

EDITORIAL

WIR LIEBEN HERAUSFORDERUNGEN

Die Kosten aller Elemente unserer Aktivität erleben einen starken Anstieg. Kunststoff, Energie, Transporte, Gehälter bewegen sich stetig aufwärts. Solchen Herausforderungen stellt sich Procap gerne. Und das übrigens jeden Tag. Unser europäischer Konzern sieht diese neue internationale Lage aber nicht als Verhängnis, sondern fühlt sich stimuliert. Denn die Herausforderungen, denen wir uns ständig stellen müssen, bieten Procap auch Wachstumschancen. Unsere Konsumgewohnheiten gefährden die Erde. Die Globalisierung trifft Kunden ebenso wie Lieferanten. Die Verpackungsbänder laufen in immer schnellerem Takt. Sie stoßen Produkte aus, die immer komplexer werden. Procap reagiert, antizipiert, innoviert. Der Inhalt dieses Informationsbriefs beweist das. Procap hält seine Kosten im Zaum, passt sich an die Anforderungen einer nachhaltigen Entwicklung und der Globalisierung an. Unser Konzern treibt den technischen Standard seiner Verschlüsse immer weiter voran. ■

Die Kennzahl

2 000 000

Als Beweis seiner Innovationsfähigkeit gibt der ProCap-Konzern 2 % seines Umsatzes, d. h. 2 000 000 Euro, für Forschung und Entwicklung aus.



■ NACHHALTIGE ENTWICKLUNG

Green, das Sortiment DER ZUKUNFT!

Weniger Einwirkung auf die Umwelt und höhere technische Leistungen: Das Green-Sortiment erfindet die Verschlussprodukte neu. Erläuterungen von Yves Jozefiak, dem kaufmännischen Leiter und Konzernmarketingdirektor.

Warum führt Procap das „Green“-Sortiment ein?



Mit der Entscheidung für die Entwicklung eines neuen Verpackungsortiments startet Procap ein ehrgeiziges Forschungsprogramm, das unser Handeln für die Umwelt ausbauen wird. Derzeit verbessert jedes Werk laufend seine Abläufe, um Energie- und Rohstoffe zu sparen. Aber Procap möchte viel weiter gehen und Produkte herstellen, die die Welt von morgen vorweg nehmen.

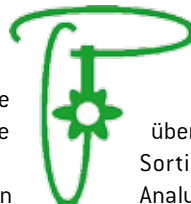
Was bringt diese Innovation auf strategischem Gebiet?

Die Fortschritte bei der Technologie des Dünnwandspritzgusses gestatten schon jetzt, die Menge des benötigten Materials zu vermindern. Bei dieser Technologie geht es darum, für jedes Produkt zur bes-

