

EDITORIALE

La Dimensione Europea

In Europa, il mercato del tappo continua ad assestarsi. In questo contesto, e nonostante un 2009 segnato da forti turbolenze economiche, il gruppo Procap ha mantenuto la rotta con un aumento dell'8% sul fatturato generato. La diversificazione della clientela in un gran numero dei settori di attività consente a Procap di toccare tutte le aree aventi forte potenziale. Tale riorganizzazione ci spinge a essere sempre più creativi e innovativi al fine di sostenere questa dimensione europea, ottimizzando le risorse a nostra disposizione, moltiplicando le sinergie per proporre offerte sempre più attraenti, internazionalizzando i nostri team. Il nostro campo d'azione è infatti l'Europa. Su alcuni dei maggiori mercati si delineano prospettive nuove, a partire dalla Germania, dove il nostro gruppo deve affermarsi con più incisività. Ci stiamo imponendo con dinamismo, e nuovi clienti tedeschi, svizzeri e austriaci di notorietà internazionale sono stati conquistati dall'offerta Procap. La partecipazione del gruppo al salone Interpack, il più importante d'Europa nel settore degli imballaggi, conferma le nostre ambizioni di respiro europeo. Diamo già da ora appuntamento a tutti i nostri clienti e partner a Dusseldorf il prossimo maggio 2011, dove saremo davvero lieti di presentare le ultime innovazioni e gli ultimi passi avanti del nostro gruppo. A presto! ■

Yves Jozefiak

Direttore Commerciale e Marketing



La Germania, UN MERCATO STRATEGICO

Nel processo di conquista dell'Europa, il posizionamento sul mercato tedesco costituisce una tappa fondamentale per Procap.



Yves JOZEFIAK - Benoît HENCKES

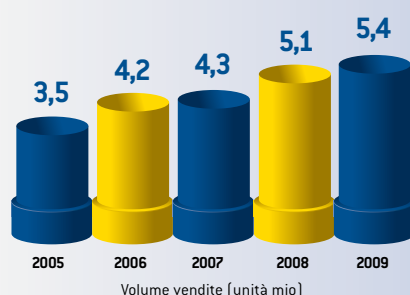
→ La Germania nella linea di tiro. Il campione di crescita Europeo è oggetto della cupidigia di tutti, e neanche Procap ha l'intenzione di lasciarsi sfuggire questo mercato strategico. Il gruppo affila le armi per conquistare i clienti d'oltre Reno e, per questo scopo, ha accresciuto il suo staff commerciale assumendo un manager per la zona dell'Europa dell'Est. Attila Agg è infatti entrato a far parte del team di Mike Kopp, responsabile Germania, Austria, Svizzera e Paesi dell'Est.

Contribuirà con la sua esperienza alla vendita di imballaggi destinati ai consumatori. Attila ha lavorato per oltre sette anni come direttore delle vendite per numerosi paesi dell'Est e ha anche collaborato con produttori di contenitori e capsule in plastica. La sua nuova sfida: portare Procap in posizione leader sui

mercati dell'Europa dell'Est. Il gruppo potrà contare sulle sue competenze e sulla sua esperienza per sviluppare offerte a forte valore aggiunto a beneficio dei clienti. ■

CONQUISTARE LA CLIENTELA TEDESCA

Procap si appoggia a un partner industriale per consolidare le sue posizioni. La società Scotts si è, in effetti, impegnata con Procap per lo sviluppo di un nuovo tappo dosatore. Da parte sua, la fabbrica di Hoboken si è dotata di una macchina di montaggio specifica, integrata nella linea di produzione per la posa del giunto ad anello. Questo significa avere un apparecchio di produzione potenziato e argomenti in aggiunta per conquistare la clientela tedesca.



La CIFRA

5,4 miliardi

Questo è il numero di unità prodotte dal gruppo PROCAP nel 2009

Successi commerciali

PROSOL, LA STOFFA DI UN LEADER

Procap si è guadagnata la fiducia di Prosol, specialista nella produzione di caffè solubili a marchio privato. Dotato della tecnologia più avanzata in materia di confezionamento, Prosol si adatta in maniera molto elastica alle esigenze dei suoi clienti e viene esportato in oltre 20 paesi. L'obiettivo: diventare il leader mondiale nella fornitura di caffè solubili.

