



KONICA MINOLTA



ОТ ТРАДИЦИИ К ИННОВАЦИИ: НОВЫЕ ГОРИЗОНТЫ В ПРОИЗВОДСТВЕ ЭТИКЕТОК

МАРИЯ ЖУРАВОВА
ДИРЕКТОР ПО МАРКЕТИНГУ
И РАЗВИТИЮ БИЗНЕСА



УракExpo 2025
Москва

Giving Shape to Ideas



KONICA MINOLTA — 150 ЛЕТ ИННОВАЦИЙ



150 лет

разработки технологий
и создания
инновационных продуктов

>40 тыс

сотрудников
во всем мире

170

стран
присутствия

TOP100

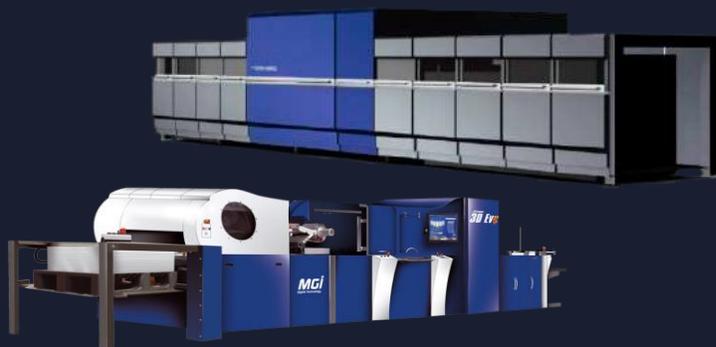
Global
Innovators 2024

~20 тыс

зарегистрированных
патентов

№1

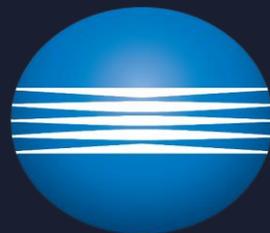
в сегменте
полноцветной
производительной печати



УПАКОВКА



ЭТИКЕТКА



KONICA MINOLTA



КОММЕРЧЕСКАЯ ПЕЧАТЬ



ТЕКСТИЛЬ





7 СЕКУНД

ДЛЯ ВЫБОРА



Привлекательная упаковка
— первый шаг к сердцу
покупателя



ЧЕГО ХОТЯТ ВЛАДЕЛЬЦЫ БРЕНДОВ?



КЛЮЧЕВЫЕ ТРЕНДЫ В УПАКОВКЕ И ЭТИКЕТКЕ



ИИ

Эволюция от функционального контейнера к инструменту продвижения



ЦИФРОВИЗАЦИЯ

«Умные» этикетки с использованием технологий AR, RFID и NFC, QR-кодов

Расширение пользовательского опыта при взаимодействии с упаковкой и этикеткой



Персонализация

Тиражи падают, требуется больше вариативной и персонализированной упаковки и этикетки



«Премиализация»

