

EDITORIALE

Manteniamo La ROTTA



Nonostante sia in atto una delle più violente crisi economiche a livello mondiale dopo gli anni 30, Procap mantiene la rotta. Il nostro gruppo persegue una politica di sviluppo commerciale e moltiplica gli stabilimenti: nei Paesi Baltici, in Spagna, in Germania. Procap, sempre impegnata nell'innovazione, lancia due nuovi prodotti altamente specifici, che rispondono alle esigenze della nostra clientela. I tappi «Dropless» sono infatti stati studiati per l'industria dell'olio alimentare, mentre le capsule «Greencap» sono la vera prova della capacità di innovazione del gruppo. Procap punta anche sull'acquisizione di nuove capacità di produzione, ingrandendo i siti di Budapest e di Wiltz. Anche il nostro centro di ricerca e sviluppo ha beneficiato di investimenti proporzionali. Per finire, l'acquisizione delle società MacFarlane in Irlanda e Elocap in Lussemburgo consente a Procap di rafforzare presenza geografica e gamma di prodotti. ■

Yves Jozefiak

Direttore Commerciale e Marketing



Il nuovo stabilimento Procap in Irlanda



PROCAP, UN «GRANDE» IN EUROPA

Con l'acquisizione di Elocap Lux e MacFarlane Plastics, Procap consolida la propria posizione e conferma lo status di «grande del settore» in Europa.

Prima tappa di questa riorganizzazione in Europa: l'acquisto, fine 2008, della società Elocap Lux, situata a Rodange, nel Gran Ducato di Lussemburgo. Procap mette dunque le mani su un'esclusiva Elopac: i dispositivi di chiusura in due elementi per gli imballaggi in cartone. Come conseguenza di questa acquisizione, la produzione viene trasferita a Wiltz, un sito completamente ristrutturato per accogliere la nuova linea di produzione; questo significa che Procap ha creato una nuova fabbrica concepita per grossi volumi. Acquisisce anche la perizia tecnica necessaria per questo tipo di soluzioni e dispone ormai di una sala di magazzino dei prodotti finiti.

In Irlanda, Procap ha acquisito la società MacFarlane Plastics con base a Newtownkenedy. Si tratta di un'azienda

che produce principalmente tappi a pressione (snap-cap) e misurini per il settore dell'alimentazione per la prima infanzia.

IL SETTORE STRATEGICO DEI TAPPI A PRESSIONE

Questa azienda è inoltre specializzata nelle chiusure in plastica per l'industria alimentare e chimica. Nel 2008, la società ha realizzato un fatturato di oltre 9 milioni di euro con 38 collaboratori. Una carta in più da giocare per lo sviluppo di Procap nel settore strategico dei tappi a pressione, ma anche l'occasione per l'azienda di riaffermare la propria notorietà a livello europeo. ■

IL numero
18 000 m²

Il sito di Wiltz dispone attualmente di locali con una superficie di 18 000 m² e di un organico di 85 persone.



In una dinamica DI CRESCITA



Dai paesi baltici alla Spagna passando per la Germania, Procap continua a crescere e amplia la sua rete di agenti in Europa. I vantaggi sono maggiore prossimità e reattività a beneficio dei clienti.

Rotta verso l'Europa dell'Est. Procap Duna ha allargato il suo portafogli in maniera sostanziale in Europa centrale e orientale. Con il sostegno di nuovi agenti e distributori, aziende quali **Zvijezda**, **Lithuania Neptuno**, **Plasteksus**, **German zrt**, **Veeko**, **Zemaitios Pineas**, **Tikras kelias** e **Eurocollant** hanno scelto le soluzioni Procap. Oli alimentari, bevande, oli per motore o ancora alimenti: Procap Duna rifornisce industrie differenti. Stessa cosa in Bulgaria, dove il lavoro di **Hristo Stoyanov** porta i suoi frutti: mezzo milione di euro di fatturato in meno di un anno. Sotto il suo impulso, Procap si trova in una posizione dominante sul mercato bulgaro, dove quattro prodotti fanno la differenza: **tappo di sicurezza bambino 28 mm**, **tappo Pharma 28 mm**, **tappo 38 mm per il petrolchimico**, **dispositivi di chiusura agro-alimentari**. «L'essenziale, negli affari, è la fiducia» afferma Hristo Stoyanov. Nei Paesi Baltici,



Gediminas Paukštė

garantisce la rappresentanza per Procap.

