

INTRODUZIONE	2
1. DEFINIZIONI	4
2. FATTORI DI LEGGIBILITÀ E RACCOMANDAZIONI	8
2.1 LAY-OUT (IMPOSTAZIONE GRAFICA DEL TESTO)	8
Titoli e intestazioni	8
Organizzazione delle diverse parti del testo	9
Allineamento del testo.....	10
Uso di simboli	10
2.2 FONT, COLORE E CONTRASTO	11
<i>FONT</i>	11
Altezza delle lettere	11
Spaziatura caratteri (<i>tracking</i>)	12
Interlinea (<i>leading</i>).....	13
Scelta del <i>font</i>	14
COLORE, CONTRASTO, UNIFORMITÀ DELLO SFONDO	14
2.3. CONFEZIONAMENTO	15
Tecnica di confezionamento	15
Materiali degli imballi e finiture di stampa.....	16
3. SCHEMA DI SINTESI - BUONE PRASSI PER LA LEGGIBILITÀ ...	17

INTRODUZIONE

L'industria agro-alimentare è impegnata a favorire le scelte informate dei consumatori, provvedendo loro informazioni rilevanti, utili e accurate sulle etichette degli alimenti. Al giorno d'oggi le etichette alimentari invero si caratterizzano per la presenza di tutte, o almeno di gran parte delle informazioni che seguono:

- denominazione di vendita;
- elenco degli ingredienti (con citazione dell'eventuale contenuto di sostanze allergeniche, evidenza delle quantità degli ingredienti caratterizzanti, *etc.*);
- peso, o peso netto;
- termine minimo di conservazione o data di scadenza;
- nome o ragione sociale e indirizzo del fabbricante, o confezionatore, o venditore;
- modalità di conservazione e di utilizzo, ove opportuno;
- istruzioni per l'uso, ove del caso;
- tenore alcolico, per le bevande con contenuto in alcol $\geq 1,2\%$ in volume;
- informazione nutrizionale (inclusi i valori relativi alle quantità giornaliere indicative);
- marchio commerciale;
- promozioni;
- *etc.*

L'esigenza di fornire un crescente numero di notizie (spesso in più lingue) deve venire temperata non solo con la progressiva riduzione di misura degli imballaggi, spinta da ragioni di tutela ambientale, ma anche con il requisito generale di leggibilità delle informazioni.

Federalimentare e il proprio sistema associativo, in raccordo con la Confederazione europea dell'industria agro-alimentare (CIAA), hanno sviluppato le presenti Linee guida per condividere soluzioni concrete e realistiche, con l'obiettivo di favorire la leggibilità delle informazioni in etichetta.

Il documento non ha velleità d'interpretare né di sostituirsi alla normativa; tende invece a promuovere la realizzazione su base volontaria di un obiettivo generale, la leggibilità appunto, mediante attenzione a una pluralità di elementi che possono a ciò contribuire.

Il quadro normativo di riferimento

La direttiva 2000/13/CE, concernente l'etichettatura, la presentazione e la pubblicità dei prodotti alimentari, prevede che le informazioni sulle etichette debbano essere facili da comprendere, facilmente visibili e chiaramente leggibili.

Figura 1:

Norma di riferimento :

Le informazioni da indicare obbligatoriamente sulle etichette « devono essere facilmente comprensibili e apposte in un punto evidente, in modo da essere facilmente visibili, chiaramente leggibili e indelebili. Esse non devono essere in alcun modo dissimulate, deformate o separate da altre indicazioni o figure ».

Direttiva 2000/13/CE, articolo 13, comma 2

Un requisito generale di leggibilità delle etichette è altresì previsto nell'ambito del Codex Alimentarius, nel "General Standard for the Labelling of Pre-Packaged Foods" [CODEX STAN 1-1985 (Rev. 1-1991), Section 8.1.2.], e così in numerose legislazioni nazionali.

Figura 2:

Disposizione di riferimento :

“Statements required to appear on the label by virtue of this standard or any other Codex standards shall be clear, prominent, indelible and readily legible by the consumer under normal conditions of purchase and use.»

Codex STAN 1-1985 (Rev.1-1991) Section 8.1.2.