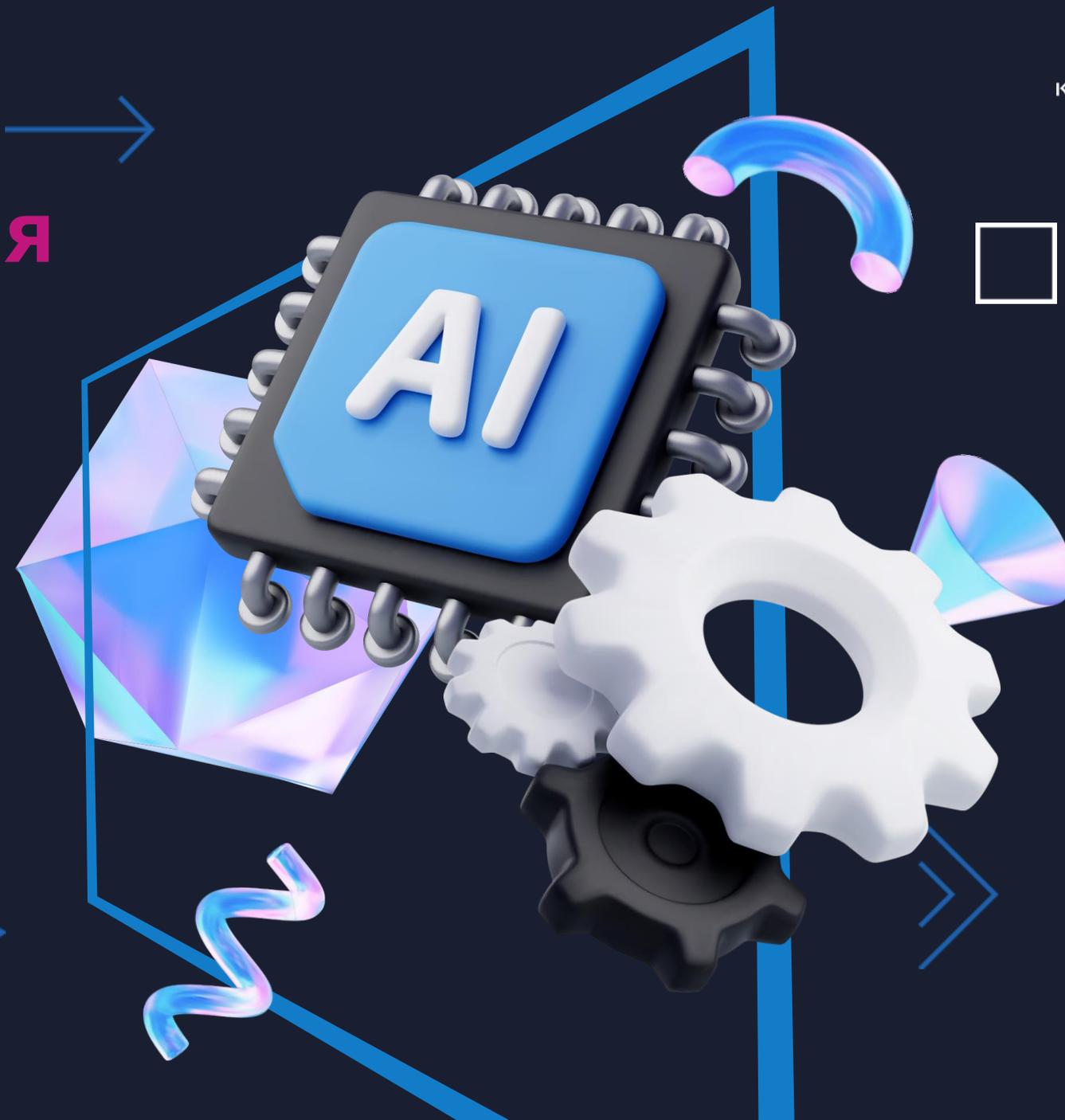
Требования все более привлекательных этикеток и упаковки



ИИ и АВТОМАТИЗАЦИЯ

Значительные достижения в области искусственного интеллекта (ИИ) и машинного обучения – ключевые факторы в дальнейшей автоматизации производств. Эти технологии позволяют создавать комплексные экосистемы, оптимизирующие процессы от дизайна до производства.

Генеративный ИИ значительно повышает креативность и идейность, расширяя возможности дизайнеров на этапах мозгового штурма за счет появления множества возможностей, которые в противном случае могли бы остаться незамеченными.



ПРЕИМУЩЕСТВА ИИ

1

АДАПТИВНЫЕ ДИЗАЙНЫ

Адаптивность под различные
размеры этикетки

Улучшенная
креативность

Повышение эффективности
дизайна

Анализ данных потребителей

2

ПОВЫШЕННАЯ ТОЧНОСТЬ

Анализ и интерпретация
данных

Контроль исполнения
и корректности

Оптимизация сроков
подготовки дизайна

до 60%
ЭКОНОМИЯ
ВРЕМЕНИ

3

ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ЭФФЕКТИВНОСТЬ

Экономия ресурсов
и затрат

Повышение эффективности
производства

Интеллектуальная
оптимизация печати

25%
ЭКОНОМИЯ
ВРЕМЕНИ

4

ПОСТОЯННОЕ КАЧЕСТВО

Гарантированное
качество

Исключение человеческого
фактора

Постоянство
дизайна

22%
ПОВЫШЕНИЕ
ПРОИЗВОДИТЕЛЬНОСТИ



KONICA MINOLTA

Культурная этикетка с ИИ...

