

## EDITO

### La dimension européenne

En Europe, le marché du bouchon poursuit sa recomposition. Dans ce contexte et malgré une année 2009 marquée par de fortes turbulences économiques, le groupe Procap a maintenu le cap avec un chiffre d'affaires en progression de 8 %. La diversification de la clientèle sur un nombre important de secteurs d'activité permet à Procap de toucher toutes les zones à fort potentiel. Ce redéploiement nous pousse à être toujours plus créatifs, plus innovants pour conforter notre dimension européenne, en optimisant nos ressources, en multipliant les synergies pour des offres encore plus attractives, en internationalisant nos équipes. L'Europe est notre champ d'action. De nouvelles perspectives se dessinent sur des marchés majeurs. A commencer par l'Allemagne où notre groupe doit s'affirmer davantage. La dynamique est en marche et de nouveaux clients allemands, suisses et autrichiens, de notoriété internationale, ont été séduits par l'offre Procap. La participation du groupe au salon Interpack, le premier en Europe pour l'emballage, confirme nos ambitions européennes. Nous donnons d'ores et déjà rendez-vous à tous nos clients et partenaires à Dusseldorf en mai 2011. Nous serons très heureux de leur présenter les dernières innovations et avancées de notre groupe. A bientôt ! ■

Yves Jozefiak  
Directeur Commercial et Marketing

## L'ALLEMAGNE, UN MARCHÉ STRATÉGIQUE

*Dans le processus de conquête de l'Europe, le positionnement sur le marché allemand constitue une étape-clé pour Procap.*



Yves JOZEFIAK et Benoît HENCKES

→ L'Allemagne en ligne de mire. Le champion d'Europe de la croissance attire toutes les convoitises. Pour Procap, pas question de passer à côté de ce marché stratégique. Le groupe affûte ses armes pour conquérir ses clients outre-Rhin. Il a ainsi étoffé son équipe commerciale en recrutant un nouveau manager pour la zone de l'Europe de l'Est. Attila Agg rejoint le team de Mike Kopp, responsable Allemagne, Autriche, Suisse et Pays de l'Est. Il apportera son expérience dans la vente d'emballages destinés aux consommateurs. Attila a notamment travaillé pendant plus de sept ans en tant que directeur des ventes pour différents pays de l'Est.

Il a aussi collaboré avec des fabricants de conteneurs et capsules en plastique. Son nouveau défi : porter Procap en position de leader sur les marchés d'Europe de l'Est.

Le groupe va pouvoir s'appuyer sur ses compétences et son expertise pour développer des offres à forte valeur ajoutée au profit de ses clients. ■

### SÉDUIRE LA CLIENTÈLE ALLEMANDE

Procap s'adosse à un partenaire industriel pour affirmer ses positions. La société Scotts s'est, en effet, engagée avec Procap pour le développement d'un nouveau bouchon doseur. De son côté, l'usine d'Hoboken s'est dotée d'une machine de montage spécifique et intégrée dans la ligne de fabrication pour la pose du joint annulaire. A la clé, un appareil de production enrichi et des arguments en plus pour séduire la clientèle allemande.



### Le CHIFFRE

# 5,4 milliards

C'est le nombre d'unités produites par le groupe PROCAP en 2009

## Succès commerciaux

### PROSOL, L'ÉTOFFE D'UN LEADER

Procap a gagné la confiance de la société Prosol spécialisée dans la production de cafés solubles pour les marques de distributeurs. Dotée de la dernière technologie en conditionnement, Prosol s'adapte en toute souplesse aux exigences de ses clients et s'exporte dans plus de 20 pays. Son objectif : devenir leader mondial dans l'approvisionnement de cafés solubles.

### HERO, LA MULTINATIONALE



Depuis la création de sa première usine en 1922, Hero s'est forgé une réputation de confiance et de pérennité auprès des consommateurs espagnols. Aujourd'hui, cette multinationale de l'alimentaire est l'une des plus importantes d'Espagne avec une distribution dans près de 100 pays et un éventail de plus de 400 produits. Procap fournit des petites cuillères et doseurs destinés aux poudres de lait infantile.