1. DEFINIZIONI

Nel presente documento ricorrono alcuni termini chiave che sono definiti come segue:

Leggibilità

Un testo è da considerarsi leggibile qualora possa essere facilmente letto da una persona con un'acuità visiva normale in presenza di buone condizioni di luce.

Carattere

Il carattere è lo stile tipografico del testo come, a esempio, *Arial* o *Times*.

Carattere graziato

Le grazie sono tratti non strutturali, che caratterizzano solo la terminazione di lettere e simboli. Un carattere che presenta questi elementi viene chiamato *carattere con grazie* (o *carattere graziato*).

Esempi di caratteri con grazie sono *Times New Roman* e *Courier*.

Figura 3:



AaBbCc

Gli elementi evidenziati in rosso sono i tratti non strutturali di cui sopra.

Carattere non graziato

Un carattere non graziato è chiamato anche *sans-serif*, espressione che deriva dalla lingua francese. Nel linguaggio tipografico ci si riferisce ai caratteri non graziati anche come 'grotteschi' (dal tedesco *grotesk*) o 'gotici'. I caratteri graziati sono invece chiamati 'romani'. Questi termini non sono tuttavia più di uso comune, fatta eccezione per alcuni nomi specifici di *font* che li contengono.

Esempi di caratteri non graziati sono *Helvetica* e *Verdana*.

Figura 4:



AaBbCc

Font

Con *font* si indica la combinazione degli elementi che contraddistinguono il carattere utilizzato per la produzione delle lettere di un testo. A esempio, *Helvetica, pt. 12* e *Helvetica, pt. 14* sono *font* differenti per quanto abbiano lo stesso carattere.

Punto

Il punto rappresenta l'unità di misura standard utilizzata per indicare la grandezza del font. Molte sono le scale di conversioni esistenti per il punto:

ATA = 0.3514598 mm

Didot = 0.3759 mm

IN = 0.4 mm

PS or DTP = 0.3527777778 mm

TeX = 0.3514598035 mm

Grandezza del font (grandezza del punto)

Per grandezza del *font* si intende l'altezza del carattere, che si misura dal tratto discendente più basso al tratto ascendente più alto.

Figura 5:



I tratti ascendenti sono le parti dei caratteri che si trovano al di sopra della linea mediana.

I tratti discendenti sono le parti dei caratteri che si trovano al di sotto della linea di base.

Altezza del font

L'altezza del *font* è l'altezza effettiva di caratteri quali H o k, e si misura dalla linea di base fino all'estremità del tratto ascendente. Normalmente tale altezza corrisponde al 72% della grandezza del *font*.

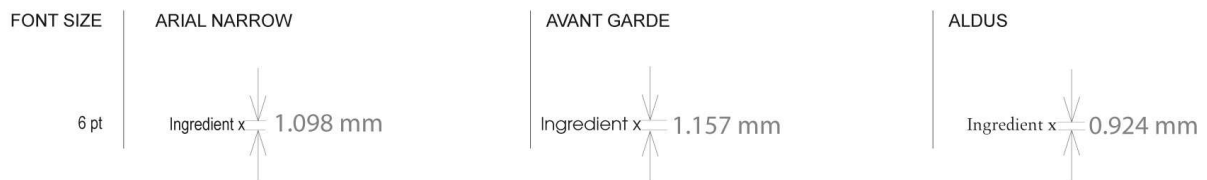
Altezza delle lettere (altezza della 'x' o dimensione del corpo)

L'altezza delle lettere è la distanza tra la linea di base e la linea mediana in un carattere. In genere, questa corrisponde all'altezza della lettera 'x' del *font* utilizzato. Per determinare se due *font* hanno la stessa altezza, occorre verificare se vi è corrispondenza tra le altezze delle rispettive 'x'.

Le lettere tonde - come a esempio c, o, e - tendono sempre ad avere dimensioni più grandi di quelle lineari (a esempio v, w, x, z). Ciò si deve al fatto che, se le minuscole tonde avessero la stessa dimensione verticale della x, finirebbero con l'apparire più piccole all'occhio umano.

