

EDITORIAL

La Dimensión Europea

En Europa, el mercado del tapón sigue en pleno proceso de recomposición. En este contexto y a pesar de un año 2009 marcado por fuertes turbulencias económicas, el grupo Procap ha mantenido el rumbo con una cifra de negocios en progresión del 8%. La diversificación de la clientela en un importante número de sectores de actividad permite a Procap llegar a todas las zonas de fuerte potencial. Este nuevo despliegue nos empuja para seguir siendo cada vez más creativos, más innovadores y recuperar fuerzas a nivel europeo, optimizando recursos, multiplicando las sinergias para poder realizar ofertas aún más atractivas, internacionalizando nuestros equipos. Europa es nuestro campo de acción. Se dibujan nuevas perspectivas en mercados de primer orden. Empezando por Alemania, en donde el grupo tiene que reafirmarse aún más. La maquinaria se ha puesto en marcha y la oferta de Procap ha seducido a una serie de nuevos clientes alemanes, suizos y austriacos, de renombre internacional. La participación del grupo en el salón Interpack, el primero en Europa en el sector del embalaje, confirma nuestras ambiciones europeas. La próxima cita para todos nuestros clientes y colaboradores será en Dusseldorf en mayo de 2011. Será un honor para nosotros presentarles las últimas innovaciones y avances del grupo. ¡Hasta pronto! ■

Yves Jozefiak

Director Comercial y de Marketing



Alemania, UN MERCADO ESTRATÉGICO

En el proceso de conquista de Europa, el posicionamiento en el mercado alemán constituye una etapa clave para Procap.



Yves JOZEFIAK - Benoît HENCKES

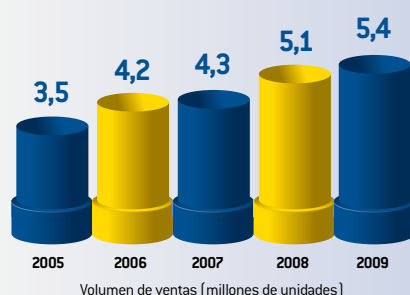
→ Alemania está en el punto de mira. El campeón de Europa en crecimiento sigue siendo el más codiciado. Procap no se plantea en ningún momento dejar de lado ese estratégico mercado. El grupo afila las armas para conquistar a los clientes de allende el Rin. Con este objetivo, ha decidido engrosar el equipo comercial contratando a un nuevo mánager para la zona de Europa del Este. Attila Agg se une al equipo de Mike Kopp, responsable de Alemania, Austria, Suiza y Países del Este. **Aportará su experiencia en la venta de embalajes destinados a los consumidores. Attila ha trabajado, durante más de siete años, como director de ventas para distintos países del Este.**

También ha colaborado con fabricantes de contenedores y cápsulas de plástico. Su nuevo desafío: llevar a Procap a la posición de líder en los mercados de Europa del Este. El

grupo podrá apoyarse en sus competencias y experiencia para desarrollar ofertas de gran valor añadido en beneficio de sus clientes. ■

SEDUCIR a LA CLIENTELA alemana

Procap se une a una asociación industrial para reafirmar posiciones. La sociedad Scotts ha firmado un compromiso con Procap para el desarrollo de un nuevo tapón dosificador. Por su parte, la fábrica de Hoboken ha adquirido una máquina de montaje específico e integrado en la línea de fabricación para la colocación de la junta anular. La clave: un aparato de producción enriquecido y argumentos suplementarios para seducir a la clientela alemana.



La CIFRA

5.400 millones

Es el número de unidades producidas por el grupo PROCAP en 2009

ÉXITOS COMERCIALES

PROSOL, LA HUELLA DE UN LÍDER

Procap se ha ganado la confianza de la sociedad Prosol, especializada en la producción de cafés solubles para las marcas de distribuidores. Prosol, dotada de la última tecnología en embalaje, se adapta con total flexibilidad a las exigencias de sus clientes y se exporta a más de 20 países. Su objetivo: convertirse en líder mundial en aprovisionamiento de cafés solubles.