Nutella





KONICA MINOLTA

Магия в бутылках

Johnnie Walker





ЦИФРОВИЗАЦИЯ

Ожидается увеличение использования умных этикеток с такими технологиями, как RFID-метки и NFC. По данным IDTechEx, европейский рынок RFID-этикеток достигнет 2,5 млрд евро к 2027 г. Эти технологии будут всё чаще применяться в управлении складом и логистикой, а также в промо-этикетках.

Ужесточение регламентов, касающихся указания содержимого, таких как аллергены и пищевая информация, часто требуемая на нескольких языках, также будет способствовать дальнейшему росту цифрового производства.





FreshTag

Индикаторы временной температуры (ТТИ) для полного контроля срока годности.

Идеально подходят для использования в цепочке поставок.



After Opening Timers

Указывает время, прошедшее с момента вскрытия упаковки.

Предназначен для использования потребителями.

SafeTag

Для использования с медицинским оборудованием и СИЗ

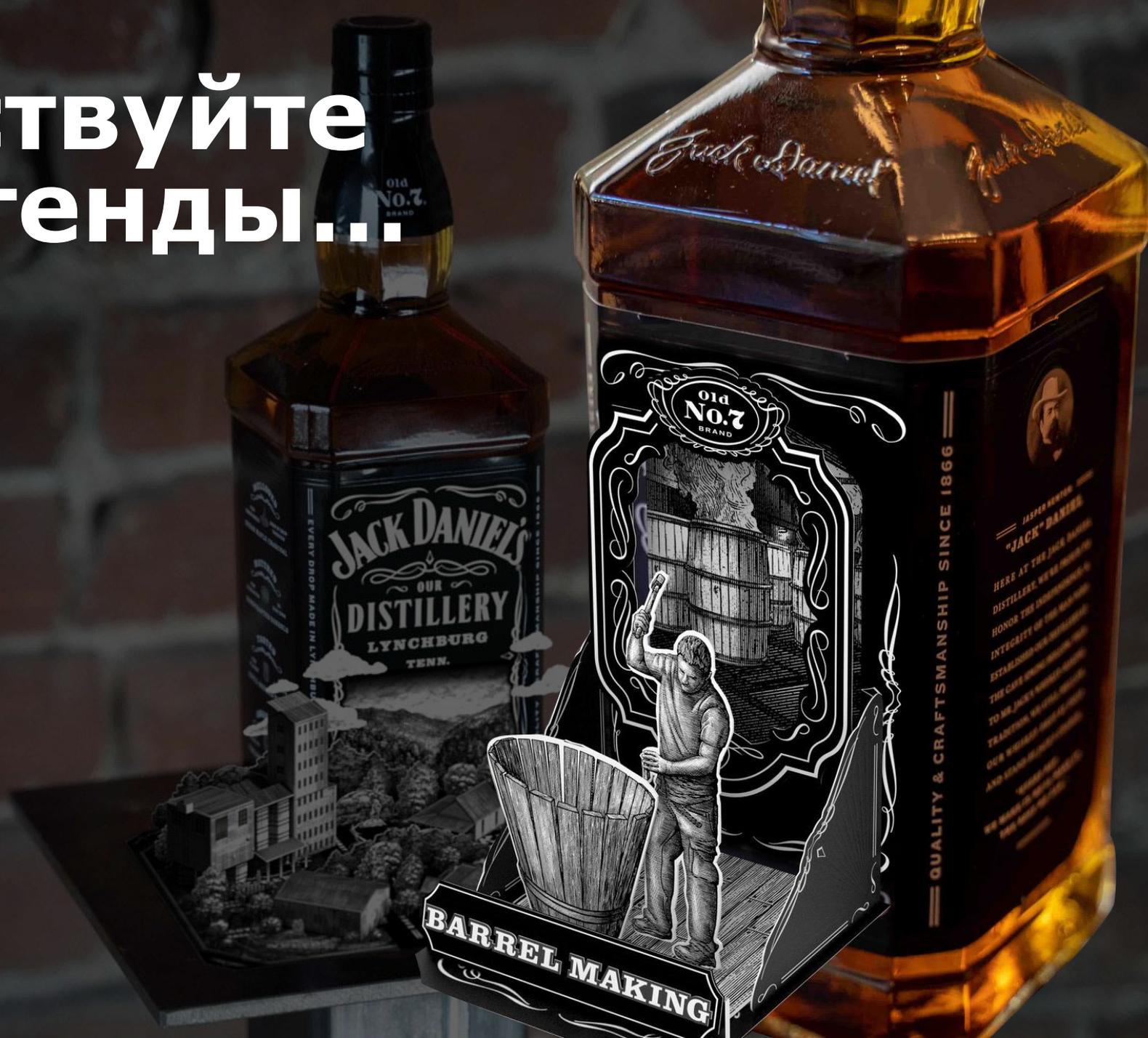


Leak Detection

Этикетка для обнаружения утечек наносится на внешнюю сторону упакованных в модифицированной атмосфере продуктов (содержащих CO₂) и визуально указывает на наличие утечки в упаковке

Почувствуйте дух легенды...

Виртуальный тур
Jack Daniel's



KONICA MINOLTA



INTRODUCING THE JACK DANIEL'S AR APP



TACTIC

Говорящая водка

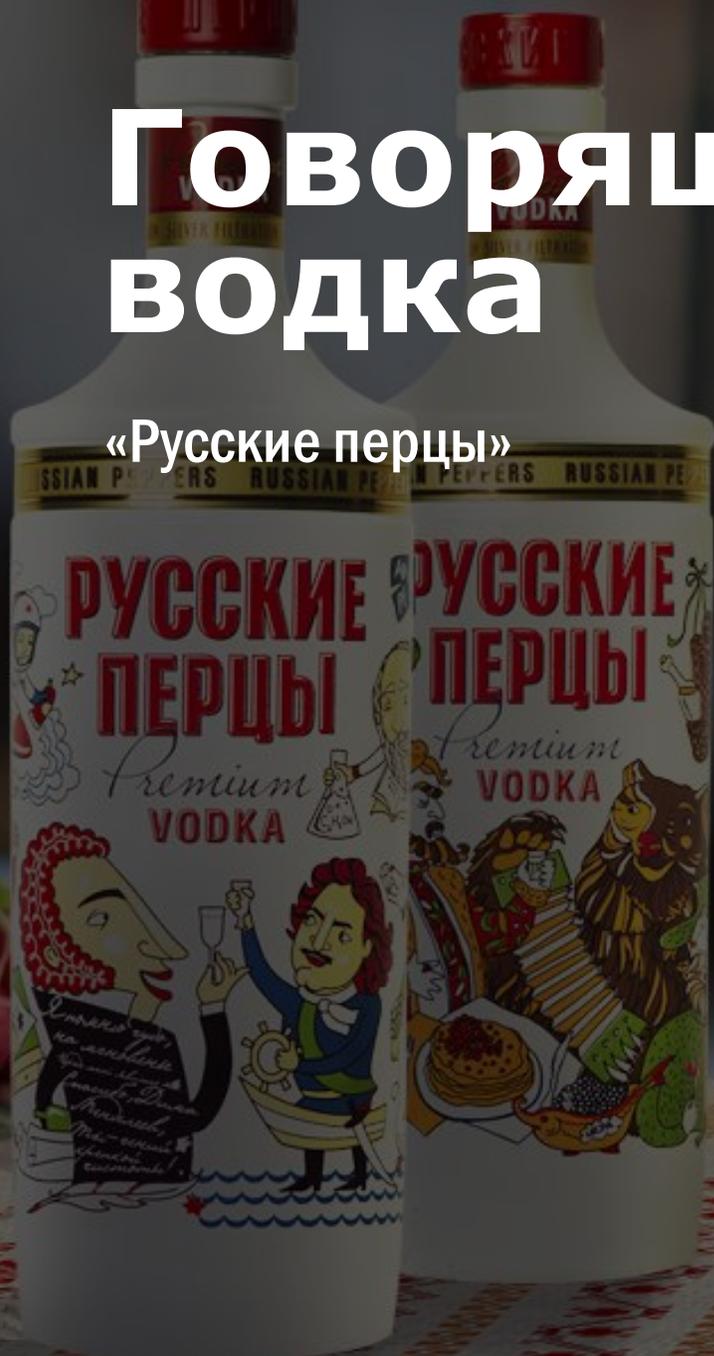
«Русские перцы»



