

EDITO

RACCOGLIERE LE SFIDE? CI PIACE

I costi di tutti i componenti del nostro settore d'attività registrano un forte aumento. Materia plastica, energia, trasporto, stipendi seguono una curva ascendente. A Procap piace raccogliere questo genere di sfide. E lo fa ogni giorno. Ben lungi dal considerare il nuovo dato internazionale una fatalità, il gruppo europeo si sente al contrario stimolato. Perché le sfide che gli vengono lanciate costantemente forniscono a Procap altrettante occasioni di crescita. I nostri modi di consumo mettono in pericolo il pianeta. La globalizzazione colpisce sia clienti che fornitori. Le linee d'imballaggio adottano ritmi sempre più rapidi. Fabbricano prodotti sempre più complessi. Procap reagisce, anticipa, innova. Il contenuto di questa lettera di informazioni lo dimostra. Procap contiene i costi, si adegua alle esigenze dello sviluppo duraturo, della globalizzazione. Il nostro gruppo spinge sempre più lontano la tecnicità dei suoi tappi. ■

IL FATTURATO

2 000 000

A prova della sua capacità di innovazione, il gruppo ProCap destina il 20% del suo fatturato, ovvero 2.000.000 euro, all'attività di ricerca e sviluppo.



■ SVILUPPO DURATURO

Con La gamma Green è già domani!

Minor impatto ambientale e maggiori prestazioni tecniche: la gamma Green reinventa i prodotti di tappatura. Intervista con Yves Jozefiak, Direttore Commerciale e Marketing Gruppo Procap.

Perché Procap lancia la gamma Green?



Decidendo di creare una nuova gamma di prodotti di tappatura, Procap adotta un programma di ricerca ambizioso e amplifica la sua azione a favore dell'ambiente.

Oggi, ogni stabilimento industriale migliora costantemente le proprie procedure per risparmiare energia e materie prime. Ma Procap intende chiaramente andare più lontano e fabbricare prodotti che annunciano il mondo di domani.

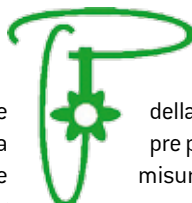
Qual è l'apporto strategico di questa innovazione?

I progressi della tecnologia di iniezione parete sottile consentono sin d'ora di ridurre le quantità di materie utilizzate. Con questa tecnologia, si tratta di raggiungere per ogni

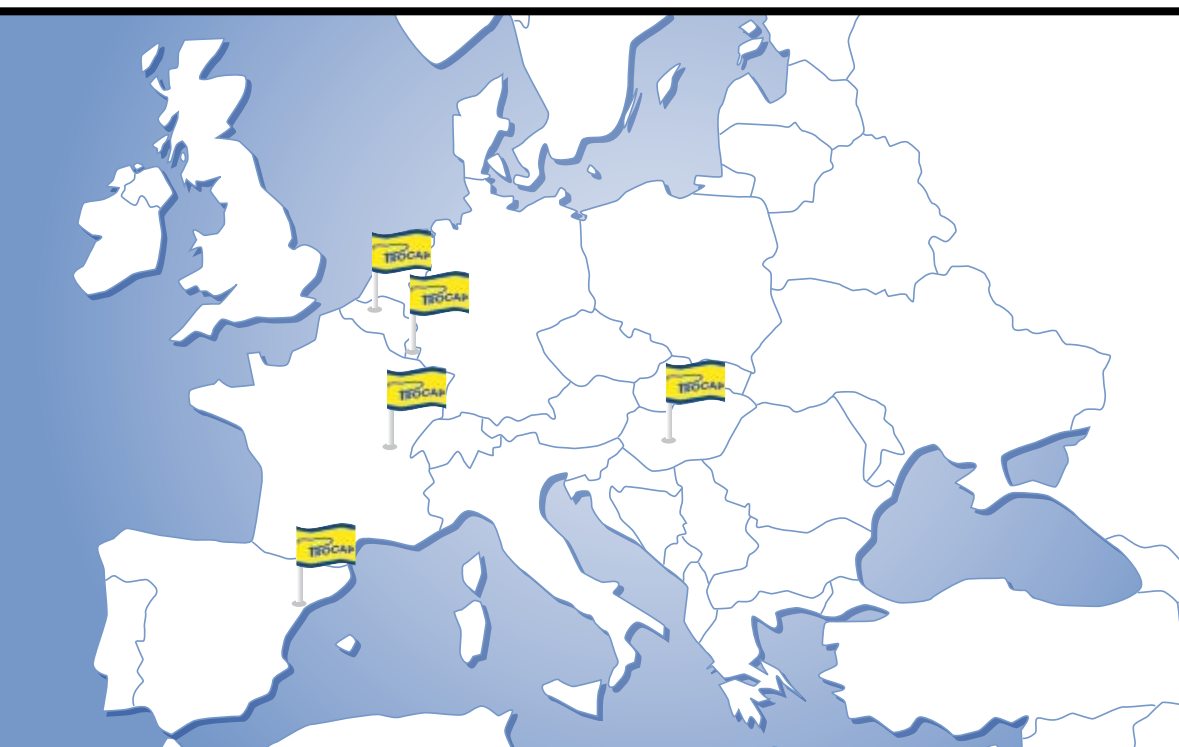
prodotto il miglior equilibrio fra prestazioni ed esigenze. I materiali biodegradabili o ricavati da risorse rinnovabili aprono nuove prospettive industriali, proprio come il ricorso ai materiali di facile riciclo. La voce trasporto diventa strategica. In questo, affermiamo le nostre priorità: ridurre sensibilmente i volumi trasportati, privilegiando in particolare l'impilamento. I team di Procap ne sono convinti: lo sviluppo della gamma Green implica un'analisi sempre più acuta del ciclo di vita del prodotto per misurarne l'impatto ambientale.

