

pro carton



Marketing: **10 wichtige Konsumtrends 2013**

Marken: **McDonald's: Führende Rolle im Wertewandel**

Design/Awards: **Kreativität auf allen Ebenen**

Events: **Verpackung: ein Medium im digitalen Zeitalter**

Studien: **Aufbruch zu neuen Werten**

Nachhaltigkeit: **Gute Umweltnachrichten von Pro Carton**



PRO CARTON

Association of European Cartonboard
and Carton Manufacturers

Karton und Faltschachtel sind heute unbestritten die nachhaltigste Form der Verpackung. Und Nachhaltigkeit ist ein Trumpf, der in den kommenden Jahren zum wichtigsten Produktionsfaktor überhaupt werden wird.



Karton und Faltschachtel haben darüber hinaus den Vorteil, dass Druckqualität und Verarbeitungsmöglichkeiten den Produkten im Regal Charakter verleihen. Die Markenartikelindustrie nutzt die Faltschachtel, um ihre Produkte am Point of Sale aktiv zu unterstützen.

Im vergangenen Jahr konnten wir mit einer breit angelegten Studie belegen, dass die Verpackung auch ein bedeutendes Werbemedium mit Mehrfachwirkung ist – sowohl am Point of Sale als auch zu Hause. Sie kommt dem Konsumenten kommunikativ entgegen und lädt ihn über digitale Codes wie den QR-Code ins Internet. Dort findet er spezielle Angebote mit echtem Zusatznutzen: zum Beispiel zusätzliche Informationen, weitere Angebote, Anwendungsbeispiele, Benutzungshinweise, Fanklubs und vieles mehr.

Die vorliegende Ausgabe unseres Magazins bietet Ihnen eine Auswahl der wichtigsten Pro Carton-E-News zu diesen Themen – zum Nachschlagen und Archivieren. Es sind Informationen über Trends und wertvolle Ideen für Design, Karton- und Faltschachtelhersteller, Markeninhaber, Handel und Medien.

Unsere E-News erscheinen auf Englisch, Französisch, Deutsch, Italienisch und Spanisch und werden von über 9.000 Abonnenten in 41 europäischen Ländern gelesen. Falls Sie unseren monatlichen E-News-Service noch nicht beziehen, sollten Sie jetzt damit beginnen. Registrieren Sie sich gleich dafür auf unserer Website www.procarton.com/News.

Viel Freude beim Lesen wünscht
Ihr

Roland Rex, Präsident Pro Carton

Marketing-Trends

10 wichtige Konsumtrends 2013

Das Institut „trendwatching.com“ hat für das Jahr 2013 zehn Trends prognostiziert, die für das Design von Verpackungen interessante Ansätze bieten: Nachhaltigkeit wird ein Muss für die Supply Chain, zugleich stellen Transparenz, Authentizität und Globalisierung das Verpackungsdesign vor neue Aufgaben.



Frank Rehme, Metro

Plädoyer für die Verpackung

Frank Rehme, Head of Innovation Services bei Metro Systems GmbH, sieht im Einkaufserlebnis den Schlüssel zur Zukunft des stationären Handels. Er setzt auf die Weiterentwicklung der Shopper Experience und auf die emotionale Komponente ihres zentralen Elements: der Verpackung. Pro Carton sprach mit ihm am Rande des ECR-Kongresses 2012 in Brüssel.

DIE 10 WICHTIGSTEN KONSUMTRENDS FÜR 2013

Wie werden SE den Konsumertrends in den nächsten 12 Monaten gerecht werden?



Digital ist out?!

Wer heute noch das Wort „digital“ gebraucht, outet sich damit als Person von gestern. Digital ist selbstverständlich geworden. Digital ist die „Neue Normalität“, wie Peter Hinssen in seinem Buch „The New Normal“ meint. Und das hat weitreichende Konsequenzen für unser gesamtes Wirtschaftssystem.