KONICA MINOLTA

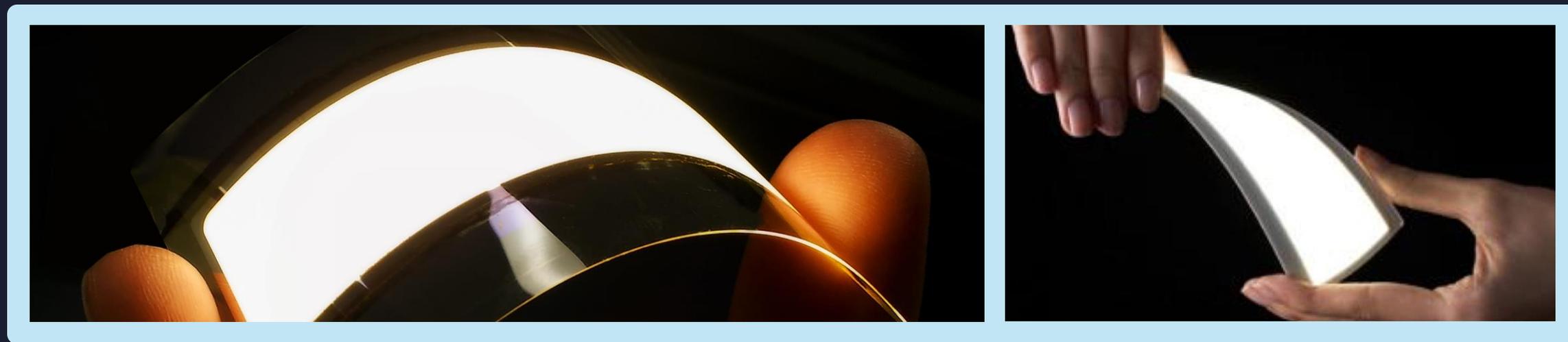
ПРОИЗНЕСТИ
ТОСТ

...
ЭТОТ ТОСТ ВАМ БУДЕТ В РАДОСТЬ,
ЧТОБЬ ЗАПОМНИЛСЯ ВАМ ПРАЗДНИК.
БУДЕТ СЧАСТЛИВ КАЖДЫЙ ГОСТЬ!
В ВАШУ ЧЕСТЬ ВЕСЕЛЫЙ ТОСТ!



СВЕТЯЩАЯСЯ БУМАГА — ГИБКИЕ OLED

СВЕТОВАЯ OLED-ПАНЕЛЬ



ОТКРЫТКИ, ВИЗИТКИ, БРОШЮРЫ



УПАКОВКА, ЭТИКЕТКА



ТОЧКИ ПРИСУТСТВИЯ









ПЕРСОНАЛИЗАЦИЯ

Персонализированная печать повышает эмоциональный фактор, будь то добавление имени клиента на этикетку продукта, внедрение уникальных элементов дизайна или создание индивидуального контента с использованием искусственного интеллекта – всё это обеспечивает более эффективные коммуникации с потребителями.

Используя аналитику больших данных маркетологи могут проводить таргетированные кампании, обеспечивать быстрое прототипирование, настраивать печатный контент, поддерживать возможности веб-печати и оптимизировать параметры печати. Что ведет к максимальной эффективности, сокращению отходов и ускорению выхода на рынок, привлекая внимание крупных брендов.



ЭТО ТВОЯ

Coca Cola, _____



KONICA MINOLTA



BRU Твоего клана

IRN-BRU





KONICA MINOLTA

Приближая партнёров...