Figura 6: Esempi di dimensione del corpo utilizzando grandezza del font pt.6 e differenti caratteri

Same font size (6 pt) in relation with different typefaces x-height



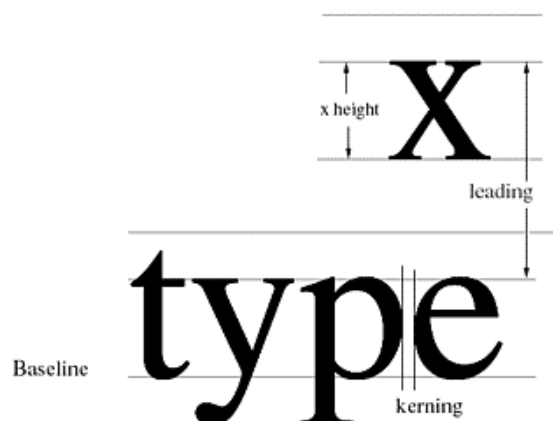
Same x-height (1mm) in relation with different typefaces font sizes



Spaziatura caratteri (*tracking*)

La spaziatura dei caratteri o *tracking* è l'operazione con la quale lo spazio esistente tra due lettere in un testo viene aumentato o diminuito.

Figura7:



Interlinea (leading)

L'interlinea è lo spazio verticale tra le linee di un testo. Il termine *leading*, con cui si fa riferimento all'interlinea in lingua inglese, deriva dal pezzo di piombo che veniva utilizzato nei processi meccanici di stampa per separare le linee del testo (cfr. figura 7).

Simboli

Un simbolo è un qualcosa – un oggetto, un'immagine, una parola scritta o un segno particolare – che rappresenta (o sta a significare) un qualcos'altro per associazione, somiglianza, o convenzione, in particolar modo un oggetto materiale impiegato per rappresentare un qualcosa di astratto. I simboli indicano (o servono per indicare) e rappresentano idee, concetti, od altre astrazioni.

Superficie massima utilizzabile

La superficie massima utilizzabile è la superficie massima dell'imballaggio sulla quale è tecnicamente possibile imprimere un testo. Se l'imballaggio è cilindrico, a esempio, si dovrà tenere conto della relativa curvatura nel calcolare la superficie disponibile per l'impressione. Nel caso delle etichette, la superficie massima utilizzabile corrisponde all'etichetta più grande disponibile per la singola confezione.

2. FATTORI DI LEGGIBILITÀ E RACCOMANDAZIONI

La leggibilità di un'etichetta è condizionata da una serie di fattori tra loro connessi quali il *lay-out*, il *font*, il colore, il contrasto, il materiale dell'imballaggio o dell'etichetta, la forma dell'imballaggio, la tecnica di stampa *etc.* Nessuno di questi fattori può, per sé solo, assicurare la leggibilità complessiva delle informazioni. Al contrario, gli elementi in questione devono essere considerati congiuntamente, e la leggibilità delle informazioni valutata caso per caso.

Inoltre, poiché la leggibilità di un'etichetta può dipendere da fattori connessi alla capacità di chi legge, come pure da circostanze ambientali, si deve presumere che il lettore possieda un'acuità visiva normale e legga le informazioni in buone condizioni di luce.

Le raccomandazioni contenute nel presente documento sono state raggruppate nelle seguenti categorie:

- *lay-out*;
- *font*, colore e contrasto;
- imballaggio e stampa.

2.1 LAY-OUT (IMPOSTAZIONE GRAFICA DEL TESTO)

L'impostazione grafica del testo, o *lay-out*, può avere un impatto sulla leggibilità. Data l'ampia gamma di forme e grandezze che gli imballaggi possono avere, non esiste un *lay-out* unico e ottimale, bensì esiste una serie di fattori che devono essere tenuti in considerazione per determinare la leggibilità: in particolare titoli e intestazioni, l'organizzazione delle diverse parti del testo, il suo allineamento, l'utilizzo di simboli.

Titoli e intestazioni

I titoli possono aiutare ad attirare l'attenzione dei consumatori in relazione a un'informazione specifica, nonché a separare il testo quando lo spazio lo consenta.

