


Konica Minolta Sensing grows day after day in the world of colours

Konica Minolta Sensing in continua evoluzione nel mondo del colore

Gian Battista Pècere

 Konica Minolta Sensing has recently launched on the international market new high-precision portable lab tools for the proper detection of colours on surfaces and industry components. The editorial staff of *Pitture e Vernici European Coatings* talked about it with Renato Figini, Managing Director at Konica Minolta Sensing Italia.


These new tools are the new addition to a range which was launched by the company some years ago. The single/double measuring opening models, namely CM-25D and CM-26D were introduced last March 2019, while the top product CM-26dG for simultaneous measures of colours and gloss will be launched next November or December and it will feature two data collection scopes.

The CM-26dG, CM-26D and CM-25D have been launched widening the range of spectrophotometers belonging to the CM-2600D and CM-2500D series, which are widely used in the automotive and IT sectors and in many other

Renato Figini, Managing director at Konica Minolta Sensing Italia



Renato Figini, Direttore Responsabile di Konica Minolta Sensing Italia

 *Konica Minolta Sensing ha di recente lanciato sul mercato globale ulteriori strumenti portatili ad altissima precisione per il rilevamento corretto del colore sulle superfici e sui componenti prodotti dall'industria. La redazione di Pitture e Vernici European Coatings ne ha parlato con Renato Figini, Direttore Responsabile di Konica Minolta Sensing Italia. Questi nuovi strumenti vanno ad integrare una gamma che l'azienda ha lanciato qualche anno fa. Il modello a doppia apertura di misura, CM-26D e a singola, il CM-25D, sono stati introdotti*

nel mese di marzo 2019, mentre il modello di punta CM-26dG, per misurazioni simultanee di colore e brillantezza, sarà introdotto tra novembre e dicembre e avrà 2 finalità di rilevamento dati.

Gli strumenti CM-26dG, CM-26D e CM-25D vengono introdotti ampliando la gamma degli spettrofotometri della serie CM-2600D e CM-2500D ampiamente utilizzati nei settori automobilistico e IT e in molti altri settori applicativi. I nuovi strumenti miglioreranno l'efficienza e la produttività, abilitando l'utilizzo per il Digital Colour Data Management attraverso catene di approvvigionamento sempre più globalizzate.



application areas.

These new tools will improve the effectiveness and the productivity enabling the use for the Digital Colour Data Management through more and more global supply chains.

Gianni Pècere: “Which are the characteristics of these new tools?”

Renato Figini: “These portable tools feature an excellent performance in terms of “Inter-Instruments Agreement”, i.e. the interaction between instruments and data on the manufactured sample colours. This is very important within the colour digital communication, especially for those companies having many suppliers and who have to check their supply chain. These new tools help the companies which need to read the same numbers and send the colour data which they have used on their components, products or cases and packages”.

G.P.: “Which is the sector which mostly uses these instruments?”

R.F.: “These sphere-instruments are suitable for any application, ranging from coatings, textile to the plastic. They are rather universal and targeted to a large-medium sized enterprise customer, but, of course, also small-medium companies can take advantage of them. Those who are already using our instruments can avoid moving physical samples, and therefore, can transmit data through a digital system, thus shortening the manufacturing time and reducing costs. This is the well-known “time to market”, standing for a great benefit. Preparing physical samples according to the common production standards, obtaining minimal error tolerances is sometimes very hard and time-consuming. Those who lead an important and complex supply chain, all over the world, could cut the manufacturing costs and waste. Some of the top sectors which use our tools are the Automotive and Packaging ones.

G.P.: “Which are the differences between the models?”

R.F.: “CM-26dG and CM-26D feature two measuring areas, Ø8 mm and Ø3 mm. CM-25d shows a fixed measuring area of Ø8 mm to carry out various size measurements. All models are supplied with an illuminated optical viewfinder for an accurate positioning on the samples. Many products are subject to thousand quality inspections everyday, requiring short measuring time and a high tool durability. The CM-26dG series meets both requirements. Even when colour and gloss have to be measured, the measuring time is about



Gianni Pècere: “Quali sono le caratteristiche di questi nuovi strumenti?”


Renato Figini: “Questi strumenti portatili si caratterizzano per l'eccellente performance in termini di “Inter-Instrument Agreement” cioè la correlazione tra strumenti e dati forniti sul colore dei campioni prodotti. Questo è estremamente importante nell'ambito della comunicazione digitale del colore, soprattutto per le aziende che hanno un ampio numero di fornitori e che quindi devono controllare la loro supply chain. Questi nuovi strumenti aiutano le aziende che hanno il bisogno di leggere gli stessi numeri e trasmettere i dati sui colori che hanno utilizzato sui loro componenti, prodotti o su involucri e confezioni”.