HERO, LA MULTINAZIONALE



Sin dalla creazione del primo stabilimento nel 1922, Hero si è forgiata una reputazione di affidabilità e di stabilità tra i consumatori spagnoli. Oggi questa multinazionale dell'alimentare è una delle più importanti in Spagna, distribuita in circa 100 paesi e con un ventaglio di oltre 400 prodotti. Procap fornisce i cucchiaini e i dosatori destinati alle formulazioni di latte per l'infanzia.

Megacontratto con Agua Doy

Il produttore di acque minerali Agua Doy (Font Agudes) fa ricorso a Procap per la fornitura annuale di oltre 40 milioni di tappi «Spark One».



La crescita è sempre una realtà...

Procap continua a crescere sul mercato spagnolo del settore tappi appoggiandosi ad aziende leader nel settore degli oli alimentari e del prodotto alimentare secco.

→ All'inizio del 2010, Procap ha firmato un contratto con il gruppo Faiges (Idealsa) per la consegna di oltre 40 milioni di tappi per olio da tavola. Il gruppo Faiges, principalmente orientato verso i marchi privati, è attualmente uno dei protagonisti del settore degli oli alimentari. Anche il gruppo Borges accorda la sua fiducia a Procap, scegliendone il tappo standard 29/21 2 pezzi per la sua nuovissima bottiglia da un litro dal design molto curato. Con oltre 100 anni di esperienza, il gruppo Borges è una delle società più conosciute nel settore dell'olio alimentare e anche uno dei principali esportatori in Spagna. Con la conclusione di questi due accordi commerciali, Procap è diventato uno dei principali punti di riferimento in Spagna per la fornitura di tappi per gli oli alimentari. Nel settore del prodotto alimentare secco, Procap ha

rafforzato la sua egemonia avvicinandosi a due dei principali protagonisti: Argal e Seda Solubles. A seguito di un test riuscitissimo sulle capsule a pressione, il gruppo Argal ha deciso di adattare la sua infrastruttura, migliorando al contempo la produttività e il design generale del prodotto. Leader nell'industria salumiera spagnola, Argal è da oltre 90 anni un'azienda tra le più importanti del settore alimentare in Spagna. Infine, l'accordo commerciale con il gruppo Seda Solubles conferisce a Procap la leadership per il rifornimento di capsule sul mercato spagnolo del caffè solubile. Fondata nel 1963, Seda è specializzata nella produzione di caffè solubile e si sforza di rispondere ai bisogni dei suoi clienti in termini di qualità e di servizio. Procap contribuirà a questo trend, aggiungendo all'eccellenza del prodotto le prestazioni dell'imballaggio. ■

Più volume a Llagostera

In Spagna, Procap porta avanti una politica di sviluppo continuo. A fine 2009, l'azienda ha acquistato gli strumenti di produzione e l'attività di tappi di plastica Sofiplast. Un'operazione che dimostra come Procap sia determinata a voler continuare a crescere in Europa. A inizio 2010 gli strumenti di produzione sono stati trasferiti nello stabilimento di Llagostera, che, come gli altri siti di pro-



Successi commerciali

Tre in uno!

Creta nel 1932, la cooperativa del latte di Villefranche si è specializzata nei prodotti freschi di qualità. Nel 2010, entra a far parte del gruppo Sodiaal, sempre cliente di Procap. La società, amante del naturale, associando tradizione e innovazione ha inventato il latte microfiltrato Marguerite. Dal 2003, questo prodotto viene commercializzato in una bottiglia di PET. Nel 2009, la Laiterie de Villefranche ha scelto il tappo Proflex 38 mm auto-sigillante di Procap. «La tecnicità di questa soluzione garantisce l'integrità dei prodotti», afferma Laurent Fournier, direttore tecnico. Consente all'azienda di aumentare la produttività sulla linea combi Sidel dotata di un'avvitatrice a 8 teste. Il nostro staff di assistenza tecnica ha saputo consigliare efficacemente il servizio manutenzione per ottenere una qualità di avvitamento perfetto. Tre in uno, insomma! Aggiungiamo che la vicinanza con il sito di Messia ci consente di essere molto presenti e di ottimizzare i costi logistici. »

Una sfida tecnica con Nestlé



Nuova dimostrazione della notorietà dell'azienda: il gruppo Nestlé ha scelto Procap per il repack del prodotto Knacki Balls di Herta. Una bella sfida, che ci ha visti offrire al cliente finale una capsula con quattro picchi integrati, le cui immagini sono fissate per mezzo della tecnologia IML. Tante operazioni realizzate nell'ambito di un solo e unico processo industriale.



