

EDITORIAL

Die EUROPÄISCHE Dimension

In Europa setzt sich die Neuordnung des Marktes für Kunststoffverschlüsse fort. In diesem Kontext setzt die Procap-Gruppe ihren Wachstumskurs fort und erzielt im von starken Turbulenzen gekennzeichneten Geschäftsjahr 2009 ein Umsatzplus von 8%. Durch die Diversifizierung der Kundschaft in unterschiedlichste Branchen steht Procap in Kontakt mit all deren Potentialen. Diese treiben uns an, immer kreativer und innovativer zu sein, um unserer europäischen Dimension auch gerecht zu werden, und zwar durch eine Optimierung unserer Ressourcen, durch eine Vervielfältigung von Synergien für noch attraktivere Angebote und durch eine Internationalisierung unserer Teams. Europa ist unser Aktionsradius. Neue Perspektiven zeichnen sich auf wichtigen Märkten ab. Angefangen mit dem deutschsprachigen Raum, in dem sich unser Konzern noch mehr behaupten muss. Die Dynamik ist in Gang gesetzt und neue deutsche, schweizerische und österreichische Kunden von internationalem Ruf wurden von Procaps Angebot überzeugt. Die Beteiligung der Procap an der Interpack-Messe, der größten Verpackungsmesse in Europa, bestätigt unsere europäischen Ambitionen. Wir vereinbaren bereits jetzt Termine mit all unseren Kunden und Partnern für die nächste Messe in Düsseldorf im Mai 2011. Wir freuen uns sehr, ihnen die neuesten Innovationen und Fortschritte unseres Konzerns präsentieren zu dürfen. Bis bald! ■

Yves Jozefiak

Kaufmännischer Direktor und Direktor für Marketing



Deutschland, ein STRATEGISCHER Markt

Im Rahmen der Eroberung des europäischen Marktes bedeutet die Positionierung auf dem deutschen Markt eine Schlüsseletappe für Procap.



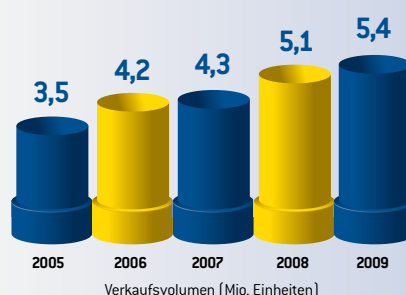
Yves JOZEFIAK - Benoît HENCKES

→ Deutschland im Visier. Der europäische Wachstumsmotor Deutschland beflügelt die Erwartungen. Der deutschsprachige Markt hat für Procap fraglos strategische Bedeutung. Der Konzern schärft seine Waffen, um seine Kunden jenseits des Rheins zu überzeugen. So wurde das Verkaufsteam um einen neuen Manager für den Bereich Osteuropa erweitert. Attila Agg kommt neu ins Team von Mike Kopp, der für Deutschland, die Schweiz, Österreich und die osteuropäischen Länder zuständig ist. Attila wird seine langjährigen Erfahrung im Verkauf von Konsumverpackungen einbringen. Er hat mehr als sieben Jahre als Vertriebsdirektor für verschiedene Länder in Osteuropa gearbeitet und mit Herstellern von Containern und Plastikverschlüssen kooperiert. Seine neue Herausforderung: Procap zum Marktführer auf den Märkten Osteuropas zu machen. Die Procap-Kunden

werden sich auf seine Kompetenz und sein Know-how stützen können, um gemeinsam Angebote mit starkem Mehrwert zu entwickeln. ■

Deutsche Kunden ÜBERZEUGEN

Procap festigt seine Position durch die partnerschaftliche Umsetzung von Innovationen. Gemeinsam mit dem Unternehmen Scotts etwa wurde ein neuer Dosierverschluss entwickelt und lanciert. Die Industrialisierung dieser Lösung beinhaltet neben dem Spritzguss eine spezifische Sondermontagelinie im Procap – Werk Hoboken zur Montage einer umlaufenden Ringdichtung. Ein Vorzeigeprojekt das auch die deutschen Kunden überzeugen wird.



In Zahlen

5,4 Milliarden

Absatz des Procap Konzerns im Jahr 2009

VERKAUFSERFOLGE

PROSOL, - DER STOFF, AUS DEM MARKTFÜHRER SIND

Procap hat das Vertrauen der Prosol gewonnen, die sich auf die Produktion von löslichem Kaffee für Handelsmarken spezialisiert hat. Mit der jüngsten Verpackungstechnologie ausgestattet passt sich Prosol völlig flexibel den Anforderungen seiner Kunden an und exportiert in über 20 Länder. Ziel des Unternehmens: weltweiter Marktführer in der Versorgung mit löslichem Kaffee zu werden.

