

محتويات العدد

5	الافتتاحية
6	الحدث
10	نشاطات صناعية
16	من شهر الى شهر
34	شركات
36	مصارف
56	الصادرات الصناعية
62	صناعات لبنانية
67	صنع في لبنان
174	رسالة الامارات
180	رسالة سوريا
184	رسالة العراق
188	الاقتصاد العربي
196	الاقتصاد الدولي

المكتب الرئيسي

الادارة والتحرير - لبنان - بيروت كليمنصو - شارع الامير عمر - بناية تسبحجي
هاتف: 370452-370604 - 370318 - 00961 1 370602 فاكس: 00961 1 370602
ص.ب: 1102 - 2070 - 13/8385 - شوران- بيروت-لبنان

مكاتب في الخارج

الإمارات العربية المتحدة: موبايل: 00971 502147686

Head Office:

Admin & Editor - Lebanon-Beirut-Clemenceau - Emir Omar Str.-Tasbahji Bldg.
Tel: 00961 1 370452-370318-370604 - Fax: 00961 1 370602
P.O.Box: 13/5838-2070-1102 - Chourane- Beirut-Lebanon

Branches

UAE: Mobile: 00971 50 2147686 - Infouae@Sinaaiktisad.Com

Info@Sinaaiktisad.Com - www.Sinaaiktisad.Com

سعر النسخة: داخل لبنان 5000 ليرة لبنانية، وخارج لبنان 5 دولار أو ما يعادلها
الاشتراك السنوي في لبنان: 100 دولار اميركي خارج لبنان: 150 دولار اميركي أو ما يعادلها (يشمل البريد)
THE ANNUAL SUBSCRIPTION In Lebanon: 100 U.S.D.
Outside Lebanon: 150 U.S.D. (Or Equivalent)



مجلة اقتصادية تصدر شهرياً عن الشركة المتحدة
لمشاريع التسويق والاعلام والابحاث ش.م.ل.

Published By United Marketing, Information And
Research Projects S.A.L.
"UMIP"



الصناعة والاقتصاد
ASSINAA WAL IKTISSAD
MONTHLY ECONOMIC REVIEW PUBLISHED BY (UMIP) S.A.L.

رئيس مجلس الإدارة / المدير العام
رئيس التحرير المسؤول
فارس سعد

Chairman Of The Board / G. Manager
Responsible Editor-In-Chief
Fares Saad

نائب رئيس التحرير / المدير التنفيذي
وسام سعد

Deputy Editor / Executive Director
Wissam Saad

مدير التحرير
نظام مارديني
Editorial Manager
Nizam Mardini

المدير الفني
علي خزام
Art Director
Ali khouzam

مدير العلاقات العامة
طارق معنا
P.R & Marketing Manager
Tarek Maana

المستشار القانوني
المحامي نبيل شمس
Legal Advisor
Mr. Nabil Chamas

جيوبوليتيك

دخل الاقتصاد اللبناني، من جديد مع الفراغ الحكومي، مرحلة عدم اليقين وسط مخاوف من حصول ردات فعل سلبية في سوق القطع، وحصول تدهور إضافي في المسار الاقتصادي المأزوم أساساً، ولا سيما إذا ما طالت فترة تشكيل الحكومة الجديدة والتوافق على قانون انتخابي جديد في ما خص الملف النيابي، في ظل غياب أي محاولة جديدة لتطبيق الإصلاحات، والأزمة السورية، بالإضافة إلى تدهور الأوضاع الأمنية. ومن هذا المنطلق، اقتصر النمو الاقتصادي على 0,6 في المئة في العام 2012، مقارنة مع نسبة نمو بلغت 1,8 في المئة في العام 2011.

ورغم اطلالة حاكم مصرف لبنان رياض سلامة من دبي ليؤكد سلامة الليرة، وبالتالي قدرة مصرف لبنان على مواجهة أي أزمة مرتقبة، فقد كان لافتاً بدء «إسرائيل» ضخ الغاز من البحر قبالة فلسطين المحتلة، وانتهاء إيران من مد أنابيبها من ضمن مشروع يسعى إلى نقل النفط عبر العراق وسوريا إلى دول أوروبا.

سوريا في هذه المرحلة هي بؤرة منطقة التجميع والإنتاج بالتضافر مع الاحتياطي اللبناني، وهو فضاء استراتيجي - طاقي يُفتح لأول مرة جغرافياً من إيران إلى العراق إلى سوريا فلبنان. وهو ما كان من الممنوعات غير المسموح بها لسنين طويلة خلت؛ الأمر الذي يفسر حجم الصراع على سوريا ولبنان رهناً.

كان الترتيب العالمي للغاز يتأرجح بين روسيا و تركمانستان واذربيجان وجورجيا وإيران وقطر، وباتت الدراسات تتحدث عن ترتيب جديد يقره واقع المخزون الاستراتيجي الجديد حيث أولاً روسيا: (في حوض غرب سيبيريا: باحتياطي يُقدّر بـ 643 تريليون قدم مكعب) وثانياً الربع الخالي (426 تريليون قدم مكعب) + حقل غوار الكبير شمال شرق السعودية (227 تريليون قدم مكعب)، وثالثاً غاز البحر الأبيض المتوسط 345 تريليون +5,9 مليارات برميل من الغازات السائلة +1,7 مليار برميل من النفط، وجل ذلك في سوريا، حيث تتحدث دراسات أخرى عن أن ما يُرى في البحر المتوسط مركزه في سوريا وأن اكتشاف حقل «قارة» بما يحقق 400 الف متر مكعب يومياً قد حسم أمر واقع ثراء سوريا بالطاقة وصولاً إلى اعطائها المرتبة الأولى، ورابعاً حزام حقول الغاز على امتداد الخليج العربي (حزام زاغروس) من إيران إلى العراق (212 تريليون قدم مكعب).

مع بدء «إسرائيل» ضخ الغاز بات واضحاً أن حوض المتوسط قد أصبح داخل اللعبة وأن سوريا إما إلى هجوم عليها أو إلى سلام في المنطقة لأن عصر الطاقة النظيفة هو القرن الواحد والعشرين.

المعلومات المتوافرة تقول إن هذا الحوض هو الأثري في العالم بالغاز حيث يؤكد معهد واشنطن أن سوريا ستكون الدولة الأغنى وأن الصراع بين تركيا وقبرص سيستمر نظراً لعدم قدرة أنقرة على تحمل خسارتها لغاز نابوكو (رغم أن موسكو وقعت عقداً في 2011/12/28 مع أنقرة اتفاقاً فيه لتمرير جزء من السيل الجنوبي عبر أراضيها).

إن معرفة السر الكامن في الغاز السوري سيفهم الجميع حجم اللعبة على الغاز لأن من يملك سوريا يملك الشرق الأوسط وبوابة آسيا ومفتاح بيتروسيا (حسب كاترين الثانية) وأول طريق الحرير (حسب الصين)، والأهم من يملك الدخول عبرها إلى الغاز يملك العالم خصوصاً أن القرن المقبل هو قرن الغاز. وبتوقيع دمشق اتفاقاً لتمرير الغاز الإيراني عبر العراق إليها ومن ثم إلى البحر المتوسط يكون الفضاء الجيوسياسي قد انفتح والفضاء (الغازي) قد أغلق على غاز نابوكو شريان الحياة وإن سوريا هي مفتاح الزمن المقبل.

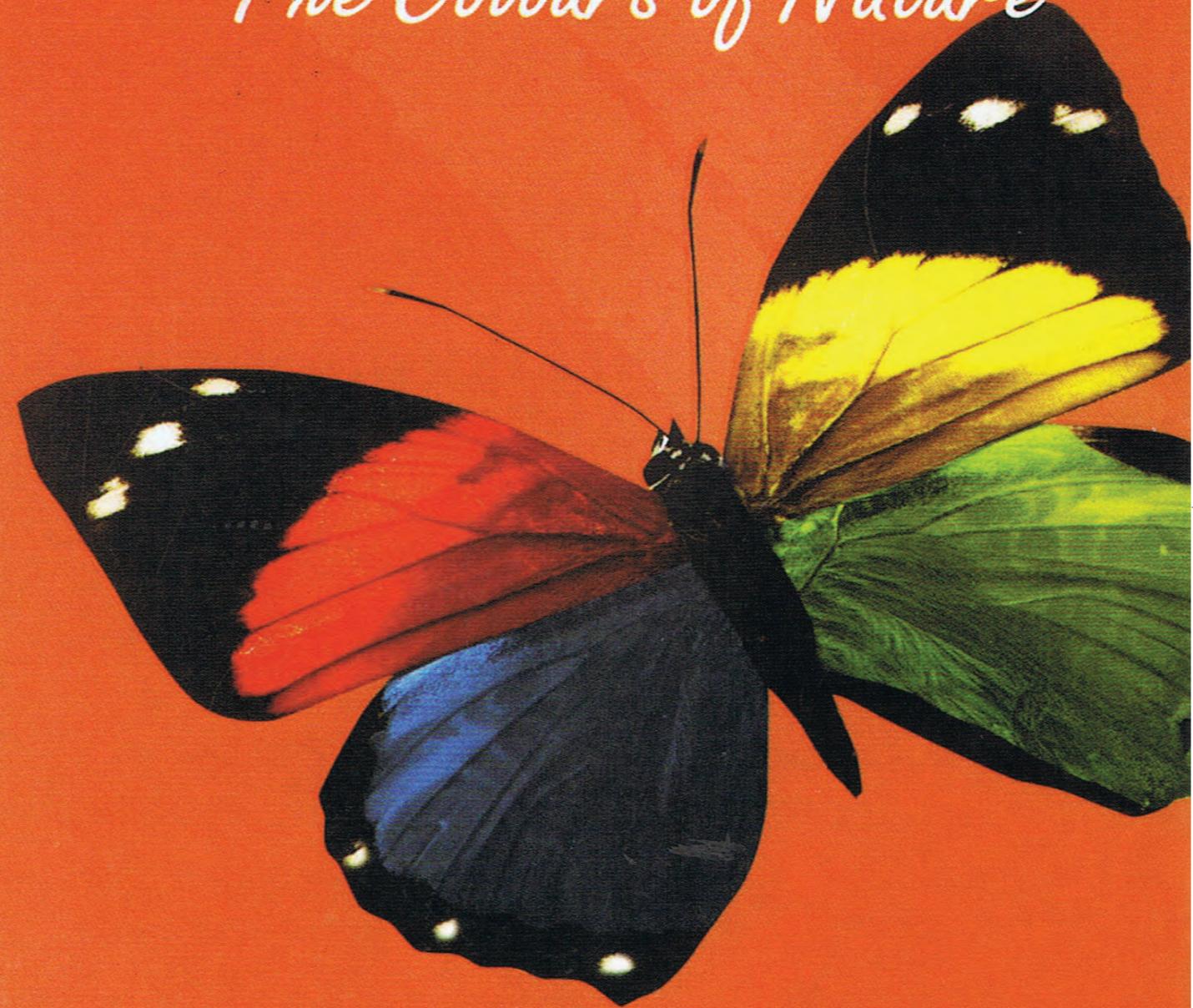
في هذا الوقت، تشعر تركيا أنها ستضيق في بحر صراع الغاز طالما أن مشروع نابوكو متأخر، ومشروع السيل الشمالي والسيل الجنوبي يستبعدانها، فيما غاز شرق المتوسط قد بات بعيداً من نفوذ نابوكو وبالتالي تركيا.

