

## VOORWOORD

### We houden stand



In één van de zwaarste wereldwijde economische crisissen sinds de jaren 30, houdt Procap stand. Onze groep zet haar commercieel ontwikkelingsbeleid verder en verhoogt het aantal vestigingen: in de Baltische staten, in Spanje of ook in Duitsland. Op het vlak van innovatie lanceert Procap twee nieuwe, duidelijk omliggende producten die tegemoetkomen aan de vereisten van onze klanten. Zo werden de «Dropless»-doppen ontwikkeld voor de sector van de voedingsoliën. Ook de «Green» Snap Caps leveren het bewijs van de innovatieve aanpak van de groep. Met de uitbreiding van de vestigingen van Boedapest en Wiltz, zorgt Procap ook voor nieuwe productiecapaciteit. Daarnaast werd er ook geïnvesteerd in het onderzoeken en ontwikkelingscentrum. Tenslotte heeft Procap, door de overname van MacFarlane in Ierland en Elocap in Luxemburg, haar geografische aanwezigheid versterkt en haar productgamma uitgebreid. ■

Yves Jozefiak

Commercieel en marketingdirecteur



De nieuwe Procap fabriek in Ierland



## PROCAP, een «GROTE SPELER» BINNEN EUROPA

*Met de overname van Elocap Lux en MacFarlane Plastics, consolideert Procap haar positie en bevestigt het haar status als «grote speler» binnen Europa.*

De eerste fase van deze herstructurering in Europa: de overname van het bedrijf Elocap Lux, in Rodange in het Groothertogdom Luxemburg eind 2008. Procap legt zo de hand op een exclusiviteit van Elocap: tweedelige sluitingen voor kartonverpakkingen. Als gevolg van deze overname wordt de productie overgebracht naar Wiltz, een vestiging die volledig geherstructureerd wordt met het oog op de nieuwe productielijn. Zo creëert Procap een nieuwe fabriek die ontworpen werd voor grote productievolumes. Het bedrijf koopt ook de technische knowhow voor dit type van oplossingen en beschikt van nu af aan over een opslagruimte voor afgewerkte producten. In Ierland nam Procap MacFarlane Plastics in Newtownmountkennedy over. Dit bedrijf

produceert vooral snap caps en maatschepjes voor de babyvoedingsector.

### Snap caps: een STRATEGISCHE SECTOR

Het is ook gespecialiseerd in plastic sluitingen voor de voedings- en chemische sector. In 2008 boekte het bedrijf met 38 medewerkers een omzet van meer dan 9 miljoen euro. Dit levert een bijkomende troef voor de ontwikkeling van Procap in de strategische sector van de snap caps. Het biedt het bedrijf ook de kans om haar Europese uitstraling te bevestigen. ■

### HET CIJFER

# 18 000 m<sup>2</sup>

De fabriek van Wiltz is vandaag goed voor een oppervlakte van 18.000 m<sup>2</sup> met een personeelsbestand van 85 mensen.



# In een GROEIDYNAMIEK



*Van de Baltische staten over Duitsland tot Spanje, Procap zet haar groei verder en breidt het netwerk van vertegenwoordigers in Europa verder uit. Het doel: dichterbij de klanten zijn en sneller kunnen reageren op hun verzoeken.*

**K**oers naar Oost-Europa. Procap Duna breidde haar portefeuille in Midden- en Oost-Europa aanzienlijk uit. Onder impuls van nieuwe agenten en verdelers, kozen bedrijven zoals Zvijezda, Lithuania Neptuno, Plasteksus, German zrt, Veeko, Zemaitios Pineas, Tikras kelias en Eurocollant voor Procap oplossingen. Voedingsoliën, dranken, motoroliën of voedingsmiddelen: Procap Duna belevt verschillende sectoren. Het werk van **Hristo Stoyanov** werpt zo zijn vruchten af in Bulgarije, waar een omzet van een half miljoen euro geboekt werd op minder dan een jaar tijd. Dankzij de steun van dit bedrijf, bekleedt Procap een dominante positie op de Bulgaarse markt, waar vier producten het verschil maken: 28mm kindveilige farma doppen, 28mm tamper evident farma dop, 38mm dop voor de petrochemie, sluitingen voor de landbouw. «In zakendoen draait alles rond vertrouwen», erkent Hristo Stoyanov. In de Baltische landen wordt Procap



vertegenwoordigd door **Gediminas Paukštė**.

Hij kan terugvallen op een jarenlange professionele ervaring op het gebied van marketing en bedrijfsorganisatie.