HERO, LA MULTINACIONAL



Desde la creación de su primera fábrica en 1922, Hero se ha forjado una reputación de confianza y de continuidad entre los consumidores españoles. En la actualidad, esta multinacional del sector alimentario es una de las más importantes de España con una distribución en cerca de 100 países y un abanico de más de 400 productos. Procap fabrica cucharillas y dosificadores destinados a las leches infantiles en polvo.

Megacontrato con Agua Doy

El productor de agua mineral Agua Doy (Font Agudes) solicita los servicios de Procap para el aprovisionamiento anual de más de 40 millones de tapones "Spark One".



EL CRECIMIENTO SIGUE AHÍ...

Procap sigue creciendo en el mercado español de los tapones, apoyándose en empresas líderes en los sectores del aceite para uso alimenticio y de la alimentación seca.

→ A principios de 2010, Procap firmó un contrato con el grupo Faiges (Idealsa) para el aprovisionamiento de más de 40 millones de tapones para aceite de mesa. El grupo Faiges, principalmente orientado hacia las marcas de distribuidores, es en la actualidad uno de los actores clave del sector del aceite para uso alimenticio. El grupo Borges también ha depositado su confianza en Procap al elegir su tapón estándar 29/21 2 piezas para su reciente botella de un litro con un diseño mejorado. El grupo Borges, con más de 100 años de experiencia, es una de las empresas más conocidas del sector del aceite para uso alimenticio y también uno de los principales exportadores en España. Procap, firmando estos dos acuerdos comerciales, se ha convertido en una de las primeras referencias en España para el aprovisionamiento de tapones de aceite para uso alimenticio. Procap, en el campo de la alimentación seca, ha reforzado

su hegemonía gracias a su acercamiento a dos actores de primer orden: Argal y Seda Solubles. El grupo Argal, después de haber realizado un test exitoso de las cápsulas de cierre con clip, ha decidido adaptar su infraestructura, mejorando tanto la productividad como el diseño general del producto. Argal, líder en la industria de la charcutería española, es, desde hace más de 90 años, una empresa faro del sector alimentario en España. Por último, el acuerdo comercial con el grupo Seda Solubles convierte a Procap en el líder indiscutible del aprovisionamiento de cápsulas del mercado español de café soluble. La empresa Seda, fundada en 1963, está especializada en la producción de cafés solubles y se esfuerza por responder a las necesidades de sus clientes en términos de calidad y servicio. Procap va a contribuir, a partir de ahora, a ese reto añadiendo a la excelencia del producto la eficacia del embalaje. ■

Más volumen en LLAGOSTERA

En España, Procap desarrolla una política continua de desarrollo. A finales de 2009, la empresa compró la herramienta de producción y la actividad tapones de plástico de Sofiplast. Una operación que demuestra la determinación de Procap de seguir creciendo en Europa. La herramienta de producción ha sido transferida, a principios de 2010, a la fábrica de Llagostera y, tal y como ha ocurrido en todos los centros

de fabricación del grupo, acaba de obtener la certificación ISO 14000. La compra es sinónimo de un importante crecimiento del volumen de producción y una ampliación de la cartera de productos y clientes en la Península Ibérica.



ÉXITOS COMERCIALES

¡Tres en uno!

La cooperativa láctea de Villefranche, creada en 1932, se ha convertido en un especialista en productos frescos de calidad. En 2010, se ha unido al grupo Sodiaal, también cliente de Procap. Asociando tradición e innovación, movida por el gusto de lo natural, la sociedad ha inventado la leche microfiltrada Marguerite. Desde 2003, este producto se comercializa en una botella de PET. Y en 2009, la Laiterie de Villefranche optó por el tapón Proflex 38 mm con autojunta de Procap. "La tecnicidad de esta solución garantiza la integridad de la producción, argumenta Laurent Fournier, director técnico. Permite a la empresa ganar en productividad en la línea combi Sidel, equipada con una máquina roscadora de 8 cabezas. Nuestro equipo de asistencia técnica ha sabido asesorar al servicio de mantenimiento para obtener una calidad de roscado perfecta. ¡Tres en uno! Tengo que añadir que la proximidad del centro de Mesia nos permite estar presentes y optimizar los costes logísticos".