### Megacontrat avec Agua Doy

Le producteur d'eau minérale Agua Doy (Font Agudes) fait appel à Procap pour la fourniture annuelle de plus de 40 millions de bouchons « Spark One ».



## La croissance EST TOUJOURS LÀ...

**Procap continue de croître sur le marché espagnol du bouchage en s'appuyant sur des entreprises leaders dans les secteurs de l'huile alimentaire et de l'alimentaire sec.**

→ Au début de l'année 2010, Procap a signé un contrat avec le groupe Faiges (Idealsa) pour la livraison de plus de 40 millions de bouchons pour huile de table. Principalement orienté vers les marques de distributeurs, le groupe Faiges est actuellement l'un des acteurs-clés du secteur de l'huile alimentaire. Le groupe Borges fait également confiance à Procap en choisissant son bouchon standard 29/21 2 pièces pour sa toute nouvelle bouteille d'un litre avec un design rehaussé. Avec plus de 100 ans d'expérience, le groupe Borges est l'une des sociétés les plus connues dans le secteur de l'huile alimentaire et aussi l'un des principaux exportateurs en Espagne. En finalisant ces deux accords commerciaux, Procap est devenue l'une des premières références en Espagne pour la fourniture de bouchons d'huile alimentaire. Dans le domaine de l'alimentaire sec, Procap

a renforcé son hégémonie en se rapprochant de deux acteurs majeurs : Argal et Seda Solubles. Après un test réussi des capsules à encliqueter, le groupe Argal a décidé d'adapter son infrastructure, améliorant à la fois la productivité et le design général du produit. Leader dans l'industrie de la charcuterie espagnole, Argal est depuis plus de 90 ans une entreprise phare du secteur alimentaire en Espagne. Enfin, l'accord commercial avec le groupe Seda Solubles octroie à Procap le leadership pour l'approvisionnement en capsules du marché espagnol du café soluble. Fondée en 1963, Seda est spécialisée dans la production de cafés solubles et s'efforce de répondre aux besoins de ses clients en termes de qualité et de service. Procap va désormais y contribuer en ajoutant à l'excellence du produit la performance de l'emballage. ■

### PLUS DE VOLUME à LLAGOSTERA

En Espagne, Procap conduit une politique continue de développement. Fin 2009, l'entreprise a racheté l'outil de production et l'activité bouchage plastique de Sofiplast. Une opération qui montre la détermination de Procap à continuer à grandir en Europe. L'outil de production a été transféré début 2010 dans l'usine de Llagostera, qui à l'image de l'ensemble des sites de fabrication du

groupe, vient d'obtenir la certification ISO 14000. Ce rachat est synonyme de forte croissance du volume de production et un élargissement de son portefeuille de produits et clients dans la péninsule ibérique.



## Succès commerciaux

### DU TROIS EN UN !

Créée en 1932, la coopérative laitière de Villefranche est devenue un spécialiste des produits frais de qualité. En 2010, elle a rejoint le groupe Sodiaal, également client de Procap. Associant tradition et innovation, portée par le goût du naturel, la société a inventé le lait microfiltré Marguerite. Depuis 2003, ce produit est commercialisé dans une bouteille en PET. Et en 2009, la Laiterie de Villefranche a opté pour le bouchon Proflex 38 mm auto-jointant de Procap. « La technicité de cette solution garantit l'intégrité des productions, argumente Laurent Fournier, directeur technique. Elle permet à l'entreprise de gagner en productivité sur la ligne combi Sidel équipée d'une visseuse 8 têtes. Notre équipe d'assistance technique a su conseiller le service maintenance pour obtenir une qualité de vissage parfaite. Du trois en un en somme ! J'ajoute que la proximité du site de Messia nous permet d'être très présents et d'optimiser les coûts logistiques. »

### Un DÉFI TECHNIQUE avec NESTLÉ



Nouvelle illustration de la notoriété de l'entreprise : le groupe Nestlé a choisi Procap pour le repack de son produit Knacki Balls fabriqué par Herta. Un enjeu de taille qui consiste à offrir au client final une capsule avec quatre pics intégrés ainsi qu'un visuel fixé à l'aide de la technologie de l'IML. Autant d'opérations réalisées dans le cadre d'un seul et unique process industriel.



