

pro carton



Der vollständige Text aller E-News in 5 Sprachen und Fotos in Druckqualität auf www.procarton.com/news

Informationen über die Faltschachtelverpackung

Marketing: **The slower you move, the faster you die!**

Marken: **Sag es mit Karton**

Design/Awards: **Faltschachteln auf Tournee**

Events: **What's up on Cartons? Multiple Challenges ahead**

Studien: **Trend 2014: Ein gutes Gefühl**

Nachhaltigkeit: **Europäische Papier- und Kartonindustrie**



PRO CARTON

Association of European Cartonboard and Carton Manufacturers

Das Jahr 2014 bietet mehrfach Grund zur Freude. Mit der Revolution im Handel kommen große Herausforderungen, aber auch große Chancen auf uns zu. Karton ist für die kommenden Aufgaben der Verpackung optimal gerüstet.



Einerseits ist die Faltschachtel unschlagbar im Bereich Kommunikation. Als optimale Trägerverpackung für die Markenbotschaft, aber auch für interaktive Elemente ist sie das ideale Bindeglied zwischen der realen und der virtuellen Welt. Andererseits ist Karton führend in der Nachhaltigkeit: Jahr für Jahr senkt die Karton- und Faltschachtelindustrie die entsprechenden Werte bei CO2-Fußabdruck und Wasserverbrauch.

Um die kommenden Herausforderungen und Chancen zu nutzen, brauchen wir allerdings verstärkt die Zusammenarbeit in der Supply Chain. Und auch hier bietet sich Anlass zur Freude: Im September 2014 werden die beiden Verbände Pro Carton und ECMA ihren Kongress erstmals gemeinsam abhalten und laden dazu Designer, Markenartikelindustrie und Handel ein. Hier bietet sich eine Chance zur Vernetzung, die alle Partner der Lieferkette nützen sollten.

Die neue Ausgabe unseres Pro Carton-Magazins bietet Ihnen eine Auswahl der wichtigsten E-News zu diesen Themen – zum Nachschlagen und Archivieren. Unsere E-News erscheinen in sechs europäischen Sprachen und werden von über 10.000 Abonnenten in 42 europäischen Ländern gelesen – abonnieren Sie die News auf unserer Website www.procarton.com.

Viel Freude beim Lesen wünscht
Ihr

Roland Rex, Präsident Pro Carton

Marketing-Trends

The slower you move, the faster you die!

Dieses provokante Motto stellte David Bosshart, Chef des renommierten Duttweiler-Instituts, bei seinem Vortrag im Rahmen des Events „25 Jahre Pro Carton“ auf dem ECMA-Kongress im September in Dubrovnik voran. Er zeichnete ein hochaktuelles Szenario gegenwärtiger Verhaltensweisen und künftiger Sehnsüchte. Pro Carton hat ihn gefragt, was das für die Verpackung bedeutet.



David Bosshart



ECMA-Kongress im September in Dubrovnik



Lars Wallentin

Simplify and Surprise!

In seinem ersten Leben war Lars Wallentin fast 40 Jahre lang verantwortlich für Entwicklung von kreativen Design-Lösungen für strategische Marken wie Nestlé, Nescafé, Maggi, Buitoni, Nesquik oder KitKat. Heute ist er für viele junge Marketingleute eine wichtige Bezugsperson. Seine Devise, die in seinen Lehren deutlich zum Ausdruck kommt, kann man in drei Wörtern zusammenfassen: Vereinfachung, Überraschung und Synergien. Pro Carton hat mit ihm darüber gesprochen, was Karton- und Faltschachtelhersteller tun sollten, über die Packaging Supply Chain und über die Kommunikation auf Verpackungen.



„Vereinfachung, Überraschung und Synergien.“

Was macht eine erfolgreiche Verpackung aus?

Das internationale Institut Stratégir konzentriert sich auf eine möglichst realitätsnahe Prüfung von Verpackungen im Bezug auf ihre zwei Leben: im Regal und bei dem Verbraucher zu Hause. Pro Carton hat mit Managing Director Line Kerrad über die vielfältigen Aufgaben von Verpackungen gesprochen.



► Mehr auf www.procarton.com/news

Marken & Märkte

Sag es mit Karton Wie sich die Schokolade der Zukunft präsentiert

Während der europäische Markt für industriell gefertigte Schokolade weitgehend gesättigt scheint, rechnet die Branche mit steigenden Verkaufszahlen



aus dem Export sowie mit neuen Herausforderungen im hohen Qualitätsbereich. In Europa bietet nur noch der Premium-Markt echte Wachstumschancen – fast durchwegs mit entsprechender Verpackung aus Karton.

