

All4Labels per il vino: proteggere l'identità e favorire l'interazione con i consumatori

scritto da Emanuele Fiorio | 3 Marzo 2023



Le soluzioni smart e digitali di [All4Labels](#) garantiscono alle aziende del settore vino una **duplice opportunità**: il massimo livello di protezione dalla contraffazione ([brand protection](#)) ed uno strumento di coinvolgimento ed interazione dei consumatori finali ([consumer interaction](#)), per migliorare brand reputation e la loyalty in fase di acquisto.

Per chiarire e approfondire questi due aspetti chiave, ho intervistato **Paola Iannone, VP Marketing & Communication di All4Labels**

Brand protection

L'identità dei brand del vino oggi va protetta, le etichette necessitano di protezione e sicurezza. Questo aspetto, assieme alla digitalizzazione, fa parte del DNA di All4Labels. Ci può fornire un quadro delle soluzioni che proponete per il settore vino?

Spinti da una forte attitudine verso la digitalizzazione e con oltre 25 anni di esperienza nella stampa digitale, noi di All4Labels siamo un partner di business per i brand del settore wine & spirits, in grado di fornire una consulenza dedicata a ridurre l'esposizione al rischio di contraffazione e ad incrementare il rapporto di fiducia con i consumatori finali.

Essere in grado di proteggere i propri prodotti dalla contraffazione gioca un ruolo cruciale per uno sviluppo virtuoso del brand sul mercato: come emerge dall'ultimo rapporto dell'OCSE e dell'EUIPO, le merci contraffatte e piratale hanno raggiunto 119 miliardi di euro nel 2019, pari al 5,8% di tutte le merci che entrano nell'UE.

Grazie ai nostri team di esperti in-house delle divisioni [Smart+Secure](#) e [QR Marketing](#) abbiamo sviluppato un'ampia gamma di soluzioni smart basate su una piattaforma cloud e combinate con tecnologie di rete (ID Tag). Si tratta di QR, NFC, RFID ed eRFID, ologrammi e soluzioni EAS – Electronic Article Surveillance.

QR Marketing è la vostra divisione dedicata alla protezione delle identità ubicate in Germania, con un team di esperti che si occupa di progettare assieme ai clienti, ad esempio, QR dinamici, univoci, serializzati. Di cosa si tratta e cosa significa QR dinamici?

Si tratta di **tag ID univoci**, che una volta integrati nel design dell'etichetta grazie alla stampa di dati variabili,

consentono la protezione del marchio, la verifica dell'integrità da parte del consumatore finale, la tracciabilità e rintracciabilità dei prodotti, oltre ad un'ampia gamma di possibilità di interazione e coinvolgimento del consumatore finale.

Grazie all'implementazione di tag identificativi, **l'etichetta diventa un ponte tra il brand e l'utente finale, per interagire e comunicare in modo trasparente e interattivo.** L'utilizzo dei tag ID univoci consente di promuovere innovazione e attitudine digitale, attraverso l'inserimento di informazioni online aggiuntive relative al prodotto o al marchio, mentre si garantisce la protezione del brand e dell'autenticità del prodotto. **Un vantaggio competitivo unico, che rafforzerà la reputazione del brand e l'affidabilità sul mercato.**

Le soluzioni di sicurezza che All4Labels propone sono realizzate interamente in-house ed altamente customizzabili. Cosa significa in termini pratici e quali sono i vantaggi per i produttori di vino?

Per i produttori di vino l'implementazione di **ID univoci all'interno delle proprie etichette rappresenta una duplice opportunità** di garantire, da un lato, il **massimo livello di protezione** dalla contraffazione e dalla pirateria, dall'altro, di avere a disposizione uno **strumento di coinvolgimento** dei consumatori finali, per migliorare la brand reputation e la loyalty in fase di acquisto.