## Le niveau monte d'un cran

**Procap confirme sa percée dans l'Hexagone. Le groupe étoffe son réseau commercial et son expertise technique.**



Le service R&D

→ A côté de sa gamme de bouchons spécifiques, Procap fabrique un large panel de produits standards. Des produits qui évoluent de plus en plus, tant au niveau du design que de la fonctionnalité, du poids et des attentes clients. D'où la nécessité de suivre le marché pour faire progresser la gamme standard au plus près des besoins des clients mais aussi de communiquer efficacement autour de ces nouveautés. La nomination de Lionel Bonvalot comme responsable produit répond à ces exigences. Chef de projet R&D depuis quatre ans chez Procap, Lionel

a acquis une solide expertise technique du bouchage. Il ajoute désormais des compétences en marketing. Lionel Bonvalot conduit actuellement plusieurs projets en collaboration avec l'équipe commerciale et R&D de Procap, en partenariat avec des clients de référence. De son côté, Laurent Schaffhauser a rejoint l'équipe commerciale en avril dernier. Après des études de commerce complétées par une formation technique, il peut s'appuyer sur une expérience de responsable de secteur chez Soco System, un acteur majeur dans le conditionnement de fin de ligne (palettisation et convoyage). Chez Procap, Laurent Schaffhauser assure la gestion des ventes sur tout le Nord de la France, en se focalisant plus particulièrement sur les secteurs agroalimentaire et chimie. ■



Lionel Bonvalot  
Nouveau responsable produit

### La « meilleure eau de France »

Les bouchons Procap consolident leur position en France en s'imposant parmi les locomotives du secteur agro-alimentaire. Parmi elles, les Sources de Soultzmat et la marque Lisbeth, une des rares entreprises



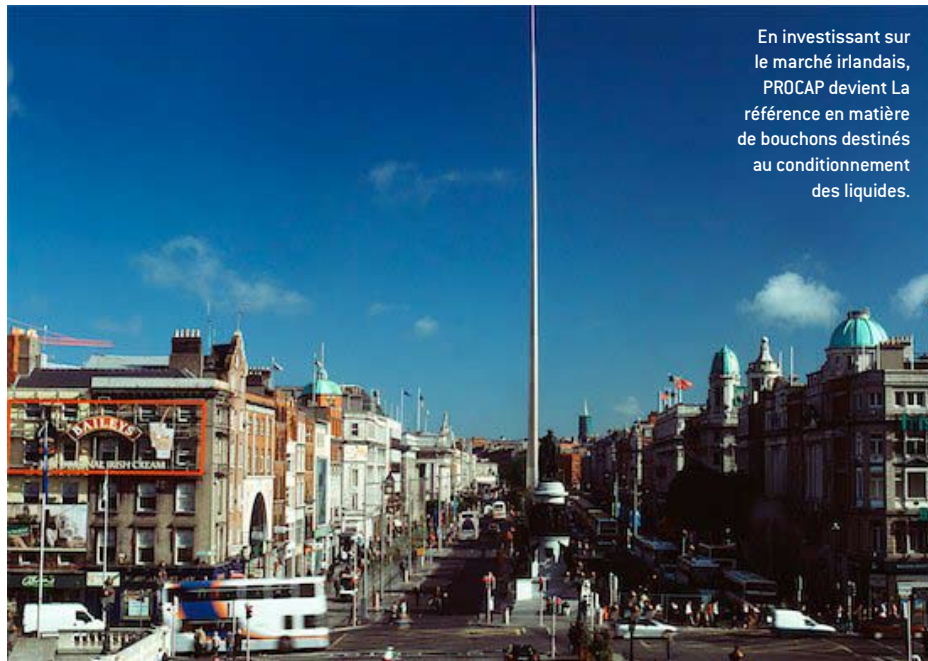
À gauche LAURENT SCHAFFHAUSER  
Responsable des ventes du Nord de la France chez Lisbeth.

