

LEITARTIKEL

DER KURS WIRD BEIBEHALTEN



Procap behält seinen eingeschlagenen Wachstumskurs trotz der größten Wirtschaftskrise seit den dreißiger Jahren bei. Unsere Gruppe setzt ihre Entwicklungspolitik fort und verstärkt die regionale Präsenz: in Deutschland, in Spanien und im Baltikum. In Hinblick auf Innovationen führt Procap zwei neue, spezifische Produkte ein, die den Anforderungen der Märkte entsprechen. Ein „nicht tropfender“ Verschluss ist für die Speiseölindustrie entwickelt worden. Neue „grüne“ Schnappdeckel stellen ihrerseits die Fähigkeit zur Innovation der Procap-Gruppe unter Beweis. Die Produktionskapazitäten an den Standorten Budapest und Wiltz werden ausgebaut. Gleichzeitig erhält das Forschungs- und Entwicklungszentrum in Messia signifikante Investitionen. Und schließlich verstärkt der Erwerb der Firmen MacFarlane in Irland und Elocap in Luxemburg Procaps geographische Präsenz und das Produktangebot. ■

Yves Jozefiak
Verkaufs- und Marketingleiter



Das neue Procap-Werk in Irland



PROCAP, ein „BIG PLAYER“ in EUROPA

Durch den Erwerb von Elocap Lux und MacFarlane Plastics festigt Procap seine Position und behauptet seinen Status als „Big Player“ in Europa.

Ende 2008 erwarb Procap die Firma Elocap Lux, ansässig in Rodange, im Großherzogtum Luxemburg. Procap verschafft sich dadurch die Exklusivität von Elopak: zweiteiligen Originalitätsverschlüsse für Kartonverpackungen. In der Folge des Zukaufs wurden die Fertigungskapazitäten in ein eigens dafür geschaffenes Gebäude nach Wiltz verlagert. Mit dem stetig gewachsenen Know-How und den steigenden Produktions- und Lagerkapazitäten profiliert sich das Werk zunehmend für große Produktvolumina.

In Irland hat Procap MacFarlane Plastics erworben, deren Firmensitz in Newtownkenedy ist. Das Unternehmen ist spezialisiert auf Schnappdeckel sowie Messbecher für Babynahrung und die pharmazeutische Industrie.

STRATEGISCHER SEKTOR SCHNAPPDECKEL

Gleichzeitig werden eine Reihe von Verschlüssen für Nahrungsmittel- und Chemieindustrie gefertigt. 2008 erzielte MacFarlane einen Umsatz von mehr als 9 Millionen Euro mit 38 Mitarbeitern.

Mit der Akquisition baut Procap sein Strategisches Segment der Schnappdeckel weiter aus und schafft einen weiteren Schritt zu größerer regionaler Präsenz. ■

In Zahlen

18.000 m²

Im Werk in Wiltz, Luxemburg,
arbeiten heute 85 Mitarbeiter
auf einer Fläche von 18.000 m².



WACHSTUMSDYNAMIK



Vom Baltikum über Deutschland bis nach Spanien verfolgt Procap seine Wachstumsziele und weitet seine regionale Präsenz in Europa aus. Für mehr Nähe und Reaktivität - zum Vorteil der Kunden.

Kurs auf Osteuropa. Procap Duna hat sein Portfolio in Zentral- und Osteuropa beträchtlich erweitert. Mit Unterstützung der neuen Vertreter und Händler konnten Unternehmen wie **Zvijezda**, **Lithuania Neptuno**, **Plasteksus**, **German zrt**, **Veeko**, **Zemaitios Pineas**, **Tikras kelias** und **Eurocollant** für Procap Lösungen gewonnen werden. Speiseöle, Motoröle oder aber Nahrungsmittel: Procap Duna beliefert verschiedene Industriezweige. So wie in Bulgarien, wo die Arbeit von **Hristo Stoyanov** von Erfolg gekrönt ist: eine halbe Million Euro Umsatz in weniger als einem Jahr. Mit seinem Impuls nimmt Procap eine vorherrschende Position auf dem bulgarischen Markt ein: Besonders diese Produkte machen den Unterschied: **Kindersicherer Verschluss 28 mm**, **Pharma-Verschluss 28 mm**, **Verschluss 38 mm** für die Petrochemie und **Verschlüsse für den Nahrungsmittelbereich**. Denn: „Das wichtigste im Geschäft ist Vertrauen“, erklärt Hristo Stoyanov.



Im Baltikum wird Procap durch **Gediminas Paukštė** vertreten. Er kann eine lange Berufserfahrung in Marketing und Organisation von Unternehmen verbuchen. Mehr als zehn Jahre hat er für multinationale

Unternehmen in Litauen als Verantwortlicher für Verkauf, Marketing und Kundendienst gearbeitet. Seine wesentliche Tätigkeit besteht nun darin, neue Märkte im Baltikum, aber auch in Polen und Russland zu identifizieren und zu entwickeln.