ويبقى السؤال هو أين موقع لبنان مما يجري في المنطقة؟ وهل تؤدي استقالة الحكومة إلى حل سياسي يُعيد الثقة وبالتالي يريح الوضع الاقتصادي أكثر؟

لا شك يحتاج لبنان إلى أن يأخذ دوره الريادي في «جيوبوليتيك» الصراع على المنطقة، وهذا الدور لا يمكن أن يكتمل إلا بالاندماج في المشروع الإيراني - العراقي - السوري، لمواجهة المشروع الإسرائيلي، التركي، القطري، وهذا يتطلب شروطاً أمنية ملائمة واستقراراً سياسياً وحكومة قادرة.

TIVOLI PAINTS

The Colours of Nature



Ghazir - Industrial zone

Tel : +961 9 925425 - Fax: + 961 9 926526

Web: www.tivolipaints.com - e-mail: info@tivolipaints.com



الميثاق في الوقت الذي كانت تسمع فيه بعض الأصوات التي لم تستوعب أهمية هذا الموضوع. وحيثما رجال الأعمال اللبنانيين ودعاهم إلى تعزيز الاستثمار في المسؤولية الاجتماعية التي لا تقتصر نتائجها على المجتمع فحسب، بل أصبحت أساسية أيضاً لنمو الأعمال وللنمو الاقتصادي عامة، مما يعود بالمنافع على الشركات نفسها، واعدت بتقديم الدعم اللازم للشركات التي تطبق مفهوم المسؤولية الاجتماعية في شركاتهم ومؤسساتهم.



عدّة على صعيد مواجهة الكوارث، وإدارة الموارد البشرية، والممارسات العمالية، والتشغيلية، وقضايا المستهلك، والربحية، والمساءلة، وإشراك وتمنية المجتمع، وحقوق الإنسان. وان تكامل هذه العناصر مع الشراكة الاجتماعية يؤدي إلى انعكاسات مباشرة على تطوير الأداء ورفع الانتاجية بناء على الاحترام المتبادل. وهكذا يصبح جوّ المؤسسة كالعائلة المتناسكة». وأشار إلى «دور وزارة الصناعة من خلال مبادرة ليجنور لمشروع تطبيق أيزو للمسؤولية الاجتماعية الذي أطلق قبل عامين، والذي سيتم إطلاق المرحلة الثالثة منه هذا العام».

«أساسية لنمو الأعمال»

وخصص كيل كلمته للحديث عن الميثاق العالمي للأمم المتحدة وتوجهه بتحية خاصة إلى عدنان القصار، مشيداً بالدور الذي قام به عندما كان رئيساً لغرفة التجارة الدولية في توجيه مجتمع الأعمال الدولي لدعم ومشاركة الأمم المتحدة في تأسيس

مسألة الأرباح السنوية.

30 سفيراً وخبيراً دولياً

وبمشاركة 30 سفيراً وخبيراً دولياً في حفل المسؤولية الاجتماعية للشركات والاستدامة، استهل المؤتمر الثالث الذي تنظمه «سي أس آر ليبانون» برعاية رئيس الجمهورية العماد ميشال سليمان في فندق فينيسيا، بكلمة وزير الصناعة فريخ صابونجيان الذي مثل الرؤساء الثلاثة؛ سليمان، ومجلس النواب نبيه بري، ومجلس الوزراء نجيب ميقاتي. كما شارك في حفل الافتتاح ورئيس مجلس إدارة «فرنسبنك» ورئيس «الهيئات الاقتصادية» الوزير السابق عدنان القصار، وممثل حاكم مصرف لبنان سعد عنداري، والمدير التنفيذي للميثاق العالمي للأمم المتحدة غيورغ كيل، وحضره وزير الاعلام وليد الداعوق، النائبان جان أوغاسبيان وتمام سلام، رئيسة بعثة المفوضية الأوروبية السفيرة انجليينا ايخهورست، السفير الفرنسي في لبنان باتريس باولي، وشخصيات سياسية واقتصادية وحشد من ممثلي الشركات والمؤسسات التجارية والمصارف والهيئات والمنظمات اللبنانية والإقليمية والدولية.

«مبادئ العولمة الاقتصادية»

فبعدما نقل صابونجيان، تحيات سليمان وتمنياته النجاح لأعمال المنتدى، أشار إلى أن «المسؤولية الاجتماعية للشركات تعتبر عنصراً جديداً مواكباً لتطور الأعمال ومبادئ العولمة الاقتصادية. ولم تعد تكتفي المؤسسات بتحسين إدارتها الاجتماعية الداخلية، بل دخلت في مرحلة مساعدة الغير على تحسين أدائها الاجتماعي».

ولفت الانتباه إلى أن «الشركات تساهم في تفعيل المسؤولية الاجتماعية في جوانب عدّة أهمّها: الجانب الاجتماعي، والبيئي، والاقتصادي، والثقافي والقانوني انطلاقاً من تعزيز القيم الأخلاقية»، مؤكداً أن «للالتمار بالمسؤولية الاجتماعية آثاراً ايجابية



المؤتمر الثالث لـ «المسؤولية الاجتماعية للشركات»:

هوة بين الشركات الغربية والعربية

الاجتماعية، وما هي بارعة فيه أساساً، ألا وهو العلاقات العامة. فالتزام المسؤولية الاجتماعية، ينطلق من مبدأ أساس، وهو أنه لا يمكن للأعمال أن تنجح وتستمر في مجتمع يتألم، كما يهدف إلى أنسنة عمل الشركات، ومكافحة الفساد، ودعم حماية حقوق الإنسان، والقضاء على جميع أشكال السخرة والعمل الجبري، والقضاء على التمييز في مجال التوظيف والمهن، والإلغاء الفعلي لعمل الأطفال، واحترام حرية تكوين الجمعيات، واتباع نهج احترازي إزاء جميع التحديات البيئية وغيرها مما جاء في المبادئ العشرة للميثاق العالمي.

أما العلاقات العامة، والقيام ببعض الأنشطة الخيرية، فهو يهدف في الأساس، إلى تجميل صورة هذه الشركات في المجتمع فقط، ولا يُلقى بالا للمساهمة في إيجاد الحلول للمشكلات الاجتماعية المحلية، والحد من أي تأثير سلبي على البيئة، فتحصر هذه الشركات والمصارف كل تركيزها ونشاطها وسلوكياتها في

استغرابه في مكانه، إذا أراد أن يقيس هذا المبدأ على بلده النروج، لكنه استدرك الأمر ليوضح أن في النروج هناك نقابات عمال فعالة، وفي الوقت نفسه، هناك تقارب بين الحكومة وهذه النقابات. وتوجه إلى الحضور قائلاً: «يجب على الشركات الخاصة أن تكون لديها آليات مناسبة للاستماع إلى عمالها وهو واجبهم ومخاوفهم، وكيفية التواصل معهم»، ويستدرك: «أعلم أن عمال الشركات النروجية يستمتعون بهذا الحق، في ما نلحظ العمال في دول أخرى محرومين من ذلك».

«المفهوم» و«العلاقات العامة»

وبعيداً من مقارنة الشركات الغربية لمفهوم المسؤولية الاجتماعية، التي تدرك وتعني هذا التمايز البنيوي بين تطبيق هذا المفهوم، وبين ممارسة «العلاقات العامة» والنشاط الخيري، تتهاافت المقاربة لدى الشركات والمصارف اللبنانية أو المتواجدة في لبنان، إذ ثمة خلط لعله مقصود، بين ادعائها بتطبيق المسؤولية

بدا واضحاً مدى اتساع الهوة بين التزام الشركات الأوروبية الركائز الأربعة للمسؤولية الاجتماعية للشركات (مكان العمل، المجتمع، البيئة، السوق)، ومثيلاتها العربية عموماً واللبنانية خصوصاً.

وتبرز الهوة أكثر فأكثر، عند ملاحظة آليات تطبيق المبادئ العشرة للميثاق العالمي للأمم المتحدة الموزعة ضمن أربعة مجالات: حقوق الإنسان (مبدأ 1)، العمل (أربعة مبادئ)، البيئة (ثلاثة مبادئ)، مكافحة الفساد بما فيها الابتزاز والرشوة (مبدأ واحد).