Nachhaltigkeit von Verpackungen im Handel

Guido Fuchs ist Projektleiter Nachhaltigkeit bei der Coop Genossenschaft in Basel mit den Schwerpunkten Nachhaltigkeit im Sortiment Non Food, Nachhaltigkeit Verpackungen, Recycling und Abfall. Als Experte für Nachhaltigkeit im Handel hat er sich über die Schweiz hinaus einen Namen gemacht. Pro Carton hat ihn nach seinen Zielen befragt.



Kampf ums Regal

Der Markt für Haarpflege hat sein Wachstum spürbar verlangsamt. Die größte Chance, auf den entwickelten Märkten in Europa oder den USA zu punkten, sind Haar-Colorationen. Die Großen auf diesem Markt wetteifern um die Vorherrschaft im Regal. Und setzen bewusst auf Kartonverpackungen – weil diese offensichtlich besser verkaufen als andere Verpackungen.

► Mehr auf www.procarton.com/news

Design/Awards

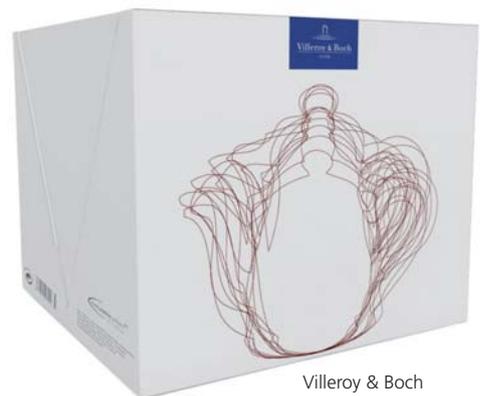
Der Wow-Faktor: Preisverleihung zum 17. Pro Carton ECMA Award



Preisträger Confectionery beim Pro Carton ECMA Award 2013: Andreas Blaschke, President ECMA; Lorenzo Delorenzi, Van Genechten; Frederic De Somer, Van Genechten; Clemens Stockinger, Mayr-Melnhof Karton; Roland Rex, President Pro Carton

Der Pro Carton ECMA Award 2013 zieht eine hervorragende Bilanz. Das Interesse an neuen Ideen aus den Bereichen Karton und Faltschachtel hat deutlich zugenommen. Das zeigen auch die Einreichungen: Fast ein Drittel der Unternehmen hat zum ersten Mal überhaupt teilgenommen – noch nie waren so viele Newcomer beim Award.

Am 19. Sept. 2013 wurden die Preise auf dem ECMA-Kongress in Dubrovnik verliehen. Carton of the Year wurde die Champagnerverpackung Twinkle Box von Van Genechten.



Villeroy & Boch

Strukturen, die sich lohnen

Strukturelles Design kann weit mehr als hochwertige Produkte in Szene zu setzen. Die Usability der Verpackung kann dadurch ebenso verbessert werden wie ihre Nachhaltigkeit. „Konsumenten sind dankbar, wenn sie spüren, dass jemand über ihre Bedürfnisse nachdenkt“, sagt Olaf Barski von Barski Design. Pro Carton hat mit ihm gesprochen.

► Mehr auf www.procarton.com/news



Events

**What's up on Cartons?
Multiple Challenges ahead**

**Internationaler ECMA
Pro Carton-Kongress von
17. bis 20. September
2014 in Sorrento, Italien**

ECMA, die European Carton Manufacturers Association, and Pro Carton, Europäische Vereinigung von Karton- und Faltschachtelherstellern, organisieren ihren ersten gemeinsamen Kongress von 17. bis 20. September 2014 in Sorrento, Italien.



Der Kongress bietet der europäischen Faltschachtelindustrie und ihren Partnern in der Supply Chain eine einzigartige Gelegenheit, zusammenzukommen, Informationen und Trends auszutauschen und an einem eindrucksvollen Ort Kontakte zu pflegen.



Die Stadt Sorrento am Golf von Neapel



Konzentrierte Kongress-Arbeit

► www.ecmaprocartoncongress.com



Pro Carton ECMA Award-Tournee

Faltschachteln auf Tournee

Die preisgekrönten Faltschachteln des Pro Carton ECMA Awards repräsentieren das Beste, was auf dem Markt zu haben ist: in den Kategorien Carton of the Year, Nachhaltigkeit, Innovation sowie in acht verschiedenen Produktparten.

Seit 2011 gehen die ausgezeichneten Lösungen auf Rundreise durch Europa – es werden immer mehr Stationen. An vielen Orten wurden die Ausstellungen durch Präsentationen von Pro Carton ergänzt.

