, consumatori ed esperti di marketing con quelle del team di produzione. Per soddisfare al meglio tali molteplici e differenziate necessità, Videojet offre una gamma di soluzioni a Getto d'inchiostro Continuo (CI) ideali per le attività di codifica sui prodotti lattiero-caseari, in grado di garantire:

- codici ad alta risoluzione su un'ampia gamma di materiali, tra cui bottiglie e vasetti in plastica o vetro, metalli, cartone e film flessibili;
- inchiostri speciali a elevata aderenza, specificamente formulati per la codifica in ambienti con condizioni variabili di temperatura e umidità;
- la tecnologia brevettata CleanFlow™, che aiuta a mantenere costantemente pulita la testa di stampa, consentendole di esprimere prestazioni sempre a livelli ottimali;
- stampanti caratterizzate da un alto livello di flessibilità e da una velocità superiore, capaci di produrre codici multiriga con una qualità di stampa eccezionale e di posizionarli anche in spazi ristretti.

Rivolgetevi con fiducia al vostro referente Videojet per richiedere ulteriori informazioni in merito, un'analisi della vostra linea di produzione o una campionatura di verifica sui substrati da voi utilizzati.

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.

Nota Applicativa Ind. Lattiero-Casearia-Trend sul Posizionamento dei Codici nel Settore-0717
Realizzato negli U.S.A.
Stampato in Italia-0817