SI! Distinguere chiaramente il testo dai titoli utilizzando per questi ultimi, a esempio, il grassetto o le lettere maiuscole

SI! Usare titoli chiari, brevi e appropriati, come a esempio:

- Ingredienti
- Preparazione o istruzioni d'uso
- Conservazione, *etc.*

ATTENZIONE! Evitare l'uso eccessivo di maiuscole e sottolineature

Figura 8 : Esempio di titolo evidenziato (grassetto) relativo alla lista degli ingredienti

Ingredienti: Fagioli (49%), pomodori (27%), acqua, zucchero, sale, farina di grano modificata, aceto di vino, estratti di spezie, estratti di erbe

Figura 9: Esempio di titolo evidenziato (titoli separati) relativo alle istruzioni d'uso

PREPARAZIONE:

Fornelli

Versare il contenuto in un tegame e riscaldare a fuoco medio, mescolando delicatamente. Non bollire o cuocere troppo, per non alterare il sapore del prodotto.

Microonde (650W)

Versare il contenuto in un contenitore adatto. Coprire e scaldare alla massima potenza per 1 minuto. Mescolare, poi scaldare per un altro minuto finché caldo.

Organizzazione delle diverse parti del testo

- SI!** Spazio permettendo, raggruppare le informazioni che sono in relazione l'una con l'altra
- SI!** Se opportuno, separare le parti del testo per mezzo di riquadri o finestre

Figura 10: Esempi di parti del testo (separate con riquadri) per la lista di ingredienti e la preparazione.

VERVEINE-MENTHE

Ingrediénts: Verveine (50%), menthe (50%).

Conseil de préparation: Utilisez un sachet par tasse, versez de l'eau bouillante, laissez infuser 3 à 5 minutes. A conserver a l'abri de l'humidité.

VERBENA-MENTA

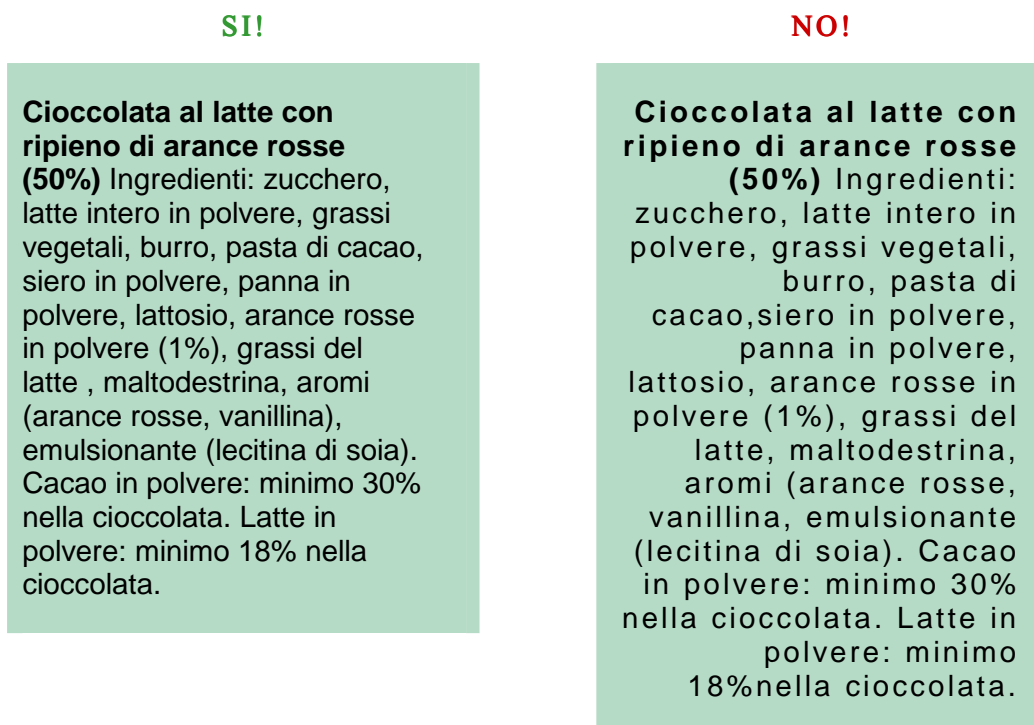
Ingredienti: Verbena (50%), menta (50%).

Preparazione: Utilizzate una bustina per tazza, versate acqua bollente e lasciate riposare da 3 a 5 minuti. Conservare al riparo dall'umidità.