Roland Rex, Präsident von Pro Carton, meint dazu: „Im Dialog mit dem Konsum-

menten nimmt die Verpackung ganz neue Aufgaben wahr. Über verschiedenste Responsemöglichkeiten wandelt sie sich vom reinen Informations- zum Dialogmedium, sowohl am Point of Sale als auch zu Hause.“

► Mehr auf www.procarton.com/news

Marken & Märkte

Nestlé geht „Ei-gehen“ Weg mit 100 Prozent recycelbaren Oosterverpackungen

Zur Freude von Pro Carton hat sich Nestlé entschlossen, als erster großer Süßwarenhersteller in Großbritannien für die gesamte österliche Produktpalette recycel-



bare Verpackungen einzusetzen. Nestlé UK & Irland hat dabei 48 Tonnen Hartplastik durch vom FSC geprüften Karton ersetzt. Das bedeutet, dass jetzt die gesamte Osterkollektion recycelbar ist. Für die Verpackungsfenster wird außerdem kompostierbare Folie verwendet. Insgesamt wurden bei den Eierverpackungen 30 Prozent eingespart.

McDonald's: Führende Rolle im Wertewandel

Um täglich 15 Millionen Kunden in Europa zu bedienen, werden viele Verpackungen gebraucht – doch die unverkennbaren Verpackungen von McDonald's sind auf dem besten Weg, ein Musterbeispiel der Nachhaltigkeit zu



werden. „Wir bei McDonald's haben Pioniergeist“, sagt Jacqui Macalister, Verantwortliche für Nachhaltigkeit in der europäischen Supply Chain von McDonald's, „wir wollen die Entwicklung anführen.“ Pro Carton hat sie gefragt, womit sich das Verpackungsteam von McDonald's derzeit beschäftigt.

► Mehr auf www.procarton.com/news

Design/Awards

Strategisch verpacken mit Packvertising

„Die Verpackung muss wie eine Art Werbespot im Regal funktionieren, man spricht deshalb auch vom Packvertising. 80 Prozent der Produkte im Supermarkt werden nicht kommunikativ über TV,



Plakat oder Anzeigen unterstützt. Hier muss die Verpackung die relevanten und differenzierenden Belohnungen übermitteln“, meint Dr. Christian Scheier, Geschäftsführer der decode Marketingberatung. Pro Carton hat mit ihm gesprochen.

Preisträger Beverages beim Pro Carton/ECMA Award 2012: Remy Cointreau „Coeur de cognac“



Preisträger Confectionery beim Pro Carton/ECMA Award 2012: Ferrero Deutschland „tic tac Fan-Rassel“

Kreativität auf allen Ebenen: Preisverleihung zum 16. Pro Carton/ECMA Award

Der jährliche Pro Carton/ECMA Award gehört bereits seit 16 Jahren zu den international meistbeachteten Preisen seiner Art. Ausgezeichnet werden Verpackungen, die sich auf dem Markt bewährt haben. Erstmals war der Wettbewerb 2012 offen für alle

Partner der Supply Chain: Kartonproduzenten, Faltschachtelhersteller, Designer, Markenartikelindustrie und Handel. Am 20. September 2012 wurden die Preise auf dem ECMA-Kongress in Kopenhagen verliehen. Carton of the Year wurde die Champagnerverpackung Taittinger Rose Lens von Van Genechten!

► Mehr auf www.procarton.com/news



Carton of the Year beim Pro Carton/ECMA Award 2012: Taittinger „Rose Lens“



Events

Shoppers: die nächste Generation

Bei der 16. ECR-Konferenz Anfang Mai in Brüssel trafen sich hochkarätige Spezialisten aus führenden Unternehmen des europäischen Handels und der Markenartikelindustrie.



Moderator Alex Thomson / Barney Burgess, COO Grocery Home Shopping, Tesco

Die drei Hauptthemen waren Zusammenarbeit in der Supply Chain, das digitale Zeitalter und nachhaltiges Wachstum. Programm und Beiträge sind inklusive zahlreicher Videos auf der Website ecreuropeforum.net exzellent dokumentiert. Pro Carton hat für Sie einige Highlights ausgewählt.



Jan Zijdeveld, President Unilever Europe

Dr. Andreas Blaschke, Präsident ECMA



Der Weg in die Zukunft

Unter dem Motto „Den Weg in die Zukunft erkunden“ traf sich die Karton- und Faltschachtelindustrie vom 19. bis 22. September 2012 in Kopenhagen auf dem ECMA-Kongress. Von einem Blick in die Zukunft der europäischen Gesellschaft und Wirtschaft über aktuelle Beispiele zur Nachhaltigkeit bis zum „Good Manufacturing Practice Guide“ spannte sich der Bogen der Themen. ECMA-Präsident Dr. Andreas Blaschke und Roland Rex, Präsident von Pro Carton, präsentierten die Preisträger des 16. Pro Carton/ECMA Awards.