Un desafío técnico con Nestlé



Una nueva ilustración de la notoriedad de la empresa: el grupo Nestlé ha elegido a Procap para el repack del producto Knacki Balls fabricado por Herta. Un reto de gran calado que consiste en ofrecer al cliente final una cápsula con cuatro picos integrados, así como una imagen fijada por tecnología IML. Un gran número de operaciones realizadas en el marco de un único proceso industrial.



EL NIVEL SUBE UN ESCALÓN

Procap confirma su escalada en la Francia peninsular. El grupo amplía la red comercial y la experiencia técnica.



Departamento Investigación y desarrollo

→ Paralelamente a la gama de tapones específicos, Procap fabrica un amplio abanico de productos estándar. Productos que evolucionan cada vez más, tanto a nivel del diseño como de la funcionalidad, el peso y las expectativas de los clientes. De ahí la necesidad de seguir el mercado para que mejore la gama estándar respondiendo de la mejor manera posible a las necesidades de los clientes y para informar de manera eficaz sobre las novedades. El nombramiento de Lionel Bonvalot como responsable de producto responde a las citadas exigencias. Lionel, jefe

de proyecto I+D desde hace cuatro años para Procap, ha adquirido una sólida experiencia técnica en el sector del tapón. A esto, añade competencias en marketing. Lionel Bonvalot dirige actualmente varios proyectos en colaboración con el equipo comercial y de I+D de Procap, y en colaboración con clientes de referencia. Por su parte, Laurent Schaffhauser se unió al equipo comercial el pasado mes de abril. Tras la realización de estudios de comercio completados con una formación técnica, puede apoyarse en una experiencia como responsable de sector en Soco System, un actor de primer orden en el embalaje de fin de línea (paletización y transporte). En Procap, Laurent Schaffhauser se ocupa de la gestión de las ventas en todo el Norte de Francia, centrándose de manera más particular en los sectores agroalimentario y químico. ■



Lionel Bonvalot
Nuevo responsable de producto

La "mejor agua de Francia"

Los tapones Procap consolidan su posición en Francia al imponerse entre las locomotoras del sector agroalimentario. Entre ellas, los Manantiales de Soultzmat y la marca Lisbeth, una de las pocas empresas inde-



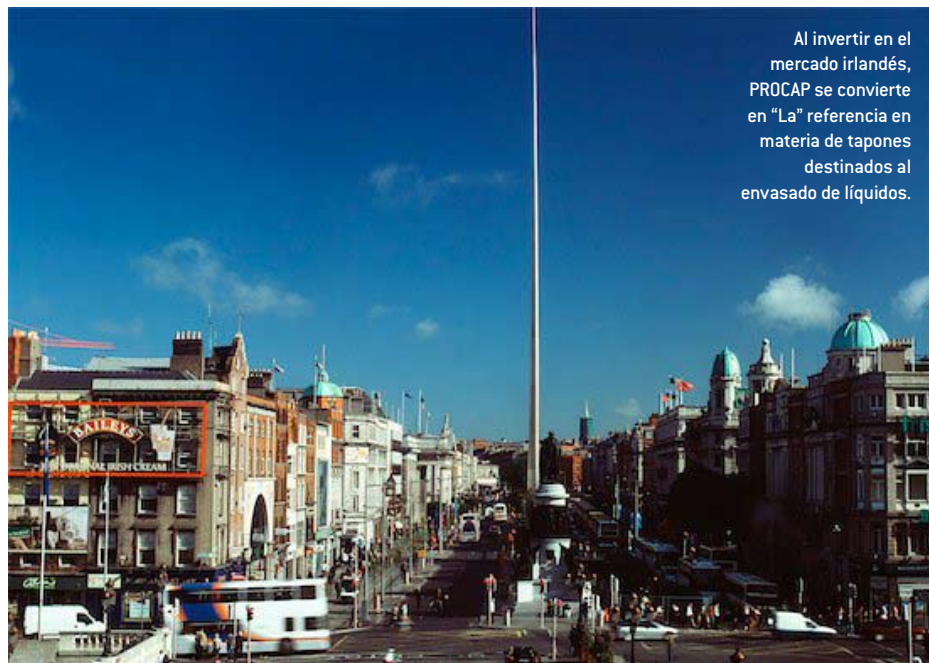
Izquierda LAURENT SCHAFFHAUSER
Responsable de ventas del Norte de Francia en Lisbeth.

