

LEADER

De Europese dimensie

In Europa is de markt van de doppen zich verder aan het herstellen. Ondanks het feit dat 2009 gekenmerkt werd door een sterke economische onrust, heeft de groep Procap zich goed staande weten te houden met een omzetsijging van 8 %. Het cliënteel over een aanzienlijk aantal sectoren diversifiëren, geeft Procap de mogelijkheid om in contact te komen met alle bedrijfstakken met een groot potentieel. Deze herschikking dwingt ons om steeds creatiever en innovatiever te zijn, om zo onze Europese dimensie te versterken. Hiervoor moeten wij onze middelen optimaal benutten, steeds meer synergieën creëren om nog aantrekkelijkere aanbiedingen te kunnen maken door onze teams te internationaliseren. Europa is ons actiegebied. Op de grote markten tekenen zich nieuwe perspectieven af. Te beginnen met Duitsland, waar onze groep zich nog meer moet doen gelden. De dynamiek is in gang gezet en nieuwe, internationaal bekende Duitse, Zwitserse en Oostenrijkse klanten laten zich door het aanbod van Procap verleiden. De deelname van de groep aan de beurs Interpack, de belangrijkste vakbeurs in Europa op het gebied van verpakkingen, bevestigt onze Europese ambities. Wij nodigen onze klanten en partners nu alvast uit in Düsseldorf in mei 2011. Wij zullen u daar met heel veel plezier de laatste ontwikkelingen en innovaties van onze groep tonen. Tot gauw! ■

Yves Jozefiak

Commercieel en Marketing Directeur



Duitsland, een STRATEGISCHE markt

In de verovering van Europa is de positionering op de Duitse markt een essentiële etappe voor Procap.



Yves JOZEFIAK - Benoît HENCKES

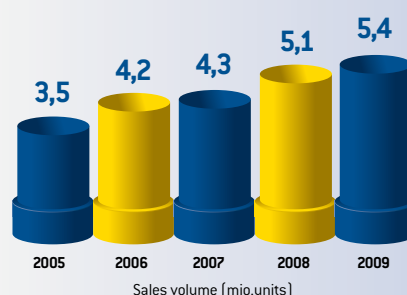
→ We hebben Duitsland in het vizier. De Europese groeikampioen staat in toenemende belangstelling. Het is uitgesloten dat Procap deze strategische markt links zal laten liggen. De groep wapent zich om klanten aan de andere kant van de Rijn te veroveren. Zo werd er een nieuwe manager aangetrokken voor het commercieel team in de zone Oost-Europa. **Attila Agg** wordt lid van het team van **Mike Kopp**, dat verantwoordelijk is voor Duitsland, Oostenrijk, Zwitserland en de Oost-Europese landen. Hij heeft ervaring op het gebied van de verkoop van verpakkingen voor de consumentenmarkt. **Attila** is onder andere meer dan zeven jaar algemeen directeur verkoop geweest voor verschillende Oost-Europese landen.

Hij heeft ook samengewerkt met fabrikanten van plastic containers en sluitingen. Zijn nieuwe uitdaging: Procap naar een toppositie op de Oost-Europese markten leiden. De groep zal op zijn

vaardigheden en deskundigheid kunnen rekenen om een aanbod met een grote meerwaarde te ontwikkelen voor zijn klanten. ■

Het Duitse cliënteel verleiden

Procap steunt op een industriële partner om zijn positie te bevestigen. Het bedrijf Scotts gaat namelijk samen met Procap een nieuwe doseerdop ontwikkelen. Op zijn beurt heeft de fabriek te Hoboken een specifieke montage-machine aangeschaft, die in de productielijn is geïntegreerd en het plaatsen van de ringinlage voor zijn rekening neemt. Met als resultaat een verrijkt productieapparaat en extra argumenten om het Duitse cliënteel te verleiden.



Het cijfer

5,4 miljard

Dat is het aantal eenheden dat geproduceerd werd door de groep PROCAP in 2009.

Commerciële successen

PROSOL, HET KALIBER van een LEIDER

Procap heeft het vertrouwen gewonnen van Prosol, een bedrijf dat gespecialiseerd is in de productie van oploskoffie voor distributeursmerken. Prosol bezit de nieuwste technologie op het gebied van verpakkingen en past zich uiterst soepel aan de eisen van zijn klanten aan. Het bedrijf exporteert naar meer dan 20 landen en heeft zich tot doel gesteld wereldleider te worden in de levering van oploskoffie.