IL LIVELLO SALE DI UN GRADINO

Procap conferma la corsa nell'esagono francese. Il gruppo aumenta la sua rete commerciale e la sua competenza tecnica.



Divisione Ricerca e Sviluppo

→ Accanto alla gamma di tappi specifici, Procap produce un vasto assortimento di prodotti standard. **Prodotti che evolvono sempre di più, a molteplici livelli: del design, della funzionalità, del peso e delle aspettative dei clienti.** Da qui la necessità di rispondere al mercato e far arrivare la gamma standard il più vicino possibile dei bisogni dei clienti, ma anche di comunicare efficacemente queste novità. La nomina di **Lionel Bonvalot** come responsabile prodotto risponde a queste esigenze. Capo progetto R&S da quattro anni in Procap, Lionel ha acquisito una solida competenza tecnica

nel settore dei tappi, a cui aggiunge oggi ulteriori competenze in ambito marketing. **Lionel Bonvalot è attualmente a capo di diversi progetti in collaborazione con lo staff commerciale e R&S di Procap, in partenariato con i clienti di riferimento. Da parte sua, Laurent Schaffhauser è entrato a far parte del team commerciale lo scorso aprile. Dopo studi in ambito commerciale completati da una formazione tecnica, la sua esperienza si è formata come responsabile di settore presso Soco System, un grande protagonista del confezionamento di fine linea (palettizzazione e operazioni di trasporto). Presso Procap, Laurent Schaffhauser garantisce la gestione delle vendite su tutto il nord della Francia, focalizzandosi più particolarmente nei settori agroalimentare e chimico. ■**



Lionel Bonvalot
Nuovo responsabile prodotto

La «migliore acqua di Francia»

I tappi Procap consolidano la loro posizione in Francia imponendosi tra le locomotive del settore agroalimentare. Tra di esse, la Sources de Soultzmmatt e il marchio Lisbeth, una delle rare aziende indipendenti sull'alta-



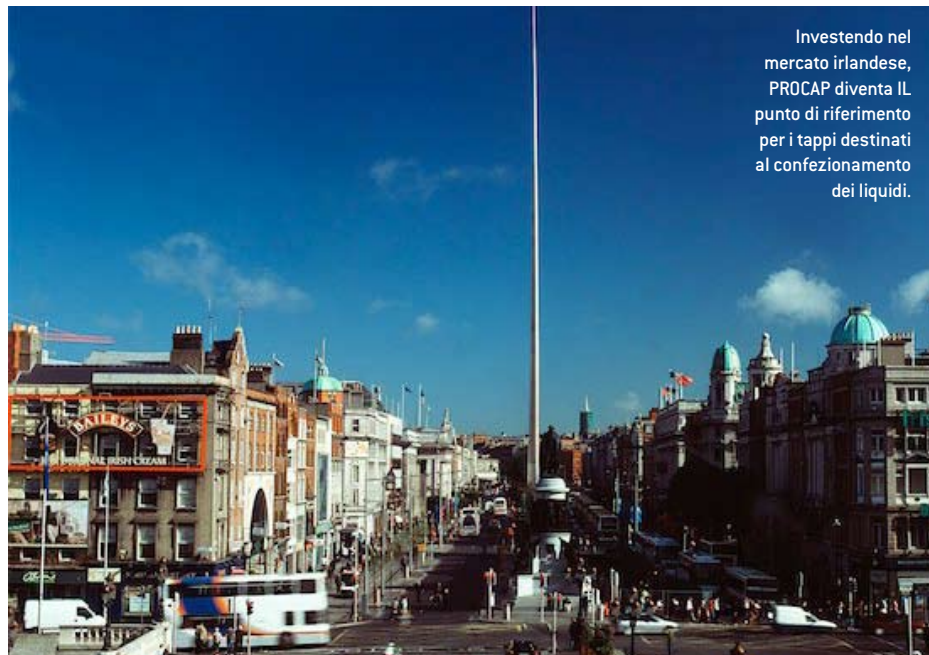
A sinistra Laurent Schaffhauser
Responsabile delle vendite per il nord della Francia presso Lisbeth.