ففي المؤتمر الثالث للمسؤولية الاجتماعية للشركات، الذي عقد في بيروت، تحت عنوان: «مسؤولية الأعمال البيئية والاجتماعية في ظل الأزمات»، لم يجد الخبير الأجنبي القادم من النروج، سوى رسم علامة استغراب، أثناء رده على سؤال يتعلق بالمبدأ الثالث في الميثاق العالمي، الذي ينص على أنه «يتعين على المؤسسات التجارية احترام حرية تكوين الجمعيات والاعتراف الفعلي بالحق في المساومة الجماعية». وبدا

البيئة بالقلب.



ليرتك إلك وليبتك.

لطالبنا حاولنا أن نحضن الإقتصاد لخلق بيئة مالية سليمة تساعد البلاد للنهوض والتقدم. اليوم، عتَمنا على جميع المصارف تسهيلات لقروض ميسرة لكل من يتقدم بمشاريع مفيدة للبيئة، منها تركيب القرميد، تلبيس الحجر، تنسيق الحدائق، الطاقة المتجددة، السياحة البيئية، وإعادة التدوير...

مصرف لبنان



والعديد من الخبراء في مجال المسؤولية الاجتماعية، وهؤلاء لم يسبق أن اجتمعوا في مؤتمر واحد من هذا النوع في العالم العربي. وقد تطرق المشاركون في جلسات المؤتمر في يومه الأول إلى المسؤولية البيئية للشركات: نحو اقتصاد متدني الكربون، الترويج لقطاع أعمال مسؤول، الاستثمار في منطقة عالية المخاطر، دور الدولة، المسؤولية الاجتماعية للشركات من منظور أكاديمي لكليات إدارة الأعمال، أهمية الشركات الاجتماعية كنموذج.

التجربة الفرنسية.. و«المقهى الأخضر»

وعقدت جلسة رئيسة تناولت الممارسات المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية للشركات بحسب التجربة الفرنسية، والعوامل الداعمة لتطور هذا المفهوم من الناحية القانونية،

للقطاع الخاص في الميثاق وبنوده العشرة للمسؤولية الاجتماعية.

المتحدثون وأعمال المؤتمر

ويتناول المؤتمر دور الشركات الإنساني والاجتماعي والبيئي، الانتاج النظيف، الأسواق، حقوق العمال، الشركات الاجتماعية، المسؤولية الاجتماعية في التعليم الجامعي، دور الدولة، مكافحة الفساد، والتقارير الاجتماعية السنوية.

ومن بين المتحدثين في المؤتمر سفير المسؤولية الاجتماعية في النروج آر يوستين نورهيم، سفير المسؤولية الاجتماعية في فرنسا ميشال دوسان، رئيسة قسم المناخ والبيئة في الميثاق العالمي للأمم المتحدة ليلا كراباسي، نائب رئيس المبادرة الاجتماعية للتقارير تيريزا فوغلبرغ، رئيس مركز مسؤولية الشركات في جامعة كرانفيلد البريطانية دايفيد غريسون،

وضع الحجر الأساس لمصنع التبغ في بكفيا



لتخفيض نسبة الهالك الى حدود 2 في المئة بدلاً من 20 في المئة، كما لا يمكن بدونه استمرار المؤسسة والعاملين فيها وتشغيل يد عاملة موسمية». وحضر الاحتفال النائبان غسان مخيبر وأغوب بقرادونيان ورئيس بلدية بكفيا المحيطة فيليب سبيلي، وعدد من المدراء ورؤساء البلديات والمختير في المتن الشمالي.

ادارة «الريجي»، ناصيف سقلاوي ألقى كلمة نوه فيها بالدعم الذي وفره الصفدي للريجي منذ توليه وزارة المال. وتحدث عن المشروع قائلاً: «إنه رسالة بوجود فسحة الأمل في قيامة المؤسسات، وان لا مؤسسات ستقف. معمل الفرز مشروع حيوي بدونها لا امكانية لتصدير تبوغ المزارعين بمواصفات عالمية، وبدونه لا امكانية

لغت وزير المال محمد الصفدي الى ان «ادارة حصر التبغ والتبناك اللبنانية تخطو خطوات أساسية لتعزيز موقع الإنتاج اللبناني في أسواق التبغ العالمية». ورأى ان «نجاح الريجي ساهم في دعم الاقتصاد الوطني، وبالتالي زيادة موارد المالية العامة. فبالإضافة إلى الدعم المباشر الذي تقدّمه الادارة للمزارعين عن طريق شراء محاصيلهم بأسعار مدعومة، فإن الأرباح التي تحققها من التصنيع والتجارة، وفرت للخزينة مداخيل هامة في العام 2011، بلغت 535 مليار ليرة لبنانية، موزعة بين رسوم جمركية ومرفئية وضريبة على القيمة المضافة؛ بينما بلغ التحويل المباشر للخزينة من أصل هذا المبلغ، مئة مليار ليرة لبنانية، وارتفعت قيمته مع نهاية العام 2012 إلى مئة وخمسين مليار ليرة عن العام 2012».

كلام الصفدي جاء خلال احتفال وضع الحجر الأساس لمصنع التبغ الجديد في بكفيا. وكان رئيس مجلس ادارة، مدير عام

صابونجيان يبحث العلاقات مع هنغاريا

استكمالاً للمباحثات التي تمت خلال زيارة رئيس الحكومة نجيب ميقاتي في بودابست والتي بحث خلالها تنفيذ مشاريع استثمارية مشتركة بين لبنان وهنغاريا، التقى وزير الصناعة فريج صابونجيان في مكتبه في الوزارة سفير هنغاريا في لبنان استيفان نادجي الذي قال بعد اللقاء: «نتابع مواضيع البحث التي أثيرت في بودابست خلال زيارة رئيس الحكومة نجيب ميقاتي الى بودابست وكان الوزير صابونجيان في الوفد الرسمي المرافق. ونطرح تطوير مشاريع الاستثمار المشتركة بين رجال الأعمال في كلا البلدين على مختلف الأصعدة ولا سيما في مجال الصناعة الفندقية والسياحية والغذائية. يوجد في هنغاريا نحو 25 مليون سائح في العام، ولكن هناك نقص كبير على صعيد الفنادق التي يديرها اللبنانيون، كما على صعيد المطبخ اللبناني والصناعات الغذائية بشكل عام. وعندما يحصل هذا التفاعل، يظهر لبنان جلياً على خريطة السياحة الهنغارية. كما تطرقنا الى زيارة رئيس حكومة هنغاريا الى لبنان في 28 الجاري.



النزاع بين المرفأ و«جمعية الصناعيين»



التقى وزير الصناعة فريج صابونجيان في مكتبه بالوزارة، رئيس مجلس ادارة مدير عام مرفأ بيروت حسن قريطم. وطرح عليه مبادرة لتسوية النزاع القائم بين ادارة المرفأ وجمعية الصناعيين اللبنانيين على خلفية واقع المبنى الذي خصص كمقر ومعرض دائم للجمعية في حرم المرفأ. ولقي الحل الذي قدمه الوزير صابونجيان لفضّ الدعاوى المقامة تجاوباً من قريطم على أن يتم استكمال التفاصيل والترتيبات في جلسات عمل لاحقة.

أسبوع صناعي في مدرسة «الليزيه» الحازمية صابونجيان : بتضامننا تبقى مصانعنا تعمل



نظمت مدرسة الليزيه في الحازمية اسبوعاً تضامنياً مع الصناعة اللبنانية، ضم سلسلة نشاطات في المدرسة وفي المنطقة شملت قيام الطلاب والتلاميذ بتوزيع الاعلام والمنشورات التي تشجع شراء المنتجات اللبنانية. وتوج هذا الاسبوع بيوم صناعي في المدرسة برعاية وزير الصناعة فريج صابونجيان وحضور رئيس المدرسة ايلي مسلم والهيئة الادارية والتعليمية.

وشمل النشاط حفلاً موسيقياً ومعرضاً لمنتجات المؤسسات الصناعية التي هناها صابونجيان على انتاجها «الذي يتمتع بالمواصفات والجودة العالية».

وقد نظمت جلسة حوارية ادارتها مسؤولة العلاقات العامة في المدرسة غرازيلا اقبال، استهلها صابونجيان بكلمة قال فيها: «النشاطات التي قمتم بها في الأيام الماضية دعماً للصناعة اللبنانية، تستحق منا جميعاً أن نقف ونصفق لكم بحرارة. أشعر بالفخر والاعتزاز بالتزامكم ووعيكم وشعوركم بالمسؤولية تجاه الصناعة اللبنانية. وأشعر بالأسف لافتقار هذا الشعور لدى كثير من الأشخاص الذين نشاهدكم على التلفزيون يتلون ورقات النعي للاقتصاد والصناعة والتجارة والسياحة. فهلا علمتموهم كيف يبني الاقتصاد في الأوطان؟ بادرت مدرستكم مشكورة إلى اطلاق الأسبوع الصناعي اللبناني. وكنتم أنتم الطلبة والتلاميذ خير منفذ لهذا البرنامج. وأعتقد أن ايمانكم بلبنان هو الذي حرك فيكم هذا الحماس والشجاعة. ولم تكتفوا بدروس نظرية حول الصناعة، بل نزلتم الى الشوارع والساحات، وتوزعتم بين الناس، في محالهم وعلى الطرقات، مقدمين لهم الاعلام والمنشورات والشعارات التي تدفعهم إلى شراء كل ما صنع في لبنان».

وقال: «تطوعتم في عمل نبيل، وأديتم دور البائع الشاطر للصناعة اللبنانية. ولذلك، تستحقون من أصحاب المؤسسات أكثر من تحية شكر وثناء. وان الدرر التقديري من الصناعيين

في الطريق إليكم، وهو عربون تقديري لكم لأنكم مدعاة فخر لأهلكم ومدرستكم وللوطن كله. أصعب تحد يواجهه الصناعي اليوم هو ايجاد مكان لبيع بضاعته، لأن المنافسة محتدمة في ظل أسواق مفتوحة على بعضها، والظروف الاقتصادية الضاغطة تؤثر على الجميع».