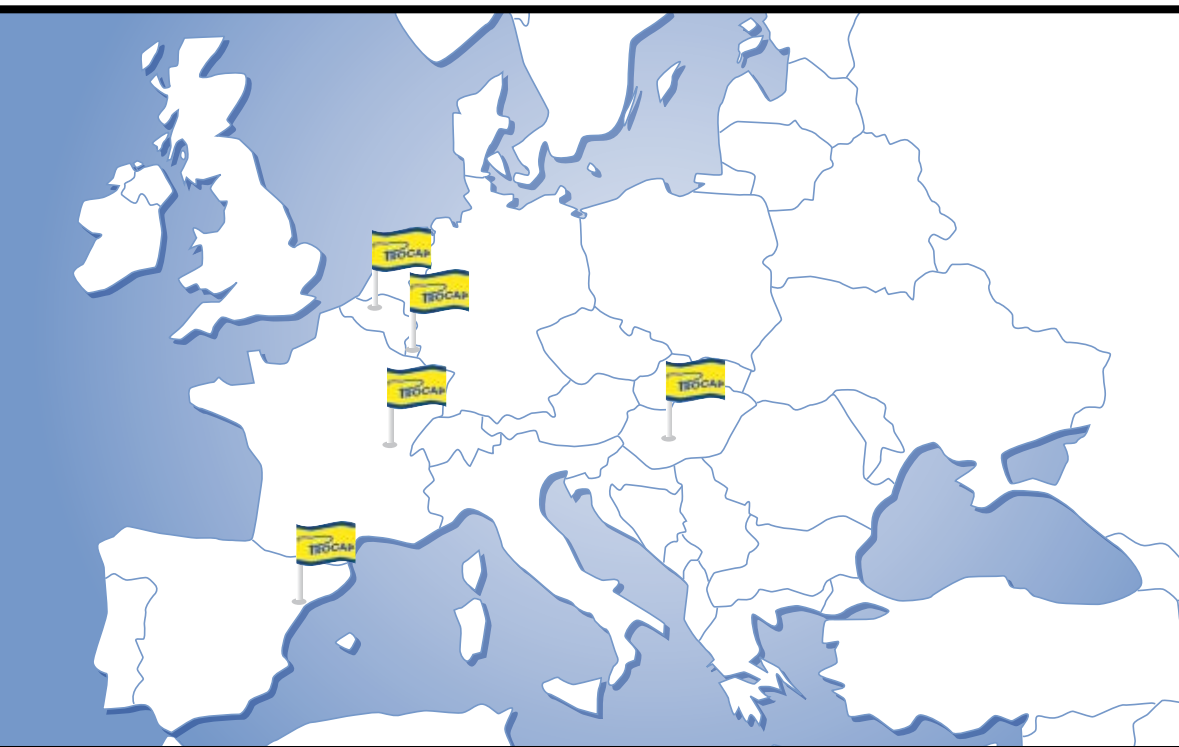
ten Abstimmung zwischen Leistung und Materialbedarf zu gelangen. Biologisch abbaubare Rohstoffe oder solche aus erneuerbaren Quellen bieten der Industrie neue Perspektiven – ebenso wie die Verwendung von leicht zu recycelnden Materialien. Der Posten „Transport“ bekommt strategische Bedeutung. Damit bestätigen wir unsere Prioritäten: Wir wollen die transportierten Mengen deutlich verringern, insbesondere durch Bevorzugung der Stapelung. Die Procap-Teams sind überzeugt. Die Entwicklung des „Green“-Sortiments setzt eine immer genauere Analyse des Produktlebenszyklus voraus, um die gesamte Auswirkung des Produkts auf die Umwelt beurteilen zu können.

Wie wird das Produkt gekennzeichnet?

Procap wird ein spezielles Logo entwickeln, das es gestattet, die „Green“-Produkte, die aus dem gesamten Zyklus der Umweltanalyse heraus entstanden sind, auf einen Blick zu erkennen. ■



ANGRIFF AUF DIE EUROPÄISCH



Der Konzern kann auf seine PRODUKTIONSSTÄTTEN in Belgien, Ungarn, LUXEMBURG, FRANKREICH UND Spanien zählen.

Spanien, Italien, Ungarn, Belgien, Frankreich, Luxemburg: Überall in Europa mobilisiert Procap seine Ressourcen, um innovative Verschlusslösungen zu entwickeln. Damit besitzt Procap eine europäische Schlagkraft, die auf zwei Faktoren beruht: Kundennähe und schnelle Reaktionsfähigkeit.

« **E**in Kunde in Saragossa, Spanien, forderte eine innovative Lösung. Um ihm schnell eine hilfreiche Antwort geben zu können, haben wir alle unsere europäischen Netze aktiviert“, so fasst Yves Jozefiak, kaufmännischer Leiter und Marketingdirektor der Gruppe, die Reaktionsfähigkeit des Konzerns zusammen. Das ist ein entscheidender Vorteil für Procap, wo man sich auf echte Synergien zwischen Vertrieb, Forschung, Technik und Produktion stützen kann. Der Konzern kann auch auf seine Produktionsstätten in Belgien, Ungarn,

Luxemburg, Frankreich und Spanien zählen. Es geht also nicht nur um Reaktionsfähigkeit, sondern auch um Kundennähe. Procap ist seinen Kunden nahe und bemüht sich, die besten Antworten vor Ort zu finden. Und um seine Innovationskraft zu steigern, beteiligt sich der Konzern am Forschungsprogramm für nachhaltige Entwicklung der Universität Straßburg.

UND WIE SIEHT DAS IN DER PRAXIS AUS?