Allineamento del testo

- SI!** Il testo deve cominciare ed essere allineato con il margine sinistro
- NO!** Evitare di utilizzare cerchi per separare le varie parti del testo
- NO!** Evitare che il testo abbia unicamente una o due parole per linea

Figura 11: Esempio di allineamento del testo



Uso di simboli


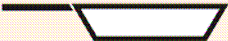

Simboli semplici, riconoscibili e funzionali possono servire per risparmiare spazio sull'etichetta e guidare il lettore nella ricerca dell'informazione desiderata.

- SI!** Usare simboli semplici, a esempio per la conservazione, preparazione e istruzioni d'uso
- SI!** Collocare le informazioni rilevanti vicino ai simboli
- NO!** Evitare di usare troppi simboli o simboli troppo complessi perché così facendo si rischia di non veicolare correttamente le informazioni, mentre è importante trovare un giusto equilibrio

Figura 12: Esempio di uso semplice ed efficace di simboli



Figura 13: Esempio di uso semplice ed efficace di simboli

COOKING GUIDELINES	
	To Oven Cook: Preheat oven to 190°C/375°F/ Gas mark 5. Place on a baking tray and cook for 20-25 minutes.
	To Shallow Fry: Fry in a little oil over a medium heat for 12-14 minutes turning occasionally.
	To Microwave: Cook on full power for 10 minutes.

2.2 FONT, COLORE E CONTRASTO

Anche il *font*, a seconda di come appare, può condizionare la leggibilità. Una serie di elementi devono essere tenuti in considerazione per determinare la leggibilità: tra questi, in particolare, la grandezza del *font*, la distanza tra i caratteri, la scelta del *font*, il colore, il contrasto e l'eventuale disturbo visivo di fondo.

FONT

Altezza delle lettere

Il metodo comunemente utilizzato per determinare l'altezza delle lettere prende come riferimento l'altezza della lettera *x*, poiché questa fornisce la misura specifica di due punti di riferimento della lettera. Il punto non viene utilizzato perché esso può dar luogo ad altezze delle lettere differenti, a seconda del carattere utilizzato. Né sono utilizzate grandezza o altezza del *font*, a causa della difficoltà nell'identificare i punti di riferimento per la misurazione delle lettere.

Non vi è una *ratio* prestabilita tra l'altezza della *x* e la grandezza del font. Peraltro, l'altezza della *x* di 1mm corrisponde approssimativamente a 6 pt. Arial, il che equivale a una grandezza del font tra 2,1 e 2,3mm.

SI! Come regola generale, cercare di utilizzare un'altezza delle lettere (altezza della *x*) il più grande possibile

SI! L'altezza delle lettere (altezza della *x*) non dovrebbe essere inferiore a 1mm¹

SI! Se la superficie massima utilizzabile è ≤ 100 cm² e lo spazio non consente l'impiego di lettere dell'altezza (altezza della *x*) raccomandata, si deve prestare particolare attenzione agli elementi che seguono:

- colore del testo e suo contrasto rispetto allo sfondo
- scelta del *font*, con preferenza verso *font* (senza grazie) di facile leggibilità (es. Futura, Myriad, Helvetica, etc.)
- utilizzo nel testo di grassetto o corsivo, ove opportuno
- *layout* del testo
- brevità e chiarezza del messaggio
- sottolineatura delle informazioni chiave

Cfr. anche **Figura 6** di pagina 6

Spaziatura caratteri (*tracking*)

L'adeguata spaziatura dei caratteri contribuisce favorevolmente alla leggibilità; viceversa, caratteri troppo ravvicinati rendono difficile al lettore la distinzione delle lettere.

NO! Evitare che i caratteri siano distanziati più di 1pt

Figura 14: Esempio di spaziatura dei caratteri: normale e di 1.2 pt

Cioccolata in latte con ripieno di arance rosse (50%) Ingredienti: zucchero, latte intero in polvere, grassi vegetali, burro, pasta di cacao, siero in polvere, panna in polvere, lattosio, arance rosse in polvere (1%), grassi del latte, maltodestrina, aromi (arance rosse, vanillina), emulsionante (lecitina di soia). Cacao in polvere: minimo 30% nella cioccolata . Latte in polvere: minimo 18% nella cioccolata.

SI!