G.P.: “Qual'è il settore che più si avvale di questi strumenti?”

R.F.: “Parliamo di strumenti a sfera adatti a qualsiasi tipo di applicazione, dal coating al tessile e al plastico. Gli strumenti sono abbastanza universali. Hanno come target di utilizzo un cliente delle dimensioni medio-grandi, ma naturalmente ne possono beneficiare anche le aziende medio piccole. Chi già fa uso di queste nostre strumentazioni ha il grande vantaggio di evitare lo spostamento dei campioni fisici, trasmettendo i dati in modo digitale, quindi si accorciano le tempistiche di produzione e si riducono i costi. Il famoso time to market. E' molto laborioso a volte preparare dei campioni fisici con i famosi standard fissi di produzione e avere delle tolleranze minime di errore. Chi ha una catena di fornitori importante e complessa, diciamo in tutto il mondo, potrebbe ridurre i costi di produzione, riducendo gli scarti. Alcuni dei settori di punta che si avvalgono delle nostre strumentazioni sono il settore Automotive e quello del Packaging”.

G.P.: “Quali sono le differenze tra i modelli?”


R.F.: “Il CM-26dG e CM-26D possiedono 2 aree di misura Ø8 mm e Ø3 mm. Il CM-25d ha un'area fissa di misura di Ø8 mm per eseguire misure di parti di diverse dimensioni. Tutti i modelli sono inoltre dotati di un mirino ottico illuminato, per un accurato posizionamento sui campioni. Su molti prodotti vengono condotte migliaia di ispezioni di qualità ogni giorno, che richiedono tempi di misurazione brevi e un'elevata durabilità dello strumento. La serie CM-26dG soddisfa entrambi questi requisiti. Anche quando si misurano sia il colore che la brillantezza, il tempo di misura è di circa 1 secondo, con un intervallo di misurazione di 2 secondi. Inoltre, la durabilità in termini di cicli di misura è stata significativamente migliorata rispetto ai modelli precedenti. La migliore velocità di ispezione e

 1 second, with a 2 seconds interval. Furthermore, the durability in terms of measuring cycles has been highly improved over the previous models. The better inspection speed and time increase the working efficiency reducing the downtime. These instruments are high target

on the market, also referring to costs, but they are always in line with the previous models by Konica Minolta which have been launched in these last years. We know that the price of portable tools such as those manufactured by our company could seem high, but the measuring quality makes them unique instruments which can contribute to additional costs savings during the manufacturing process of the finished product. The company which purchases them has the benefit of its use and of a high precision colour and data measuring process.

G.P.: “So, even though they have been launched recently on the market, there are companies which are already using them, is this true?”

R.F.: “Yes, some of these instruments have been purchased recently by a Packaging supplier for a famous world cigarette brand manufacture. This supplier is the owner of a rather important printing industry chain, about 400 all over the world. This customer purchased these tools as the quality of the Inter-Instrument Agreement is so high that they have already bought many of them; in the short term, we think in one year or one year and a half, this customer will provide all its suppliers with the same tools for colour reading and data transmission. Their objective is synchronizing at best the whole supply chain, since they have printers of packaging materials in various areas in the world and therefore colours cannot be altered. The standardization and the precision of colours in the packaging sector is very important as, also in psychological terms, colours facilitate the customer loyalty and the product choice. When a large supplier chain in different countries of the

 durata, aumentano l'efficienza del lavoro e riducono i tempi di inattività. Sono strumenti che hanno un target alto di mercato, anche come costi, ma sempre in linea con i precedenti modelli di Konica Minolta che abbiamo lanciato nel corso degli anni precedenti. Sappiamo

che per strumenti portatili come i nostri, i prezzi possono sembrare alti, ma la qualità delle misurazioni li rendono strumenti unici che possono agevolare nel risparmio di costi aggiuntivi durante la fase di produzione del prodotto finale.

L'azienda che acquista ha sicuramente un beneficio nel loro utilizzo ed un'alta fedeltà nelle misurazioni del colore e dei dati.

With these spectrophotometers you can avoid moving physical samples, transmitting data through a digital system




Con questi spettrofotometri si ha il vantaggio di evitare lo spostamento dei campioni fisici e trasmettere i dati in modo digitale

G.P.: “Quindi, pur essendo stati da poco lanciati sul mercato, c'è già chi ne sta facendo uso?”