Come sarà identificato il prodotto?

Procap integrerà un segno distintivo che consentirà di identificare al primo colpo d'occhio i prodotti Green derivati dall'insieme del ciclo e dell'analisi ambientale. ■



ALL'ASSALTO DEI MERCATI EUR



IL GRUPPO PUÒ
CONTARE SULLE
SUE CAPACITÀ
INDUSTRIALI
IN BELGIO,
UNGHERIA,
LUSSEMBURGO,
FRANCIA,
ITALIA
E SPAGNA.

Spagna, Italia, Ungheria, Belgio, Francia, Lussemburgo: ovunque in Europa, Procap mobilita le sue risorse per adottare soluzioni innovative in materia di tappi. Una vera e propria armata europea che gioca su due fattori: la vicinanza e la reattività.

« **U**n cliente di Saragozza, Spagna, ci chiedeva una soluzione innovativa. Per dargli una risposta pertinente e rapida, abbiamo attivato l'insieme delle nostre reti europee. » Yves Jozéfiak, direttore commerciale e marketing, riassume così la reattività del gruppo su scala europea. Una carta determinante per Procap che può contare su sinergie reali fra i suoi team di vendita, ricerca, ingegneria e produzione. Il gruppo può contare, inoltre, sulle sue capacità industriali in Belgio, Ungheria, Lussemburgo, Francia, Italia e Spagna. Reattività dunque ma anche

vicinanza. Procap è vicino ai suoi clienti e si impegna per dare le migliori risposte a livello locale. E per aumentare la sua forza di innovazione, il gruppo partecipa al programma del polo di ricerca sull'ambiente duraturo condotto dall'Università di Strasburgo.

E SUL CAMPO, come va?

Anche sul campo, Procap ha rimodellato la propria forza di vendita. Animata da Yves Jozéfiak, è organizzata intorno a cinque grandi zone geografiche, ognuna diretta da un unico responsabile commerciale. Questi team esercitano le proprie competenze su tutta la gamma Procap: farmacia, cosmetica, alimentare secco e liquido, agrochimica e chimica. La riorganizzazione della rete europea Procap consente ai commerciali di essere geograficamente più vicini ai



LOPEI

loro clienti, più disponibili, più reattivi. Questa razionalizzazione degli spostamenti rientra completamente nell'attitudine "sviluppo duraturo" di Procap. ■

Acque minerali: un'importante conquista



Un grande produttore di acqua minerale belga ha scelto il nuovo tappo Victoria 30-25 anello alto di Procap per la sua marca faro. Procap ha adottato nello stabilimento certificato di Wiltz uno strumento industriale dedicato, interamente automatizzato che gli consente di rispondere a prezzi invitanti alle particolari esigenze di igiene del mercato dell'acqua minerale. Victoria 30/25 anello alto è stato concepito come una soluzione di tappatura di facile adozione, compreso sulle linee di imbottigliamento a grande velocità. Il suo design esterno a 144 righe e la sua altezza totale sono conformi agli standard più comunemente utilizzati sul mercato. La personalizzazione nella parte superiore del tappo rafforza l'immagine di marca del prodotto.



Successi commerciali

In tempo RECORD

Stabburet, leader del pâté di fegato norvegese, un produttore d'imballi a multistrato e il settore Ricerca e Sviluppo Procap sono riusciti a mettere a punto in tempo record un imballaggio sintetico sterilizzabile. La capsula della nuova confezione è stata prodotta dallo stabilimento Procap di Llagostera, Spagna. I pâté di fegato sono venduti in una confezione di plastica rotonda e gialla adatta ad una presentazione verticale nel reparto refrigerati.



Nestlé rinnova Nesquik



Il gruppo Nestlé continua ad affidarsi a Procap per i prodotti della nuova formula Nesquik Plus. Il gigante alimentare ha adottato una nuovissima scatola e ha scelto Procap per sviluppare la sua idea. Procap è stato incaricato di produrre i tappi dei barattoli di 250 g e 450 g di Nesquik Plus, un prodotto-faro delle marche che esiste da oltre 45 anni. Ideato in un profondo rispetto dell'ambiente, il tappo può essere aperto o chiuso con una sola mano. Il suo peso è ottimizzato per calcoli per soddisfare le norme più severe.