Tali soluzioni smart e digitali consentono anche di realizzare una raccolta dati su piattaforma cloud, che noi di All4Labels mettiamo a disposizione dei nostri clienti, per tracciare e rintracciare i singoli prodotti in tutto il mondo e per **raccogliere informazioni** sull'utilizzo dei prodotti e sui tassi di riacquisto, **utili a supportare le successive campagne di vendita e scelte strategiche di marketing.**

Consumer interaction

State lanciando una nuova funzionalità denominata "QR Voice Messenger", una evoluzione del packaging che diventa interattivo e sensoriale ed in cui vengono coinvolti non solo vista e tatto ma anche udito. Quali sono le implicazioni per i consumatori?

Storicamente è sempre stato il tatto il senso che le etichette volevano stimolare, attraverso embossing, laminatura e altre finiture di pregio. Ad oggi, grazie alla soluzione promossa dalla nostra divisione QR Marketing, miriamo a **stimolare il consumatore finale anche attraverso la voce e l'ascolto di messaggi personalizzati, che rendono il prodotto unico con un coinvolgimento attivo** non solo di chi acquista il prodotto, ma anche di chi lo riceve. Il consumatore diventa parte attiva nella comunicazione del brand, rinforzando il legame di fiducia e l'identificazione con un set di valori condiviso.

La soluzione **QR Voice Messenger** rappresenta un virtuoso esempio di interazione che sa stimolare e ispirare il consumatore finale, amplificando le potenzialità dell'etichetta che diventa portatrice di un grande potere evocativo ed emozionale.

La potenzialità sensoriali di una etichetta interattiva si riallacciano alla costruzione del valore di un prodotto attraverso l'etichetta. Quali potrebbero essere le ulteriori evoluzioni nel futuro?

Si sceglie di acquistare un prodotto sulla base del rapporto di fiducia costruito nel tempo con il brand, il quale passa attraverso messaggi volti a condividere il valore del marchio, di cui l'etichetta è veicolo. Negli ultimi anni **abbiamo assistito a un'evoluzione dell'etichetta, che ad oggi non è più solamente uno strumento materico e fisico, ma diventa anche digitale**, aprendo la porta a realtà virtuali molto estese e a molteplici possibilità di interazione.

Ciò ci consente di costruire e progettare insieme ai nostri clienti una nuova consumer journey per i loro consumatori finali, trovando **nuove leve e nuovi stimoli per rinsaldare quel legame di fiducia** che in fase di acquisto fa la differenza.

Accanto al digitale, anche la sostenibilità guiderà sempre più il mercato del packaging del futuro: all'interno del nostro Centro di Eccellenza e con i nostri team di R&D abbiamo sviluppato un portafoglio di prodotti e servizi dedicati a fornire soluzioni sostenibili per il mercato del wine & spirit, volti anche a supportare i nostri clienti nello sviluppo di una maggiore consapevolezza relativa all'impatto dei propri prodotti.



The graphic is a promotional image for the QR Voice Messenger service. It features a dark blue background with a large circular graphic on the right. The circular graphic contains a smartphone displaying the app interface, a bottle with a QR code, and a QR code itself. Text within the circle includes: 'Invia un regalo personalizzato ai tuoi cari', 'Un regalo per:', '1. Scansiona il QR 2. Registra il messaggio 3. Regala la bottiglia', 'SCANSIONA IL QR E REGISTRA IL MESSAGGIO', and '2. Il consumatore accede alla piattaforma per registrare il proprio messaggio-regalo'. To the left of the circle, there is a red banner with the text 'BRAND PROTECTION INSIDE' and a lock icon. Below the banner, a list of four benefits is presented with checkmarks: 'Dati sulle abitudini di utilizzo: scansioni, orari, frequenza, lingua scelta, etc.', 'Customer engagement grazie a messaggi personalizzati, possibili con QR univoci', 'Prodotti unici - ogni scansione può regalare una diversa playlist/canzone', and 'Contenuto/audio da aggiornare in qualsiasi momento, opportunità di Up-&Cross-selling'. The All4Labels logo is in the top left corner.