HERO, DE MULTINATIONAL



Sinds de oprichting van zijn eerste fabriek in 1922 heeft Hero een reputatie van vertrouwen en continuïteit bij de Spaanse consumenten weten op te bouwen. Tegenwoordig is deze multinational op het gebied van levensmiddelen één van de grootste in Spanje, met een waaier van meer dan 400 producten, die worden verdeeld in ongeveer 100 landen. Procap levert lepeltjes en doseerdoppen voor baby melkpoeder.

Een megacontract met Agua Doy

De producent van mineraalwater Agua Doy (Font Agudes) doet een beroep op Procap om jaarlijks meer dan 40 miljoen "Spark One" doppen te leveren.



ER IS NOG STEEDS SPRAKE VAN GROEI ...

Procap blijft groeien op de Spaanse doppenmarkt door zich te richten op topbedrijven in de sector van de tafelolie en droge voeding.

→ Begin 2010 heeft Procap een contract getekend met de groep Faiges (Idealsa) voor de levering van meer dan 40 miljoen tafelielidoppen. De groep Faiges richt zich hoofdzakelijk op distributeursmerken en is momenteel één van de hoofdspelers in de tafelielidsector. Ook de groep Borges stelt vertrouwen in Procap door de 29/21 tweedelige standaarddop te kiezen voor hun allernieuwste 1 liter fles met een opvallend design. Met meer dan 100 jaar ervaring is de groep Borges één van de bekendste bedrijven in de tafelielidsector en ook één van de belangrijkste exporteurs van Spanje. Dankzij deze twee handelsovereenkomsten is Procap één van de belangrijkste referenties geworden in Spanje voor de levering van tafelielidoppen. Op het gebied van droge voeding, heeft Procap zijn leiderschap versterkt door twee belangrijke spelers te benaderen: Argal en Seda Solubles. Na een geslaagde test

met Snap Caps, heeft de groep Argal besloten zijn infrastructuur aan te passen. Zowel de productiviteit als het algemene design van het product zijn verbeterd. Argal is leider in de Spaanse vleeswarenindustrie en al meer dan 90 jaar een eminent bedrijf in de Spaanse voedingssector. En tot slot: door de handelsovereenkomst met de groep Seda Solubles wordt Procap de belangrijkste leverancier van Snap Caps voor oploskoffie op de Spaanse markt voor oploskoffie. Seda werd opgericht in 1963 en is gespecialiseerd in de productie van oploskoffie. Het bedrijf streeft er voortdurend naar zo goed mogelijk tegemoet te komen aan de wensen van zijn klanten, zowel wat betreft kwaliteit als dienstverlening. Procap gaat hier voortaan een steentje aan bijdragen door hun uitmuntend product te voorzien van een hoogwaardige verpakking. ■

Een GROTERE PRODUCTIE in LLAGOSTERA

In Spanje voert Procap een nooit aflatend ontwikkelingsbeleid. Eind 2009 heeft het bedrijf de productie tools en de plastic doppen activiteit van Sofiplast opgekocht. Een transactie die toont dat Procap vastbesloten is om te blijven groeien in Europa. De productie tools werden begin 2010 overgebracht naar de fabriek in Llagostera, die net als alle an-

dere productielocaties van de groep onlangs ISO 14000 is gecertificeerd. Deze overname staat synoniem voor een sterke groei van de productieomvang en een uitbreiding van zowel zijn productportefeuille als zijn klanten op het Iberische Schiereiland.



Commerciële successen

DRIE VLIËGEN in één Klap!

De melkcoöperatie van Villefranche, opgericht in 1932, is uitgegroeid tot een specialist op het gebied van verse producten van hoge kwaliteit. In 2010 heeft de coöperatie zich aangesloten bij de groep Sodiaal, die tevens een klant van Procap is. Dit bedrijf, dat traditie combineert met innovatie en gedreven wordt door een voorliefde voor natuurlijke producten, heeft de microgefilterde melk Marguerite uitgevonden. Dit product wordt sinds 2003 in PET-flessen op de markt gebracht. In 2009 koos de Laiterie de Villefranche de zelfdichtende Proflex 38 mm dop van Procap. "Dit staaltje van vakmanschap, staat garant voor een volledige integriteit van de productie, argumenteert technisch directeur Laurent Fournier. De maatschappij wint aan productiviteit op de Sidel combilijn, uitgerust met 8 schroefkoppen. Ons technisch assistentieteam heeft eveneens de onderhoudsdienst van advies voorzien voor een perfecte schroefkwaliteit. Dus eigenlijk drie vliegen in één klap! Hier voeg ik nog aan toe dat de locatie in Messia vlakbij is, waardoor we nadrukkelijk aanwezig kunnen zijn en de kosten voor de logistiek kunnen optimaliseren."