Verpackung: ein Medium im digitalen Zeitalter

Der 9. Pro Carton-Kongress 2012 brachte eine Fülle neuer Erkenntnisse: Im digitalen Zeitalter gewinnen Verpackungen noch erheblich an Bedeutung.

Denn die Konsumenten wollen sie sehen – auch wenn sie im Internet kaufen – und nachher fühlen! Und praktisch alle wollen über einen Scan mit dem Smartphone Informationen über das Produkt erhalten. Wie das Angebot hinter dem gescannten Code aussieht, ist je nach Branche und Produkt verschieden.

Aber mit einer guten Kampagne können die Umsätze signifikant gesteigert werden.

► Mehr auf www.procarton.com/news

Studien

Verpackung: ein Medium mit hoher Durchschlagskraft

Eine vor Kurzem fertiggestellte Studie „Verpackung: ein Medium mit hoher Durchschlagskraft“ vergleicht Wirkung und Reichweite von 23 Kommunikationskanälen. Durchgeführt wurde sie im Auftrag von Pro Carton und FFI mit Pointlogic International Media Consultants. Erstmals liegen konkrete Zahlen vor: Die Faltschachtel ist nicht bloß Verpackung, sondern ein eigenständiges Marketinginstrument und ein Werbekanal wie Fernsehen, Zeitung oder Internet.



Aufbruch zu neuen Werten

Eine brandneue Studie des britischen Einzelhändlers Sainsbury's zeigt: Trotz Sparzwang sind die Konsumenten nicht bereit, auf Nachhaltigkeit zu verzichten, und erwarten entsprechende Lösungen von Handel und Industrie. Die Studie zeigt fünf neue Trends bei den Konsumenten auf, die eines gemeinsam haben: Sie stärken die Rolle der Verpackung und insbesondere der Faltschachtel.

► Mehr auf www.procarton.com/news



Nachhaltigkeit

Neuer Folder von Pro Carton: „Kartonverpackung. Eine ressourcen- und klimaschonende Verpackungslösung“

Pro Carton erläutert in einem neuen Folder die Rolle der Kartonverpackung bei Nachhaltigkeit, Ressourcenschonung und



CO₂-Fußabdruck und hebt die Vorteile einer Entscheidung für Kartonverpackungen hervor. Fazit: Faltschachteln tragen Großartiges zum Thema Umwelt bei.

Weiter gute Umweltnachrichten von Pro Carton ...

Der CO₂-Fußabdruck liegt jetzt bei 915 kg fossiler CO₂-Äquivalente/t. Die neu erhobene Zahl zeigt eine Reduzierung von 5 Prozent in 3 Jahren. Seit 2005 erhebt Pro Carton regelmäßig Daten über die Umwelteinflüsse aus der Produktion von Karton und Faltschachteln in Europa. Der jüngste Bericht enthält die Lebenszyklus-Daten aus dem Jahr 2011, einschließlich Frischfaserkarton, Recycling-Karton und gedruckter Faltschachteln.



Papier und Karton sind die am meisten recycelten Verpackungsmaterialien Europas

Papier und Karton einschließlich Faltschachteln haben 2010 eine Recyclingrate von 78 Prozent erreicht. Nach Berechnungen von CEPI (Confederation of European Paper Industries) auf der Basis von Eurostat-Daten sind sie damit das am meisten recycelte Verpackungsmaterial in Europa. Diese jüngsten Zahlen setzen einen Aufwärtstrend fort, der im Jahr 2000 mit 63,8 Prozent begann und 2005 73,3 Prozent erreichte. Damit wurde das Ziel der Richtlinie über Verpackungen und Verpackungsabfälle von 60 Prozent bei Weitem übertroffen.

► www.resource-efficiency.procarton.com



Wer sich für die Faltschachtel entscheidet, fördert einen nachhaltigen Lebensstil

Ob aufgrund ihrer guten Umwelteigenschaften ist oder wegen ihrer Rolle bei der Abfallvermeidung: Eine Entscheidung für die Kartonverpackung hilft, die Supply Chain nachhaltiger zu gestalten, und unterstützt die Konsumenten bei einer nachhaltigeren Lebensweise.