Con i grandi nomi della cosmetica

Lamborghini, Playboy, DNS Male... Nel 2008, Cotyastor si è affidato in Spagna a Procap per i lanci di nuove gamme di profumi che appartengono al portafoglio delle marche gestite da Coty. Procap ha acquisito nel settore cosmetico, smalti, profumi..., un'esperienza e una tecnica oggi riconosciuti dai grandi nomi del settore.



Le giuste scelte di Corman



Il gruppo lattiero Corman ha scelto un tappo ultraleggero specifico di 38 mm messo a punto da Procap per le bottiglie di panna light di 28 cl. Più pratiche, più igieniche, più moderne, le bottiglie valorizzano il prodotto. Il tappo Procap associa diversi vantaggi: facilità di posizionamento sulle linee a grande velocità, grande affidabilità e semplicità d'uso per il consumatore.

Lotus si veste di rosso

Lotus Bakeries è riuscito a trasformare in crema spalmabile l'inimitabile gusto dell'emblematico biscotto belga Speculoos. La nuova crema viene venduta in vasetto chiuso con un coperchio rosso acceso firmato Procap.



L'EFFETTO "ANTI GLU-GLU"



Il gruppo agrochimico Syngenta adotta il nuovo tappo "evento" sui bidoni da 20 litri della gamma di prodotti S-Pack. Il tappo inviolabile di piccolo diametro è posizionato su un secondo collo opposto all'apertura di scolo del bidone. Basta inserire il tappo "evento" in posizione aperta

per lasciare passare un flusso d'aria attraverso il manico del bidone. Questo dispositivo consente di neutralizzare gli effetti imbuto all'interno e di svuotare i bidoni a getto continuo. Questa tecnica innovativa è stata messa a punto dal reparto ricerca e sviluppo di Procap in stretta collaborazione con il gruppo americano di soluzioni di packaging Chesapeake.

OLIO NEGLI INGRANAGGI

Lo stabilimento di Duna, in Ungheria, continua a sviluppare la sua gamma di tappi per oli alimentari. Lo stabilimento è ormai in grado di produrre tappi ad un pezzo, tappi a due pezzi per prodotti alimentari in due diversi diametri e tappi per bottiglie da 2-3 litri di olio alimentare. Un investimento industriale che paga. Procap si posiziona oggi come primo fornitore di Bunge Hungary, uno dei principali produttori di olio alimentare dell'Europa dell'Est.



Conoscete Wave?



Questo il nome del nuovo macinino del pepe standard di Procap. Completa un flacone in PET ridisegnato in collaborazione con Pet Power intorno a linee fluide. L'insieme può essere personalizzato e si distingue dal modello standard commercializzato ad un costo inferiore. Ultimi dettagli: il macinino è di facile gestione sulle linee di produzione e conserva il prodotto integro fino alla fine della confezione.

In Breve

PROCAP CONQUISTADOR

Il know-how acquisito dal gruppo nell'industria chimica, agrochimica e petrolchimica ha facilitato l'introduzione dei tappi Procap sul mercato spagnolo. Lo stabilimento di Lligostera, vicino a Barcellona, ha di recente ampliato la sua gamma di stampi per l'automazione e la tampografia in linea. Procap ricorre quindi alla sua esperienza tecnica per elaborare soluzioni di tappatura più adatta alle esigenze dell'industria. Testimone di questo riconoscimento, BASF-Espagne, principale industriale fitosanitario della penisola iberica, ha scelto tappi Procap da 50 e 63 mm per tutti i suoi prodotti.

TRE QUALITÀ IMPORTANTI

Procap è un partner importante di Syngenta nel processo di sviluppo della tecnologia di imballaggi per liquidi. Syngenta ha iniziato ad introdurre i nuovi imballaggi per liquidi in giugno 2008. Procap è il fornitore dei nuovi tappi da 63 mm e Din 60. Questi due sistemi di chiusura sono elementi fondamentali dei nuovi imballaggi Syngenta detti S-PAC che associano tre qualità importanti: sicurezza, facilità d'uso e solidità.

Uno STANDARD RIVISITATO

Grande standard del mercato, il tappo Proflex 38 mm è stato rivisitato da Procap. Ermeticità, fascia inviolabile, materiale barriera, tre punti chiave migliorati. Il tappo, fra i più leggeri del mercato, è stato rinnovato per diventare uno dei prodotti d'avanguardia sia sulle linee asettiche ad alta prestazione che sulle linee standard attuali.

ALL'AVANGUARDIA DELLA SICUREZZA ALIMENTARE

Lo stabilimento di Messia, Francia, è impegnato in un piano triennale per la sicurezza alimentare. Il piano si concluderà con la certificazione BRC-IOP il cui audit è previsto per fine anno.