EINE WAHRHAFTIGE HERAUSFORDERUNG

In den deutschsprachigen Ländern - Deutschland, Österreich, Schweiz - wird die Weiterentwicklung von Procap durch **Mike Kopp** gesteuert. Eine wahrhaftige Herausforderung, denn diese drei Länder bilden einen enormen Markt und bieten vielversprechende Absatzmärkte. Aber die Unternehmen müssen ebenfalls mit einer besonders harten Konkurrenz



Kommerzielle Erfolge

fertig werden, insbesondere bei Discountern und im Exportgeschäft.

„Unsere Kunden benötigen heute mehr denn je zuverlässige Lieferanten, die sie auf allen Niveaus zu unterstützen können“, erklärt Mike Kopp. „Procap ist in der Lage, alle Ressourcen zu bündeln, von Designstudien über die technische Entwicklung und Serienproduktion, bis zur Validierung der Abfüllprozesse.“ ■

hstoyanov@hotmail.com
Gediminas.paukste@procap.com
Mike.kopp@procap.com

Spanien Referenzmarkt



Das Procap-Werk in Llagostera

Trotz der Wirtschaftskrise, die den Konsum in Spanien stark beeinträchtigt, behauptet die Procap-Gruppe ihre Stellung auf der iberischen Halbinsel und steigert gegen den Trend die Ergebnisse.

Der Erfolg basiert auf zwei Faktoren, dem Gewinn neuer Kunden und der erfolgreichen Lancierung neuer Produkte.

So konnten **Abbott Laboratories** für Procap-Verschlüsse gewonnen werden. Fachleute von **Reckitt-Benckiser** und den Agro-Chemie Spezialisten **Sipcam-Inagra** begeistern sich für Procap-Lösungen. Gemeinsam mit **Mercaleo** und **Coty Astor** wurden eine Reihe neuer Verschlüsse für Nahrungsmittel und Kosmetik entwickelt. Viele prestigeträchtige Projekte auf einem Referenzmarkt!



Nahrungsmittel -Expertise

Die Wahl fällt auf Procap. Die Kooperative von Villefranche ist sehr auf die Qualität ihrer Frischwaren bedacht und hat sich für den Proflex 38 bore seal Verschluss für ihre mikrofiltrierte Milch entschieden. Die Käserei Fromagerie de Meix hat ebenfalls Proflex 38 für die Entwicklung ihrer neuen haltbaren Biomilch gewählt. Bardinet wählt Proflex

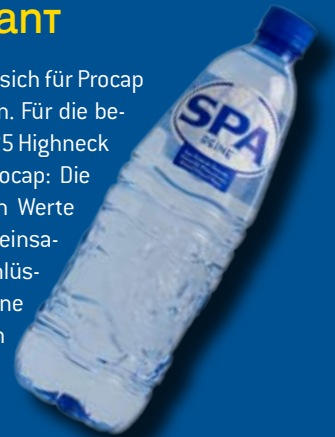
für die Abfüllung von Whiskey in PET Flaschen.

Soultzmatt vertraut für die Konservierung des Geschmacks und der Frische seiner stillen und kohlenstoffhaltigen Mineralwasser auf den 28 mm Verschluss Spark 1. Die Firma Routin verschliesst ihre Sirupe künftig mit dem Schraubverschluss CV29/21. Le Cabanon, ein Unternehmen, das auf die Verarbeitung von Tomaten spezialisiert ist, hat für die Verpackung seines Ketchup den Flip Top 33 gewählt, ebenso wie Alcan Packaging. Und schließlich hat die Schweizer Firma Emmi, Marktführer für Frischmilchprodukte, Proflex 38 für die Markteinführung eines neuen Smoothie, der das Cholesteroll beeinflusst, ausgewählt.



Strategischer Lieferant

Der Mineralwasserproduzent „Spadel“ hat sich für Procap als strategischen Lieferanten entschieden. Für die bekannte Marke „Spa Reine“ kommt der 30/25 Highneck Verschluss zum Zuge. Die Vorteile von Procap: Die Nähe zur Abfüllanlage, die gemeinsamen Werte der Familienunternehmen, und eine gemeinsame langfristige Vision für Getränkeverschlüsse. Die Spadel Gruppe ist der unumstrittene Marktführer für Mineralwasser in den Benelux-Ländern.



