

Wine & Spirits, All4Labels: interazione, protezione e sostenibilità al Packaging Première & PCD di Milano

scritto da Emanuele Fiorio | 18 Aprile 2024



In un contesto sempre più attento alla sostenibilità e alla protezione del marchio, il settore del packaging Wine & Spirits si trova ad affrontare sfide sempre più complesse e dinamiche. A fare luce su queste tematiche cruciali e sulle innovative soluzioni che stanno ridefinendo il panorama del packaging è **Beatrice Petti, Vice Presidente Vendite Italia** di All4Labels Global Packaging Group.

Petti ci guida attraverso le caratteristiche distinte delle bottiglie "Motherland", svela le tecnologie di stampa all'avanguardia e le smart labels che stanno rivoluzionando il

settore e preannuncia la [partecipazione dal 21 al 23 maggio alla Packaging Première & PCD](#) presso la Fiera di Milano. All4Labels sarà presente con uno spazio espositivo in grado di ospitare un fitto **calendario di appuntamenti e interventi** con illustri esperti del settore del packaging per approfondire le ultime innovazioni in termini di design, finiture premium, sostenibilità, etichette intelligenti e opportunità di interazione.

Quali sono le caratteristiche distintive delle bottiglie “Motherland” e come si integrano con l’approccio consolidato alla sostenibilità che avete adottato nel corso del tempo?

Motherland, il nostro showcase per il mercato Wine & Spirits, è sempre stato di più di un semplice catalogo di finiture e applicazioni: è la rappresentazione di come il packaging, attraverso design, finiture e materiali, svolga un ruolo centrale nel narrare la storia e l'*heritage* dei brand.

Questo affascinante e ambizioso progetto che lo scorso anno è stato premiato durante i [Red Dot Design Award](#), include una gamma di etichette che propongono soluzioni all'avanguardia, finiture premium e al contempo sostenibili sia per il mercato del vino che per quello dei superalcolici.

La sostenibilità è il fulcro di ogni nostra iniziativa e fa parte del DNA di All4Labels: ci adoperiamo costantemente per guidare l'industria verso un cambiamento positivo, ponendo al centro del nostro impegno la salute del nostro pianeta.

Abbiamo progettato le etichette di Motherland con un pool di partner di lunga esperienza: grazie alla collaborazione con partner di lungo corso quali **Fedrigoni, Avery Dennison, Kurz, H+M** e molti altri ci siamo avvalsi di carte e materie prime di altissima qualità che sono frutto di un'attenta ricerca e sviluppo, dove l'**innovazione** si fonde con il **rispetto per l'ambiente**; abbiamo realizzato finiture di pregio con stampa a

caldo, doppia fustellatura, embossing e microembossing che hanno nobilitato le nostre etichette con un appeal di forte impatto visivo.

Le nostre soluzioni sono arricchite da finiture premium ed applicazioni sofisticate ma sono al contempo realizzate con **fibre alternative** e materiali sostenibili, che mantengono un legame profondo con l'ambiente naturale da cui sono estratti, creando un giusto mix tra sostenibilità ed estetica.

Quali sono le tecnologie di stampa all'avanguardia che avete adottato per realizzare finiture premium sulle etichette delle bottiglie "Motherland"?

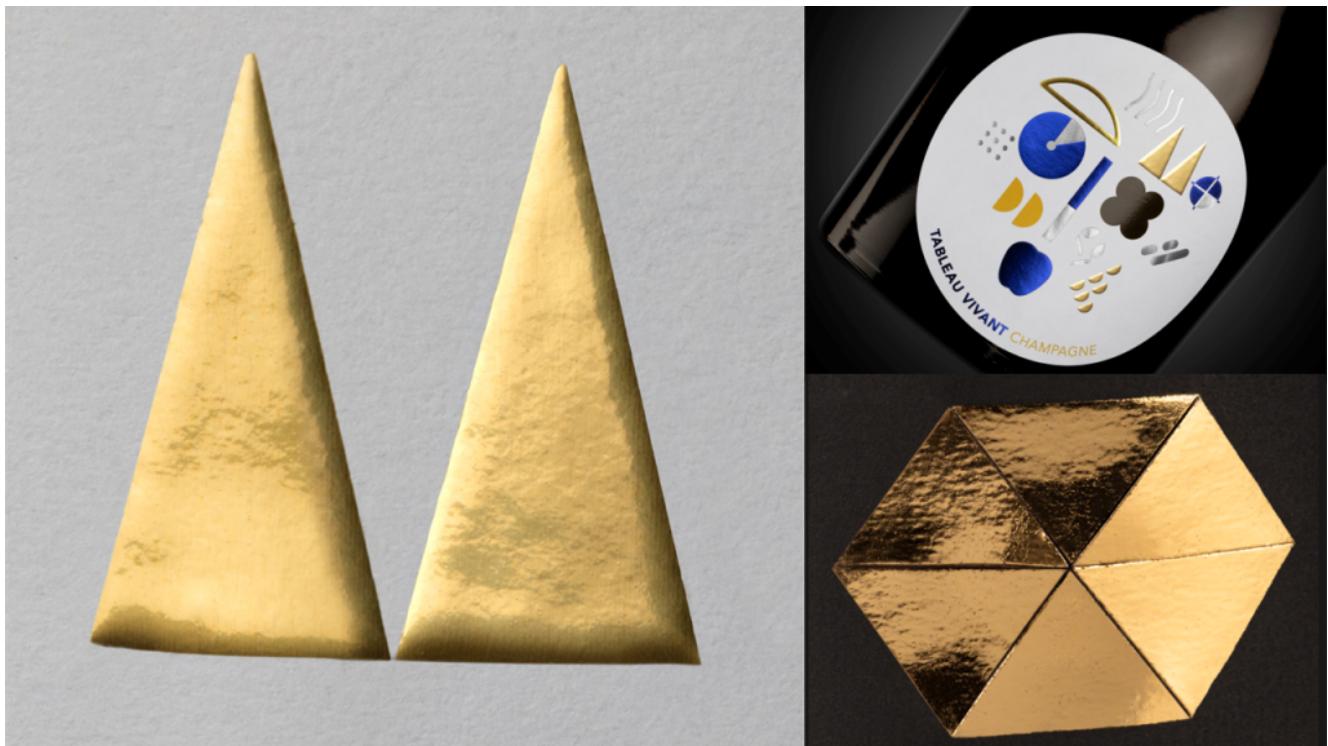
Motherland racchiude soluzioni che conciliano creatività e design con una profonda conoscenza di avanzate tecniche di stampa, sviluppate e adattate nei nostri stabilimenti produttivi al fine di raggiungere risultati unici e di pregio, come nel caso della **doppia fustellatura** e del **3D metallic doming**.

