

EDITORIAL

Nos gusta enfrentarnos a los retos

Los costes de todos los componentes de nuestro sector de actividad registran una fuerte subida. Los materiales plásticos, la energía, el transporte y los salarios siguen una curva ascendente. A Procap le gusta enfrentarse a este tipo de retos. Además, cada día lo hace. Lejos de considerar la nueva situación internacional como una fatalidad, nuestro grupo europeo se siente, al contrario, estimulado. Porque los retos a los que se enfrenta Procap permanentemente le proporcionan la ocasión para crecer. Nuestro modo de consumo pone en peligro el planeta. La globalización afecta tanto a clientes como a proveedores. Las líneas de envasado adoptan cadencias cada vez más rápidas. Fabrican productos cada vez más complejos. Procap reacciona, anticipa, innova. El contenido de esta nota informativa lo demuestra. Procap controla sus costes, se adapta a las exigencias del desarrollo sostenible y la globalización. Nuestro grupo va siempre más lejos en cuanto a la técnica de sus tapones. ■

La CIFRA

2 000 000

Como prueba de su capacidad de innovación, el grupo Procap dedica el 2% de su volumen de negocios, es decir 2.000.000 de euros, a la actividad de investigación y desarrollo.



■ DESARROLLO SOSTENIBLE

¡La Gama Green ya es el mañana!

Menos impacto en el medio ambiente y más prestaciones técnicas: la gama Green reinventa los productos de cierre. Conversación con Yves Jozefiak, Director Comercial y de Marketing del Grupo Procap.

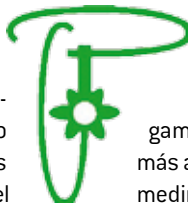
¿Por qué Procap lanza una gama Green?



Al decidir crear una nueva gama de productos de cierre, Procap pone en práctica un ambicioso programa de investigación e incrementa su acción a favor del medio ambiente.

Actualmente, cada sede industrial mejora constantemente sus procedimientos con el fin de ahorrar energía y materias primas. Pero Procap quiere claramente ir más lejos y fabricar productos que prefiguren el mundo del mañana.

trata de alcanzar para cada producto el mejor ajuste entre prestaciones y necesidades. Los materiales biodegradables o nacidos de recursos renovables ofrecen nuevas perspectivas industriales, al igual que el recurso de los materiales fáciles de reciclar. El coste del transporte resulta estratégico. Con esto, afirmamos nuestras prioridades: reducir sensiblemente los volúmenes transportados, sobre todo privilegiando el apilado. Los equipos de Procap están convencidos de que el desarrollo de la gama Green implica un análisis cada vez más agudo del ciclo de vida del producto para medir su impacto sobre el medio ambiente.



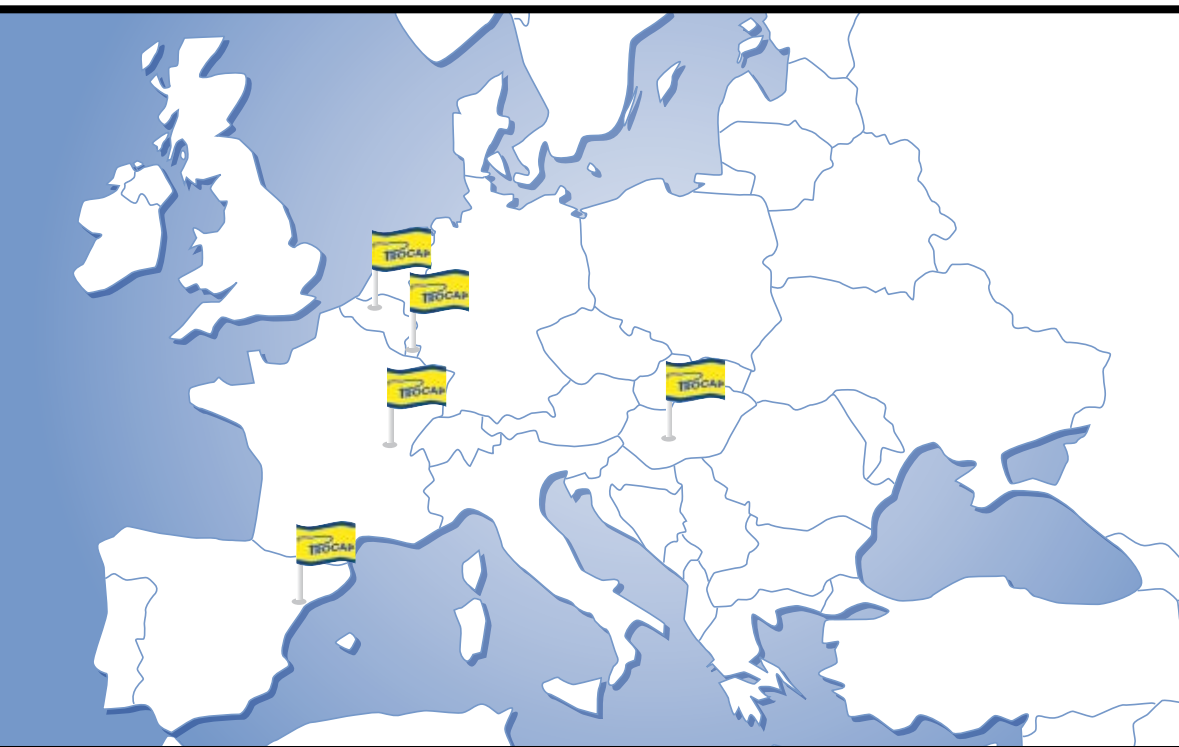
¿Cuál es la aportación estratégica de esta innovación?