واضاف: «لذلك، نحن علينا أن نتضامن مع بعضنا لتقليل المخاطر، وتجاوز الأزمة، وتحريك العجلة الاقتصادية عبر شراء المنتجات اللبنانية أولاً، فتبقى معاملنا تعمل، ويحافظ عمالنا على وظائفهم، لا بل نسعى أيضاً إلى تأمين فرص عمل جديدة. بماذا يتميز لبنان واللبنانيون عن غيرهم من الشعوب؟ ولم نحن دائماً نقول بأننا بين الاوائل؟ (One of the best)؟ الجواب عندكم. حيويتكم، ابداعكم، نكاؤكم، انفتاحكم، مرونتكم، علمكم، ثقافتكم هي الجواب. القيمة المضافة لدى الانسان اللبناني تكمن في عقله وذمته. هذه هي الـ Added value اللبنانية. ولذلك نجحنا في لبنان وأيضاً في بلدان المنطقة والعالم العربي وافريقيا وبعض دول أوروبا وصولاً إلى اليابان وأميركا».

فاتح عاطول على كل صناعة لبنان والدخول مجاني...!

معرض الصناعات اللبنانية الألكتروني الدائم

www.industriallebaneseexhibition.com



أكبر حشد للمصانع اللبنانية،
حوالي 400 مؤسسة تقدم إنتاجها قطاعياً و"سلعياً"
وفقاً "للتصنيف الدولي H.S.CODE"



جناع عرض لكل مؤسسة



مدخل كل قطاع



المدخل الرئيسي للمعرض

www.industriallebaneseexhibition.com

كليمنصو - بيروت - لبنان - شارع الامير عمر - بناية تسبحجي

تلفون: 370318 - 9611370452 + فاكس: 961370602 +

بريد الكتروني: info@lebanon-industry.com www.lebanon-industry.com ص.ب. 1102-2070-13/5838

السفير الصيني يزور شركة أماكو ويلتقي فعاليات اقتصادية وإجتماعية

العامّة في المدينة. وأقام السيد علي العبدالله غداء تكريم على شرف سعادة السفير الصيني في إستراحة صيدا السياحية بحضور نخبة من رجال الأعمال والوجوه الإقتصادية والإجتماعية، وشارك في هذا التكريم كبار الشخصيات وفي مقدمهم النائب علي عسيران وعدة وجوه بارزة.

والدكتور عبد الرحمن البزري، وثم البحث والتداول لإنشاء مشاريع مستقبلية بين جمهورية الصين ومدينة صيدا لما فيه تطوير البنى التحتية والمدن الصناعية المتخصصة على غرار المدن الصناعية في الصين التي غزت العالم والإستفادة من هذه التجارب الناجحة وإضافتها إلى خبرات الصناعيين اللبنانيين والمرافق

بدعوة من رجل الأعمال علي محمود العبدالله رئيس مجموعة أماكو الصناعية زار سفير جمهورية الصين الشعبية شركة أماكو غروب في مدينة صيدا، وقد نظم السيد عبدالله لقاء مع رئيس غرفة التجارة والصناعة والزراعة في صيدا والجنوب السيد محمد صالح وأعضاء مجلس إدارة الغرفة، ولقاء مع الدكتور أسامة سعد



السفير الصيني والوفد المرافق وأفراد مجموعة أماكو



سعادة السفير الصيني وإلى جانبه السيد علي العبدالله والسيد



اسامة سعد



الاجتماع الثنائي بين رئيس وأعضاء الغرفة والسفير الصيني



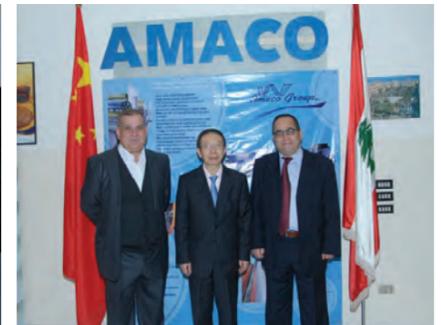
مدير عام شركة أماكو السيد علي العبدالله مقدماً درع المح



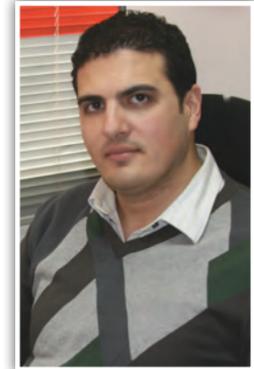
سعادة النائب علي عسيران مرحباً بالسفير الصيني ورئيس غرف



الدكتور عبد الرحمن البزري مستقبلاً السفير الصيني والوفد ا



سعادة سفير جمهورية الصين هوو زيان والسيد حسن رحيل في شرك



بقلم وسام سعد

فقاعة العولمة وموائد الثروة المضطربة

عجلت العولمة في تعديل ميزان القوى الاقتصادي في العالم، وتغيير واقع (ومفهوم) سيادة الدولة في المجالين الداخلي والخارجي. وهو ما يذكر بوحدة الاقتصاد السياسي الدولي، ونسبية مفهوم الاستقلال القومي في العالم المعاصر. ويشهد الاقتصاد العالمي مجموعة من التطورات والمنعطفات الحادة منذ سنوات. لا تزال انعكاساتها، والنتائج المترتبة عليها قائمة حتى الآن. وبعضها يزداد حدة وعمقا. وإذا كانت البداية، في تداعيات السوق العقارية الأميركية، إلا أن تواجها المالية توالى في الهزة التي تعرض لها العديد من المصارف الاستثمارية، وأسواق المال العالمية، والانخفاض الحاد في قيمة الدولار. ترتب على كل ذلك حدوث خلخلة في توازن القوى الاقتصادية على الصعيد العالمي، وإعادة ترتيب المقاعد حول مائدة الثروة. ومقابل ارتفاع أسعار النفط الخام والذهب، وتراكم الفوائض المالية التجارية والبتروولية عند البعض، تظهر أرقام متزايدة للعجز المالي والتجاري لدى آخرين. ولا بد أن نشير إلى الأثر السلبي للعولمة في سرعة انتقال هذه الأزمة المالية من دولة إلى أخرى، متجاوزة في ذلك حدود التأثير الفاعل لمجموعة الدول السبع الكبرى، حيث انحصر نفوذ رؤساء مصارفها المركزية في إدارة حركة التدفقات المالية وتقلبات أسعار الصرف العالمية. التصريحات والإجراءات التي اتخذت لمواجهة المشكلة في أحد القطاعات، أدت إلى تعقيد المشكلة على الصعيد القومي، وتصديرها إلى الصعيد العالمي. وأبرز الأمثلة في هذا الصدد، الإجراءات المتخذة من جانب بنك الاحتياطي الفيدرالي الأمريكي للخروج من وطأة الأزمة العقارية وتواجها المصرفية. أدى توالي الإجراءات وحقق الاقتصاد بما يقترب من 430 مليار دولار، بالإضافة إلى صفقة الإنعاش المعلنة من جانب الكونغرس، إلى رد فعل إيجابي محدد، سرعان ما تبخر وبدأت دورة أزمة الثقة في البورصة والعملية الأميركية من جديد.

عنوان فرعي

في إطار «العولمة» والتغيرات التي طرأت على الأوزان النسبية

للغوى الاقتصادية في العالم» يكون تناولنا للتطورات الأخيرة، وفي القلب منها «الأزمة المالية» التي بدأت في الولايات المتحدة، وانتقلت منها إلى العديد من الدول الأخرى. ما زاد نقاط التماس والحساسية الاقتصادية الناجمة عن اختلاف الأوزان النسبية في الاقتصاد العالمي. كانت «الفقاعة العقارية» الأميركية هي نقطة البداية للأزمة، وقد جاءت تطوراتها على النسق نفسه الذي شهدته اليابان خلال عقد التسعينيات، الذي اصطلح على تسميته «بالعقد المفقود». بدأت الأزمة العقارية، وهي السابعة منذ عام 1960، نتيجة التوسع في الإقراض العقاري، بواسطة قروض مصرفية، يتم تمويلها عبر سندات مضمونة بهذه العقارات. ويتم التأمين على هذه السندات، وبالتالي القروض، من جانب شركات تأمين عملاقة ذات جدارة ائتمانية مرتفعة لا تقل عن AAA. شملت الأزمة مليوني رهن عقارى تبلغ قيمتها 350 مليار دولار، بأسعار فائدة مرتفعة حتى 2010. وقد تجلت الأزمة العقارية الأميركية في عدة مظاهر، أبرزها: تجاوز قيمة القروض الممنوحة لقيمة الملكيات أو العقارات المرهونة، نتيجة انخفاض أسعارها. وتزايد حالات العجز عن السداد، وبالتالي نزح الملكيات. وهكذا، ارتبط أطراف الأزمة في ما بينهم في حلقة «مفرغة».

لقد أدت أزمة القروض إلى زيادة الديون الهائلة لدى المصارف الأميركية، نتيجة التوسع في الإقراض أو الاستثمار في السندات الممولة لهذا الإقراض، وبالتالي زادت الديون الهائلة لدى شركات التأمين الضامنة لها، ما انعكس على «قيمة الدولار» في الأسواق العالمية، وكذلك، على أسعار الأسهم، وخاصة أسهم المصارف والشركات المتورطة في الأزمة العقارية. ويكفي أن نشير إلى أن شركات التأمين ضامنة لسندات تبلغ قيمتها 12.4 ألف مليار دولار، وأن أحد المصارف الرئيسية المتأثرة بهذه الأزمة، وهي مجموعة سيتي غروب، قد شطبت 18 مليارا من الدولارات، وعانت من خسائر مالية بلغت 9.83 مليارات دولار في الربع الأخير من عام 2007، كما تتوقع خسائر إضافية في الربع الأول من العام الحالي (2008) تبلغ

12 مليار دولار.

لقد انخفضت أسهم هذه المجموعة إلى أدنى مستوى لها، على مدى عقد كامل، في آذار/مارس 2008.