HERO: MULTINATIONAL



Seit der Gründung des ersten Werks im Jahre 1922 hat sich Hero einen Ruf für Vertrauen und Beständigkeit bei den spanischen Konsumenten erworben. Heute ist dieser multinationale Lebensmittelkonzern einer der Größten Spaniens mit einem Vertrieb in rund 100 Länder und einem Angebot von mehr als 400 Produkten. Procap liefert Löffel und Dosierer für Säuglingsmilchpulver.

AUFTRAG VON AGUA DOY

Der Mineralwasserproduzent Agua Doy (Font Agudes) beauftragt Procap mit der jährlichen Lieferung von über 40 Millionen „Spark One“-Verschlüssen.



Das Wachstum SETZT SICH FORT...

Procap verzeichnet Zuwachswächse auf dem spanischen Markt gestützt auf marktführende Unternehmen in den Bereichen Speiseöl und Trockennahrung.

→ Anfang 2010 unterzeichnete Procap einen Vertrag mit dem Konzern Faiges (Idealsa) über die Lieferung von 40 Millionen Verschlüssen für Tafelöl. Die überwiegend im Handelsmarkensegment tätige Faiges-Gruppe ist gegenwärtig einer der Schlüsselakteure auf dem Markt für Speiseöle. Der Konzern Borges vertraut ebenfalls auf Procap und die zweiteiligen 29/21 Standardverschlüsse für seine brandneue Ein-Liter-Flasche mit verbessertem Design. Mit mehr als 100 Jahren Erfahrung ist der Borges-Konzern eines der bekanntesten Unternehmen in der Speiseölbranche und auch einer der wichtigsten Exporteure in Spanien. Mit dem Abschluss dieser beiden Handelsabkommen wurde Procap zu einer der wichtigsten Referenzen in Spanien als Lieferant von Verschlüssen für Speiseöl. Im Bereich Trockennahrung verstärkte Procap seine Vormachtstellung durch Annäherung

an zwei wichtige Player: Argal und Seda Solubles. Nach einem erfolgreichen Test der Schnappdeckel entschloss sich die Argal-Gruppe, ihre Produktionslinie anzupassen, die Produktivität zu steigern und gleichzeitig das Design des Produkts zu verbessern. Als Marktführer in der spanischen Branche für Fleisch- und Wurstwaren ist Argal seit über 90 Jahren eines der wichtigsten Unternehmen des Lebensmittelsektors in Spanien. Das Handelsabkommen mit dem Konzern Seda Solubles bringt Procap schließlich die Marktführung bei Deckeln für löslichen Kaffee ein. Das 1963 gegründete Seda hat sich auf die Produktion von löslichem Kaffee spezialisiert und setzt Akzente in Punkto Service und Qualität. Procap wird seinen Beitrag dazu leisten, indem es die hervorragende Qualität des Produkts noch mit einer effektiv leistungsstarken Verpackung vereint. ■

Mehr Volumen in Llagostera

Procap verfolgt eine kontinuierliche Wachstumsstrategie in Spanien. Ende 2009 übernahm das Unternehmen die Produktionsanlagen und den Bereich Plastikverschlüsse von Sofioplast. Ein Zukauf, der Procaps Entschlussfreudigkeit zeigt, in Europa weiter zu wachsen. Die Produktion wurde Anfang 2010 in das Werk Llagostera verlagert, das genau wie alle anderen Produktionsstandorte des Konzerns kürzlich die ISO 14000-Zertifizierung erhielt.

Die Übernahme stellt eine Ausweitung des Produktionsvolumens und eine Erweiterung des Produkt- und Kundenportfolios auf der iberischen Halbinsel dar.



VERKAUFSERFOLGE

DREI AUF EINMAL!

Die 1932 gegründete Milchkooperative von Villefranche ist Experte für erstklassige Frischeprodukte. 2010 wurde Sie Teil des Sodial-Konzerns, der ebenfalls Kunde von Procap ist. Das Unternehmen verbindet Tradition und Moderne, das Image stützt sich auf Innovationen und den Geschmack für Natürliches. Seit dem Jahr 2003 wird die mikrofiltrierte Milch Marguerite in einer PET-Flasche vermarktet. 2009 entschied sich die Laiterie de Villefranche für den luftdichten Proflex 38 mm Verschluss von Procap. „Das technische Level dieses Verschlusses garantiert die Integrität der Produktionen“, argumentiert Laurent Fournier, technischer Direktor. „Unser Unternehmen gewinnt mit einer neuen Kombilinie Sidel mit einem achtköpfigen Verschrauber an Produktivität. Die Procap Anwendungstechniker haben unsere Produktionstechniker exzellent beraten und eine optimale Leistung und Qualität erreicht. Insgesamt drei Vorteile auf einmal! Denn dazu kommt, dass uns die Nähe des Standorts Messia uns einen sehr flexiblen und schnellen Logistik bietet.“