Grazie alla doppia fustellatura siamo infatti in grado di produrre un'incisione che crea un'apertura nell'etichetta. Oltre ad essere una soluzione sofisticata in grado di generare un effetto grafico eccezionale, la doppia fustellatura consente di guardare attraverso la bottiglia creando un vero e proprio collegamento diretto tra il consumatore e il prodotto.

Il 3D metallic doming consiste in una sofisticata finitura premium che conferisce un effetto metallico tridimensionale apprezzabile sia alla vista che al tatto. Tale processo richiede due fasi di stampa distinte per realizzare un effetto di fusione tridimensionale eccezionale, comunemente conosciuto come "metallo solido" o "lamina liquida", particolarmente apprezzato nel packaging di vini e liquori di pregio.

La combinazione di diverse tecniche di stampa ed il coordinamento di fasi di stampa differenti su una stessa etichetta è possibile grazie al nostro vasto network

internazionale che conta più di 50 stabilimenti produttivi all'avanguardia in grado di garantire risultati ottimali e un'altissima qualità nelle finiture.



In che modo l'utilizzo di tecnologie come ologrammi, RFID e NFC nelle etichette delle bottiglie "Motherland" migliora la sicurezza e l'efficienza nella supply chain? E quali sono le caratteristiche delle "smart labels" di All4Labels dedicate al mercato Wine & Spirits in grado di offrire una protezione completa per affrontare le sfide globali poste dalle attività di contraffazione?

Il tema della brand protection è per noi prioritario e le nostre Smart Labels rispondono a pieno a questa esigenza grazie all'integrazione di tecnologie quali ologrammi, RFID e NFC, volte ad aiutare i brand owner a difendersi dai rischi di manomissione e dalla contraffazione.

Il nostro **Dual Frequency tag**, ad esempio, rappresenta la sinergia di due tecnologie: RFID e NFC. Integrati

perfettamente in un'unica etichetta, questi due sistemi offrono una soluzione potente volta a migliorare la sicurezza e l'efficienza, consentendo la precisa tracciabilità in tempo reale in ogni fase del ciclo di vita del prodotto, lungo tutta la supply chain. Ogni interazione genera dati preziosi, raccolti meticolosamente nella nostra **piattaforma SaaS & Data Analytics** che consente di avere aggiornamenti in tempo reale fornendo un accesso immediato a movimenti sospetti.

L'utilizzo degli ologrammi posti sulle nostre etichette, inoltre, funge da ulteriore scudo a difesa dell'integrità del marchio: essi forniscono una protezione multidimensionale personalizzabile e con un design accattivante.

Potresti delineare il processo completo di assistenza fornito da All4Graphics per il design delle etichette? E in che modo questa assistenza aggiunge valore al prodotto finale?

Il nostro team di [All4Graphics vanta una consolidata esperienza nel design](#) ed è specializzato nella progettazione di imballaggi ecologici e sostenibili che siano al contempo attrattivi ed in grado di distinguersi sullo scaffale. Dalla fase di **ideazione e progettazione del design degli artwork alla stampa dell'etichetta**, i nostri esperti offrono consulenza e supporto ai nostri clienti integrando innovazione, creatività e soluzioni customizzate che rispondano al meglio alle loro esigenze.

Sarete presenti alla fiera Packaging Première & PCD di Milano dal 21 al 23 maggio, evento che presenta il meglio del packaging per il settore del lusso, quali sono le aspettative e gli obiettivi della vostra partecipazione, sia in termini di business che di branding?