Meer dan 10 jaar lang werkte hij als de verkoopverantwoordelijke, mar-

ketingverantwoordelijke en verantwoordelijke voor de klantendienst voor multinationals in Litouwen. Zijn voornaamste activiteit bestaat nu uit het identificeren en ontwikkelen van nieuwe markten in de Baltische staten, maar ook in Polen en Rusland.

## Een ware UITDAGING

In de Duitstalige landen - Duitsland, Oostenrijk en Zwitserland - staat **Mike Kopp** in voor de ontwikkeling van Procap. En dit is een ware uitdaging want deze drie landen vormen een enorme markt met tal van veelbelovende mogelijkheden. Maar de bedrijven kampen ook met een bijzonder hevige concurrentie, met name op het vlak van de discounters en de exportactiviteit.



# Commercieel succes

## EXPERTISE OP HET VLAK van VOEDINGSMIDDELEN

Een aantal nieuwe partners kozen voor Procap oplossingen. Met het oog op de kwaliteit van haar verse producten, opteerde de coöperatieve van Villefranche voor de Proflex 38 voor haar rauwe melk. Ook de kaasmakerij van Meix koos voor de Proflex 38, voor de ontwikkeling

van zijn nieuwe, lang houdbare biomelk. Bar-

dinet maakte dezelfde keuze voor de verpak-

king van zijn alcoholische dranken (whisky in PET-fles).

Soultzmatt op haar beurt besloot te gaan voor de 28 mm

Spark 1 dop, om de smaak en de versheid van haar plat

water en bruiswater te bewaren. Voor haar vruchtensiro-

pen viel de keuze van het bedrijf Routin op de CV29/21.

Le Cabanon, een bedrijf dat gespecialiseerd is in het ver-

rwerken van tomaten, koos voor de Flip Top 33 voor de verpakking van de ketchup. Ook de geblazen flessen afdeling van de Alcan-groep opteerde voor dit product. In Zwitserland tenslotte, koos Emmi, marktleider in de verse zuivelproducten, voor de Proflex 38 voor de lancering van een nieuwe smoothie met een cholesterolverlagende werking.



«Meer dan ooit moeten onze klanten vandaag beroep kunnen doen op betrouwbare leveranciers, die in staat zijn om hen op elk vlak te ondersteunen, aldus Mike Kopp. Procap is perfect in staat om alle middelen in te zetten om de klanten naar de meest efficiënte dopoplossingen te leiden en hen te helpen bij de toepassing van de industriële processen.» ■

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

## Spanje, REFERENTIEMARKT



De Procap fabriek van Llagostera

De Procap fabriek van Llagostera (legende foto) Ondanks de economische crisis, die de consumptie in Spanje sterk aantastte, boekt de Procap groep nog steeds dezelfde resultaten op het Iberisch schiereiland. Meer zelfs: de resultaten gingen erop vooruit! Wat de sleutel tot dit succes is? Het binnenhalen van nieuwe klanten en de ontwikkeling van nieuwe producten.

Zo opteerde **Abbott laboratories** voor plastic sluitingen. Procap wist ook de professionals uit de chemische sector te overhalen, zoals **Reckitt-Benckiser** en **Sipcam-Inagra**, die allebei gekend zijn op hun respectievelijke markt. Wat de ontwikkeling van nieuwe doppen betreft, mogen we uiteraard de voedings- en de cosmetische sector niet vergeten, met namen als **Mercaoleo** en **Cotyastor**.



## STRATEGISCHE LEVERANCIER

De producent van mineraalwater «Spadel» koos Procap als strategische leverancier voor de 30/25 HN doppen, die gebruikt worden voor het befaamde «Spa Reine»-merk. De troeven van Procap: de nabijheid bij de bottelfabriek, de waarden die eigen zijn aan een familiebedrijf, een langetermijnvisie voor drankdoppen. De Spadel-groep is de onbetwiste marktleider van mineraalwater in de Benelux.



## Nauw samenwerkingsverband

Procap zet haar strategie op de Europese drankmarkt met succes verder. Refresco, de fabrikant die marktleider is op het gebied van niet-alcoholhoudende dranken en vruchtensappen, besloot immers om een nauw samenwerkingsverband op te zetten met Procap. In antwoord op de sterke groei van Refresco, investeerde Procap zwaar in de productiecapaciteit van plastic doppen, die in het bijzonder kunnen worden aangepast aan de afvullijnen met een hoog debiet. Procap garandeert overigens een bevoorradingszekerheid door beroep te doen op haar verschillende productievestigingen.