Preisträger Sustainability, Pro Carton/ECMA Award 2012: Green Packaging „Ja! Natürlich“

Faltschachteln helfen, Lebensmittelabfall zu vermeiden

Lebensmittelabfall wird zunehmend als wichtiges Sozial- und Umweltthema erkannt. Verpackungen spielen eine wichtige Rolle in der Lieferkette von Lebensmitteln. Sie helfen dabei, Abfall zu vermeiden und den Verlust an Ressourcen zu vermeiden, die für den Anbau von Pflanzen, die Aufzucht von Tieren sowie die Produktion der verpackten Produkte benötigt werden.

Gäbe es keine Verpackung, würden Lebensmittel und andere Konsumgüter verloren gehen: durch Transportschäden, mangelnde Hygiene und unzureichende Informationen über die Nutzung der Produkte. Verpackungen verbessern die Nachhaltigkeit der Lebensmittelversorgung, indem sie die Lebensmittel während ihrer Reise vom Hof in die Fabrik, im Handel und beim Endkonsumenten

vor Schaden bewahren. Der Umwelteinfluss der Erzeugung des verpackten Produkts ist um ein Vielfaches höher als der Umwelteinfluss der Verpackungsproduktion. Verpackungshersteller wie Faltschachtelerzeuger sind daran interessiert, die richtige Menge an Verpackungsmaterial einzusetzen, weil dies die Kosten reduziert und die Umwelt schützt. 62 Prozent der in Europa erzeugten Faltschachteln sind für Lebensmittel bestimmt und gemeinsam mit anderen Verpackungen Teil der Lösung des Lebensmittelabfallproblems.

Kontinuierliche Verbesserung der Umweltperformance

Von der Kartonverpackungsindustrie kommen weiter gute Umweltnachrichten, sie kann den Konsumenten garantieren, dass die Faltschachtel die beste Wahl für die Umwelt ist. Der jüngste Bericht von Pro Carton enthält die Lebenszyklus-Daten aus dem Jahr 2011, einschließlich Frischfaserkarton, Recycling-Karton und gedruckter Faltschachteln. Vergleicht man die Zahlen aus dem Jahr 2011 mit denen aus 2008 auf derselben Grundlage, ergeben sich Verbesserungen in wichtigen, nachfolgend aufgeführten Umwelteinflusskategorien. Viele davon sind auf effizienteren Einsatz von Elektrizität, vermehrte Nutzung von Bio-



Tabelle der Verbesserungen

Die relativen Veränderungen in den wichtigsten Umwelteinflusskategorien seit 2008 sind:

Verbrauch von nicht erneuerbaren Ressourcen (Abiotischer Ressourcenverbrauch)	-1%
Emissionen, die sauren Regen verursachen (Versauerung)	-4%
Emissionen, die zu Verlust von Sauerstoff führen können (Eutrophierung)	-6%
Emissionen, die die Ozonschicht beeinträchtigen können (Ozonschicht-Abbau)	-8%
CO ₂ -Fußabdruck	-5%



Energie und verbesserte Messung und Kontrolle des Wasserverbrauchs zurückzuführen.

Reduktion des CO₂-Fußabdrucks

Der CO₂-Fußabdruck von Pro Carton liegt bei 915 kg fossiler CO₂-Äquivalente, bezogen auf eine Tonne erzeugten und verarbeiteten Kartons.

Auf der Basis der Lebenszyklusdaten von Pro Carton haben Experten den CO₂-Fußabdruck der Karton- und Faltschachtelindustrie für 2005, 2008 und 2011 berechnet. Die Analyse der jüngsten Daten aus dem Jahr 2011 zeigt, dass der aktualisierte CO₂-Fußabdruck für Faltschachteln bei 915 kg fossilen CO₂-Äquivalenten/Tonne erzeugten und verarbeiteten Kartons liegt. Damit hat sich der CO₂-Fußabdruck seit 2008 um 5 Prozent reduziert. Diese neue Zahl setzt den Trend zur kontinuierlichen Verbesserung der Umweltperformance der Industrie fort.

Biogener Kohlenstoff in Faltschachteln

Das schwedische Umweltforschungsinstitut IVL hat im Jahr 2009 eine Methode entwickelt, um den biogenen Kohlenstoff im CO₂-Fußabdruck von Faltschachteln zu berechnen.