Een TECHNISCHE UITDAGING met Nestlé



Een nieuwe illustratie van de naambekendheid van het bedrijf: de groep Nestlé heeft Procap gekozen voor de nieuwe verpakking van zijn product Knacki Balls, geproduceerd door Herta. Een uitdaging van formaat, die de eindconsument een dop met vier prikkers moet bieden en waar ook een etiket werd aangebracht met behulp van de IML-technologie. Al deze handelingen worden uitgevoerd in één industrieel proces.



Het niveau Gaat in STIJGende LIJN.

Procap bevestigt zijn doorbraak in Frankrijk. De groep breidt zijn handelsnetwerk en technische expertise uit.



R&D afdeling

→ Naast zijn assortiment specifieke doppen produceert Procap een breed gamma aan standaardproducten. Producten die steeds verbeterd worden, zowel qua design als functionaliteit en gewicht, en steeds beter voldoen aan de verwachtingen van de klanten. Vandaar de noodzaak om de markt nauwlettend te volgen zodat de evolutie van het standaardassortiment zo dicht mogelijk bij de wensen van de klanten staat, maar ook om efficiënt te communiceren rond deze nieuwe producten. De benoeming van Lionel Bonvalot als productmanager beantwoordt aan deze eisen. Lionel, sinds vier jaar R&D projecthoofd

bij Procap, heeft een gedegen technische kennis van doppen verworven. Daar voegt hij nu ook zijn deskundigheid op het gebied van marketing aan toe. Lionel Bonvalot leidt momenteel meerdere projecten in samenwerking met het commerciële team de R&D van Procap, in partnership met voornamelijk klanten. Verder heeft in april dit jaar Laurent Schaffhauser zich bij het commerciële team gevoegd. Na een commerciële studie aangevuld met een technische opleiding heeft hij kunnen steunen op zijn ervaring als sectormanager bij Soco System, een vooraanstaand bedrijf op het gebied van verpakkingen aan het einde van de productielijn (palletisering en transport). Bij Procap is Laurent Schaffhauser verantwoordelijk voor Noord-Frankrijk, en richt zich daarbij vooral op de levensmiddelensector en de chemie. ■



Lionel Bonvalot
Nieuwe productmanager

Het "BESTE WATER van Frankrijk"

De doppen van Procap verstevigen hun positie in Frankrijk doordat het bedrijf leverancier wordt van toonaangevende bedrijven in de levensmiddelensector. Eén daarvan is het bedrijf Sources de Soultzmat, met het merk Lisbeth, één van de



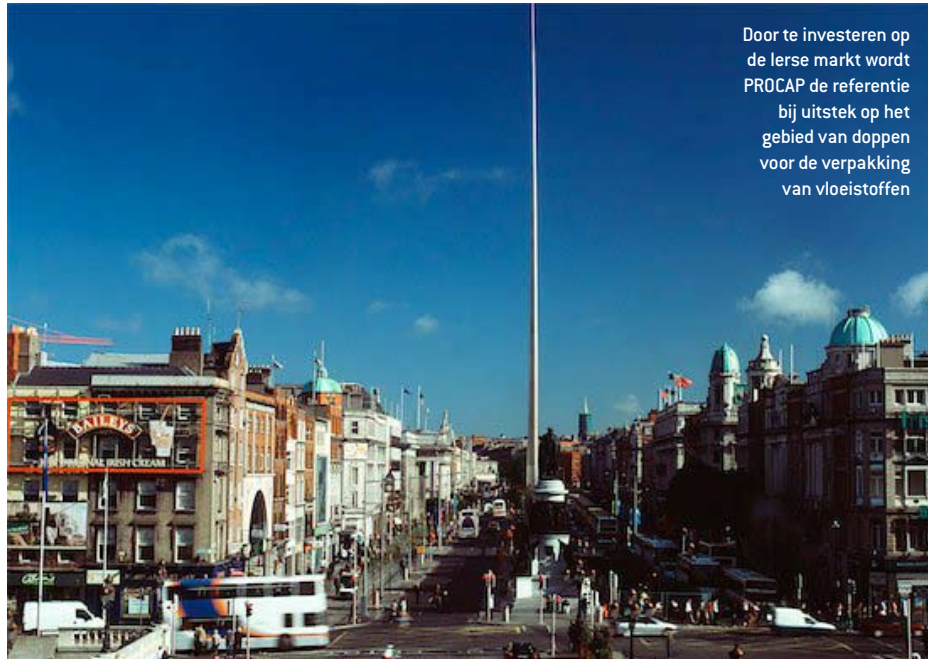
Links LAURENT SCHAFFHAUSER
Salesmanager voor Noord-Frankrijk bij Lisbeth.