Enge Partnerschaft

Procap verfolgt erfolgreich seine Strategie auf dem europäischen Getränkemarkt. Refresco, führender Hersteller von alkoholfreien Getränken und Fruchtsäften, hat sich zu einer engen Partnerschaft mit Procap entschieden. Als Antwort auf das starke Wachstum von Refresco hat Procap beträchtlich in seine Produktionskapazität von Verschlüssen für Refrescos hochleistungsfähige Abfülllinien investiert. Gestützt auf verschiedene Produktionsstandorte garantiert Procap darüber hinaus Versorgungssicherheit.



PROCAP ALS „KONQUISTADOR“

Mehr als 130 professionelle Kontakte, davon 80% neue potentielle Kunden und mehr als 25 nationale und multinationale Konzerne der Champions League: voller Erfolg der Hispack 2009 in Barcelona.

Die Messe für Ernährungstechnologie hat sich zu einem anziehenden Treffpunkt entwickelt. Insgesamt präsentieren mehr als 1000 Aussteller aus Nahrungsmittel- Pharma-, Chemie- und Kosmetikindustrie Anlagen, Materialien und Services für nachhaltige Entwicklung. Diese Zahl unterstreicht die Bedeutung der Verpackungsindustrie in Spanien ebenso wie die zahlreichen Fachbesucher aus dem In- und Ausland.

Die Ziele sind ERREICHT WORDEN

Doch auch hier machte sich die globale Krise bemerkbar und einige Verpackungshersteller fehlten gänzlich. Procap stellte zum ersten Mal in Barcelona aus. Zahlreiche Besucher und Aussteller gratulierten zum gewagten Design des Standes. Der Vorbereitungen für eine intensive Arbeitswoche mit mehr als 130 qualifizierten Kontakten, davon 80 Prozent neue potentielle Kunden und mehr als 25 nationale und multinationale Konzerne der Champions League hatten sich gelohnt.

Die Ziele sind erreicht worden: Die Besucher konnten sich von der Qualität der Procap-Produkte und der Professionalität der Teams persönlich überzeugen. Procap hat sein Image als Hauptlieferant auf dem spanischen Markt gefestigt und seine Ambitionen für weiteres Wachstum unterstrichen. Ein hervorragender Ausblick!

Hispack 2009

INTERNET

Online UND KONTINUIERLICH

Die Internetseite von Procap wurde mit zwei Zielen vollständig überarbeitet: Eine Gesamtansicht der Gruppe und deren Aktivität zu zeigen und dabei die Navigation für den Benutzer zu erleichtern. Das Design ist bewusst schlicht und attraktiv gehalten. Alle Schlüsselinformationen sind von der Startseite aus zu erreichen. Informationen über die Werke, Produkte und Kunden werden stets aktualisiert. Ebenfalls online: die Newsletter und Broschüren und sogar Videoanimationen. Und schließlich bietet die Seite Interessierten die Möglichkeit, sich online zu bewerben. Interaktiv auf allen Ebenen!

www.procap.com



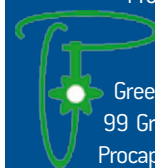
In Kürze

Eine VOLLE Ladung ÖL



Princes Limited setzt für sein Samenöl-Sortiment auf die einteiligen Klappverschlüsse von Procap. Princes Limited produziert jährlich einige Millionen PET-Flaschen für Supermärkte im Großbritannien. Procap hat es geschafft, einen Verschluss mit einem Sicherungsring in Spitzenqualität zu produzieren, der alle Funktionsprobleme auf einmal löst. Gemeinsam mit dem Maschinenhersteller wurden spezifische Schraubköpfe für die Abfüllanlage entwickelt und gefertigt.

Die Marke DES MARKTFÜHRERS



Procap ist die Nummer eins für Schnap- pdeckel auf dem europäischen Markt und erweitert sein „Procap

Green“ Sortiment um zwei neue Produkte: 99 Green und 127 Green. Die Kappen sind Procaps Antwort auf die zunehmend geforderte Nachhaltigkeit in der Verpackung. Die Deckel zeichnen sich aus durch ein deutlich reduziertes Materialgewicht und garantieren ein optimales Handling auf den Abfüllanlagen. Die Produktion der garantiert verwindungssteifen Deckel ermöglicht durch ein neues Einspritzverfahren. Zusätzlich zur Materialeinsparung wird durch den Einsatz elektrischer Pressen der Energiebedarf signifikant gesenkt.

Garantierte SAUBERKEIT

Procap macht den Unterschied! Die neueste, patentierte Innovation für Speiseöle: ein raffinierter nachtropf-freier Verschluss für 29/21 Flaschen. Der Neue ist leichter als die bestehende einteilige Variante und besitzt zugleich eine zusätzliche Funktion, das „Abschneiden“ des Strahls. Ein Plus für Alle, denn auch das Capping erfolgt aufgrund der beibehaltenen Außenmasse mit den bestehenden Vorrichtungen. Eine rundum saubere Sache!