R.F.: “Sì. Alcuni di questi strumenti sono stati da poco acquistati da un fornitore di Packaging per un famoso brand mondiale che produce sigarette. Questo fornitore possiede una catena di stampatori abbastanza importante, circa 400 in tutto il mondo. Il cliente si è dotato di queste strumentazioni in quanto la qualità dell'Inter-Instrument Agreement è talmente elevata che hanno acquistato già una quantità importante delle nostre strumentazioni; con il tempo, crediamo 1 anno, 1 anno e mezzo, il cliente doterà tutti i suoi fornitori delle medesime strumentazioni per la lettura del colore e trasmissione dei dati. Il loro intento è di sincronizzare al meglio l'intera supply chain visto che hanno stampatori di materiale per packaging in diverse zone del mondo e quindi i colori non possono essere alterati. La standardizzazione e la fedeltà dei colori nel packaging è molto importante, in quanto anche in termini psicologici, il colore stimola una fidelizzazione e facilita la scelta di acquisto.

Quando si ha a che fare con una grande catena di fornitori in più zone del globo, i colori del packaging del prodotto devono essere standard e quindi il controllo del confezionamento deve essere fatto in loco, senza spostare il campione da un territorio all'altro. Con la comunicazione dei dati sul

 word is involved, the product packaging colours must be standard and so the packaging control must be done locally, without moving the sample from one country to another. Through the communication of the colour data, these tools allow to optimize the supply process and colour reading, keeping the same standard throughout the world”.


G.P.: “Can your tool guarantee and meet the Corporate company’s requirements as for the precise colour reproduction for their packaging?”

R.F.: “When we talk about important trademarks we also think of their logo colour which must be the same on the shelves all over the world; therefore, some companies want their colours not to be altered anywhere in the world. If some printers save money buying low quality inks and pigments compared with others, in order to reduce their costs, however they must take into account the brand requirements, which cannot be altered.

A colour for a trademark must be the same, so to avoid legal litigations or unacceptable colour alterations”

G.P.: “I think that your instruments should be used also for composite materials finishing. For example, those who manufacture carbon based racing bikes, tennis rackets, components for motorbikes, glasses and other industrial products, which must be painted, need these instruments to have a regular repeatability of the pieces they manufacture”.

R.F.: “It’s true, using these tools it is possible to open new market scenarios where the companies should need the same repeatability of the manufactured pieces. If the colour is altered, some companies could be in trouble. If the same repeatability and the same colour line for the manufactured parts are needed, these tools help to manufacture small-large components, because the varnishes used to finish composite parts, have technical specifications which are different from those of conventional ones. These tools can test various finished

 colore questi strumenti permettono di ottimizzare i processi di fornitura e di lettura del colore, mantenendo il medesimo standard in tutto il mondo”.

G.P.: “E’ possibile con il vostro strumento garantire e rispettare le indicazioni della Casa Madre nella riproduzione fedele dei colori nei loro packaging?”

R.F.: “Se pensiamo ai grandi marchi pensiamo anche ai colori dei loro loghi che devono essere uguali sugli scaffali di tutto il mondo, quindi alcune aziende pretendono che i colori non siano alterati da un posto all’altro del mondo. Se

alcuni stampatori risparmiano comprando inchiostri e pigmenti meno qualitativi di altri per cercare di abbattere alcuni costi, devono sempre tener conto delle esigenze di brand che non possono essere alterate. Il colore di un marchio deve essere identico, altrimenti si può andare incontro a cause legali o ad alterazioni di colori non ammissibili”.

G.P.: “Credo che sia importante usare i vostri strumenti anche nella fini-

tura dei materiali compositi. Ad esempio, chi produce bici da corsa in carbonio, racchette da tennis, componenti per moto, occhiali ed altri prodotti industriali, soggetti a verniciatura, penso che avrebbe bisogno di queste strumentazioni per avere una ripetibilità identica dei pezzi che producono”.

R.F.: “Vero, con l’uso di questi strumenti si possono aprire nuovi scenari di mercato laddove le aziende avessero il bisogno di una ripetibilità identica dei pezzi prodotti. Se il colore viene alterato ci sono aziende che potrebbero avere dei problemi. Se si ha il bisogno della ripetibilità e di una linea di colori identica sulle parti prodotte, questi strumenti aiutano nella produzione di piccoli e grandi componenti, anche perché le vernici che si usano per rifinire le parti in composito, hanno specifiche tecniche diverse dalle vernici convenzionali. Questi strumenti possono analizzare le varie finiture finali prima di andare sul mercato”.

G. P.: “Altre novità in arrivo?”

R.F.: “Visto che si va sempre più verso l’industria 4.0,

Portable Spectrophotometer CM-26dG for the simultaneous measuring of colour and gloss



Spettrofotometro portatile CM-26dG per la misurazione simultanea di colore e brillantezza



parts before being launched on the market.

