**Gliwice, 04.04.2022**

# **Systemy etykietowania w przemy­śle opakowaniowym**

**Opakowania możemy znakować na różne sposoby, ale w przypadku opakowań zbiorczych lub palet wciąż najpopularniejszą praktyką jest aplikacja etykiet. Coraz więcej przedsiębiorstw decyduje się jednak na automatyzację tego procesu. Jakie są metody i zalety automatycznego etykietowania?**

## Metody automatycznego etykietowania

W przemyśle opakowaniowym często mamy do czynienia z pudełkami kartonowymi, pełniącymi rolę opakowań zbiorczych. Do ich płaskich, regularnych powierzchni etykiety przyklejają się z łatwością, dlatego bez obaw możemy znakować je przy pomocy automatycznych aplikatorów. Wyróżniamy dwie najpopularniejsze metody takiego etykietowania – Wipe On i Tamp Blow. Pierwsza z nich doskonale sprawdza się nawet w naklejaniu długich etykiet i jest odpowiednia tam, gdzie liczy się jak największa wydajność znakowania. Stosując ją musimy jednak zadbać o to, aby prędkość linii transportującej produkty w opakowaniach była zsynchronizowana z tempem pracy aplikatora. Znaczenie ma również powtarzalne pozycjonowanie opakowania na przenośniku.

Takich wymagań nie ma przy aplikacji metodą Tamp Blow. To metoda pneumatyczna, w której używa się sprężonego powietrza. Najprościej mówiąc – etykieta nadmuchiwana jest na powierzchnię opakowania i zwykle jest to wystarczający zabieg, aby została do niego solidnie przyklejona. Dociśnięcie wymagane jest jedynie w sporadycznych przypadkach, na przykład wtedy, gdy etykieta naklejana jest na bok opakowania lub palety o nieregularnym kształcie.

## Jaką metodę wybrać?

Spośród dwóch wymienionych metod automatycznego etykietowania to metoda Tamp Blow jest bardziej rekomendowana dla znakowania kartonów czy palet etykietą logistyczną. Lepiej wypada także w porównaniu precyzji etykietowania, choć najlepsze efekty osiąga się, gdy aplikacja odbywa się na nieruchomym opakowaniu.

*– Klienci, którzy planują wdrożyć u siebie automatyczne znakowanie w technologii Tamp Blow, powinni rozważyć profesjonalny aplikator, np. Label-Aire 3138NV. To urządzenie przeznaczone do zastosowań przemysłowych, które wyróżnia się pod względem niezawodności, precyzji aplikacji i funkcjonalności. Przystosowane jest do współpracy z najnowszymi modułami drukującymi Zebra serii ZE5X1 (511, 511R, 521, 521R). Można zintegrować go z wagą dynamiczną, a nawet z robotami odpowiedzialnymi za przenoszenie opakowań, dzięki czemu doskonale sprawdzi się w nowoczesnych, w pełni zautomatyzowanych zakładach produkcyjnych* – tłumaczy Michał Wąs, specjalista od systemów automatycznego druku i aplikacji etykiet Print&Apply w firmie Etisoft.

## Zalety automatyzacji procesu drukowania i naklejania etykiet

Automatyczne etykietowanie w przemyśle opakowaniowym ma szereg zalet. Na pierwszy plan zwykle wysuwane są oszczędności, wynikające z tego, że nie musimy zatrudniać do tej czynności osobnego pracownika. Ponadto, w produkcji seryjnej duże znaczenie ma to, aby etykietowanie przebiegało sprawnie, a etykieciarki przemysłowe są nieporównywalnie wydajniejsze niż człowiek.

Nie sposób pominąć aspektów bezpieczeństwa, a w przypadku automatycznego etykietowania opakowań możemy rozpatrywać je w dwóch wymiarach. Po pierwsze, wykluczenie udziału człowieka z procesu znakowania opakowań jest jednoznaczne z tym, że nie musi on być obecny w strefie, gdzie istnieje duże ryzyko wypadków przy pracy. Po drugie zaś, znakowanie przeprowadzane w sposób automatyczny znacznie redukuje ryzyko pomyłek.

Jak wdrożyć automatyczne etykietowanie w firmie? Stawiając na wsparcie profesjonalnego partnera. – *Nasi klienci mogą liczyć na kompleksowe wsparcie we wdrożeniu systemu etykietowania, począwszy od sprzedaży aplikatora etykiet, po jego montaż, konfigurację na linii produkcyjnej i stałe wsparcie serwisowe. Dysponujemy także różnymi rodzajami etykiet przemysłowych i profesjonalnymi drukarkami do etykiet –* wylicza ekspert z Etisoft.Błędna etykieta to problem, z którym trzeba się później mierzyć na każdym etapie łańcucha dostaw, a zwroty towarów generują koszty, wydłużają proces obsługi klienta końcowego i negatywnie wpływają na reputację firmy. Zdecydowanie lepiej tego unikać.