mente concorrenziale mercato delle acque. La Sources de Soultzmmatt mette in bottiglia una gamma completa di acque minerali naturali, frizzanti e aromatizzate. Per affermare la propria differenza, Lisbeth propone anche le sue gassose Liness e Hansi, un'autentica cola, l'Elsass Cola prodotta con ingredienti naturali, e il marchio Rivella diffuso su tutto il territorio nazionale. La certificazione ISO 9001 e il riconoscimento ottenuto da Lisbeth come «migliore acqua di Francia» sono la testimonianza del dinamismo dell'azienda. Procap condivide questa esigenza: la Sources de Soultzmmatt ha scelto il tappo 28 mm «Spark One» per conservare la qualità delle acque e delle bevande gassate.



Un'acquisizione CHE LA DICE LUNGA

Acquistando la società Wicklow Injection Moulding, Procap aumenta l'importanza del suo posizionamento sul mercato delle formulazioni di latte per neonati.



Investendo nel mercato irlandese, PROCAP diventa IL punto di riferimento per i tappi destinati al confezionamento dei liquidi.

→ L'atto di vendita è stato firmato nel gennaio 2009. La società Wicklow Injection Moulding, creata nel 1980, è diventata Wicklow Plastic Ltd. **Per Procap questa acquisizione non è solo l'occasione di sviluppare il mercato del tappo, ma costituisce anche l'opportunità di confermare la propria posizione di fornitore imprescindibile nel mercato del latte in polvere per neonati.**

Procap Wicklow è specializzata nello stampaggio a iniezione per la produzione di capsule sottili e di misurini destinati al latte formulato per neonati.

Lo stabilimento ha beneficiato di consistenti investimenti a seguito dell'acquisizione da parte di Procap: miglioramento della climatizzazione degli ambienti e del

sistema di raffreddamento dell'acqua. È attualmente in corso d'opera un dispositivo di ottimizzazione della struttura. Il sito è anche particolarmente attento all'igiene e alla pulizia: ha creato un HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) e un sistema di rilevamento batteriologico. In pratica, Wicklow Plastic Ltd gioca principalmente la carta dell'innovazione. **La strategia: investire nel campo della nutraceutica, dei prodotti caseari e del confezionamento dei liquidi.** L'azienda ha inoltre acquisito una macchina da imballaggio interamente automatizzata. Un nuovo strumento che consente di confezionare individualmente articoli destinati all'industria del settore nutraceutico e alimentare. ■

BREVI

PROCAP SGUAINA IL 38 GreenFLAP



All'interno della gamma Green, Procap lancia il «38 GreenFlap», un tappo leggero per distribuire e spolverare prodotti secchi, come le spezie. Con un design tutto nuovo che consente un utilizzo ergonomico ed efficace, questo tappo è la soluzione ideale in cucina. Avvitamento facile e affidabile, compatibilità con i colli standard 38 mm in vetro e in PET: il GreenFlap non si fa mancare niente. Il modello è disponibile in un'ampia varietà di colori standard e specifici.

ALL'ATTACCO DEL TETRAPACK



L'acquisto dell'Elocap Luxembourg ha lanciato Procap sul mercato dei tappi per tetrapack. La fabbrica di Wiltz si è ingrandita fino a raggiungere l'attuale capacità di produzione di quasi 4 miliardi di unità in plastica all'anno. Dispone di 35 presse a iniezione, di elementi periferici di assemblaggio, di giuntaggio e impilaggio a cadenze ravvicinate ed è altamente automatizzato. Un articolato processo gestito da un centinaio di collaboratori. Elopak approfitta al 100% di questi nuovi impianti, e il costante aumento di volume ne è la prova più concreta. Il partenariato con Elopak non integra solo la produzione dei tappi ma include anche lo sviluppo di nuove soluzioni all'avanguardia nel settore del tappo: sono attualmente in corso alcuni studi che dovrebbero portare a nuovi investimenti.



interpack
PROCESSES AND PACKAGING

La DATA DA RICORDARE
dal 12 al 18
maggio 2011

Oltre 200 000 visitatori in media e quasi 3000 espositori: il salone Interpack si terrà a Dusseldorf dal 12 al 18 maggio 2011. L'occasione d'oro per Procap di promuovere i suoi prodotti.
Stand 10 E05