indépendantes sur le marché très concurrentiel des eaux. Les Sources de Soultzmat mettent en bouteille une gamme complète d'eaux plates, pétillantes et aromatisées. Pour affirmer sa différence, Lisbeth propose également ses propres limonades Liness et Hansi, un cola authentique, l'Elsass Cola aux ingrédients naturels, ainsi que la marque Rivella diffusée sur le territoire national. La certification ISO 9001 et la reconnaissance de Lisbeth comme la « meilleure eau de France » témoignent du dynamisme de l'entreprise. Procap partage cette exigence : les Sources de Soultzmat ont choisi le bouchon 28 mm « Spark One » pour préserver la qualité de leurs eaux et de leurs sodas.



## Un RACHAT QUI EN DIT LONG

En rachetant la société Wicklow Injection Moulding, Procap accentue son positionnement sur le marché des poudres de lait infantile.



En investissant sur le marché irlandais, PROCAP devient La référence en matière de bouchons destinés au conditionnement des liquides.

→ L'acte de vente a été scellé en janvier 2009. La société Wicklow Injection Moulding, créée en 1980, est devenue Wicklow Plastic Ltd. **Pour Procap, cette acquisition est non seulement un atout pour développer le marché du bouchage mais constitue aussi une opportunité pour confirmer une position de fournisseur incontournable sur le marché des poudres de lait infantile.**

Procap Wicklow est spécialisée dans le moulage par injection pour la fabrication de capsules à parois fines et de mesurette destinées aux poudres de lait pour bébé. L'usine a bénéficié d'investissements conséquents depuis son rachat par Procap : amélioration de la climatisation de l'établissement et du système de refroidissement d'eau. Un dispositif

d'optimisation des activités de l'usine est actuellement en cours. Le site porte aussi une attention particulière à l'hygiène et la propreté : elle a mis en place un HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) ainsi qu'un système de détection de bactéries. Wicklow Plastic Ltd joue enfin et surtout la carte de l'innovation. **Sa stratégie : investir le champ de la nutraceutique, des produits laitiers et du conditionnement des liquides.** L'entreprise a fait l'acquisition d'une machine d'emballage entièrement robotisée. Un nouvel outil permettant de conditionner individuellement des articles destinés à l'industrie de la nutraceutique et de l'alimentaire. ■

## BRÈVES

### PROCAP DÉGAINÉ LE 38 GREENFLAP



Dans le cadre de sa gamme Green, Procap lance le « 38 GreenFlap ». Un bouchon allégé pour le versage et le saupoudrage de produits secs, telles que les épices. Avec son tout nouveau design pour une utilisation ergonomique et efficace, ce bouchon est une solution idéale dans les cuisines. Vissage facile et fiable, compatibilité avec les cols standards 38 mm verre ainsi que le PET : le GreenFlap conjugue les atouts. Le modèle est disponible dans une large palette de couleurs standards et spécifiques.

### À FOND DANS LES BRIQUES CARTON



Le rachat d'Elopack Luxembourg a propulsé Procap sur le marché des bouchons pour briques carton. L'usine de Wiltz s'est agrandie pour atteindre aujourd'hui une capacité de production de près de 4 milliards de pièces plastique par an. Elle dispose de 35 presses à injecter, de périphériques d'assemblage, de jointage et d'empilage à haute cadence et d'une automatisation importante. Tout un processus maîtrisé par une centaine de collaborateurs. Elopack profite à 100 % de ces nouvelles installations. L'augmentation constante du volume en est la meilleure preuve. Mais le partenariat avec Elopack n'intègre pas seulement la production des bouchons. Il comprend également le développement de nouvelles solutions innovantes de bouchage. Des études sont actuellement en cours et devraient aboutir à de nouveaux investissements.



**interpack**  
PROCESSES AND PACKAGING

La DATE à RETENIR

du **12 au 18 mai 2011**

Plus de 200 000 visiteurs en moyenne et près de 3 000 exposants : le salon Interpack aura lieu à Dusseldorf du 12 au 18 mai 2011. L'occasion pour Procap de promouvoir ses produits. Rendez-vous sur notre **stand 10 E 05**