Das Rohmaterial für Karton sind Holzfasern aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern, deren Bäume Kohlenstoff aufnehmen und speichern. Die Methode des IVL misst biogenen Kohlenstoff in Faltschachteln, indem es die Vorteile der Kohlenstoff-Aufnahme des natürlichen Rohmaterials mit der Kartonverpackung verknüpft.

Das IVL zeigt eine positive Verbindung zwischen der Nettoaufnahme von Kohlenstoff in nachhaltig bewirtschafteten Wäldern und dem Verbrauch von Faltschachteln: Die Nachfrage nach Faltschachteln stimuliert die Nachfrage nach Holz (in Form von Holzfasern für die Kartonproduktion), wodurch wiederum die nachhaltige Forstwirtschaft gefördert wird.

Die Studie kommt zu dem Schluss, dass durch die Nachfrage nach Faltschachteln in Europa 730 kg biogenes Kohlendioxid pro Tonne Faltschachteln aus der Atmosphäre absorbiert werden. Der Einsatz von Faltschachteln unterstützt somit aktiv die Aufnahme und Speicherung von Kohlendioxid und macht den positiven Beitrag von Kartonverpackung in der Klima- und Umweltschutzdiskussion deutlich. Das Arbeit des IVL ergänzt die Daten von Pro Carton über die im industriellen Produktionsprozess („cradle-to-gate“) aus der Emission fossiler Brennstoffe anfallenden Kohlendioxid-Äquivalente.

Im Jahr 2011 betrug der CO₂-Fußabdruck für Faltschachteln von 915 kg fossilen CO₂-Äquivalenten pro Tonne erzeugten und verarbeiteten Kartons. Im sogenannten „cradle-to-gate“-Ansatz werden die Emissionen von 915 kg CO₂-Äquivalenten pro Tonne erzeugten und verarbeiteten Kartons zu einem bedeutenden Teil durch den Wert von -730 kg biogener CO₂-Absorption kompensiert.

Die Umweltverträglichkeit europäischer Faltschachteln wird durch den Einsatz von Karton untermauert, dessen Rohstoffe aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern stammen. Sie sind nicht nur eine erneuerbare Ressource, die Menge an nachwachsendem Holz übersteigt die Erntemenge jährlich um ein Äquivalent von 1,5 Millionen Fußballfeldern.

Ressourcen verantwortungsbewusst nutzen

Auf dem Weg dorthin folgen die europäischen Waldbesitzer und Forstwirte einer Reihe von nationalen, europäischen und internationalen Richtlinien sowie Waldzertifizierungen wie FSC® und PEFC™. Ein „Chain of Custody“-Zertifikat hält fest, dass das in Europa für Karton verwendete Holz aus legalen und zurückverfolgbaren Quellen stammt. Die Hersteller von Konsumgütern können ihre Kunden auf die Umweltvorteile von Faltschachteln durch einen Aufkleber aufmerksam machen. Er zeigt, dass die Kartonverpackung aus einer verantwortungsbewussten Quelle stammt.

In Europa werden die Rohstoffe für Karton zur Erzeugung von Faltschachteln sowohl aus Holz als auch aus wiedergewonnenem Papier verantwortungsbewusst beschafft.

Die Papier- und Kartonindustrie hat in Europa eine gut entwickelte Infrastruktur zur Wiedergewinnung aufgebaut. Faltschachteln werden von Haushalten gesammelt oder zu Sammelstellen gebracht, Altpapierhändler liefern es zum Recycling an die Betriebe. Etwa 60 Prozent der Faltschachteln in Europa werden aus Recyclingkarton hergestellt. Im Jahr 2010 hat die Papier- und Kartonindustrie eine Recyclingrate von 78 Prozent erreicht. Karton wurde dadurch gemäß Eurostat zum meistrecycelten Verpackungsmaterial in der EU.

Die Beweislage ist klar: Faltschachteln unterstützen die Konsumenten dabei, einen nachhaltigeren Lebensstil zu entwickeln und das kommt der Umwelt zugute.



► Weitere Informationen auf der Pro Carton-Website „Resource Efficiency and Sustainability“ unter www.procarton.com

www.procarton.com PRO CARTON





Pro Carton: Marketing- und Kommunikationsplattform

Pro Carton ist die europäische Marketing- und Kommunikationsplattform der Karton- und Faltschachtelproduzenten. Zentrale Aufgabe von Pro Carton ist, die Vorteile und das Potenzial von Karton und Faltschachtel zu kommunizieren.