pendientes en un mercado tan competitivo como es el de las aguas. Los Manantiales de Soultzmat embotellan una gama completa de aguas sin gas, con gas y aromatizadas. Para marcar la diferencia, Lisbeth propone también sus propios refrescos Liness y Hansi, una cola auténtica, la Elsass Cola con ingredientes naturales, así como la marca Rivella que funciona en el territorio nacional. La certificación ISO 9001 y el reconocimiento de Lisbeth como la "mejor agua de Francia" ilustran el dinamismo de la empresa. Procap comparte esta exigencia: los Manantiales de Soultzmat han elegido el tapón de 28 mm "Spark One" para mantener la calidad de sus aguas y refrescos.



Una compra que ha DADO MUCHO QUE HABLAR

Con la compra de Wicklow Injection Moulding, Procap reafirma su posición en el mercado de leche infantil en polvo.



Al invertir en el mercado irlandés, PROCAP se convierte en "La" referencia en materia de tapones destinados al envasado de líquidos.

→ El contrato de venta se firmó en enero de 2009. La empresa Wicklow Injection Moulding, creada en 1980, pasó a ser Wicklow Plastic Ltd. **Para Procap, esta adquisición no sólo es una baza para desarrollar el mercado del tapón sino que constituye también una oportunidad para confirmar una posición de proveedor indiscutible en el mercado de la leche infantil en polvo.**

Procap Wicklow se ha especializado en el moldeado por inyección para la fabricación de cápsulas de paredes finas y medidores de leche en polvo para bebés.

La fábrica se ha beneficiado de las inversiones correspondientes tras ser adquirida por Procap: mejora de la climatización del centro y del sistema de

enfriamiento del agua. Actualmente, está en marcha un dispositivo de optimización de las actividades de la fábrica. El centro ha prestado también particular atención a la limpieza e higiene: ha puesto en marcha un HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point) y un sistema de detección de bacterias. Por último y sobre todo, Wicklow Plastic Ltd apuesta por la innovación. **Su estrategia: invertir en el campo de la nutracéutica, de los productos lácteos y del envasado de los líquidos.** La empresa ha comprado una máquina de envasado íntegramente robotizada. Una nueva herramienta que permita envasar individualmente artículos destinados a la industria de la nutracéutica y de la alimentación. ■

NOTICIAS BREVES

Procap desenfunda EL 38 GreenFlap



En el marco de su gama Green, Procap lanza el "38 GreenFlap". Un tapón aligerado para el vertido y salpimentado de productos secos, como por ejemplo especias. Este tapón, con su novísimo diseño para un uso ergonómico y eficaz, es la solución ideal en las cocinas. Roscado fácil y fiable, compatibilidad con los cuellos estándar de 38 mm, en cristal y en PET: en el GreenFlap todo son ventajas. El modelo está disponible en una amplia paleta de colores estándar y específicos.

a TOPE con LOS BRIKS DE CARTÓN



La compra de Elocap Luxembourg ha impulsado a Procap en el mercado de los tapones para briks de cartón. Se ha ampliado la fábrica de Wiltz para alcanzar una capacidad de producción de casi 4.000 millones de piezas de plástico al año. Cuenta con 35 prensas para inyectar, periféricos de ensamblaje, de pegado, de empilado de cadencia alta y una importante automatización. Todo un proceso controlado por una centena de colaboradores. Elopak aprovecha al 100% estas nuevas instalaciones. El incremento constante del volumen es la mayor prueba de ello. Pero la colaboración con Elopak no incluye únicamente la producción de tapones. También incluye el desarrollo de nuevas soluciones innovadoras de taponado. Actualmente, se están desarrollando estudios al respecto que deberían desembocar en nuevas inversiones.



interpack
PROCESSES AND PACKAGING

Quédense con estas FECHAS

del **12 al 18**
de mayo de **2011**

Más de 200.000 visitantes de media y casi 3.000 expositores: el salón Interpack se celebrará en Dusseldorf del 12 al 18 de mayo de 2011. Será una oportunidad para Procap de promocionar sus productos. **Stand 10 E05**