ولكي نتضح، لنا، الصورة الكاملة للآثار المتركمة على الأزمة العقارية. يكفي أن نشير إلى أن ثروات العائلات الأميركية انخفضت 347 مليار دولار خلال الربع الأخير من العام الماضي، نتيجة انخفاض أسعار العقارات والأسهم والأوراق المالية. وقد أفضى ذلك إلى انخفاض إنفاق هذه العائلات، خاصة بعد اتباع المصارف لسياسة ائتمانية متشددة، تقلل من فرص الاقتراض، وانتهاج الشركات سياسة تقشفية في مجال الاستثمار، واللجوء إلى خفض أعداد متزايدة من العمالة.

وإذا علمنا أن إنفاق الأسر الأميركية يشكل نسبة 71 في المئة من إجمالي الناتج المحلي، فستتضح لنا أبعاد الحلقة المفرغة المترتبة على الأزمة العقارية الأميركية. فقد دفعت هذه الأزمة بأرقام البطالة في شهر شباط/فبراير 2008 إلى أعلى مستوياتها في غضون خمسة أعوام، حينما جرى الاستغناء عن 63 ألف وظيفة.

وبالانتقال إلى السياسات المتخذة لمواجهة الأزمة وآثارها المتركمة، سوف نجد أن محافظ المصرف الفيدرالي «بن برنانك» لجأ إلى سياسة الخفض المتتالي لأسعار الفائدة، ما عمق من ضعف قيمة الدولار في الأسواق العالمية، وتحديدًا في مواجهة اليورو والين.

تبع ذلك إعلان الرئيس بوش عن صفقة الإنعاش التي دعمها الكونغرس الأميركي. ثم الحقن المتتالي لكميات ضخمة من الأموال، من جانب الفيدرالي الأميركي إلى المصارف [المتعثرة] بأسعار فائدة منخفضة. فقد ضخ الفيدرالي الأميركي خلال شهر آذار/مارس 2008، مائتي مليار دولار في السابع منه، ثم 230 مليار دولار في الحادي عشر من الشهر نفسه، ضمن جهود أميركية وأوروبية مشتركة.

وتعتبر تلك الإجراءات عن تزايد القلق من انخفاض قيمة الدولار، واتجاه الاقتصاد الأميركي إلى الركود. حيث لم تفلح صفقة الرئيس بوش، ولا الاتفاقيات الأميركية - الأوروبية التي أعلنت في ديسمبر 2007، في مجال مبادلة الدولار باليورو، في الخروج من «عنق زجاجة» الأزمة العقارية.

عنوان فرعي

بالانتقال من «الجزء» إلى «الكل» سوف نجد أن الإجراءات المتخذة على الصعيد الأميركي، لم تنقذ الاقتصاد بالصورة المتوقعة، ولكنها أدت إلى تداعيات سلبية على الصعيد العالمي. ومن وجهة النظر الأميركية - الأوروبية، فقد ارتفعت مخاطر فقدان القيادة والسيادة في الاقتصاد العالمي. إذ من المعلوم، أن هدف التخفيض المتتالي لأسعار الفائدة الأميركية، كان تقليل عبء المديونية العقارية المتركمة. إلا أن الإجراء نفسه أدى إلى تدهور قيمة الدولار، وتراجع الاستثمارات الأميركية والعالمية، نحو النفط الخام والذهب كمخزن للقيم وقت الأزمات المالية. وهذا التدافع عززته، تقلبات حادة شهدتها

البورصة الأميركية والعالمية نتيجة خسائر المصارف الأميركية والأوروبية.

أصبحت هذه التطورات مراكز ضغط إضافية على «الاقتصاد الأميركي»، وجعلت الإجراءات الانعاشية والتدعيمية تفقد مفعولها، بعد فترة محدودة ويتلاشى تأثيرها. إن السبب الموضوعي لعمق الأزمة العقارية الأميركية وطبيعتها المفرغة، يكمن على الصعيد العالمي، في العجز الأميركي المتراكم، سواء في الميزان التجاري أو ميزان حساب المعاملات الجارية، بينما تزخر كثير من الدول الآسيوية، وعلى رأسها الصين بالإضافة إلى الدول العربية الخليجية، بتراكم في الفوائض المالية التجارية والبترو دولارية.

وتبحث هذه الفوائض عن أفضل فرص استثمارية خارج نطاق اقتصاداتها القومية أو الوطنية، سواء كان في شكل مزيد من «الدولارات» أو الاستثمارات في الأوراق المالية الأميركية كسندات الخزنة، أو العقارات. ولكن قرارات خفض سعر الفائدة، وانكماش سعر صرف الدولار، تؤدي إلى انكماش القيمة الحقيقية لتلك الاستثمارات.

يدفع هذا الانكماش بالكثير من حائزي تلك الفوائض إلى إعادة النظر في ترتيب أولوياتها الاستثمارية، والتخلص من الاستثمارات المشكوك في جدواها، لمصلحة المضاربات السلعية على البترول والذهب والسلع الأولية بصفة عامة. وقد كانت وجهة النظر الأميركية تنصرف إلى أن سياستها النقدية مخاطرة محسوبة، لن تصير «ركودا عالميا» نظرا إلى قوة الاقتصادات الآسيوية وارتفاع معدلات نموها.

إلا أن النظرة نفسها، أغفلت ما سوف يترتب على هذه السياسة من تعميق حدة بطء النمو الاقتصادي الأميركي، واندفاعه إلى الركود في ظل مجموعة من المؤشرات السلبية التي تسيطر عليه. بما يضعف القوة النسبية لهذا الاقتصاد على الصعيد العالمي. وقد تجلت بصورة واضحة الحساسيات السياسية التي نجمت عن الفوائض المالية المتركمة، والعجز المالي الأميركي، في الجدل الدائر حول صناديق الثروات السيادية، لدى روسيا والنرويج والصين ودول الخليج.

قدمت صناديق الثروة المملوكة للصين ودول الخليج دعما للمصارف الأميركية المتعثرة، مثال مورغان ستانلي، وسيتي غروب، وميريل لانث، مع اندلاع الأزمة العقارية والخسائر المالية التي منيت بها هذه المصارف. لكن الدوائر الأميركية والأوروبية نظرت بعين الانتقاد، إن لم يكن بالعدائية، إلى هذه الصناديق السيادية وقراراتها الاستثمارية في مجال تقديم القروض والاستحواذ على جزء من حصص الشركات العالمية المتعثرة.

وتتناسى هذه الدوائر أنه لولا الأزمة العقارية التي تفجرت على الأراضي الأميركية، وما أدت إليه من إجراءات مواجهة متأخرة، وغير متواصلة، ولولا العولمة التي رفعت راياتها واشنطن، والسياسات النقدية المترددة التي أنتجت، لما كان يحدث هذا الانكماش النسبي في الدولار والعملية الأميركية، لمصلحة الدول الصناعية الجديدة ذات الفوائض التجارية، متضامنة في ذلك مع الفوائض البترو دولارية.



الوزير فادي عبود

اعلان تأسيس المجلس اللبناني للترويج

- بناءً على المرسوم رقم 9169، الصادر عن رئيس الجمهورية العماد ميشال سليمان، أعلن وزير السياحة فادي عبود خلال مؤتمر صحفي عن تأسيس «المجلس اللبناني للترويج»، الذي ضمّ السادة:
- الرئيس: وزير السياحة فادي عبود
 - الأعضاء: - رئيس الهيئات الاقتصادية الوزير السابق عدنان القصار
 - رئيس جمعية المصارف الدكتور جوزف طربيه
 - النائب الأول لحاكم مصرف لبنان رائد شرف الدين
 - رئيس مجلس ادارة شركة طيران الشرق الاوسط الخطوط «الميدل ايست»: محمد الحوت

.. ويعرض التراخيص للمؤسسات السياحية

عرض وزير السياحة فادي عبود، مع فريق الخبراء من وزارة التنمية الادارية والمؤسسة المالية الدولية «اي اف سي» ومؤسسة «أكسبر فيجن»، مراحل إعادة هندسة اجراءات العمل لمنظومات تراخيص الفنادق والمطاعم، بحضور محافظ مدينة بيروت ناصيف قالوش ومديرة مصلحة المؤسسات المصنفة في بلدية بيروت جاهدة عيتاني. وتم خلال الاجتماع مناقشة الاجراءات الواجب اتخاذها على المدى القصير والمتوسط والطويل في المؤسسات السياحية من اجل الحصول على التراخيص. واستندت هذه التوجيهات الى القوانين السارية المفعول من جهة والتوجهات الحديثة في العالم التي تطبق لجهة تبسيط المعاملات وتشجيع الاستثمارات.

دعم فرنسي للصادرات الزراعية

وجّه السفير الفرنسي باتريس باولي باسم الحكومة الفرنسية، دعوة إلى وزير الزراعة حسين الحاج حسن، لزيارة العاصمة الفرنسية وحضور المعرض الزراعي الدولي الخمسين الذي يعقد من 23 شباط إلى 3 آذار المقبل في باريس. وعرض باولي مع الحاج حسن بحضور المدير العام للزراعة المهندس لويس لحود، سبل تطوير العلاقات بين البلدين ولا سيما في المجال الزراعي.

وتطرق البحث بين الجانبين إلى برنامج الزيارة والاجتماعات التي ستعقد على هامش المعرض بين وزير الزراعة اللبناني ونظيره الفرنسي والمسؤولين الفرنسيين، بالإضافة إلى اللقاءات التي ستجمع القطاعين الخاص اللبناني والفرنسي لتطوير تبادل المنتجات الزراعية وزيادة الصادرات الزراعية اللبنانية إلى الأسواق الفرنسية.



الوزير حسين الحاج حسن



تقديرًا لنجاحاته وتعزيز العلاقات زاسبكين قلد القصار وسام الصداقة

قلد سفير روسيا الاتحادية في لبنان ألكسندر زاسبكين رئيس الهيئات الاقتصادية ورئيس الاتحاد العام لغرف التجارة والصناعة والزراعة للبلاد العربية عدنان القصار وسام الصداقة من حكومة روسيا الاتحادية، تقديرًا لجهوده وما حققه من نجاحات في تعزيز العلاقات الاقتصادية العربية - الروسية عبر مسيرة 40 عاماً من التعاون المثمر والبناء.