Procap hat seine Verkaufsmannschaft vor Ort umstrukturiert. Unter Leitung von Yves Jozefiak wurde sie in fünf großen geografischen Regionen organisiert, die jeweils von einem einzigen Vertriebsleiter betreut werden. Diese Teams kennen sich mit dem gesamten Procap-Sortiment in seiner ganzen Breite aus:



hen Märkte

Pharmazie, Kosmetik, trockene und flüssige Lebensmittel, Agrochemie und Chemie. Die Reorganisation des europäischen Procap-Netztes gestattet den Kundendiensttechnikern, ihren Kunden räumlich viel näher zu sein, viel schneller verfügbar, viel reaktionsfähiger. Diese Rationalisierung der Fahrstrecken passt genau zu dem Ansatz der „nachhaltigen Entwicklung“ bei Procap. ■

Mineralwässer: ein klarer Durchbruch



Ein großer belgischer Mineralwasserabfüller hat den neuen Verschluss Victoria 30-25 mit hoher Halsausführung für seine führende Marke gewählt. In seinem nach BRC IoP zertifizierten Werk in Wiltz hat Procap eine spezielle, vollkommen automatisierte Maschine aufgestellt. Mit ihr kann Procap die besonders hohen Hygieneanforderungen des Mineralwassermarkts zu attraktiven Preisen erfüllen. Victoria 30/25 mit hoher Halsausführung wurde als leicht anwendbare Lösung konzipiert, auch für Hochgeschwindigkeitsabfüllanlagen. Seine äußere Gestaltung mit 144 Rillen und seine Gesamthöhe entsprechen den am häufigsten genutzten Standards des Markts. Die Personalisierung auf der Oberseite des Verschlusses verbessert das Markenimage des Produkts.



VERTRIEBSERFOLGE

REKORDZEIT

Stabburet, der norwegischer Marktführer bei Leberpasteten, ein Multischichtverpackungen Hersteller, und die F&E-Abteilung von Procap haben in Rekordzeit eine sterilisierbare Kunststoffverpackung entwickelt. Der Deckel dieser neuen Verpackung wurde vom Procap-Werk in Llagostera, Spanien, hergestellt. Die Leberpasteten werden jetzt in eine runde gelbe Kunststoffverpackung abgefüllt, die sich für die senkrechte Präsentation im Kühlregal eignet.



NESTLÉ VERJÜNGT NESQUIK



Für die Produkte seines neuen Konzepts Nesquik Plus vertraut der Nestlé-Konzern weiterhin auf Procap. Der Lebensmittelriese hat sich für eine völlig neue Verpackung entschieden, deren Konzept von Procap stammt. Procap wurde mit der Herstellung der Deckel für die 250-g- und 450-g-Verpackungen von Nesquik Plus beauftragt, einem der wichtigsten Produkte der Marke, die es seit 45 Jahren gibt. Der unter Berücksichtigung des Umweltschutzes entwickelte Deckel kann künftig mit nur einer Hand geöffnet und geschlossen werden. Sein Gewicht wurde mit Berechnungen optimiert, um die strengsten Normen zu erfüllen.

PROCAP UND DIE GROSSEN DER KOSMETIK

Lamborghini, Playboy, NS Männerdeodorant... Bei der Markteinführung neuer Parfümserien, die zum von Coty verwalteten Markenportfolio gehören, vertraut Cotyastor 2008 in Spanien auf Procap. Procap hat auf dem Gebiet der Kosmetika (Nagellack, Parfüms usw.) viel Erfahrung und technisches Know-how erworben, die heute von den Großen der Branche anerkannt werden.



GUTE WAHL VON CORMAN

Bei den 28-cl-Flaschen seiner leichten Crème fraîche hat sich der belgische Molkereikonzern Corman für einen besonderen, von Procap entwickelten ultraleichten 38-mm-Verschluss entschieden. Flaschen sind praktischer, hygienischer, moderner und werten das Produkt auf. Der Procap-Verschluss vereint folgende Vorteile: einfaches Aufsetzen in Abfüllanlagen mit großem Durchsatz, hohe Zuverlässigkeit und Benutzerfreundlichkeit für den Verbraucher.



LOTUS SIEHT ROT

Lotus Bakeries ist es gelungen, den unvergleichlichen Geschmack des berühmten belgischen Plätzchens Speculoos in einen Brotaufstrich umzuwandeln. Der neue Aufstrich präsentiert sich in einem Glas, der mit einem leuchtend roten Deckel von Procap verschlossen ist.