Al suo attivo ha una lunga esperienza professionale nel marketing e nell'organizzazione aziendale, maturata lavorando per oltre dieci anni per diverse multinazionali in

Lituania come responsabile vendite, marketing e servizio di attenzione alla clientela. La sua principale attività consiste attualmente nell'identificazione e nello sviluppo di nuovi mercati nei Paesi Baltici, ma anche in Polonia e in Russia.

Una vera SFIDA

Nei paesi germanofoni - Germania, Austria e Svizzera -, lo sviluppo di Procap è pilotato da **Mike Kopp**. Si tratta di una vera sfida, perché questi tre paesi costituiscono un vasto mercato e offrono promettenti sbocchi. Ma le aziende devono anche far fronte a una concorrenza particolarmente dura, principalmente a livello dei discount e delle attività di esportazione.



Successi commerciali

ESPERIENZA **nell'agroalimentare**

Molti nuovi partner hanno scelto le soluzioni Procap. La cooperativa di Villefranche, preoccupata della qualità dei suoi prodotti freschi, si è orientata sul Proflex 38 per il latte microfiltrato. Anche il caseificio di Meix ha scelto il Proflex 38 per commercializzare il suo nuovo



latte bio a lunga conservazione. Bardinet

ha operato la medesima scelta per il confezionamento dei suoi prodotti alcolici (whisky in bottiglia PET). Quanto a Soultzmatt, per conservare gusto e freschezza alle sue acque minerali, liscia e gassata, ha deciso di affidarsi al tappo 28 mm Spark 1. La società Routin ha preferito il CV29/21 per i suoi sciroppi di frutta, mentre la Cabanon, azienda specializzata nella trasformazione di pomodori, ha privilegiato il Flip Top 33 per il confezionamento del suo Ketchup. Anche per la divisione plastica soffiata del gruppo Alcan la scelta è caduta su questo medesimo prodotto. In Svizzera, infine, il leader dei prodotti caseari freschi Emmi ha scelto il Proflex 38 per il lancio di un nuovo prodotto che agisce sul colesterolo.



«Oggi più che mai, i nostri clienti devono appoggiarsi a fornitori affidabili e in grado di sostenerli a tutti i livelli, spiega Mike Kopp. Procap è esattamente in grado di mettere in movimento tutte le risorse necessarie a orientare i clienti verso le soluzioni più efficaci e ad accompagnare l'attuazione del processo industriale.» ■

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

La Spagna, MERCATO DI RIFERIMENTO



Lo stabilimento Procap di Llagostera

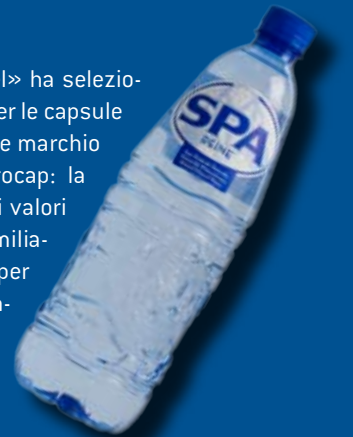
Malgrado la severa crisi economica che attanaglia la Spagna, il gruppo Procap mantiene, e addirittura accresce, i risultati nella penisola iberica. La chiave del successo? L'acquisizione di nuovi clienti e lo sviluppo di nuovi prodotti.

Abbott laboratories ha per esempio optato per i dispositivi di chiusura in plastica. Procap ha anche saputo interessare i professionisti dell'industria agrochimica come le società **Reckitt-Benckiser** e **Sipcam-Inagra**, entrambe molto conosciute sui rispettivi mercati. Senza dimenticare il settore alimentare, con aziende come Mercaoleo e Coty Astor nel settore del cosmetico per lo sviluppo di nuove tipologie di tappi. Progetti importanti su quello che è un mercato di riferimento.



FORNITORE **STRATEGICO**

Il produttore di acqua minerale «Spadel» ha selezionato Procap come fornitore strategico per le capsule 30/25 a бага alta utilizzate per il celebre marchio «Spa Reine». I vantaggi offerti da Procap: la prossimità al sito di imbottigliamento, i valori condivisi di un'azienda a conduzione familiare, una visione a lungo termine dei tappi per bevande. Il gruppo Spadel è il leader incontestato del mercato delle acque minerali del Benelux.