وبهذه المناسبة، أقام السفير زاسبكين في مقر السفارة في بيروت حفل استقبال على شرف القصار، في حضور وفد روسي رسمي قديم خصيصاً للمناسبة، ومشاركة العديد من الشخصيات، في مقدمهم نائب رئيس مجلس الوزراء سمير مقبل، السيدة منى الهراوي، وزير الاعلام وليد الداعوق، والنائب تمام سلام. كذلك شاركت قيادات من القطاع الخاص اللبناني ومن مجلس الأعمال اللبناني - الروسي وفي مقدمتهم رئيس الجانب اللبناني فيه جاك صراف. وألقى السفير زاسبكين كلمة في المناسبة نوه فيها بالزيارة الأخيرة لرئيس الجمهورية اللبنانية إلى موسكو. وأشاد بالجهود التي بذلها القصار لدعم العلاقات الروسية مع لبنان والعالم العربي ولدعم مكانتها في الاقتصاد العالمي، منذ أن تولّى منصب رئاسة غرفة تجارة بيروت وجبل لبنان عام 1972، مشيراً إلى دوره في قيادة الوفود الاقتصادية اللبنانية والعربية إلى موسكو لتأسيس الغرفة التجارية العربية - السوفياتية التي أقيمت عام 1975، ومن ثم دوره في إقامة مجلس الأعمال العربي - الروسي عام 2003 الذي لا يزال يلعب دوراً أساسياً في تعزيز الروابط والعلاقات الاقتصادية. كما أشاد بالدور المميز الذي قام به حين كان رئيساً لغرفة التجارة الدولية لدعم التوجهات الرسمية والخاصة لتعزيز دور روسيا في الاقتصاد العالمي ونجاحه في إدخالها إلى عضوية هذه المؤسسة الدولية الهامة. كما القى القصار كلمة شكر، أعرب فيها عن اعتزازه بتقلد الوسام ومعانيه الإنسانية العميقة، مؤكداً التزامه الدائم بتنمية العلاقات الاقتصادية والإنسانية في شتى مجالات التنمية والتطوير بين روسيا الاتحادية ولبنان والعالم العربي بأسره، مشيراً إلى أن «علاقاتي مع روسيا كانت دائماً في طليعة اهتماماتي عبر مسيرة عملي الطويلة والمناصب المختلفة التي شغلتها، وستبقى كذلك لأنني أؤمن بأنها جزء لا يتجزأ من تاريخنا المشترك الذي نعتز به ونجمله كثيراً». وتم خلال حفل الاستقبال توزيع كؤاس يعرض أبرز المحطات لمسيرة 40 عاماً من الصداقة والعلاقات التي نسجها القصار مع روسيا.

«جائزة الديناميكية» لجناح لبنان

حاز الجناح اللبناني في معرض «Emitt» للسياحة والسفر في حوض البحر المتوسط في اسطنبول، «جائزة الجناح الأكثر ديناميكية» في المعرض.

ولاقى الجناح إقبالا كثيفاً، كما أنجز العديد من وكلاء السياحة والسفر والفنادق المشاركين في المعرض الذي استمر من 24 إلى 27 كانون الثاني، اتفاقيات وعقوداً لموسم العطل السياحية في لبنان مع جهات تركية ودولية. وعلى الصعيد الرسمي، عقد وفد وزارة السياحة برئاسة مديرة الإنماء السياحي منى فارس ومملكة جمال لبنان رينا شيباني، لقاءات إعلامية، خصوصاً مع التلفزيون التركي وتلفزيونات غربية عدة، ما ساهم في الإضاءة أكثر على كامل نقاط الجذب السياحي في لبنان.



عبود يُشارك في معرض FITUR السياحي الإسباني:

الأمن أساسي للسياحة وبيروت مدينة آمنة



بيروت مدينة آمنة بقدر مدينة مدريد مشجعا الجميع على زيارة لبنان، واستعرض عبود لانواع السياحات في لبنان والمقومات العديدة ولحملة الـ 50 يوم بـ 50 بالمئة، واجاب عن اسئلة الصحافيين الحاضرين حيث استفسروا عن تاثير السياحة فاجاب عبود بان التراجع عن العام الماضي هو 17% وبالتالي لا ننكر بان هناك مشكلة ولكن الوضع ليس كارثياً كما يتم تصويره، وهذا امر طبيعي في ظل الظروف التي تشهدها المنطقة وخاصة مع خسارة حوالي 300 الف سائح كانوا يأتون الى لبنان براء، وأشار الى ان الحكومة تسعى عبر كافة الوسائل لايجاد خطط بديلة، وعن الاوضاع الامنية وقطع الطرقات وعمليات الخطف اجاب الوزير ان ظاهرة قطع الطرق تمت معالجتها بحكمة من قبل الجيش اللبناني، اما الحوادث الامنية فهي تضاهي اي حوادث ممكن ان تحصل في اي بلد في العالم، مشددا ان لا وجود لاي استهداف للسياح في لبنان. وتحدث عبود عن لبنان الرسالة والتنوع، وعن تميز القطاع الخاص وتطوير الخدمات السياحية والضيافة من فنادق ومطاعم، كما اشار الى متانة القطاع المصرفي والسرية المصرفية واهمية هذا القطاع.

وزيادة عدد الفنادق ومؤكدا ان المشاركة في هذا الظرف بالذات هامة جدا لايجاد اسواق جديدة لاستقطاب السياح، كما لتغيير الانطباع حول الوضع في لبنان خاصة في هذه المرحلة الحرجة في الشرق الاوسط. والتقى عبود الجالية اللبنانية وتواصل معهم واعلمهم بفتح خط طيران مباشر بين برشلونة وبيروت ابتداء من آذار المقبل، وافتتح عبود المطعم اللبناني الاول في مدريد «شكراً» بحضور الجالية وفعاليات.

وقد عقد عبود مؤتمرا صحافيا في مقر البيت العربي في مدريد حيث تناول فيه الوضع السياحي في لبنان والوضع العام للتطورات في منطقة الشرق الاوسط وانعكاساتها على السياحة في لبنان واعتبر عبود ان الحكومة تعتمد سياسة الحياد في الموضوع السوري وهي سياسة حكيمة تبعد لبنان عن التداعيات الامنية والسياسية، واعتبر ان الامن هو اساسي للسياحة مؤكدا ان

شارك وزير السياحة فادي عبود في فعاليات معرض Fitur في اسبانيا والذي يعتبر من المعارض السياحية الهامة على المستوى العالمي حيث بمشاركة 167 دولة ويضم حوالي العشرة آلاف عارض، وكان عبود قد شارك في الافتتاح الرسمي للمعرض وحضر حفل الاستقبال الذي ضم أكثر من 80 وزير سياحة من حول العالم حيث التقى عبود وزير السياحة والصناعة والاقتصاد الاسباني خوسي سوريا، وعقد لقاءات جانبية مع وزيرة السياحة الليبية الدكتورة اكرام باشرايمام ووزير السياحة الارجنطيني كارلوس مايير، ووزيرة السياحة الفلسطينية رولا معاينة، كما لقاءات مع امين عام منظمة السياحة العالمية الدكتور طالب الرفاعي، ووزير السياحة البرازيلي الاسبق مارسيو فافيا.

وقد غص الجناح اللبناني بعدد كبير من الزوار والمختصين في عالم السياحة حيث تواصل معهم الوزير واطمأن على واقع السياحة في لبنان والاضاع في لبنان على الارض، وشرح الوزير حملة الـ 50 يوم التي تتضمن عروضات خاصة ورمز سياحية داعيا وكالات السياحة والسفر الاجنبية الى الافادة من هذه العروض. وقد اجري الوزير عبود عدة لقاءات صحفية و اعلامية مع وسائل اعلامية اجنبية وعالمية ومنها الاخبارية السعودية ووكالة الانباء الكويتية حيث تحدث الوزير عن العلاقات الاحوية التي تربط لبنان بدول الخليج مشددا على اهمية الحفاظ على هذه العلاقة المميزة.

كما عقدت عدة لقاءات مع الصحافة المتخصصة في السياحة والسفر حيث ركز عبود على اهمية المشاركة الفعالة في المعارض العالمية وعلى المشاريع السياحية المستقبلية في لبنان لا سيما لجهة زيادة القدرة الاستيعابية بالنسبة للسياح الوافدين الى الأراضي اللبنانية



شقير في جزيين ويفتتح مركزاً تجارياً في لبعاء:

الوضع الاقتصادي ليس على ما يرام

السوق القديم للمدينة مطلعاً على الاعمال الحرفية الجزيئية، وكان غداء في مطعم الشالوف في المدينة حضره، الى شقير والوفد المرافق، رئيس المركز الكاثوليكي للاعلام الاب عبود ابو كسم، صالح، أنطوان رزق، الهيئة الادارية للجنة تجار جزيين ورؤساء بلديات ومخاتير ورجال أعمال ومدراء مصارف وتجار وحرفيون.

وألقى رئيس جمعية تجار جزيين كلمة شدد فيها على ضرورة التعاون لما فيه خير المنطقة وتثبيت الناس في مناطقهم.

ثم تحدث شقير، فقال: «لكم يعرف ان الوضع الاقتصادي في لبنان ليس على ما يرام. لن أدخل بتفاصيل الاسباب التي أدت الى وقف عجلة النمو وضرب الموسم السياحي وتلويث المناخ الاستثماري في البلاد، ولكن أؤكد لكم أن الوضع الاقليمي ليس هو السبب الوحيد وراء ذلك. ان الوضع الحالي للاقتصاد يحتم علينا ان نراجع كل السياسات المتبعة بعيدا عن التسييس والمزايدات. حين تقصر الدولة، ولقد اعتدنا على ذلك، فالعبء ينتقل الى القطاع الخاص الذي تحول الى صمام أمان الاقتصاد الوطني».