Los avances de la tecnología de inyección de pared fina permiten reducir ahora la cantidad de material utilizado. Con esta tecnología, se

¿Como se identificará el producto?

Procap integrará una señal distintiva que permitirá identificar con una simple ojeada los productos Green salidos del conjunto del ciclo del análisis medioambiental. ■

AL ASALTO a LOS MERCADOS e



EL GRUPO PUEDE así contar con sus capacidades industriales en BÉLGICA, HUNGRÍA, LUXEMBURGO, FRANCIA, ITALIA Y ESPAÑA.

España, Italia, Hungría, Bélgica, Francia, Luxemburgo: en todas partes de Europa, Procap moviliza sus recursos para poner en práctica soluciones de tapones innovadores. Una auténtica fuerza de asalto europea que actúa sobre dos registros: la proximidad y la capacidad de reacción.

« **U**n cliente de Zaragoza en España nos reclama una solución innovadora. Para ofrecerle una respuesta pertinente y rápida, hemos activado el conjunto de nuestras redes europeas». Yves Jozéfiak, director comercial y de marketing, resume así la capacidad de reacción del grupo a escala europea. Se trata de un activo determinante para Procap que puede apoyarse en sinergias reales entre sus equipos de venta, investigación, ingeniería y producción. El grupo puede así contar con sus capacidades industriales en Bélgica, Hungría, Luxemburgo,

Francia, Italia y España. Así pues, capacidad de reacción, pero también proximidad. Procap está cerca de sus clientes y se esfuerza por aportar las mejores respuestas locales. Y para incrementar su potencial de innovación, el grupo participa en el programa de investigación sobre el medio ambiente sostenible dirigido por la Universidad de Estrasburgo.

¿Y SOBRE EL TERRENO, como va?

Sobre el terreno, Procap ha remodelado también su fuerza de venta. Animada por Yves Jozéfiak, se ha organizado en torno a cinco grandes zonas geográficas, cada una dirigida por un solo responsable comercial. Estos equipos ejercen sus competencias sobre todo el abanico de la gama Procap: farmacia, cosmética, alimentos secos y líquidos, agroquímica y qui-



EUROPEOS

mica. Esta reorganización de la red europea Procap permite a los ingenieros comerciales estar más cerca geográficamente de sus clientes, más disponibles y con más capacidad de reacción. Esta racionalización de los desplazamientos se inscribe plenamente en el enfoque “desarrollo sostenible” dirigido por Procap. ■

AGUAS MINERALES: UN NOTABLE AVANCE



Una gran empresa de agua mineral belga ha elegido el nuevo tapón Victoria 30-25 de cuello largo de Procap para su marca insignia. Procap ha instalado en su emplazamiento certificado de Wiltz un instrumento industrial especializado, totalmente automatizado, que le permite responder, a precios atractivos, a las exigencias de higiene especialmente estrictas del mercado del agua mineral. El tapón Victoria 30/25 de cuello largo ha sido concebido como una solución de cierre fácil para su aplicación en las líneas de embotellamiento de gran velocidad. Su diseño exterior de 144 estrías y su altura total cumplen con los estándares más utilizados en el mercado. La personalización de la parte superior del tapón refuerza la imagen de marca del producto.



ÉXITOS comerciales

En un tiempo **RÉCORD**

Stabburet, líder del paté de foie en Noruega, el fabricante de envases, Envases del Vallés y el departamento de I+D de Procap han logrado desarrollar en un tiempo récord un envase sintético esterilizable. La tapa de este nuevo envase ha sido fabricada por la fábrica Procap de Llagostera en España. Se abandona la tradicional caja metálica: los patés de foie van en un envase plástico redondo y amarillo adaptado para una presentación vertical en los estantes.



NESTLÉ **REJUVENECE** a Nesquik



El grupo Nestlé sigue confiando en Procap para los productos de su nueva fórmula Nesquik Plus. El gigante alimentario ha adoptado una caja completamente nueva y ha elegido a Procap para desarrollar su concepto. Procap ha sido encargada de fabricar las tapas de los tarros de 250 g y 450 g de Nesquik Plus, un producto insignia de la marca que existe desde hace 45 años.