G.P.: “Are there other novelties coming soon?”

R.F.: “Since we are more and more leading the way to the industry 4.0, also some of our previous models will be updated for new productions and communications. At present it is too early to announce it since we are focussing on these new instruments; Konica Minolta is always “on the move”. Market changes also lead to a change in the technology product concepts. In the data detection sector, Konica Minolta offers products and solutions to measure light source colours and components and materials colours, relying on optical technologies which are being constantly optimized. The products and solutions adopted by our company play a role increasing quality and productivity. Since we have enlarged our offer in the industrial ICT sector as our main specialization area, especially for LCD displays and OLED screens, among the growth strategic business, we have also invested in the development of technologies and products related to the growing automation needs in the automotive sector. For this reason, a few months ago, we took over a Spanish company specialized in the in-line inspection for the Automotive sector; its name is Eines Systems which will start soon to be integrated in our product lines. This company is specialized in the automated visual control”.

G.P.: “The European economy seems to be living a stagnation period. What about Konica Minolta’s situation at present?”

R.F.: We work all over the world, but the geographical area where I mainly carry out my activity, Turkey, is an interesting market where we are growing more and more. It is a country featuring a very important and advanced manufacturing activity. We think that Automotive is one of their successful market. Economy in Turkey focuses on various sectors, not only one in particular. Textile and Plastic sectors are growing as well as the Food one. Their local economy is not going very well, but their export is growing. As for the Automotive sector, their companies make profit through export activities, and the same is for the Plastic sector. In Europe, the year 2019, on the contrary, for our company, was a very successful year in spite of the economic stagnation. Just in Italy, we reported a growth rate of 15%, only in the colour sector. We are going to improve the colour, paint and varnishes markets and since we are a multifaceted partner we also work with companies which make formulations for other chemical sectors such as the textile and tanning ones where we think we are able to improve our sales volumes”.



anche alcuni dei nostri precedenti modelli verranno aggiornati in funzione delle nuove produzioni e comunicazioni. Adesso è prematuro dirlo visto che ci stiamo concentrando su queste nuove strumentazioni; Konica Minolta è sempre in movimento. I cambiamenti nel mercato portano di conseguenza dei cambiamenti nel concepimento dei prodotti tecnologici. Nel settore del rilevamento dati Konica Minolta offre prodotti e soluzioni per la misurazione del colore di sorgenti luminose e del colore di componenti e materiali sulla base di tecnologie ottiche che vengono costantemente ottimizzate. I prodotti e le soluzioni che la nostra azienda adotta contribuiscono ad aumentare la qualità e la produttività. E poiché l’azienda ha potenziato la propria offerta nel settore industriale ICT come competenza principale, in particolare per i display LCD e gli schermi OLED, tra le attività strategiche di crescita ha potenziato anche lo sviluppo di tecnologie e prodotti in relazione alle crescenti esigenze di automazione nel settore automotive.

A tale proposito pochi mesi fa abbiamo acquisito un’azienda spagnola che si occupa di in-line inspection nell’ambito dell’Automotive, la Eines Systems e prevediamo che comincerà ad integrarsi con i nostri prodotti. Eines Systems è specializzata nel controllo visivo automatizzato”.

G.P.: “L’economia Europea sembra attraversare un momento di stagnazione. Che periodo sta attraversando Konica Minolta?”

R.F.: “Operiamo in tutto il mondo ma nell’area che seguo personalmente, reputo la Turchia un mercato interessante dove stiamo crescendo. E’ un Paese che ha un’attività manifatturiera estremamente importante e avanzata. Consideriamo l’Automotive un loro mercato davvero di prospettiva. La Turchia è un’economia che si focalizza su svariati settori, non solo in uno in particolare. Tessile e plastico sono in crescita, così come quello alimentare. Diciamo che come economia non stanno andando benissimo a livello interno, ma sta crescendo molto il loro export. Se penso all’Automotive, le loro aziende producono per esportazione, così come per il settore plastico. A livello europeo invece, nel nostro anno fiscale del 2019 (quindi dati del 2018), parliamo di un anno estremamente positivo nonostante la situazione economica stagnante. Solo in Italia, nel colore siamo cresciuti del 15%. Continueremo a sviluppare il mercato del colore e delle pitture e vernici; essendo un partner trasversale naturalmente ci rivolgiamo anche ad aziende che fanno formulati per altri settori della chimica come per esempio il tessile e il conciarario dove pensiamo di poter migliorare i dati di vendita”.