

Скрытая маркировка: представление и защита бренда

М. Маккормик, Videojet Technologies, США



По данным отчета компании Allied Market Research, к 2020 г. оборот мирового рынка косметики достигнет \$ 390 млрд, а среднегодовой темп его роста составит 3,7 % [1]. С учетом процветающих рынков средств личной гигиены и бытовой химии, объем продукции, выпускаемой каждый год, становится действительно огромным. Как производители, так и розничные сети уделяют большое внимание упаковке таких продуктов, в которой маркировка играет все более важную роль.

В последние годы в этих отраслях наметился ряд тенденций. Производители самых популярных брендов требуют, чтобы каждый элемент упаковки и маркировки их продукции был максимально привлекательным внешне. Эти бренды также все активнее проникают на развивающиеся рынки вместе с менее известными нишевыми торговыми марками. Поскольку производителям требу-



ется согласованное оформление упаковки и представление брендов во всех категориях продукции, растет популярность решений по маркировке, которые не влияют на внешний вид товара.

Кроме того, важно обеспечить рациональное использование ресурсов. Требования потребителей свести к минимуму отходы производства и применять безвредную для окружающей среды упаковку приводят к использованию все более компактных форматов упаковки. В то же время упаковку небольших размеров сложно маркировать, так как для нанесения информации мало доступного пространства.

Наконец, для производителей косметики, средств личной гигиены и бытовой химии серьезной проблемой остаются подделки продукции. Это заставляет их отслеживать продукцию по всей цепи поставок. Иллюстрируя последствия подделок в реальных цифрах, результаты исследования Ведомства по интеллектуальной собственности Европейского союза (EUIPO) показывают, что ежегодные потери производителей из-за подделок в этой сфере составляют \$ 5 млрд только в странах ЕС [2]. А с учетом косвенного воздействия на другие отрасли и государственные доходы объем упущенного сбыта каждый год составляет невероятные \$ 10,1 млрд.

Борьба с подделками

С точки зрения потенциальных потерь, подделки создают самый высокий риск для отрасли, поэтому их нельзя игнорировать. Продукты признанных брендов



Інформація – наша професія

с глобальними цепочками поставок часто становляться мишенню изготовителей подделок, которые предлагают элитные товары, практически неотличимые от оригинальных, по значительно сниженным ценам. Однако с этой проблемой сталкиваются не только крупные игроки рынка. Новые нишевые игроки тоже подвержены риску, поскольку потребители часто не знакомы или недостаточно знакомы с дизайном упаковки оригинальных продуктов. В результате контрафактную продукцию гораздо проще выдавать за подлинную. Кроме того, нишевые игроки нередко имеют меньше ресурсов для борьбы с этой проблемой.



Промышленные маркираторы

VIDEOJET®



Каплевоструйный маркиратор Videojet 1650



Термоструйный маркиратор Videojet 8510



Альянс-КМ
1995-2015
Официальный дистрибьютор
Videojet Technologies Inc. в Украине

www.alyans-km.com.ua
info@alyans-km.com.ua
Тел.: (044) 258-0555
Факс: (044) 258-2272

Помимо непосредственного риска снижения дохода, подделки также могут подорвать репутацию бренда. Потребители, которые непреднамеренно приобретают контрафактную продукцию, могут остаться недовольны покупкой из-за ее низкого качества. Это, в свою очередь, может подорвать репутацию бренда в глазах этих потребителей, что может иметь значительные последствия для его популярности и уровня продаж. Вероятно, самая главная проблема заключается в том, что контрафактная продукция не проходит проверку безопасности и может представлять опасность для здоровья потребителей.

Один из способов борьбы с подделками – скрытая маркировка. Скрытая маркировка не видна потребителям, но торговые партнеры считывают ее с помощью специальных устройств. И в этом заключается ее ключевое преимущество. Скрытую маркировку наносят невидимыми флуоресцентными чернилами. Ее можно прочесть только в ультрафиолетовом или ином высокочастотном освещении. Эта маркировка наносится с помощью каплевоструйного или термоструйного принтера. Торговые партнеры могут легко считывать ее с помощью доступных технологий визуализации.

