

INTEGRITAG: All4Labels lancia un nuovo standard di sicurezza nell'etichettatura del vino e dei distillati

scritto da Emanuele Fiorio | 26 Gennaio 2024



La contraffazione nel settore vitivinicolo italiano rappresenta una minaccia in costante crescita: in risposta a questa sfida, **All4Labels** ha lanciato **INTEGRITAG**, un nuovo brand che nasce per ridefinire il futuro dell'etichettatura, offrendo soluzioni avanzate al fine di proteggere i marchi, salvaguardare l'identità e migliorare il coinvolgimento dei consumatori di vini e distillati.

Abbiamo avuto l'opportunità di intervistare **Jan-Niclas Bizot**, **Managing Director di INTEGRITAG**, per scoprire il funzionamento della tecnologia a doppia frequenza e i benefici che offre alle aziende del settore Wine & Spirits. Un'analisi approfondita delle soluzioni proposte da INTEGRITAG svelerà come la **combinazione di RFID, NFC e funzioni antimanomissione**

possa non solo proteggere i marchi da contraffazioni, ma anche aprire nuove prospettive nel modo in cui i consumatori interagiscono con i prodotti e vivono l'esperienza di consumo.

Qual è l'ispirazione dietro la creazione del marchio INTEGRITAG e come si prevede possa rivoluzionare il settore dell'etichettatura e del packaging?

Grazie a un team di professionisti ed esperti, INTEGRITAG, si pone come **obiettivo quello di aiutare le aziende a potenziare la lotta alla contraffazione**, efficientando la produzione e, al contempo, aumentando l'interazione e il **coinvolgimento del consumatore**, avvalendosi, peraltro, di soluzioni amiche dell'ambiente, come gli **eRFID**.

In riferimento al mercato Wine & Spirits, INTEGRITAG introduce, con la sua innovativa **etichetta a doppia frequenza**, una soluzione di sicurezza multilivello incapsulata in una singola etichetta a collo di bottiglia, in grado di offrire una protezione completa per affrontare le sfide poste dalle attività di contraffazione.

Come funziona l'etichettatura a doppia frequenza e quali vantaggi offre alle aziende nel settore Wine & Spirits in termini di salvaguardia dell'autenticità e della sicurezza del prodotto?

Il primo livello di protezione incluso nell'etichetta a doppia frequenza è rappresentato dalla componente **RAIN RFID**, che utilizza la radiofrequenza e garantisce prestazioni eccezionali anche in ambienti difficili. Questa caratteristica aumenta la sicurezza, consentendo la precisa tracciabilità in tempo reale in ogni fase del ciclo di vita del prodotto, lungo tutta la supply chain. Ciò non solo riduce al minimo gli errori, ma impedisce anche il commercio parallelo e le attività del mercato grigio.

Il secondo livello di protezione è affidato alla tecnologia **NFC (Near Field Communication)**. Un chip NFC funziona come una parte di un collegamento wireless. Una volta attivato da un altro chip, piccole quantità di dati possono essere trasferite tra i due dispositivi. Questo componente instaura un legame diretto tra il prodotto e il consumatore finale, migliorando la sicurezza attraverso una comunicazione attiva, consentendo ai marchi di stabilire un legame diretto con il cliente, aumentando la sua soddisfazione e la sua lealtà.

L'etichetta a doppia frequenza, inoltre, incorpora anche funzioni antimanomissione, fornendo una prova concreta che una bottiglia non sia stata aperta in precedenza. Questo elemento cruciale impedisce il riempimento di bottiglie originali, garantendo l'autenticità e l'integrità del prodotto, rafforzando la fiducia dei clienti nel brand.

Cos'è la piattaforma SaaS & Data Analytics, come contribuisce a garantire l'autenticità dei prodotti e quali benefici aggiuntivi porta con sé?

Ogni interazione genera dati preziosi, raccolti meticolosamente nella nostra piattaforma **SaaS & Data Analytics**. Questa piattaforma consente di avere aggiornamenti in tempo reale fornendo un **accesso immediato a movimenti di prodotti sospetti**. In questo modo, è possibile rilevare e tracciare le attività del mercato grigio e i prodotti contraffatti. Inoltre, i dati raccolti offrono **approfondimenti sul comportamento dei consumatori**. Essi consentono di comprendere il ciclo di vita del prodotto nonché le dinamiche d'acquisto, aprendo la via per attività di cross-selling e marketing mirato. L'approccio basato sull'analisi dei dati contribuisce in modo significativo a un processo decisionale informato sia nel settore RAIN RFID che in quello NFC.

Quali sono gli impatti previsti sull'esperienza

del consumatore ed in che modo si possono utilizzare queste tecnologie per rendere più avvincente e coinvolgente l'acquisto?

Integrando perfettamente RFID, NFC e funzioni antimanomissione, **le nostre etichette a doppia frequenza:**

- garantiscono la trasparenza della catena di approvvigionamento,
- stabiliscono connessioni emotive con i consumatori,
- rafforzano l'autenticità di ogni bottiglia,
- prevengono le frodi.

Questa soluzione innovativa non è soltanto un passo avanti nella lotta alla contraffazione, ma **rappresenta anche un'opportunità per abbracciare uno storytelling più accattivante**, presentando l'acquisto come una modalità per vivere un'esperienza di consumo unica e interattiva e realizzando un inedito connubio tra tecnologie all'avanguardia e tradizione.



All4Labels
GLOBAL PACKAGING GROUP

Con le nostre innovative **etichette a doppia frequenza** siamo in grado di offrire una protezione completa consentendo la precisa tracciabilità in tempo reale in ogni fase del ciclo di vita del prodotto, lungo tutta la supply chain.

INTEGRITAG
AN ALL4LABELS COMPANY