## PROCAP ALS CONQUISTADOR

*Meer dan 130 professionele contacten, waarvan 80 % nieuwe prospecten en meer dan 25 multinationale bedrijven of nationale bedrijven van topniveau: de Hispack 2009 beurs in Barcelona was een groot succes.*

Deze beurs rond voedingstechnologie is inmiddels uitgegroeid tot een onmisbaar treppunt. Het is op deze beurs dat de nieuwe trends in de verpakkingindustrie zich aftekenen. In 2009 werd de nadruk gelegd op de outillage, de grondstoffen en de diensten, die noodzakelijk zijn voor efficiëntere, meer innovatieve verpakkingen, in het kader van duurzame ontwikkeling. De beurs in Barcelona kon rekenen op de aanwezigheid van meer dan 1000 exposanten, bestaande uit professionals uit de voedings-, farmaceutische, chemische en cosmetische sector. Een cijfer dat het belang in Spanje onderstreept, op het gebied van verpakking en technologie in de voedingssector.

### De DOELSTELLINGEN WERDEN BEREIKT

Toch liet de crisis ook hier haar sporen na: een aantal grote namen uit de verpakkingsector lieten verstek gaan. Procap was wel degelijk aanwezig, meer zelfs, het bedrijf exposeerde voor het eerst op deze beurs. Er werd dan ook zwaar geïnvesteerd op het niveau van marketing en commerciële inspanningen. Zo gaf Procap duidelijk te kennen dat het graag de Spaanse markt wil veroveren. Tal van bezoekers en exposanten feliciteerden Procap voor het gedurfde ontwerp van de stand. Het werd dan ook een intense week, die bekroond werd met meer dan 130 professionele contacten, waarvan 80 % nieuwe prospecten en meer dan 25 multinationale bedrijven of nationale bedrijven van topniveau. De doelstellingen werden behaald: het imago van Procap als voornaamste fabrikant van plastic doppen op de Spaanse markt promoten. De bezoekers konden ter plaatse kennis maken met de kwaliteit van de Procap producten en met de professionaliteit van onze teams. Dat belooft veel goeds!

**Hispack  
2009**

## INTERNET

### VOORTDUREND online

De website van Procap werd in een nieuw kleedje gestoken. Het uitgangspunt daarvan was tweezijdig: het surfen voor de internetgebruiker vereenvoudigen en een totaalbeeld geven van de groep. Alle belangrijke informatie kan van op de home pagina worden geraadpleegd. De stijl is eenvoudig, het ontwerp aantrekkelijk. De website toont ook een videofilm met een algemene voorstelling van de groep. De informatie over de fabrieken, de producten en de klanten wordt regelmatig bijgewerkt. Ook de nieuwsbrieven en de brochures kunnen online worden geraadpleegd. Nog een extraatje: de website van Procap biedt ook de mogelijkheid om online te solliciteren. Kortom, een interactief instrument, op alle niveaus.

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



## KORT NIEUWS

### BOORDEVOL OLIE



Princes Limited koos Procap als leverancier van de ééndelige schamierdoppen, die bestemd zijn voor hun graanolie gamma dat verpakt wordt voor de detailhandel. Het bedrijf produceert elk jaar miljoenen 1 L PET flessen, die bestemd zijn voor supermarkten in het Verenigd Koninkrijk. Procap is erin geslaagd om een dop met een onschendbare breekrand van topkwaliteit te produceren, waardoor alle huidige functionele problemen tot een minimum beperkt kunnen worden. Er werd een akkoord gesloten met de leverancier van de opschroefmachine om nieuwe, specifieke schroefkoppen voor de Procap doppen te maken.

### Het MERK van DE MARKTLEIDER



Procap, de nummer één op de Europese markt van de drukdeksels, breidt haar «Procap Green»-assortiment uit met twee nieuwe snap caps: de 99 en de 127 Green. Dankzij hun lichtgewicht (nieuw injectie procédé) en een lager energieverbruik (elektrische pers) komen deze oplossingen tegemoet aan de verwachtingen van de markt en overstijgen ze deze zelfs. Bovendien garanderen ze een uitzonderlijke betrouwbaarheid tijdens het plaatsen op de lijn (geen vervorming en verzekerd van een stabiele maatvoering). Dit assortiment zal vanaf begin 2010 verkrijgbaar zijn.

### Gegarandeerde GARANTIE

In de sector van de voedingsolie innoveert Procap opnieuw en maakt het verschil. Deze nieuwe 2921 Dropless-dop die bijzonder handig is, levert daarvan het bewijs. Een lichte dop met een «antidruppel»-functie zonder dat er ook maar enige wijziging vereist is aan de verpakkinglijn. Uitgieten zonder morsen, geen gevaar van overbodige druppeltjes; daar staat deze dop garant voor!