Те же технологии каплевоструйной и термоструйной печати идеально подходят для нанесения скрытых кодов DataMatrix – двумерных штрихкодов из черных и белых ячеек, организованных в виде квадрата. В них можно зашифровать текст и цифровые данные. Такие коды – это мощное средство защиты бренда, так как в них могут



хранятся важные сведения о цепи поставок и производстве товара. Если коды DataMatrix нанести на упаковку до производства продукции, то дополнительные данные о каждом изделии можно будет отслеживать на каждом этапе производства и реализации.



наносить на очень маленькие участки. Удаление внешнего слоя материала для создания кода также затрудняет стирание маркировки и делает ее подделку слишком затратной. Хотя лазер наносит видимые коды, некоторые его особенности позволяют отнести такую маркировку к скрытой. Например, интеллектуальная маркировка делает базовые коды партий или серий более эффективными за счет изменения и верификации специальных символов с помощью алгоритмического программного обеспечения. Так, если просто удалить центральную точку из буквы «X», несанкционированной стороне будет намного сложнее подделать маркировку. Такие методы часто рекомендуется

применять в рамках многоуровневого подхода к борьбе с подделками — наряду с видимой и скрытой маркировкой. Они позволяют скрывать важные элементы кодов на самом видном месте.

Оптимальное решение для вашего бренда

Очень важно подобрать правильное решение по маркировке для конкретной производственной линии. В противном случае производитель может столкнуться со значительными

Значение бренда

Ассортимент косметических продуктов, средств личной гигиены и бытовой химии очень широк, поэтому производителям важно поддерживать репутацию бренда, чтобы сохранять конкурентоспособность продукции. Внешний вид продуктов высшего класса может быть испорчен непривлекательной или небрежной маркировкой. Кроме того, важно, чтобы товары нишевых брендов не казались изготовленными кустарным способом, поскольку это может оттолкнуть потребителей. Небольшие нишевые компании также могут столкнуться с трудностями, если вовсе не будут наносить на продукцию маркировку, особенно в случае ее отзыва или проблем с безопасностью. Отозвать продукцию практически невозможно, если она не промаркирована.

Скрытая маркировка, нанесенная с помощью невидимых ультрафиолетовых и инфракрасных чернил, может помочь производителям, которые не хотят изменять дизайн продукции, нанося на нее коды. К примеру, если площадь поверхности упаковки или этикетки ограничена, маркировка может наноситься на те места, на которых в ином случае она была бы плохо видна из-за графических изображений. Данная проблема возникает все чаще, так как на упаковках с новым дизайном зачастую мало места для нанесения маркировки. Это вызвано доступностью более широкого спектра материалов, которая привела к возникновению новых форматов и более компактных типов упаковок.

Если ограниченная площадь поверхности является главной проблемой, а производитель не хочет портить дизайн упаковки маркировкой, то хорошим решением могут быть системы лазерной маркировки. Эти системы создают четкую и разборчивую маркировку, которую можно

убытками из-за подделок или негативного восприятия бренда, поэтому следует выбрать партнера, имеющего опыт и ряд решений, подходящих для выполнения поставленных задач. Videojet располагает большим опытом разработки чернил. Наши эксперты создают и постоянно совершенствуют самые лучшие системы для широкого спектра сфер применения. Лазерные маркираторы также очень эффективны за счет показателей выходной мощности. Кроме того, эксперты компании работают на площадках клиентов, помогая им подобрать наиболее подходящее решение.

Скрытая маркировка, вероятно, продолжит набирать популярность, так как клиенты все чаще предпочитают наносить коды, пригодные для автоматического считывания, упрощая процесс производства и распространения продукции. Наконец, поскольку разнообразие упаковки продолжает расти из-за потребительского спроса, скрытая маркировка и дальше будет использоваться, чтобы наносить на продукцию важные сведения, сохраняя при этом внешний вид упаковки.

Литература

1. Cosmetics Market is Expected to Reach \$390.07 Billion, Globally, by 2020. Режим доступа: <http://www.prnewswire.com/news-releases/cosmetics-market-is-expected-to-reach-39007-billion-globally-by-2020---allied-market-research-505160571.html>
2. The economic cost of IPR infringement in the cosmetics and personal care sector: report of a pilot study. Режим доступа: https://euipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/observatory/resources/research-and-studies/quantification-of-infringement-cosmetics_en.pdf