Wer die Roadshow gerne für sich nutzen möchte, ist bei Pro Carton herzlich willkommen.

Revolution im Handel

Beim Pro Carton Marketing Event im Oktober 2013 in Wien präsentierte Georg Wiedenhofer, Geschäftsführer des Gallup Instituts, eine brandneue internationale Studie zur Entwicklung des E-Commerce, und Willy Zwirger, führender Journalist und Retail-Experte, er-

läuterte die aktuellen Entwicklungen im internationalen Handel.

Anschließend diskutierte eine hochkarätige Runde mit dem Publikum und stellte fest: Es besteht Handlungsbedarf für die gesamte Supply Chain.



► Mehr auf www.procarton.com/news

Studien

Die Verpackung im digitalen Zeitalter

In einer im Auftrag von Pro Carton durchgeführten Studie hat die Marktforschungsagentur Pointlogic im Vorjahr gezeigt, dass Verpackungen ein Medium sind wie Zeitungen, Radio oder Fernsehen. Jetzt wurde die Studie nochmals besonders im Bezug auf Digital Natives und Impuls Käufer ausgewertet. Das Ergebnis: Auch die „Digital Natives“ legen großen Wert auf Verpackung, und sie orientieren sich stärker an Marken und reden mehr über Produkte.

Trend 2014: Ein gutes Gefühl

2014 wollen die Menschen sich besser fühlen. Zwei Themen werden dabei großen Einfluss auf den Markt für Verpackungen haben: Nachhaltigkeit auch in der Herstellung von Produkten und Revolution im Handel durch weiterhin explodierende Mobiltechnologie. Pro Carton hat die aktuellen Prognosen internationaler Trendbüros zusammengefasst und aus eigener Sicht kommentiert.

Smart Packaging am Horizont

Eine neue Studie von IDTechEX kommt zu dem Schluss, dass der Markt für Smart Packaging – also Verpackungen mit aufgedruckter Elektronik – in den kommenden zehn Jahren von 75 Millionen auf 1,45 Milliarden Dollar wachsen wird. Der Grund: Gedruckte Elektronik soll demnächst um 99 Prozent billiger werden. Faltschachteln sind der ideale Träger für alles Gedruckte.

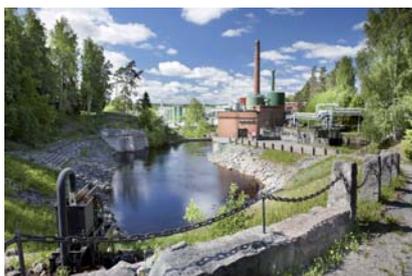


Kent Blue Carton

Nachhaltigkeit

Nachhaltige europäische Papier- und Kartonindustrie

Die CEPI (Confederation of European Paper Industries) hat ihren jüngsten Bericht zur Nachhaltigkeit der europäischen Zellstoff-, Papier- und Kartonindustrie veröffentlicht. Er zeigt, dass die gesamte Industrie, einschließlich der Kartonindustrie, sich auf Innovation und Ressourceneffizienz konzentriert und zugleich die biobasierte Wirtschaft vorantreibt.



Metsä Board Kyro mill

Neue Technologie – neue Pro Carton-Website

Mehr und mehr Konsumenten ändern ihr Verhalten, indem sie sich einem

digitalen Lebensstil anpassen. Dabei spielt die Verpackung eine sehr wichtige Rolle, denn sie vermittelt Qualität und Markenwerte eines Produkts, zuerst am Bildschirm, danach zu Hause, wenn das Produkt physisch geliefert wird.



Pro Carton New Technology Website.

Pro Carton startet jetzt eine neue Website, die zeigt, dass Kartonverpackungen das ideale Medium für diese Rolle sind, weil sie intelligente Verpackungslösungen ermöglichen, die kreativ und innovativ sind, und das auf einem nachhaltigen Trägermaterial.

Vergleich der jüngsten ISO-Spezifikationen mit dem CO₂-Footprint von Pro Carton



Die ISO/TS 14067 – „Carbon Footprint of Products: Requirements and Guidelines for Quantification and Communication“ wurde im Mai 2013 veröffentlicht. Ursprünglich sollte ein ISO-Standard entstehen, aber nach jahrelanger Diskussion wurde daraus eine technische Spezifizierung, die in rund drei Jahren wieder überprüft werden soll.

