

## EDITORIAL

### Mantenemos EL RUMBO



Haciendo frente a una de las crisis económicas mundiales más violentas desde los años 30, Procap mantiene el rumbo. Nuestro grupo continúa con su política de desarrollo comercial y multiplica sus implantaciones: en los países bálticos y España, además de Alemania. En el ámbito de la innovación, Procap lanza dos nuevos productos muy específicos que corresponden a las exigencias de nuestra clientela. Los primeros son los tapones «Dropless», que se han concebido para la industria del aceite alimentario. Las segundas son las cápsulas «Greencap», que demuestran las capacidades de innovación del grupo. Procap también se dota de nuevas capacidades de producción ampliando las plantas de Budapest y Wiltz. Nuestro centro de investigación y desarrollo también ha sido beneficiario de importantes inversiones. Por último, la adquisición de las sociedades MacFarlane en Irlanda y Elocap en Luxemburgo permite a Procap reforzar su presencia geográfica y su gama de productos. ■

Yves Jozefiak  
Director Comercial y de Marketing



La nueva fábrica Procap en Irlanda



## PROCAP, UNO DE LOS «GRANDES» DE EUROPA

*Con la adquisición de Elocap Lux y MacFarlane Plastics, Procap consolida su posición y afirma su categoría de «grande» de Europa.*

La primera etapa del despliegue en Europa: la adquisición a finales de 2008 de la sociedad Elocap Lux, implantada en Rodange, en el Gran Ducado de Luxemburgo. Con ella, Procap tuvo acceso a una exclusividad de Elopac: los dispositivos de cierre de dos elementos para los embalajes de cartón. La consecuencia de esta adquisición: la producción se transfirió a Wiltz, una planta completamente reacondicionada para dar cabida a la nueva línea de fabricación. Procap creó, así pues, una nueva fábrica concebida para grandes volúmenes de producción. Por otra parte, también adquirió el control técnico para desarrollar este tipo de soluciones y se hizo con una sala de almacenamiento de productos terminados. En Irlanda, Procap compró MacFarlane Plastics, basada en Newtownkenny. Esta empresa

produce principalmente tapones a presión (snap-cap) y medidas para el sector de los alimentos de bebé.

### EL SECTOR ESTRATÉGICO DE LOS TAPONES A PRESIÓN

También está especializada en los cierres de plástico para las industrias alimentaria y química. En 2008, la sociedad realizó un volumen de negocios de más de 9 millones de euros con 38 empleados. Una baza suplementaria para el desarrollo de Procap en el sector estratégico de los tapones a presión, así como la ocasión para la empresa de confirmar su envergadura europea. ■

La CIFRA

# 18.000 m<sup>2</sup>

La fábrica de Wiltz cuenta,  
actualmente con una de superficie  
de 18.000 m<sup>2</sup> y unos  
efectivos de 85 personas.



# En una Dinámica DE CRECIMIENTO



*Desde los países bálticos hasta España, pasando por Alemania, Procap continúa su crecimiento y extiende su red de agentes por Europa. El resultado: una mayor proximidad y reactividad en beneficio de los clientes.*

Rumbo hacia Europa del Este. Procap Duna ha aumentado considerablemente su cartera de clientes en Europa central y oriental. Con el apoyo de nuevos agentes y distribuidores, las empresas como **Zvijezda, Lithuania Neptuno, Plasteksus, German zrt, Veeko, Zemaitios Pineas, Tikras kelias y Eurocollant** han optado por las soluciones Procap. Aceites alimentarios, bebidas, aceites para motores o incluso alimentos: Procap Duna es proveedora de distintas industrias. Un buen ejemplo es el de Bulgaria, donde el trabajo de **Hristo Stoyanov** da sus frutos: medio millón de euros de volumen de negocio en menos de un año. Bajo su égida, Procap ha pasado a ocupar una posición dominante en el mercado búlgaro, en el que hay cuatro productos que marcan la diferencia: **tapón seguridad infantil 28 mm., tapón Pharma 28 mm., tapón 38 mm. para la industria petroquímica y dispositivos de cierre agro.** «En los negocios, lo esencial es la confianza», reconoce Hristo



Stoyanov. En los países bálticos, la representación de Procap corre a cargo de **Gediminas Paukštė.**

Este profesional cuenta, en su haber, con una extensa experiencia en los ámbitos del marketing y la organización empresarial.