1. Per alcuni prodotti quali, a esempio, gli alimenti destinati ad un'alimentazione particolare (es. alimenti per neonati), la normativa europea impone una serie di informazioni obbligatorie supplementari (es. informazione nutrizionale completa, indicazioni relative all'idoneità all'uso da parte di alcuni gruppi di consumatori o in presenza di particolari condizioni mediche, istruzioni d'uso dettagliate, controindicazioni e precauzioni ove opportuno, dichiarazioni obbligatorie che distinguono tali alimenti dai cibi convenzionali, etc.). In ragione di ciò, il requisito minimo di 1mm potrebbe risultare di difficile applicazione

Cioccolata al latte con ripieno di arance rosse (50%)

Ingredienti: zucchero, latte intero in polvere, grassi vegetali, burro, pasta di cacao, siero in polvere, panna in polvere, lattosio, arance rosse in polvere (1%), grassi del latte, maltodestrina, aromi (arance rosse, vanillina), emulsionante (lecitina di soia). Cacao in polvere: minimo 30% nella cioccolata. Latte in polvere: minimo 18% nella cioccolata.

NO!

Interlinea (*leading*)

- SI!** L'interlinea dovrebbe essere pari al 120% della grandezza del font. A esempio, a un font 6 pt dovrebbe corrispondere un'interlinea di 7,2 pt
- SI!** In caso ciò non sia possibile, la misura minima raccomandata per l'interlinea deve essere 0,5 pt in più della grandezza del font. In questo contesto è importante tenere presente che l'altezza della x, lo spessore del carattere (se in grassetto o meno), l'uso delle maiuscole o delle minuscole e la lunghezza della linea possono condizionare la percezione dello spazio interlineare.
- SI!** I font la cui altezza della x è in proporzione maggiore necessitano di un'interlinea più grande.

Figura 15: Esempio di interlinea 11.5 pt e 10 pt

Cioccolata al latte con ripieno di arance

rosse (50%) Ingredienti: zucchero, latte intero in polvere, grassi vegetali, burro, pasta di cacao, siero in polvere, panna in polvere, lattosio, arance rosse in polvere (1%), grassi del latte, maltodestrina, aromi (arance rosse, vanillina), emulsionante (lecitina di soia). Cacao in polvere: minimo 30% nella cioccolata. Latte in polvere: minimo 18% nella cioccolata.

SI!

Cioccolata al latte con ripieno di arance

rosse (50%) Ingredienti: zucchero, latte intero in polvere, grassi vegetali, burro, pasta di cacao, siero in polvere, panna in polvere, lattosio, arance rosse in polvere (1%), grassi del latte, maltodestrina, aromi (arance rosse, vanillina), emulsionante (lecitina di soia). Cacao in polvere: minimo 30% nella cioccolata. Latte in polvere: minimo 18% nella cioccolata.

NO!

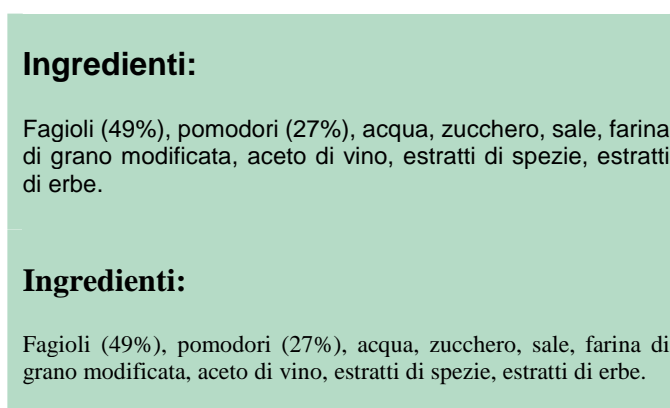
Scelta del font

SI! Preferire generalmente i caratteri non graziati (es. *Arial, Helvetica, Myriad, Frutger, Univers*); parimenti, i caratteri graziati con tratti grandi e tondeggianti, i quali funzionano bene in piccole dimensioni

SI! È importante assicurarsi che tutti i numeri si leggano distintamente. Alcuni numeri possono infatti risultare difficili da leggere, in certi caratteri (in particolar modo, i numeri 6, 8, 9 in *Arial*)

ATTENZIONE! Font stilizzati e decorativi possono risultare difficili da leggere

Figura 16: Esempio di font senza grazie (*Arial – 9pt*) e di font con grazie (*Times New Roman – 9pt*)