Eine GROSSE TECHNISCHE HERAUSFORDERUNG VON NESTLÉ



Ein große Herausforderung stellte Nestlé den Procap R&D Ingenieuren und das Ergebnis kann sich sehen lassen: Der Nestlé-Konzern wählte Procap für das Repack seines Produkts Knacki Balls von Herta. Es sollte ein Schnappdeckel realisiert werden, aus dem der Verbraucher vier Gabeln ausbrechen kann. Gleichzeitig kam für das anspruchsvolle mehrfarbige Design nur ein In-Mould-Labeling in Frage. Der einstufige Produktionsprozess stellt hohe Anforderungen an Konstruktion und Präzision. Schließlich wurde eine echte Innovation realisiert: Der Deckel vereint Anwendernutzen, technische Realisierung und Produce to Cost.



Das Niveau ZIEHT AN

Procap behauptet die Pole Position in Frankreich und erweitert sein Vertriebsnetz und sein technisches Know-how.



R&D Abteilung

→ Neben seiner Palette an spezifischen Verschlüssen stellt Procap eine große Bandbreite von Standardprodukten her. Die Kundenanforderungen entwickeln sich stets weiter hinsichtlich Design, Funktionalität, Gewicht und Verarbeitung. Um den fortschreitenden Anforderungen der Märkte gerecht zu werden, entwickelt Procap das Standardprogramm kontinuierlich weiter. Um möglichst marktorientiert zu agieren wurde eine neue Position des Produktmanagers geschaffen. **Lionel Bonvalot** wird als Produktmanager

die Standardproduktepalette der Procap verantworten. **Lionel** hat vier Jahre Erfahrung in der Procap-Produktentwicklung und wird seinen Aufgabenbereich auch um das Marketing der Verschlüsse erweitern.

Laurent Schaffhauser verstärkt das französische Vertriebsteam seit vergangem April. Nach einem Handelsstudium und einer technischen Ausbildung kann er sich auf eine Erfahrung als Sektorenleiter bei Soco System stützen, einem wichtigen Player im Bereich Palettierung und Beförderung. Bei Procap verantwortet Laurent den Vertrieb für den gesamten Norden Frankreichs, er konzentriert er sich insbesondere auf den Landwirtschafts- und Chemiesektor. ■



Lionel Bonvalot
Neuer Produktleiter

Das „beste Wasser Frankreichs“

Die Verschlüsse von Procap behaupten ihre Marktposition in Frankreich und erweisen sich als Zugpferde für die Lebensmittelbranche. Dazu zählen die Sources de Soultzmatz und die Marke Lisbeth, eines der wenigen konzer-



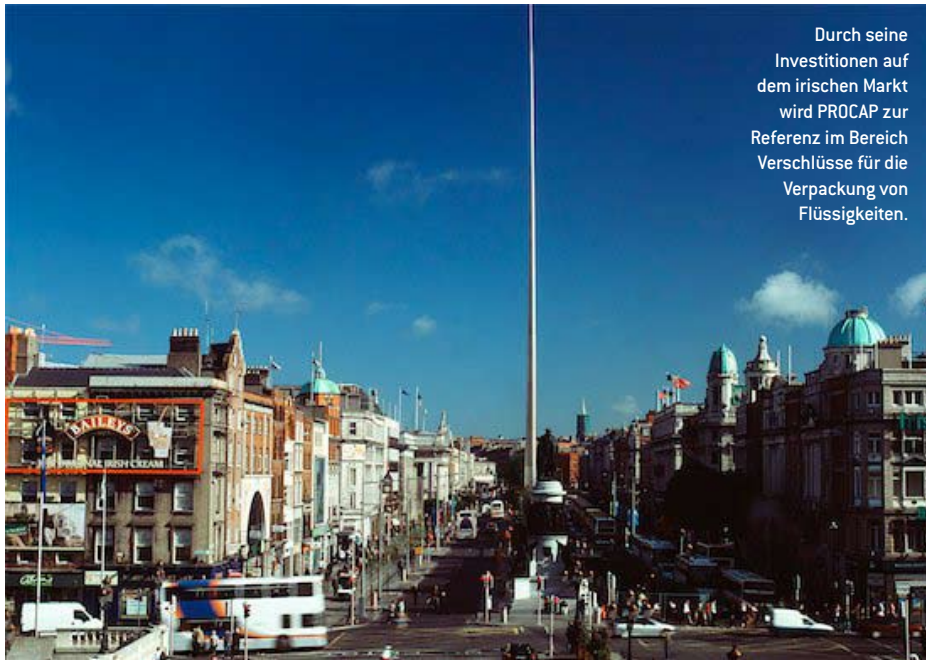
Links **Laurent Schaffhauser**
Leiter Vertrieb Nordfrankreich bei Lisbeth.