Durante más de diez años, trabajó para multinacionales en Lituania como responsable de ventas y marketing y del servicio de atención al cliente. Su actividad principal consiste, ahora, en identificar y desarrollar nuevos mercados en los países bálticos, así como en Polonia y Rusia.

## TODO UN RETO

En los países germanófonos (Alemania, Austria y Suiza) el desarrollo de Procap está dirigido por **Mike Kopp.** Este puesto encierra todo un reto, ya que estos tres países constituyen un amplio mercado y ofrecen un filón prometedor, sin embargo, en él, las empresas también han de enfrentarse a una competencia particularmente dura, sobre todo



en lo referente a los discounters y la actividad de exportación.

«Hoy más que nunca, nuestros clientes deben poder contar con proveedores fiables y capaces de apoyarlos a todos los niveles», explica Mike Kopp.»Y, precisamente, Procap puede movilizar todos los recursos para orientar a los clientes hacia las soluciones de tapones más eficaces y acompañar la implantación de procesos industriales.» ■

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

## España, UN MERCADO DE REFERENCIA



La fábrica Procap de Llagostera

A pesar de la crisis económica que afecta sobremanera al consumo en España, el grupo Procap mantiene, e incluso aumenta, sus resultados en la Península Ibérica. ¿Cuál es la clave de su éxito? se ha conseguido nuevos clientes y se han desarrollado nuevos productos.

Los **Laboratorios Abbott** también han optado por los dispositivos de cierre de plástico. Procap ha sabido seducir, además, a ciertos profesionales de la química, como **Reckitt-Benckiser** y **Sipcam-Inagra**, ambos muy conocidos en sus respectivos mercados. No podemos olvidar tampoco el sector alimentario, en el que destacan **Mercaoleo**. En el apartado de la cosmética, **Coty Astor**, ha desarrollado nuevos tapones. Se trata, en cada uno de los casos, de proyectos muy significativos en un mercado de referencia.



# ÉXITOS comerciales

## ESPECIALIZACIÓN agroalimentaria

Algunos socios nuevos han escogido las soluciones de Procap. La cooperativa de Villefranche, preocupada por garantizar la calidad de sus productos frescos, se ha orientado hacia el Proflex 38 para su leche microfiltrada. La quesería de Meix también ha optado por el



Proflex 38 para el desarrollo de su nueva



leche bio de larga conservación. Bardinnet ha tomado la misma decisión para el envasado de sus alcoholes (whisky en botella PET). Por su parte, Soultzmatt, con el objetivo de preservar el gusto y la frescura de sus aguas con y sin gas, ha decidido poner su confianza en el tapón 28 mm. Spark 1. La sociedad Routin ha optado

por el CV29/21 para acompañar sus siropes de frutas. Le Cabanon, una empresa especializada en la transformación de tomates, ha escogido el Flip Top 33 para el envasado de su ketchup. La división de plástico soplado del grupo Alcan también se ha inclinado por este producto. Por último, en Suiza, Emmi, líder de los productos lácteos frescos, ha seleccionado Proflex 38 para el lanzamiento de un nuevo smoothie que ayuda a regular el colesterol.

## PROVEEDOR ESTRATÉGICO

El productor de agua mineral «Spadel» ha elegido a Procap como proveedor estratégico de las cápsulas 30/25 de anillo alto utilizadas por la célebre marca «Spa Reine». Los puntos positivos de Procap: la proximidad respecto a la planta de embotellado, los valores compartidos de una empresa familiar y una visión a largo plazo de los tapones para bebidas. El grupo Spadel es el líder indiscutible del mercado de las aguas minerales del Benelux.



## Una estrecha asociación

Procap continúa con éxito su estrategia en el mercado europeo de las bebidas. De esta forma, Refresco, un fabricante líder de bebidas no alcohólicas y zumos de fruta, ha decidido establecer una asociación estrecha con Procap. Para dar una respuesta al fuerte crecimiento de Refresco, Procap ha invertido de forma significativa en su capacidad de producción de tapones de plástico, especialmente los adaptables a las líneas de llenado de flujo rápido. Por otra parte, Procap garantiza una seguridad de aprovisionamiento basándose en sus distintas plantas de producción.