„GLUCKERN“ ERFOLGREICH VERMIEDEN



Der Agrochemiekonzern Syngenta übernimmt den neuen Entlüftungsverschluss für die 20-l-Kanister seines S-Pack-Produktprogramms. Dieser unzerstörbare Verschluss mit kleinem Durchmesser befindet sich auf einem zweiten Kragen gegenüber

der Schüttöffnung des Kanisters. Es genügt, den Entlüftungsverschluss auf „Offen“ zu stellen, um Luft durch den Griff des Kanisters einströmen zu lassen. Dieser Verschluss vermeidet Trichtereffekte im Inneren und ermöglicht es, die Kanister in einem ununterbrochenen Strahl zu entleeren. Diese innovative Technik entstand in enger Zusammenarbeit zwischen der Forschungs- und Entwicklungsabteilung von Procap und dem amerikanischen Verpackungsspezialisten Chesapeake.

Bei ÖL LÄUFTS WIE GESCHMIERT

Das Werk Duna in Ungarn entwickelt sein Verschlussortiment für Speiseöle weiter. Das Werk ist künftig in der Lage, einteilige Verschlüsse, zweiteilige Verschlüsse für Lebensmittel in zwei Durchmessern und Verschlüsse für 2- bis 3-Literflaschen für Speiseöl zu produzieren. Diese Investition zahlt sich aus! Heute ist Procap der wichtigste Lieferant von Bunge Hungary, einem der bedeutendsten Speiseölhersteller in Osteuropa.



Kennen Sie Wave?



Wave ist der Name der neuen Standard-Pfeffermühle von Procap. Sie krönt ein PET-Fläschchen, das Procap und Pet Power mit geschwungenen Formen neu gestaltet haben. Das Ganze lässt sich personalisieren und unterscheidet sich somit vom Standardmodell, das zu einem geringeren Preis vermarktet wird. Letzte Details: Die Mühle lässt sich auf den Produktionslinien einfach handhaben und sorgt für ein einwandfreies Produkt, bis die Verpackung leer ist.

In Kürze

PROCAP ERÖBERT KUNDEN IN SPANIEN

Procaps Know-how in der chemischen, agrochemischen und petrochemischen Industrie erleichterte die Markteinführung von Procap-Verschlüssen in Spanien. Das Werk Llagostera bei Barcelona hat kürzlich sein Formensortiment für die Automatisierung und den Siebdruck in der Produktionslinie erweitert. Auf diese Weise nutzt Procap sein technisches Können für die Entwicklung von Verschlusslösungen, die den Anforderungen dieser Industrie am besten entsprechen. Zeichen dieser Anerkennung ist, dass BASF Spanien, führender Hersteller von Pflanzenschutzmitteln der Iberischen Halbinsel, die Verschlüsse Procap 50 und 63 mm für alle seine Produkte gewählt hat.

DREI ENTSCHEIDENDE VORTEILE

Procap ist ein wichtiger Partner von Syngenta im Entwicklungsprozess der Verpackungstechnologie für Flüssigkeiten. Syngenta hat im Juni 2008 begonnen, neue Verpackungen für Flüssigkeiten einzuführen. Procap ist der Lieferant der neuen 63-mm- und DIN-60-Verschlüsse. Diese beiden Verschlussysteme sind wichtige Bestandteile der neuen Syngenta-Verpackungen mit der Bezeichnung S-PAC, die drei wesentliche Vorteile vereinen: sicher, benutzerfreundlich und robust.

STANDARDPRODUKT ÜBERARBEITET

Procap hat den 38-mm-Proflex-Verschluss, einen bedeutenden Standard auf dem Markt, überarbeitet. Dichtigkeit, Originalitätsring, Sperrschichtverpackung: Diese drei Punkte wurden verbessert. Der Verschluss gehört zu den leichtesten auf dem Markt. Er wurde neu konzipiert, um eines der fortschrittlichsten Produkte für sterile Hochleistungsproduktionslinien oder derzeitige Standardlinien anbieten zu können.

FÜHREND BEI LEBENSMITTELSICHERHEIT

Das Procap-Werk in Messia, Frankreich, setzt einen Dreijahresplan um, mit dem die Risiken im Zusammenhang mit der Lebensmittelsicherheit besser gemanagt werden können. Dieser Plan endet mit einer Zertifizierung nach BRC-IoP, deren Audit Ende dieses Jahres stattfindet.