Die von Pro Carton zum CO₂-Footprint veröffentlichte Zahl von 915 kg CO₂e/Tonne Faltschachteln stützt sich auf eine Methode, die von der Papier- und Kartonindustrie 2007 im Bezug auf internationale Standards entwickelt wurde. Die neue Entwicklung veranlasste Pro Carton, seine aktuelle Methode mit den neuen Spezifikationen zu vergleichen.

► Mehr auf www.procarton.com/news



Eine perfekte Verbindung

Intelligentes Digital Marketing für nachhaltige Kartonverpackungen



© bloomua / fotolia.com

Internet-Marketing gehört in vielen Unternehmen seit Jahrzehnten zum Standard-Programm. Heute heißt es, von Wachstum und Power des mobilen Internets zu profitieren. Für Markenartikelindustrie und Handel ist die Verpackung ein Schlüsselinstrument des Marketings: Der Aufdruck auf Verpackungen ist eine digitale Brücke vom Unternehmen zum Konsumenten und bindet sie in Social Media ein.

Handel, Markenartikelindustrie und Hersteller haben wichtige Rollen für die Verpackung vorgesehen, darunter:

- Konsumenten beschäftigen sich mit Verpackungen im Regal, die digitale Elemente mit interessanten Inhalten tragen.
- Die neue Generation der digitalen Identifikation von Produkten geht über den Barcode hinaus und erlaubt mehr und detailliertere Informationen auf der Verpackung. Das bedeutet bessere

Kontrolle für die Supply Chain sowie Personalisierung für die Konsumenten.

- Verpackungen aus verantwortungsbewusst erzeugten Rohstoffen eignen sich für die physische Auslieferung von Produkten in einer digitalen Welt.

Die Verpackung verbindet die physische mit der digitalen Welt, sie ist das Medium, das verschiedene digitale Systeme verbreitet: QR-Codes, Augmented Reality, RFID (Radio Frequency Identification) und NFC (Near Field Communication). Diese Funktion der Verpackung wird immer wichtiger. So zeigen etwa Studien, dass mehr als ein Drittel der Scans von Verpackungen gemacht werden (neben Magazinen, Websites usw.)

Ein ideales Verpackungsmedium für diese neue Technologie sind Faltschachteln. Mit ihren flachen, glatten Oberflächen bieten sie unendliche Möglichkeiten für neue Druckgestaltungen. Sie sind leichtgewichtig und doch kräftig und druck-

fest, und sie liefern dem Einzelhandel die enthaltenen Produkte in optimalem Zustand. Faltschachteln können Konsumgüterhersteller und Händler mit fesselnden digitalen und kundenbezogenen Anwendungen für Konsumenten unterstützen – durch neueste Technologie auf einem ökoeffizienten Verpackungsmaterial.

Mobiles digitales Marketing auf Faltschachteln

Mobile digitale Systeme gibt es in verschiedenen Entwicklungsstadien. Einige Beispiele:

QR-Codes können von Smartphones gescannt werden und führen den Benutzer zur Website des Markeninhabers. Sie sind bereits seit einigen Jahren auf vielen verschiedenen Produkten zu finden und werden von den Konsumenten vielfach als digitale Anlaufstelle für detaillierte Informationen über Produkt und Marke erkannt. Wenn der Platz auf einer Faltschachtel knapp ist und mehr Informationen benötigt werden, bietet der QR-Code einen kostengünstigen Weg für die Kommunikation mit den Konsumenten. QR-Codes sind aber nicht nur für den Konsumenten zugänglich, sie könnten auch genutzt werden, um ein verpacktes Produkt durch die Supply Chain zu verfolgen. Ein Faltschachtelhersteller könnte beispielsweise einen QR-Code auf eine Verpackung aufdrucken und eine Datenbank einrichten. Nach der Verpackung des Produkts würde die Faltschachtel Daten sammeln, während sie sich durch die Supply Chain bewegt.

Augmented Reality (AR) ist ein System für computergenerierte Visualisierungen



über Gegenstände (wie Verpackungen) der physischen Welt. Sie wird in fortgeschrittenen Marketing-Kampagnen eingesetzt. So hat etwa Nestlé eine Faltschachtel für Frühstückscerealien mit AR-Technologie eingeführt, die es Konsumenten erlaubt, sich mit einer Webcam in die Website des Unternehmens einzuloggen und ein 3D-Videospiel zu spielen.