PARTNERSHIP **STRETTA**

Procap continua con successo la sua strategia sul mercato europeo delle bevande. Refresco, produttore leader di bevande analcoliche e succhi di frutta, ha infatti deciso di stringere una salda partnership con Procap. In risposta alla forte crescita di Refresco, Procap ha investito in maniera consistente nella capacità di produzione di tappi di plastica, particolarmente adattabili sulle linee di riempimento ad alta velocità. Procap garantisce d'altronde la sicurezza dell'approvvigionamento appoggiandosi a differenti siti di produzione.



PROCAP IL «CONQUISTADOR»

Oltre 130 contatti professionali, di cui un 80 % del tutto inediti, con oltre 25 aziende multinazionali o nazionali di alto livello: successo su tutta la linea per l'edizione 2009 del salone Hispack a Barcellona.

Il salone, dedicato alle tecnologie alimentari, è diventato un appuntamento imprescindibile: è infatti il momento e il luogo in cui si disegnano le nuove tendenze dell'industria dell'imballaggio. L'edizione 2009 ha puntato a mettere in risalto le attrezzature, i materiali e i servizi indispensabili per confezionamenti maggiormente efficaci, più innovativi e in armonia con lo sviluppo compatibile. Erano presenti a Barcellona oltre 1000 esponenti, professionisti dell'industria alimentare, farmaceutica, chimica e cosmetica. Un numero questo che sottolinea l'importanza in Spagna dell'imballaggio e della tecnologia nel campo dell'alimentazione.

GLI OBIETTIVI SONO STATI RAGGIUNTI

Tuttavia, la crisi è passata anche da lì, e alcuni grandi nomi del settore dell'imballaggio si facevano notare per la loro assenza. Procap era invece presente ed esprimeva per la prima volta. L'investimento in termini di sforzo di marketing e commerciale è stato proporzionale. Procap ha manifestato il più vivo interesse per la conquista del mercato spagnolo e un gran numero di visitatori si è complimentato per il design audace dello stand Procap. Una settimana intensa dunque, coronata da oltre 130 contatti professionali, di cui un 80 % del tutto inediti, con oltre 25 aziende multinazionali o nazionali di alto livello. Gli obiettivi sono stati raggiunti: promuovere l'immagine di Procap sul mercato spagnolo come principale produttore di tappi in materiale plastico. I visitatori hanno potuto scoprire la qualità dei prodotti Procap e la professionalità del team. Di buon augurio...



Internet

Sempre on Line

Il sito Internet di Procap ha cambiato pelle. L'idea è duplice: facilitare la navigazione degli internauti e fornire una veduta d'insieme sulla vita del gruppo. Tutte le informazioni fondamentali sono accessibili dalla homepage, lo stile è semplice, il layout attraente, per la presentazione corporate del gruppo è stata inserita un'animazione. Le informazioni relative ai siti di produzione, ai prodotti e ai clienti vengono aggiornate regolarmente. E ancora on line, newsletter e brochure. Ma non è finita: il sito Procap offre la possibilità di presentare la propria candidatura on line. Interattivo a tutti i livelli.

www.procap.com



IN BREVE

IL PIENO D'OLIO



Princes Limited ha scelto Procap per la fornitura di tappi flip-top monopezzo per la sua gamma di oli di semi destinati alla commercializzazione al dettaglio. La società produce ogni anno milioni di bottiglie in PET da un litro destinate ai supermercati del Regno Unito. Procap è riuscita a produrre un tappo con banda di sicurezza di qualità superiore, capace di ridurre gli attuali problemi di funzionalità. È stato concluso un accordo con il fornitore della macchina di avvitamento per creare nuove teste di avvitamento specifiche per i tappi Procap.

IL MARCHIO LEADER



Numero uno del mercato europeo delle capsule, Procap arricchisce la sua gamma «Procap Green» con due nuovi arrivi: la 99 Green e la 127 Green. Queste soluzioni non solo rispondono ma addirittura oltrepassano le aspettative del mercato grazie al peso piuma (nuovo procedimento di iniezione) e al ridotto consumo energetico (pressa elettrica). Inoltre, garantiscono un'affidabilità di posa sulla linea eccezionale (nessuna deformazione e stabilità dimensionale garantita). La gamma sarà disponibile inizio 2010.

PULIZIA GARANTITA

Nel settore dell'olio alimentare, Procap innova ancora una volta e fa la differenza. La prova ne è il nuovo tappo 2921 Dropless, particolarmente intelligente poiché include la funzione «salvagoccia» senza necessità di apportare modifiche alla linea di confezionamento, e con la garanzia di non correre il rischio di versare gocce durante l'utilizzo.