COLORE, CONTRASTO, UNIFORMITÀ DELLO SFONDO

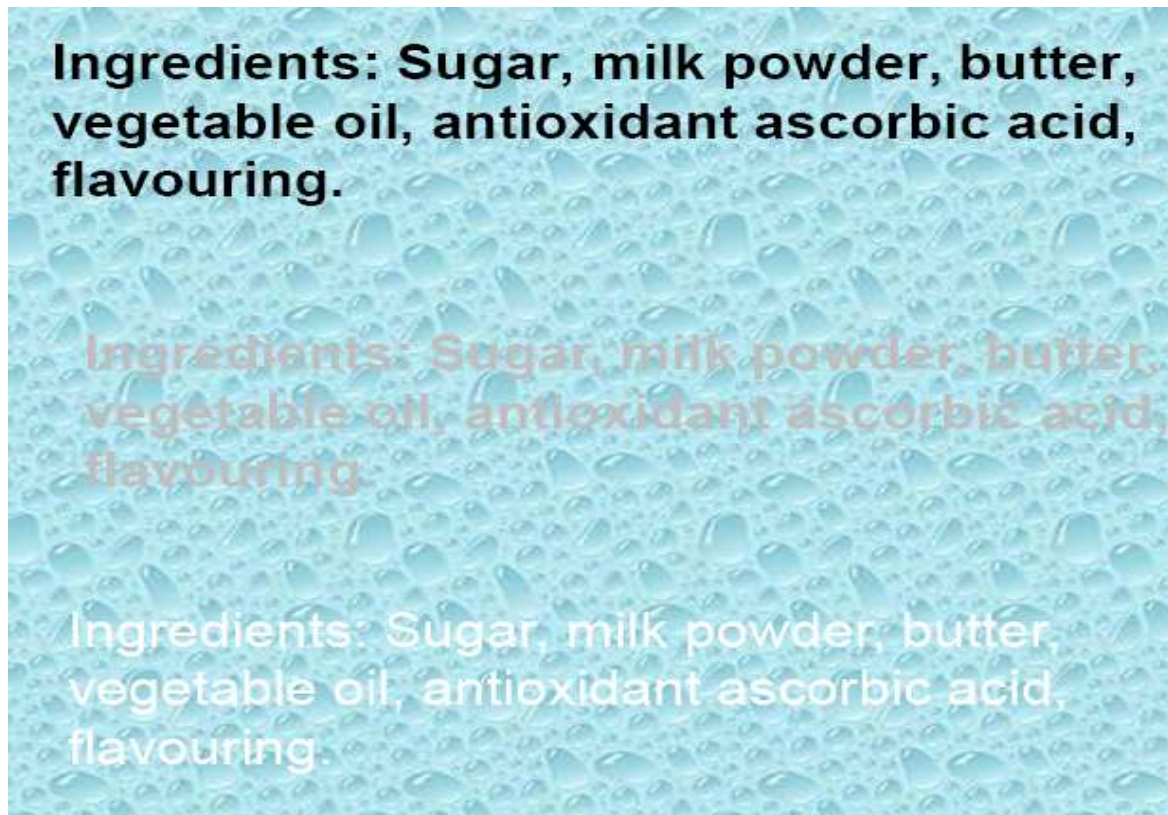
SI! Se pure la scelta dei colori viene dettata dal loro utilizzo nel *branding*, è tuttavia essenziale che il contrasto tra il testo e lo sfondo sia il più netto possibile. Si raccomanda che i colori scelti risaltino chiaramente

ATTENZIONE! Contrasti deboli, sfumature ed effetti tridimensionali rischiano di ridurre la leggibilità e dovrebbero pertanto essere usati con attenzione ed evitati ove possibile

ATTENZIONE! Un'eccessiva concentrazione di immagini, figure, disegni e filigrane può determinare uno sfondo non uniforme. Essi dovrebbero pertanto essere usati con attenzione ed evitati ove possibile

ATTENZIONE! Se l'etichetta è trasparente, è necessario garantire un buon contrasto tra il carattere e l'alimento, che di fatto costituisce lo sfondo

Figura 17: Esempio di uso di colori, contrasti e sfondo non uniforme



2.3. CONFEZIONAMENTO

Tecnica di confezionamento

Le informazioni non devono venire collocate su punti della confezione che le rendano difficili da leggere, in particolare su punti non direttamente accessibili o che richiedano la manomissione, l'apertura della confezione per poter attingere le notizie essenziali relative al prodotto.