zeldzame onafhankelijke bedrijven op de sterk concurrerende markt van het water. Sources de Soultzmat bottelt een volledig assortiment water met en zonder bubbels en gearomatiseerd water. Om het verschil met andere bedrijven te onderstrepen, brengt het onder het merk Lisbeth ook zijn eigen limonades, Liness en Hansi, uit, en verder een authentieke cola, l'Elsass Cola, met natuurlijke ingrediënten. Het bedrijf distribueert bovendien het merk Rivella in Frankrijk. De ISO 9001 certificering en de erkenning van Lisbeth als het "beste water van Frankrijk" getuigen van de dynamiek van het bedrijf. Procap deelt deze eis: Sources de Soultzmat heeft gekozen voor de 28 mm "Spark One" dop om de kwaliteit van zijn water en limonade veilig te stellen.



Een veelzeggende overname

Door de maatschappij Wicklow Injection Moulding over te nemen accentueert Procap zijn positie op de markt van baby melkpoeder.



Door te investeren op de Ierse markt wordt PROCAP de referentie bij uitstek op het gebied van doppen voor de verpakking van vloeistoffen

→ De verkoopakte werd bezegeld in januari 2009. Het in 1980 opgerichte bedrijf Wicklow Injection Moulding heet nu Wicklow Plastic Ltd. **Voor Procap is deze aankoop niet alleen een pluspunt voor het ontwikkelen van de doppenmarkt, maar biedt hen ook de kans om zijn toppositie als leverancier op de markt van baby melkpoeder te bevestigen.**

Procap Wicklow is gespecialiseerd in het spuitgieten van snap caps met een fijne wand en maatschepjes voor baby melkpoeder.

Sinds de overname door Procap is er flink geïnvesteerd in de fabriek, met onder andere een verbetering van de airconditioning en het waterkoelsysteem. Momenteel wordt gewerkt aan het

optimaliseren van de activiteiten in de fabriek. De locatie besteedt ook bijzondere aandacht aan hygiëne en netheid: er is een HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) ingesteld, en een detectiesysteem voor bacteriën. En last but not least, Wicklow Plastic Ltd zet zich in voor innovatie. **De strategie van het bedrijf bestaat eruit het gebied van de nutraceutica, zuivelproducten en de verpakking van vloeistoffen te bezetten.** Het bedrijf heeft een volledig gerobotiseerde verpakkingsmachine aangeschaft, een nieuw hulpmiddel om artikelen voor de nutraceutische en levensmiddelenindustrie individueel te verpakken. ■

KORT NIEUWS

PROCAP HAALT DE 38 GREENFLAP TEVOORSCHIJN



In het kader van zijn Green assortiment, lanceert Procap de "38 GreenFlap". Een lichte dop voor het uitgieten en strooien van droge producten, zoals specerijen. Met zijn splinternieuwe design voor een ergonomisch en efficiënt gebruik, is deze dop de ideale oplossing voor in de keuken. Een betrouwbare dop, die makkelijk is vast te schroeven en past op standaard glazen flessenhalzen van 38 mm en PET-flessen: de GreenFlap bezit alle voordelen die je je kunt wensen. Het model is verkrijgbaar in een breed assortiment standaard- en speciale kleuren.

VOLOP ACTIEF IN DE TETRAPAKKEN



Met de overname van Elocap Luxemburg, is Procap ook actief geworden op de markt van doppen voor tetrapakken. De fabriek van Wiltz is uitgebreid en heeft nu een productiecapaciteit van zo'n 4 miljard stuks per jaar. De locatie beschikt over 35 injectiepersen, assemblage apparatuur, apparatuur voor het aanbrengen van inlagen en het stapelen op hoge snelheid. Een in hoge mate geautomatiseerd proces, dat beheerst wordt door zo'n honderd medewerkers. Elopak profiteert voor 100 % van deze nieuwe installaties. De constante productiestijging is hier het beste bewijs van. Maar het partnerschap met Elopak omhelst niet alleen de productie van doppen. Het omvat ook de ontwikkeling van nieuwe, innoverende oplossingen voor het afsluiten van verpakkingen. Het onderzoek dat momenteel gaande is, zal wellicht uitlopen op nieuwe investeringen.



interpack
PROCESSES AND PACKAGING

Een datum om te ONTHOUDEN
van 12 t/m 18 mei 2011

Van 12 t/m 18 mei 2011 vindt in Düsseldorf de vakbeurs Interpack plaats, waar gemiddeld meer dan 200.000 bezoekers en ongeveer 3000 exposanten elkaar ontmoeten. De gelegenheid voor Procap om zijn producten te promoten. **Stand 10 E105**