أما رزق فعد مجموعة من المشاريع التي سيتم تنفيذها في منطقة جزيين، والتي سيعلن عنها في وقت قريب، مؤكدا ان من شأن ذلك المساهمة في تنمية المنطقة وتقوية صمود الأهالي في جزيين. ومن ثم قدم رزق هدية تذكارية لشقير وهي عبارة عن سيف من صناعة جزيين التقليدية. وقدم شقير بدوره كتاب غرفة بيروت الى رؤساء اللجان التجارية والصناعية في المنطقة.

جال رئيس» اتحاد غرف التجارة والصناعة والزراعة في لبنان«رئيس» غرفة بيروت وجبل لبنان«محمد شقير في منطقة جزيين، بدعوة من رجل الأعمال ايلي رزق، رافقه وفد اقتصادي ضم: نائب رئيس غرفة بيروت وجبل لبنان محمد لمع ونبيل فهد وعددا من أعضاء مجلس الادارة والمدير العام ورجال اعمال.

افتتح شقير في لبعاء مركزاً تجارياً لرجل الاعمال فادي رومانوس، بحضور رئيس اتحاد بلديات منطقة جزيين خليل حرفوش، رئيس «غرفة الصناعة والتجارة في الجنوب» محمد صالح، رئيس لجنة «تجار جزيين» أنطوان رزق، مدير في المجلس التنفيذي لـ«البنك اللبناني - الفرنسي» ايلي عون، كاهن رعية لبعاء أنطوان خضرا ورؤساء بلديات ومخاتير من المنطقة، وحشد من المواطنين.

وأقيم لهذه الغاية حفل، أبدى خلاله رومانوس امله في «التعاون والمساعدة في تنفيذ مشاريع وإنشاء مؤسسات للمساهمة في إنماء المنطقة».

وفيما أعلن عون عن افتتاح الفرع الـ 51 للبنك اللبناني الفرنسي في المركز التجاري - لبعاء، مؤكدا ان من شأن هذه الخطوة توفير التمويل اللازم لإنشاء مؤسسات الاعمال بما يساعد في خلق فرص العمل. ألقى شقير كلمة أشار فيها الى انه «اذا كان الحديث عن ان منطقة جزيين محرومة، فإننا نقول انه مع هذه الحكومة لبنان كله محروم من السياحة والاستثمار».

وبعد محطتين في روم وعازور، تم خلالهما الاطلاع على عدد من المؤسسات الناجحة، أكمل الوفد طريقه الى جزيين، فجال في

ترشيح «ايدال» لمديرة الشرق الأوسط

أعلنت المؤسسة العامة لتشجيع الاستثمارات في لبنان «ايدال» عن ترشيحها من قبل رئيس مجلس الوزراء نجيب ميقاتي لتولي منصب مدير منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا من ضمن الشبكة العالمية لهيئات تشجيع الاستثمارات WAIPA للفترة الممتدة بين عامي 2013 و2015. ويأتي هذا الترشيح ليسبق جلسة الانتخاب التي تجريها الجمعية العمومية للشبكة في 11 شباط الحالي في جنيف - سويسرا.

وقد اعتبر رئيس مجلس إدارة «ايدال» المهندس نبيل عيتاني أن هذه المبادرة تؤكد موقع لبنان على خارطة الاستثمارية وتثبت قوته ومناعته، رغم الظروف الصعبة التي تعصف بالمنطقة ككل. وشدد على وجوب تفعيل التعاون بين الهيئات الإقليمية ما يزيد من الجاذبية الاستثمارية للمنطقة. ودعا عيتاني الدول الإقليمية إلى مساندة لبنان في هذا الاستحقاق.





عيتاني:

انتاجنا وصل الأميركيتين وأستراليا

التي استقطبت 330 ألف طن، أي 73 في المئة من مجمل الصادرات. كذلك، استقطبت المنطقة أ (سوريا والأردن) نحو 120 ألف طن أي 26 في المئة.

منتجات تدخل البرنامج للمرة الأولى

وشمل البرنامج، وفق عيتاني، «تصدير منتجات جديدة تدخل للمرة الأولى من ضمن برامج تنمية الصادرات على غرار زيت الزيتون والعسل والشقول. وقد شهد زيت الزيتون تصدير كميات مشجعة وصلت إلى 1132 طناً، نسبة 22 في المئة منها ذهبت إلى المنطقة د (أميركا الشمالية والجنوبية وأستراليا) وهي أسواق جديدة بالنسبة إلى المنتجات اللبنانية».

وإذ يلحظ أنه من خلال البرنامج سيصار إلى دعم المشاركة في معارض دولية متخصصة في لبنان والخارج بعدما تعثر هذا الدعم في العام الماضي، يعلن أن «البرنامج الجديد سيشهد المزيد من التطوير خلال العام 2013 بالتعاون والتنسيق مع وزارة الزراعة، سواء لناحية استمرار العمل لتحسين نوعية التوضيب والتخزين والتبريد والنقل، والعمل بالسلم المتحرك للحوافز، ورفع المعايير



الحاج حسن:

زيادة في تصدير الأصناف الزراعية

المزارعين، وعددهم 10، على شهادات الجودة للإنتاج «Global Gap».

تصدير 454 ألف طن عبر «أغري بلاس»

وبعدما «كثرت الحديث عن تراجع الصادرات الزراعية، وتعثرت عمليات النقل نتيجة الظروف والأحداث الإقليمية غير المشجعة»، يؤكد عيتاني أنه «بعد سنة ونيف على بدء عمل البرنامج، جاءت النتائج إيجابية، إذ حققت الصادرات عبره (هناك صادرات زراعية لا تمر عبر برنامج أغري بلاس) خلال العام 2012 زيادة قدرها 14 في المئة مسجلة 454 ألف طن مقارنة مع 400 ألف طن للعام 2011. وحلّت صادرات الحمضيات في المرتبة الأولى إذ صُدّر 102 ألف طن (22 في المئة من مجموع الصادرات الزراعية). كما صُدّرت كمية مماثلة من البطاطا. أما الفاكهة فسجلت 38 ألف طن أي ما نسبته 9 في المئة من الصادرات».

وعن وجهة هذه الصادرات، يشير إلى أنها «صُدّرت بشكل خاص إلى المنطقة بـ (مصر، ليبيا، السودان، تركيا، السعودية، الإمارات، اليمن، عُمان، الكويت، قطر، البحرين، العراق وإيران)

وهذا الوضع نعمل على معالجته عبر اتحاد التعاونيات، وإعطاء منتج الزيت قسيمة بالنوعية والاسم، لتسويقه بين الجاليات اللبنانية في دول الاغتراب. أما بالنسبة إلى تراجع تصدير البطاطا والبصل والثوم وبعض الخضار الأخرى، فيوضح «أنه بعد إخضاع هذه الأصناف إلى إذن استيراد مسبق وتقييد الواردات وفق سقف محدد، زاد الاستهلاك المحلي، وبقيت محافظة على سعرها، لاسيما سعر كيلو البطاطا».

وعقد، مؤتمر صحافي مشترك لوزير الزراعة ورئيس مجلس «ايدال» نبيل عيتاني، للإعلان عن نتائج «برنامج تنمية الصادرات الزراعية» (أغري بلاس) بعد سنة على إطلاقه، وبدء العمل به، وذلك بحضور أعضاء مجلس إدارة «ايدال»، وممثلين عن اتحاد غرف التجارة والصناعة في لبنان، وشركات المراقبة ومزارعين ومصدرين.

سلم متحرك للحوافز المالية

يرى عيتاني أن «المنافسة بالسعر لم تعد اليوم ممكنة، لذا يجب التركيز على النوعية العالية المنتجة، وعلى جودة التوضيب». ويوضح أن البرنامج الجديد بُني على مقومات وركائز مختلفة، حيث اعتمد سلم متحرك للحوافز المالية يتغير وفق احتياجات السوق المحلية لبعض المنتجات ومستلزمات تصريف الفائض من الإنتاج.

ومن ركائز البرنامج، تشجيع مراكز التوضيب وحقول الإنتاج على الحصول على شهادات الجودة العالمية. وقد وضعت معايير لهذه المراكز، وقُبلت انتسابها إلى البرنامج على أساس الالتزام بهذه المعايير. علماً أن عددها حتى اليوم 80 مركزاً.

وإذ يأمل عيتاني «أن يتم تطوير هذه المراكز لتتمتع بجميع المواصفات الواردة في شهادات الجودة العالمية على غرار الهاسب والأيزو»، يلفت النظر إلى أن «النتائج أتت إيجابية جداً في هذا السياق، حيث حازت 5 مراكز على هذه الشهادات العالمية مع مباشرة عدد منها بإجراءات الحصول على هذه الشهادات، فضلاً عن حصول بعض



صادرات برنامج «أغري بلاس» تنمو 14 % في 2012

الطاقة. وبرغم ذلك، المشكلة تكمن في زيادة تصدير حوالي 40 ألف طن، وهذا الوضع نسعى لمعالجته عبر زيادة الردييات وتحسين النوعية، والتوسع في فتح أسواق جديدة مثل روسيا (استوردت حوالي 18 طناً السنة الماضية)، وأنغولا وكازاخستان وفرنسا وأستراليا وغيرها من الأسواق، لاسيما تلك التي تحتضن جاليات لبنانية، فضلاً عن العمل مع الأسواق التقليدية، مثل السعودية (استوردت 35 ألفاً و267 طناً في العام 2012) والكويت (29 ألفاً و607 طناً) والإمارات العربية (10 آلاف و889 طناً) وقطر وغيرها. والأمر نفسه يمكن تطبيقه على زيت الزيتون، إذ المشكلة تكمن في تفتت الملكية والتجميع وكلفة الإنتاج،

بلغ 11 في المئة)، والبطاطا 20,57 في المئة (ايدال: التراجع 8 في المئة) والثوم 57,53 في المئة والبصل 25,76 في المئة.