Qui di seguito sono riportati alcuni esempi di situazioni in cui particolari cautele devono essere prese in modo da assicurare la leggibilità:

- SI!** Preferire superfici opache (per ridurre i riflessi)
- ATTENZIONE!** Zone soggette a deformazione (es. intorno ai manici), superfici tridimensionali, altre tecniche di imballaggio implicanti la termoformatura
- ATTENZIONE!** Zone sigillate con il calore (es. estremità degli involucri delle barrette)
- ATTENZIONE!** Pellicole di plastica

Materiali degli imballi e finiture di stampa

Anche il materiale di imballaggio e le finiture di stampa possono condizionare la leggibilità.

ATTENZIONE! Le superfici particolarmente lucide possono avere l'effetto di aumentare il riflesso. Maggiore attenzione deve perciò venire data al contrasto, come pure alla scelta di una tecnica di stampa appropriata

ATTENZIONE! La forma della confezione può avere l'effetto di aumentare il riflesso

Figura 18: Esempio corretto di stampa su imballaggio dalla forma curva



3. SCHEMA DI SINTESI - BUONE PRASSI PER LA LEGGIBILITÀ

	<i>Si raccomanda</i>	<i>Fare attenzione</i>	<i>Meglio evitare</i>
Layout	<p>Titoli chiari, brevi e appropriati</p> <p>Uso di grassetto o maiuscole per distinguere i titoli dal testo</p> <p>Se lo spazio lo consente, raggruppare le informazioni che sono in relazione tra loro</p> <p>Ove opportuno, separare le varie parti del testo con riquadri o finestre</p> <p>Il testo deve cominciare ed essere allineato con il margine sinistro</p> <p>Usare i simboli per ridurre il corpo del testo e guidare il consumatore direttamente all'informazione rilevante</p>	<p>Uso eccessivo di maiuscole e sottolineature</p> <p>Organizzare il testo in un modo diverso dai paragrafi</p> <p>Formattazione del testo</p> <p>Allineamento del testo al centro</p> <p>Allineamento del testo con il margine destro</p>	<p>Eccessivo uso di lineette per andare a capo</p> <p>Parti del testo senza intestazioni, titoli o alcun elemento di separazione</p> <p>Disporre gran parte del testo con una sola o due parole per ogni linea</p> <p>Collocare le informazioni in cerchi</p> <p>Simboli troppo numerosi o troppo complessi</p>
Font, colore e contrasto	<p>Altezza delle lettere (altezza della x) pari o superiore a 1mm</p> <p>Adeguate spaziatura dei caratteri</p> <p>Interlinea 120% rispetto alla grandezza del <i>font</i></p> <p>Uso di <i>font</i> (senza grazie) facili da leggere</p> <p>Scelta di un carattere idoneo a essere usato in piccole dimensioni</p> <p>Uso di colori che assicurino un contrasto ben netto</p>	<p>Altezza delle lettere (altezza della x) inferiore a 1mm</p> <p>Interlinea inferiore a 120% della grandezza del <i>font</i> <i>Italic</i></p> <p>Uso di caratteri graziati</p> <p><i>Font</i> stilizzati e decorativi</p> <p>Contrasti deboli, sfumature, effetti tridimensionali, filigrane o sfondo non uniforme</p> <p>Nel caso di imballaggio trasparente, assicurare un buon contrasto con l'alimento che, di fatto, ne costituisce lo sfondo</p>	<p>Caratteri distanziati più di 1pt</p> <p>Interlinea inferiore a 0,5pt rispetto alla grandezza del <i>font</i></p> <p>Contrasto con tonalità di colore simili, es. chiaro su sfondo chiaro e scuro su sfondo scuro</p>
Imballaggi, stampa	<p>Impressione di alta qualità</p>	<p>Stampa su zone soggette a deformazione</p> <p>Parti sigillate con il calore</p> <p>Pellicole di plastica</p> <p>Superfici metalliche o lucenti</p> <p>Etichette stampate su superfici curve</p>	<p>Parti della confezione non direttamente accessibili</p> <p>Parti dell'imballaggio che devono venir rotte o danneggiate per consentire la lettura del testo</p>