Die Faltschachtel ist ein wesentliches Marketinginstrument und die nachhaltigste Verpackungslösung. Sie ist das entscheidende Werbemedium am Point of Sale wie auch zu Hause. Über den POS hinaus gewinnt sie als Bindeglied zwischen virtueller und realer Welt immer mehr an Bedeutung.

Pro Carton: Informationen zu Design und Marketing

Pro Carton informiert die gesamte Packaging Supply Chain – Karton- und Faltschachtelindustrie sowie Designer, Markenartikler und Handel – und ihre Kunden europaweit über die neuesten Entwicklungen aus Design und Marketing, und zwar durch:

- die Website www.procarton.com
- E-News an über 9.000 europäische Interessenten
- Verleihung des „Pro Carton/ECMA Award“ (www.procartonecmaaward.com)
- Verleihung des Internationalen „Pro Carton Design Award“ (www.procartondesignaward.com)
- den Pro Carton-Kongress
- Studien zu fachlichen Themen
- Kooperationen mit Partnern in den europäischen Ländern.

Pro Carton: Netzwerk zu Verpackungsfragen

Pro Carton ist damit Netzwerkplattform und vorrangige Informationsquelle für Verpackungsfragen. Pro Carton verbindet alle Partner der Packaging Supply Chain – Kartonerzeuger, Designer, Faltschachtelhersteller, Markeninhaber und Handel – sowie Medienpartner und die Politik.

Design- und Marketing-News

Die Pro Carton E-News gehen monatlich aktuell an über 9.000 Entscheidungsträger aus den Bereichen Marketing, Design und Verpackung. Den ersten Überblick haben Sie in Sekunden – ein einziger Mausklick bringt Sie dann zu Praxisbeispielen, Experteninterviews, Kongressberichten, Marktstudien, Wettbewerbsanalysen und vielem mehr.

Die besonderen Vorteile: Sie erhalten die sorgfältig redigierten Nachrichten über Trends als Erste und können Ihre langfristige Strategie daran ausrichten. Sie können dabei nur gewinnen – unsere Leser in Verpackungsunternehmen, der Markenartikelindustrie und dem Handel aus 41 europäischen Ländern können dies bestätigen.

Registrieren Sie sich J E T Z T auf www.procarton.com für den E-News-Service und erhalten Sie monatlich kostenlos zwei bis drei topaktuelle News aus den Bereichen Marketing, Design und Verpackung.

Die vorliegende gedruckte Ausgabe des Pro Carton-Magazins erscheint einmal jährlich als „Nachlese“ zum Nachschlagen und Archivieren.

Impressum

Herausgeber: Pro Carton, Suzanne McEwen – Head of Marketing and Communications, mcewen@procarton.com, Jennifer Buhaenko – Head of Public Affairs, buhaenko@procarton.com, Pro Carton c/o AC Fiduciaire SA, Todistrasse 47, Postfach 1507, 8027 Zürich, Schweiz, **Design:** W&W Grafik & Design, **Druck:** Starzengruber, 1200 Wien. Nachdruck mit Quellenangaben erlaubt. Um Belegexemplare wird gebeten.

Diese Broschüre wurde mit mineralölfreier Farbe gedruckt: Dies trägt beim Recycling zu einem saubereren Kreislauf bei.

Printed on **truCARD** 2 gloss 220 gsm
manufactured by **Tullis Russell**  www.trg.co.uk

Übrigens: Wünsche und Anregungen zu unserem E-Mail-Service sind hochwillkommen, schicken sie einfach ein E-Mail an:



Suzanne E. McEwen
Head of Marketing and Communications
mcewen@procarton.com



Jennifer Buhaenko
Head of Public Affairs
buhaenko@procarton.com

Folgende Themen sind für die E-News 2013 geplant:

- Experten-Interviews
- Kongressberichte
- Marktstudien
- Marketing-Trends
- Marketing-Fallbeispiele
- Nachhaltigkeit
- Wettbewerbe 2013



PRO CARTON

Association of European Cartonboard and Carton Manufacturers

Postfach 36, 1020 Wien
Telefon und Fax + 43 /1/ 218 69 18
office@procarton.com, www.procarton.com