Forlabels



forlabels
Γίνεται ένα με το προϊόν σας

ΤΑ ΝΕΑ ΜΑΣ | BLOG | ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΑ | ΘΕΣΕΙΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ | ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ | EL | EN

f in t y στοζήτηση

ΑΡΧΙΚΗ | ΕΤΑΙΡΙΑ | ΑΓΟΡΕΣ | ΠΡΟΪΟΝΤΑ | ΚΑΙΝΟΤΟΜΙΕΣ | ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ | CASE STUDIES

mosaic



ПУТЬ К «ПРЕМИАЛИЗАЦИИ»

Мы наблюдаем растущую тенденцию к «премиализации» продуктов в потребительском секторе. Бренды будут требовать более привлекательных этикеток. Привлекательность этикетки, особенно в премиальных сегментах, существенно влияет на решения потребителей о покупке. Это также приведёт к дальнейшему использованию креативных способов облагораживания, что обуславливает устойчивый рост сектора.

Мы видим, что цифровой рынок продолжает активно проникать в традиционные сегменты, поскольку производители меняют привычные подходы в отношении этикеток, а также уделяют большое внимание продвижению гибкой упаковки через цифровые технологии и изучают преимущества цифрового облагораживания.



ПРЕМИАЛЬНАЯ ОТДЕЛКА ЭТИКЕТКИ И...

...ВЛИЯНИЕ

на покупательские предпочтения
при оценке нового косметического
продукта

80%

ОТВЕТОВ

«Я часто беру упаковку и рассматриваю ее перед покупкой»

59%

ОТВЕТОВ

«Упаковка (изображения, форма, цвет, текстура) влияет на мою покупку»

45%

ОТВЕТОВ

«Я обычно подразумеваю, что модно декорированная, дорогая упаковка является показателем качества и готов платить больше за такой продукт»



УЗНАВАЕМОСТЬ И ВНИМАНИЕ — ЗАДАЧИ БРЕНДА



ТОВАРЫ С ОБЛАГОРАЖИВАНИЕМ

на 45% БЫСТРЕЕ ИДЕНТИФИЦИРУЮТСЯ

Способность продукта привлекать визуальное внимание покупателя оказывает сильное влияние на решение потребителей о покупке

УДЕРЖАНИЕ ВНИМАНИЯ НА 21% ДОЛЬШЕ

Чем дольше потребитель задерживает внимание на товаре, тем больше вероятность того, что он его выберет и поставит ему более высокую оценку

6 УНИВЕРСАЛЬНЫХ ЭФФЕКТОВ

Выборочное лакирование классическое 2D

Как в офсете
Как в шелкографии
Плоское 2D глянцевое лакирование



Выборочное 3D лакирование, тактильность

От 21μ до 116μ в одном проходе
Высокий уровень глянца
99 единиц



Шрифт Брайля

Чёткий шрифт Брайля
от 150μ до 300μ
за несколько проходов



УНИВЕРСАЛЬНЫЙ УФ-ЛАК

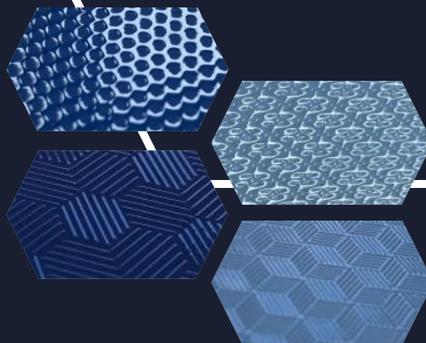
3D текстуры

Использование градаций серого для воспроизведения эффектов рельефного лака (Офсет/трафарет + тиснение)
переменная высота (мкм)



Библиотека 300+ текстур

Выбирайте из более чем 300 различных текстур на машине или во время допечатной подготовки!



Растрирование

Минимальный уровень лака для получения зернистого / матового эффекта высотой 2 мкм





KONICA MINOLTA





«Игристая» роскошь...

от ГАЛИЦКИХ



KONICA MINOLTA



KONICA MINOLTA



БЛАГОДАРЮ ЗА ВНИМАНИЕ!

МАРИЯ ЖУРАВОВА,
KONICA MINOLTA



УпакExpo 2025
Москва

Giving Shape to Ideas