La nostra partecipazione alla fiera Packaging Première & PCD di Milano rappresenta per noi un'opportunità unica per

incontrare i nostri stakeholder e i nostri partner. Per questo motivo, abbiamo progettato il nostro spazio espositivo come un accogliente salotto, **un'arena dove poter scambiare idee e visioni**: ospiteremo anche un fitto **calendario di appuntamenti e interventi** con illustri esperti del settore del packaging per parlare insieme a loro di innovazioni in termini di design, finiture premium, sostenibilità, etichette intelligenti e opportunità di interazione.

Crediamo fermamente nella potenza della condivisione di esperienze e competenze e siamo consapevoli che solo attraverso un dialogo aperto e una collaborazione attiva possiamo affrontare le sfide del settore e presentare le nostre soluzioni innovative che coniugano **l'eleganza del packaging di lusso con l'attenzione alla sostenibilità**. Vivremo questo evento con il desiderio di mettere al servizio della nostra community il nostro expertise, proponendo le nostre soluzioni smart, che si distinguono per rappresentare al contempo uno scudo a protezione del prodotto e un veicolo di interazione con il consumatore finale.

Avete concepito il vostro stand (E129/D130) come uno spazio aperto, un'arena per live talks in cui ospiterete momenti di approfondimento e confronto. Come si inserisce questa scelta nella vostra strategia aziendale? E come prevedete di coinvolgere e interagire con i visitatori al vostro stand durante la fiera PCD di Milano?

Concepire il nostro stand come un'arena aperta è la naturale prosecuzione della filosofia che da sempre determina il nostro modo di vivere i nostri spazi di lavoro. I nostri uffici e le nostre aree comuni sono progettati per favorire il continuo apprendimento tramite una proficua commistione di idee.

Abbiamo deciso di portare questo concetto in fiera con noi e creare uno spazio di condivisione che ci permetta di interagire con i nostri visitatori.

Da sempre mettiamo a disposizione il nostro know-how e siamo aperti al confronto, all'approfondimento e al dialogo per portare *education* all'interno della nostra industria e creare hub di innovazione e pensiero condiviso all'interno dei nostri spazi. Per questo, abbiamo pianificato un'agenda di **live talks presso il nostro stand (ogni giorno alle 10.30 e alle 15.30)**, durante i quali offriremo spunti ed approfondimenti grazie al supporto professionisti ed esperti del settore. Discuteremo il bilanciamento tra **sostenibilità** ed esigenze di **design** nelle etichette per il vino e gli alcolici, esplorando le soluzioni innovative che coniugano estetica e responsabilità ambientale.

Approfondiremo il tema della progettazione, evidenziando le tendenze e le migliori pratiche nel settore. Inoltre, esploreremo le soluzioni smart volte a garantire la **brand protection** e ci concentreremo sull'innovazione della **consumer journey**, esaminando le nuove tendenze e le tecnologie che influenzano sempre di più l'esperienza del consumatore.

Quali sono secondo lei le prospettive di sviluppo del packaging nel settore Wine & Spirits? Quali innovazioni possiamo aspettarci nei prossimi anni ed in che modo l'utilizzo di beacon potrebbe migliorare l'esperienza di acquisto dei consumatori?

I consumatori sono sempre più attenti all'impatto ambientale dei prodotti che acquistano e ciò si riflette anche nel packaging. Per questo motivo ci stiamo impegnando per rendere le nostre etichette e le nostre soluzioni sempre più eco-friendly.

L'esperienza d'acquisto, inoltre, è diventata sempre più importante e noi per primi stiamo lavorando alla possibilità di **coniugare soluzioni esteticamente pregevoli con opzioni digitali e interattive** sia per proteggere i brand sia per coinvolgere il cliente.

La nostra visione mira a ridefinire completamente la consumer journey. Con l'implementazione di **QR code**, **realtà aumentata** e tecnologia **beacon**, stiamo creando un ponte diretto tra il nostro packaging ed esperienze digitali. I beacon, dispositivi bluetooth che hanno la capacità di collegarsi e di trasmettere dati a dispositivi mobili entro un certo raggio di azione, rappresentano un'innovazione significativa nel panorama dell'interazione con il brand e ancora ad oggi non pienamente sfruttata.

Tramite l'invio di notifiche, è possibile condividere in tempo reale informazioni dettagliate o suggerimenti su abbinamenti e offerte speciali direttamente sul cellulare dei consumatori finali. Questo non solo permette di raggiungere un livello di interattività maggiore, ma può anche influenzare positivamente le decisioni d'acquisto dei clienti. Ci impegniamo costantemente per innovare e migliorare l'esperienza d'acquisto, digitalizzando l'etichetta e arricchendola con funzionalità di protezione del marchio e di interazione con il consumatore.

Saremo lieti di discutere di questo e di molto altro presso **Packaging Première & PCD**, dove avremo l'opportunità di approfondire le nostre proposte e analizzare le ultime tendenze e sfide del settore e siamo felici di invitare presso il nostro stand **E129/D130** chiunque voglia scoprirlne di più.