La tapa, concebida con un profundo respeto con el medio ambiente, puede ahora abrirse o cerrarse con una sola mano. Su peso ha sido optimizado mediante cálculos para poder cumplir con las normas más estrictas.

Con LOS GRANDES NOMBRES DE LA **cosmética**

Lamborghini, Playboy, DNS Male... En 2008, Cotyastor se apoyó en España en Procap para el lanzamiento de nuevas gamas de perfumes pertenecientes a la cartera de marcas administradas por C o t y . Procap ha adquirido en el terreno de la cosmética - esmalte para uña, perfumes... - una experiencia y una técnica hoy reconocidas por los grandes nombres del sector.



La BUENA ELECCIÓN de CORMAN



El grupo lechero belga Corman ha elegido un tapón ultraligero específico de 38 mm desarrollado por Procap para sus botellas de nata fresca de 28 cl. Más prácticas, higiénicas y modernas, las botellas realzan el producto. El tapón de Procap conjuga varias ventajas: facilidad de colocación en líneas de gran cadencia, gran fiabilidad y simplicidad de uso para el consumidor.

LOTUS ROJO

Lotus Bakeries ha logrado transformar en una crema para untar el gusto inimitable del emblemático bizcocho belga Speculoos. La nueva crema se presenta en un tarro cerrado por una tapa de color rojo intenso firmada por Procap.



EL EFECTO “ANTIGLOUGLOU”



El grupo agroquímico Syngenta adopta el nuevo tapón de respiración en los bidones de 20 litros de su gama de productos S-Pack. Este tapón inviolable de pequeño diámetro está situado en el segundo cuello al otro lado de la abertura de descarga del bidón. Basta con colocar este

tapón de respiración en la posición abierta para dejar pasar un flujo de aire por la empuñadura del bidón. Este dispositivo permite neutralizar los efectos de embudo en el interior y vaciar los bidones apilables en chorro continuo. Esta innovadora técnica ha sido desarrollada por el departamento de investigación y desarrollo de Procap en estrecha colaboración con el grupo americano de soluciones de envasado Chesapeake.

aceite en LOS engranajes

En la sede de Duna, en Hungría, sigue desarrollando su gama de tapones para aceites alimentarios. La fábrica puede ahora fabricar tapones monopieza, tapones de dos piezas para productos alimentarios en dos diámetros diferentes y tapones para botellas de 2-3 litros de aceite alimentario. Esta inversión industrial es muy rentable. Procap se sitúa hoy como el primer proveedor de Bunge Hungary, uno de los principales productores de aceite alimentario en Europa del Este.



Wave, ¿LO conoce?



Este es el nombre del nuevo molinillo de pimienta estándar de Procap. Cierra un frasco en PET rediseñado en colaboración con Pet Power en torno a líneas fluidas. El conjunto puede personalizarse y se distingue así del modelo estándar comercializado a un coste inferior.

Últimos detalles: el molinillo es fácil de gestionar en las líneas de producción y preserva la integridad del producto hasta el final del frasco.

Resúmenes

PROCAP como CONQUISTADOR

El know-how adquirido por el grupo en la industria química, agroquímica y petroquímica ha facilitado la introducción de los tapones Procap en el mercado español. La fábrica de Llagostera, cerca de Barcelona, ha ampliado recientemente su gama de moldes para la automatización y la tampografía en línea. Procap pone así en práctica su capacidad técnica para elaborar las soluciones de cierre mejor adaptadas a las exigencias de esta industria. Un ejemplo de este reconocimiento es que BASF-España, principal industria fitosanitaria de la península ibérica, ha elegido los tapones Procap de 50 y 63 mm para todos sus productos.

TRES GRANDES CUALIDADES

Procap es un importante colaborador de Syngenta en el proceso de desarrollo de la tecnología de envases para líquidos. Syngenta empezó a introducir los nuevos envases para líquidos en junio de 2008. Procap es el proveedor de las nuevas tapas de 63 mm y Din60. Estos dos sistemas de cierre son elementos fundamentales de los nuevos envases Syngenta denominados S-PAC que reúnen tres grandes cualidades: seguros, fáciles de usar y sólidos.

Un estándar RENOVADO

El tapón Proflex de 38 mm, que es un gran estándar del mercado, ha sido renovado por Procap. Hermeticidad, banda inviolable, material de barrera: estos tres puntos claves han sido perfeccionados. El tapón, uno de los más ligeros del mercado, ha sido reacondicionado para constituir uno de los productos más avanzados, tanto en las líneas asépticas de alto rendimiento como en las líneas estándar actuales.

A LA VANGUARDIA DE LA SEGURIDAD ALIMENTARIA

La sede de Procap de Messia, en Francia, ha emprendido un plan trienal para mejorar el control de los riesgos asociados a la seguridad alimentaria. Este plan terminará con la certificación BRC-IOP cuya auditoría está prevista para finales de este año.