## PROCAP «CONQUISTADOR»

**Más de 130 contactos profesionales, entre los que hay un 80 % de nuevos prospectos y más de 25 empresas multinacionales o nacionales de alto nivel: éxito total para la edición 2009 del salón Hispack en Barcelona.**

Este salón, consagrado a la tecnología alimentaria, se ha convertido en una cita ineludible. En efecto, durante este evento, se perfilan las nuevas tendencias en la industria del embalaje. La edición 2009 ha puesto en el candelero los equipamientos, los materiales y los servicios indispensables para los envasados más eficaces e innovadores y que están en línea con el desarrollo sostenible. Más de 1.000 expositores estuvieron presentes en Barcelona, profesionales de la industria alimentaria, farmacéutica, química y cosmética. Una cifra que refleja la importancia que tiene en España el embalaje y la tecnología en el ámbito de la alimentación.

### ALCANZAMOS NUESTROS OBJETIVOS

Sin embargo, la crisis hizo mella y algunos grandes nombres del mundo del embalaje brillaron por su ausencia. Pero Procap, que exponía por primera vez, estuvo muy presente. La inversión en marketing y acciones comerciales fue considerable y, con ella, Procap dejó patente su gran interés por la conquista del mercado español. Numerosos visitantes y expositores felicitaron a Procap por el audaz diseño de su stand. Una semana intensa que estuvo coronada con más de 130 contactos profesionales, de los cuales, el 80 % lo constituyeron nuevos prospectos, y que, además, incluían más de 25 empresas multinacionales o nacionales de alto nivel. Alcanzamos nuestros objetivos: promover la imagen de Procap en el mercado español como principal fabricante de tapones de plástico. Los visitantes pudieron descubrir la calidad de los productos de Procap y el profesionalismo de los equipos. Un buen augurio...



### INTERNET

## En línea Y en DIFUSIÓN CONTINUA

El sitio Internet de Procap ha mudado de piel. La idea tiene un doble objetivo: facilitar la navegación del internauta y dar una visión general de la vida del grupo. Se puede acceder a toda la información clave desde la misma página de inicio. El estilo es sencillo y la maqueta atractiva. Además, el nuevo sitio también incluye animaciones de vídeo para una presentación empresarial del grupo. La información relativa a las fábricas, los productos y los clientes se actualiza de forma periódica. También publicamos en línea las newsletters y los folletos. Y aún mejor: el sitio Procap ofrece la posibilidad de presentar una candidatura en línea. La interactividad a todos los niveles.

[www.procap.com](http://www.procap.com)



### NOTICIAS BREVES

#### Buen nivel de aceite



Princes Limited ha seleccionado a Procap como proveedor de tapones con bisagra mono-pieza destinado a su gama de aceite de semillas envasado para el comercio al por menor. La sociedad produce, cada año, millones de botellas de PET de un litro destinadas a los supermercados del Reino Unido. Procap ha logrado producir un tapón con banda de inviolabilidad de calidad superior, capaz de reducir todos los problemas actuales de funcionalidad. Hemos concluido un acuerdo con el proveedor de la máquina de enroscado para crear unas nuevas cabezas de enroscado específicas para los tapones Procap.

#### La marca DEL LÍDER

Número uno del mercado europeo de las cápsulas, Procap amplía su gama «Procap Green» con dos nuevas cápsulas: la 99 Green y la 127 Green. Estas dos soluciones responden, e incluso superan, las expectativas del mercado gracias a un peso pluma [nuevo procedimiento de inyección] y un consumo energético reducido [prensa eléctrica]. Además, garantizan una excepcional fiabilidad de colocación en línea [sin deformaciones y con una estabilidad dimensional garantizada]. La gama estará disponible a principios de 2010.

#### Hasta LA ÚLTIMA GOTA

En el sector de aceite alimentario, Procap vuelve a innovar y marcar la diferencia, como bien demuestra este nuevo tapón 2921 Dropless, particularmente astucioso. Un tapón más ligero con una función «stop-goteo» que no requiere ninguna modificación en la línea de envasado. De ahí la garantía de un chorro limpio y sin riesgo de gotas superfluas.

