

# Pack



# Plast

[www.packochplast.se](http://www.packochplast.se)

**Tema:**  
Förpackningsproduktion  
Läkemedel



Sätter färg på det mesta  
Klärar alla tryckmetoder



Snabb diagnos  
Säker märkning livsviktig



Allt inför packmässan  
Utställarlista i bilaga  
till detta nummer

Nr 10. Oktober 2010

# 30 på en flaska nära dig

REPAIRING  
protein shampoo  
APPLE & SUNFLOWER



## ACT Gruppen

Allt inom industriell märkning, kontroll och systemlösningar

Besök oss i monter C 07:18

easyFairs

PACK & EMBALLAGE  
20 - 21 OKTOBER 2010 | STOCKHOLMSMÄSSAN | STOCKHOLM



1990-2010

[www.act-gruppen.com](http://www.act-gruppen.com)



Av Börje Åhgren

Det gäller att vinna matchen i butikshyllan. Det gäller även i frisersalonger. Tillsammans med tre andra svenska företag satsade Grazette på tredimensionella etiketter vid relanseringen av sina hårvårdsprodukter. Nu kan ingen gå förbi flaskan.

De som såg till att schampo med 3D blev verklighet, fr v Jim Bågesjö, Rotakett, Pierre Hultin, Rollig Optics, Patrick Koch, Grazette, Hans Algeskog, Grazette och Peter Nilsson, AdhTech

## Nu på en flaska nära dig

Svenskt samarbete skapar sensation



REPAIRING

protein shampoo  
APPLE & SUNFLOWER

easyFairs  
PACK & EMBALLAGE  
MÅSSAN SOM ÄR ETT MÅSTE FÖR DINA FRAMTIDA FÖRPACKNINGAR

GRAZETTE  
OF SWEDEN

”Så grön som möjligt”, med det mottot satsade Göteborgsföretaget Grazette på en relansering av sin hårvårdsserie XL, den hårvårdsserie som säljer bäst i svenska frisersalonger. Produkterna innehåller extrakt från äpple som gör schampona extra milda. Förutom schampo ingår andra hårvårdsprodukter, t ex geler och styling-krämer, samt även hudvårdsprodukter i sortimentet.

- Namnet XL kommer sig av att vi ville att våra förpackningar skulle vara lite större än konkurrenternas för att konsumenten skulle få mer för pengarna. Förkortningen kan också tolkas som extra lyx

eller varför inte extra lönsamt för konsumenten, berättar Hans Algeskog, VD för Grazette of Sweden AB. Produktserien XL har funnits i 20 år på marknaden och när den skulle relanseras föll blickarna på 3D-etiketter från Rolling Optics. - Den ska jag bara ha, var min första tanke när jag såg den, berättar Patrick Koch, AD på Grazette.

### Nu på verkliga produkter

Rolling Optics har redan tidigare visat upp etiketter med tredimensionell effekt i branschen, på tidningar, mässor och även på konferenser, se t ex rapporten från konferen-

sen om läkemedelsförpackningar som finns på annan plats i detta nummer. Nu finns 3D-etiketten på produkter som kan köpas i 2.500 frisersalonger runt om i landet. Materialet som skapar den tredimensionella effekten levereras av Rolling Optics i Stockholm till Rotakett i Helsingborg, som i sin tur konverterar dem till färdiga etiketter.

- Produktionen av den färdiga etiketten sker i sammanlagt sex steg och vi samarbetar med vårt systerföretag AdhTech, som ligger granne med oss, berättar Jim Bågesjö, marknadschef på Rotakett.

### Samarbete gav resultat

- Där har vi en stor fördel i och med att vi kan skicka

etiketterna fram och tillbaka mellan oss. Det är inte många andra som kan arbeta på det sättet, kompletterar Peter Nilsson, VD på AdhTech AB. AdhTech ska fört utläsas adhesivteknik.

De färdiga etiketterna, med logotypen XL påtryckt med screentechnik, levereras till Grazette i Göteborgsförorten Västra Frölunda. Där sker fyllning av flaskorna och etiketterna appliceras på traditionellt sätt.

- I det här fallet har man valt att skapa helt unik design med djup i etiketterna men vi kan också åstadkomma andra effekter. Effekten kan utnyttjas till att få mönster att sväva ovanför etiketten eller man kan släcka ut delar av mönstret i olika vinklar eller lägga in logotyper, berättar Pierre

Hultin, försäljningsdirektör på Rolling Optics. Han poängterar att 3D etiketten hjälper Grazettes produkter att synas på butikshyllan och därmed skapa starkare köpkraft samtidigt som den förhindrar Grazettes produkter från att förfälskas då den är omöjlig att kopiera.

### Succé direkt

De nya flaskorna lanserades på marknaden i somras och redan efter fem veckor var skillnaden slående. Försäljningen gick upp 90 procent. - Det går inte att gå förbi den här flaskan, man måste bara kolla. Den är också en utmärkt dörröppnare för våra försäljare, som måste fånga intresset hos stressade frisersörer säger Hans Algeskog. Samma sak gäller hemma.

Den här schampoflaskan gömmer ingen i badrumsskåpet. Den får stå framme. - Vi hade nyligen tyska intressenter på besök och så snart de sett vår nya XL-serie med 3D etiketterna var det ingen tvekan om att det var detta man ville satsa på som introduktion på den tyska marknaden. Vi säljer våra produkter i åtta länder och med tanke på denna reaktion är det naturligtvis med spänning vi ser fram mot ytterligare försäljningsframgångar, avslutar Hans Algeskog.



# STORSÄCKAR

- av hög kvalitet



Skräddarsydda enligt kundens önskemål

- Enögle
- Tvåögle
- Fyröglesäckar
  
- Engångs och
- Flergångssäckar
- Säckar för farligt gods
- Säckar för livsmedel
- Antistatiska säckar

ISO 9001 certifierat företag

**CERTEX**  
Ställinor och lyftredskap

Tel +46 (0)31 50 86 50  
Fax +46 (0)31 23 24 90  
Eller maila till Marie  
marie.holmgren@certex.se