nungebundenen Unternehmen auf dem stark umkämpften Wassermarkt. Die Sources de Soultzmatz füllen eine ganze Palette an stillen, sprudelnden und aromatisierten Wassern in Flaschen ab. Um sich klar von der Konkurrenz abzuheben, bietet Lisbeth auch seine eigenen Limonaden Liness und Hansi an, ein echtes Cola, das Elsass Cola, das natürlichen Inhaltsstoffen sowie die Marke Rivella, die landesweit vertrieben wird. Die Zertifizierung nach ISO 9001 und der Ruf von Lisbeth als „bestes Wasser Frankreichs“ zeugen von der Dynamik des Unternehmens. Procap teilt diese Erfahrung: die Sources de Soultzmatz entschieden sich für den 28 mm „Spark One“-Verschluss, um die Qualität ihrer Mineralwasser und Sodatgetränke zu bestätigen.



Eine Übernahme, DIE BÄNDE SPRICHT

Mit der Übernahme des Unternehmens Wicklow Injection Moulding stärkt Procap seine Positionierung auf dem Markt für Säuglingsmilchpulver.



Durch seine Investitionen auf dem irischen Markt wird PROCAP zur Referenz im Bereich Verschlüsse für die Verpackung von Flüssigkeiten.

→ Der Verträge wurden im Januar 2009 geschlossen. Das 1980 gegründete Unternehmen Wicklow Injection Moulding wird zu Wicklow Plastic Ltd. Für Procap ist diese Akquisition nicht nur ein Trumpf für die Entwicklung des Marktes, sondern auch eine Gelegenheit, seine Position als auf dem Verschluss-Markt für Säuglingsmilchpulver zu sichern.

Procap Wicklow ist spezialisiert auf die Herstellung von feiwandigen Kapseln und Messlöffeln für Baby Milchpulver.

Das Werk profitierte von konsequenten Investitionen seit seiner Übernahme durch Procap, zB die Verbesserung der Klimatisierung des Betriebs und des

Wasserkühlsystems. Ein Prozess zur Optimierung der Aktivitäten des Werks läuft derzeit. Der Standort widmet auch Hygiene und Sauberkeit besondere Aufmerksamkeit: Es wurde ein HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) sowie ein System zur Bakterienerkennung eingerichtet. Wicklow Plastic Ltd setzt schließlich und vor allem auf die Karte Innovation und engagiert sich im Bereich der Nutrazeutika, Milchprodukte und Verpackung von Flüssigkeiten. Das Unternehmen erwarb eine vollkommen automatisierte Anlage zur individuellen Verpackung von Artikeln für die Nutrazeutika- und Lebensmittelindustrie.

In aller Kürze

PROCAP PRÄSENTIERT DEN 38 GREENFLAP



Im Rahmen seiner Green-Palette bringt Procap den „38 GreenFlap“ heraus. Einen leichten Verschluss zum Dosieren von Trockenprodukten, wie z. B. Gewürzen. Mit seinem neuen Design für eine ergonomische und effiziente Nutzung ist dieser Verschluss eine ideale Lösung in Küchen. Leichtes und zuverlässiges Verschrauben, kompatibel für Standardneckfinish 38 mm-Glass und PET. Der GreenFlap verbindet alle Vorteile. Das Modell ist in einer großen Auswahl von Standard- und Sonderfarben erhältlich.

AUF ZACK MIT ELOPAK



Die Übernahme von Elocap Luxembourg ist für Procap der Einstieg in den Markt der Kartonverschlüsse. Das Werk in Wiltz wurde vergrößert und erreicht heute eine Produktionskapazität von rund 4 Milliarden Verschlüssen pro Jahr. Das Werk ist ausgestattet mit 35 Spritzgussmaschinen sowie periphere Anlagen für Montage und automatisierte Verpackung. Das Werk beschäftigt 100 Mitarbeiter. Elocap profitiert zu 100% von diesen neuen Anlagen. Die konstante Erhöhung des Volumens ist der beste Beweis. Doch die Partnerschaft mit Elocap integriert nicht nur die Produktion von Verschlüssen. Sie umfasst außerdem auch die Entwicklung neuer, innovativer Verschlüsse. Aktuell werden Studien durchgeführt, die zu neuen Investitionen führen dürften.



interpack
PROCESSES AND PACKAGING

**Der Termin,
den Sie NOTIEREN SOLLTEN:**

12. bis 18. mai 2011

Mehr als 200.000 Besucher und rund 3.000 Aussteller: Die Interpack-Messe findet von 12. bis 18. Mai 2011 in Düsseldorf statt. Die Gelegenheit für Procap, seine Produkte zu präsentieren. Besuchen Sie uns in Halle 10 Stand E05!