RFID (Radio Frequency Identification) ermöglicht, Daten drahtlos zu übertragen, und unterstützt so die Identifizierung und Nachverfolgung von Waren. Derzeit werden RF-Barcodes entwickelt, mit Druckfarben, die direkt auf Faltschachteln aufgebracht werden können. Damit sind keine zusätzlichen Etiketten mehr erforderlich, um ein Produkt zu authentifizieren und nachzuverfolgen. Das elektronische Element wird mit leitenden Druckfarben erzeugt und kann in die Struktur der Faltschachtel integriert werden, sodass sie bestens geschützt und manipulationssicher ist. Darüber hinaus arbeiten die Hersteller von RFID-Tags derzeit an einem Kennzeichnungssystem für nachhaltige Bedruckstoffe – zum Beispiel Tags mit Metallantennen auf Papier, die gemeinsam mit der Faltschachtel recycelt werden können.

NFC (Near Field Communication) gilt hauptsächlich als kontaktloses Zahlungssystem – zum Beispiel bei U-Bahn-Karten und Smartphones, die anstelle einer Kreditkarte zum Einsatz kommen. Doch NFC macht aus dem passiven Marketinginstrument Verpackung eine Plattform für eine breite Palette von Informationen. NFC-Tags können mit NFC-fähigen Smartphones derart verbunden werden, dass sie Sprache auslösen, zum Beispiel, um den Nährwert eines Pro-

dukts zu erläutern. Elektronische Komponenten können in Faltschachteln eingebettet werden, um einen Link zum Handy herzustellen.

Gedruckte Elektronik ist die grundlegende Technologie für Smart Packaging. Sie kann in den Karton eingebettet werden und ergibt eine Verpackung, die recycelbar und biologisch abbaubar ist.

Digitale Druckmaschinen bieten die Flexibilität, die Bedürfnisse des digitalen Konsumenten zu befriedigen, und eignen sich ideal für bedruckte Faltschachteln. Sie sind eine kostengünstige Wahl für schnelle Produktion und kurze Time to Market für Personalisierung ebenso wie für den Druck variabler Daten. Ihre große Flexibilität ermöglicht die immer häufigeren regionalen Varianten von Marketing-Kampagnen. Digitaldruck kann auch eine nachhaltige Option sein: „Print on Demand“ bedeutet, dass Unternehmen nur das bestellen, was sie wirklich brauchen, und so den Abfall aus der Druckproduktion reduzieren.

Umweltfreundliche, nachhaltige Lösung

Faltschachteln eignen sich perfekt, um mobile digitale Anforderungen zu erfüllen. Sie sind ein nachhaltiges Substrat, das kreative, innovative und intelligente Verpackungslösungen ermöglicht.

Die Umweltvorteile von Faltschachteln werden unterstrichen durch den Einsatz von Karton, dessen Rohmaterial Holz aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern stammt. In Europa sind diese Wälder nicht nur eine erneuerbare Ressource, es wächst sogar mehr Holz nach, als ge-

erntet wird. Auf diese Weise sind Europas Wälder zwischen 2005 und 2010 um 512.000 Hektar gewachsen und heute um 30 Prozent größer als in den 1950-er Jahren.

Die verantwortungsbewusste Beschaffung von Rohmaterialien kann sowohl für Holz wie auch für wiedergewonnenes Papier nachgewiesen werden. Eine Herkunftszertifizierung zeigt die legale und nachvollziehbare Herkunft des Fasermaterials. Um Papier oder Karton in Europa zu erzeugen, werden keine Regenwälder zerstört.

Europa ist Weltmeister im Papierrecycling. 2012 wurden in Europa fast 58 Millionen Tonnen recycelt: eine absolute Rekordmarke. Nach Prozenten aufgeteilt, wurden 2012 71,7 Prozent des Papiers recycelt, der Anteil an recyceltem Verpackungspapier und -karton betrug 2011 sogar 81,3 Prozent.



Kartonverpackungen werden aus erneuerbarem Ausgangsmaterial hergestellt, sie sind recycelbar, biologisch abbaubar und ermöglichen eine perfekte Verbindung von intelligentem digitalem Marketing und nachhaltiger Verpackung.

Quelle für die Statistik: Confederation of Paper Industries

► Für mehr Informationen besuchen Sie bitte www.procarton.com und klicken Sie auf „Cartons, Sustainability“ und dann auf „New Technology“.



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 10.000 europäische Interessenten
- Verleihung der „Pro Carton ECMA Awards“ (**www.procartonecmaaward.com**)
- Verleihung der Internationalen „Pro Carton Young Design Awards“ (**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 10.000 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 42 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 Sustainability and Regulatory 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 Sustainability and Regulatory Affairs
buhaenko@procarton.com

Folgende Themen sind für die E-News 2014 geplant:

Experten-Interviews
Kongressberichte
Marktstudien
Marketing-Trends
Marketing-Fallbeispiele
Nachhaltigkeit
Wettbewerbe 2014



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