المنافسة وسعر الأرض

ويُفيد بأن مشكلة الحمضيات، وعلى الرغم من أن صادراتها بلغت حوالي 106 آلاف و178 طناً في العام 2012 (مقابل 127 ألف طن و604 أطنان في 2011)، تتلخص بتراجع الاستيراد السوري بسبب الأزمة، وتعرض الحمضيات لمنافسة شديدة من أسواق أخرى، كما لم نصل إلى النوعية التي تمكّنتنا من التصدير إلى أوروبا. يضاف إلى ذلك أن كلفة إنتاج الحمضيات مرتفعة جداً، منها نتيجة سعر دونم الأرض في المنطقة الساحلية، وكلفة

لم تمنع الاضطرابات الأمنية والسياسة التي تشهدها المنطقة، خصوصاً تلك التي تستورد الانتاج الزراعي اللبناني، من أن يشهد العام 2012، زيادة حوالي 14 في نمو الصادرات الزراعية مقارنة مع العام 2011.

ويوضح وزير الزراعة حسين الحاج حسن أن أرقام الصادرات بعدما جمعت مع احصاءات الوزارة وإدارة الجمارك والمؤسسة العامة لتشجيع الاستثمارات في لبنان (ايدال) (حيث هناك منتجات تُصدّر من خارج برنامج تنمية الصادرات الزراعية «أغري بلاس»)، تظهر أن هناك زيادة في تصدير معظم الأصناف الزراعية باستثناء الحمضيات التي تراجعت 16,79 في المئة في العام 2012 مقارنة مع 2011 (وفق احصاءات ايدال السنوية التراجع

من 9 إلى 12 نيسان في الـ BIEL

ملتقى Horeca السنوي في عامه العشرين

كتاب في التغذية تحت عنوان «Taste Lebanon» وهو برنامج يهدف الى النهوض بالصناعات الغذائية في البلد.

وأضافت سلامة بان نقابة الصناعات الغذائية اللبنانية ستقيم منتداهما السنوي نهار الخميس 11 نيسان تحت عنوان «عقبات التصدير وحلوله».

وختمت سلامة كلمتها الترحيبية متوجهة بالشكر الى جميع الجهات الراعية والشركاء في لقاء ومعرض Horeca وبشكل خاص المصرف اللبناني الفرنسي، Boecker, Prunelle وفندق Phoenicia و Le Royal و Rotana لشراكتهم.

الصناعيين اللبنانيين وحتى يومنا هذا نظراً لنجاح هذا المعرض الذي أثبت بانه متجدد وأخذ في التوسع أكثر فأكثر على مر السنين.

أما السيدة جمانة دموس سلامة، المدير العام لـ Hospitality Services، فأعلنت عن ارتفاع الطلب على Horeca 2013 وأكدت أن غالبية مساحة معرض الـ BIEL قد حُجزت. وأعلنت سلامة أيضاً عن ميزات مثيرة جداً لهذا العام حيث ستقام سلسلة من الاحتفالات لمناسبة عيد Horeca العشرين. إضافة الى ذلك ستستضيف وزارة السياحة وفداً من 10 كبار

بمناسبة الإعلان عن انطلاق لقاء ومعرض Horeca للسنة العشرين، أقيم مؤتمر صحفي برعاية معالي وزير السياحة السيد فادي عبود ممثلاً بمستشاره السيد رامز أبو نادر في فندق Phoenicia في بيروت.

وأعرب رؤساء المؤسسات والنقابات في القطاع الفندقي عن دعمهم للقاء ومعرض Horeca وأعلنوا عن أنشطة وخطط جديدة للموسم الآتي.

وفي كلمته أكد السيد رامز أبو نادر نقلاً عن معالي الوزير فادي عبود بأنه لطالما كان داعماً لقاء ومعرض Horeca منذ كان رئيساً لجمعية



البحري، لمعالجة بعض الأمور بهدف تفعيل عمليات الشحن بحرًا، مؤكداً أن باب الوزارة مفتوح لسماع أي اقتراح يساهم بزيادة نمو الصادرات الزراعية. ويكشف في هذا السياق، عن زيارة مرتقبة إلى عدد من الدول قريباً، منها فرنسا، بهدف فتح أسواق احتياطية لبعض المنتجات الزراعية بدلاً من أن تصبّ جميعها في منطقة واحدة، مؤكداً أنه «أن الأوان للمراهنة على أسواق جديدة».

ويعلق على من يطرح مشكلة الروزنامة الزراعية، فيؤكد أن لبنان لا يستورد تفاحاً أو موزاً أو عنباً بكميات منافسة، وبالتالي فإن المطالبة بتعديل الروزنامة أمر غير مبرر، مشيراً إلى أن «الوزارة تتخذ الإجراء المناسب عند الحاجة، ويندرج في هذا الإطار تقييد استيراد البطاطا والبصل وإخضاعه لإجازات مسبقة». ويشدد الحاج حسن على «ضرورة الحفاظ على جودة المنتج وتعزيز ممارسات ما قبل الحصاد وما بعده، كما الحفاظ على الأسواق التي نصدر إليها وفتح أسواق جديدة».

41,57 في المئة). وكانت أبرز وجهتين لتصدير الموز سوريا (43,490 ألف طن) والأردن (17,014 ألف طن). كذلك، سجل ارتفاع في صادرات العنب (9,38 في المئة) والكرز (172,5 في المئة) والمشمش (46,5 في المئة) والخواخوخ (15,5 في المئة) والبندورة (100 في المئة) والخيار (72,86 في المئة) وزيت الزيتون (29 في المئة).

ارتفاع الكميات المصدرة عبر البحر

ويتطرق إلى النقل البحري، فيلاحظ ارتفاع الكميات المصدرة عبر البحر، لاسيما بالنسبة إلى التفاح الذي بلغت صادراته 28 ألف طن (مقابل 9 آلاف طن في 2011). كما ارتفعت صادرات الزيت والعنب والمشمش والبطاطا إلى 36 ألف طن (بعدها سجلت 27 ألفا في 2011). وفيما يلفت الانتباه إلى أن مرفأ بيروت لم يعد يتسع الحاويات الزراعية، يشير إلى أن هناك اجتماعاً تحضيرياً بين الوزارة وإيدال والمصدرين ونقابات الشحن

الخاصة بمراكز التوضيب، ووضع آلية لمراقبة المنتجات المصدرة الحائزة على شهادات الجودة وآلية لتمويل كلفة حصول مراكز التوضيب والمزارعين على شهادات الجودة».

ويخلص عيتاني لتأكيد أن «القطاع الزراعي ما زال يمتلك مقومات واعدة وعديدة لدخول أسواق جديدة».

وكان الحاج حسن قد استهل كلمته قائلاً «من خلال هذا المؤتمر نستعرض قضية وطنية واقتصادية مهمة، خصوصاً أن الصادرات ارتفعت رغم الاضطرابات الأمنية في الدول التي نصدر إليها».

ويعدد المنتجات التي شهدت ارتفاعاً في صادراتها في العام 2012، ومنها التفاح الذي سجل تصدير 88 ألف طن مقابل 61,5 ألف طن للعام 2011 (أي بزيادة 43,28 في المئة)، موضحاً أن أكبر سوقين تستوردان التفاح اللبناني هما مصر (56,384 ألف طن) والسعودية (7,996 ألف طن). أما الموز، فصدر منه 60,6 ألف طن منه في العام 2012، مقابل 43 ألف طن في 2011 (بزيادة





منتدى المال والأعمال: «ليبقى القطاع الخاص قاطرة النمو»

وصف حاكم مصرف لبنان رياض سلامة «الأوضاع التي تمرّ بها معظم الدول العربية ودول البحر المتوسط بالديقة ولا تشجّع على الاستثمار». وقال ان «لبنان يتأثر بهذا المناخ، لا سيّما أن الأحداث في سوريا تنعكس مباشرة على تصدّف المستثمر والمستهلك ولها ارتدادات على الوضع السياسي والأمني وعلى الاستقرار الاجتماعي». واعتبر أن نسبة «نمو» حدود الـ2 في المئة في العام 2012، هي من أفضل النسب في الدول العربية غير النفطية وفي دول المتوسط».

كلام سلامة جاء خلال افتتاح منتدى المال والأعمال «ليبقى القطاع الخاص قاطرة النمو»، الذي نظّمته شركة

كونفكس بالتعاون مع مصرف لبنان، في فندق «الموفنبيك» برعاية رئيس مجلس الوزراء نجيب ميقاتي، ممثلاً بوزير الاقتصاد والتجارة نقولا نحاس - بيرو، وحضور وزير الدولة مروان خير الدين، وحاكم مصرف لبنان رياض سلامة، ورئيس اتحاد الغرف اللبنانية محمد شقير ورئيس مجلس إدارة شركة «كونفكس انترناشيونال» رفيق زنتوت، ورئيس الجمعية اللبنانية للجودة فادي صعب.

بعد النشيد الوطني، تحدث زنتوت فقال: «يأتي انعقاد منتدى المال والأعمال تحت عنوان (ليبقى القطاع الخاص قاطرة النمو)، للتشديد على دور القطاع الخاص في وقت تری



ودور المؤسسات الرسمية، ومكافحة الفساد ومكافحة الرشوة وتفعيل أسس الشفافية ومبادئ المساءلة والمحاسبة».

سلامة:

الاقتصاد يحتاج الى الثقة

وأشار سلامة في كلمته الى ان الودائع زادت بمبلغ 9,1 مليارات دولار مقارنة مع مبلغ 7,6 مليارات دولار للعام 2011، وارتفعت التسليفات بأكثر من 10 في المئة مقارنة مع العام 2011.

إن التوقعات لأداء المصارف في العام 2013 جيدة، لا سيّما أنه تم خلال العام 2012 تكوين المؤنّات المطلوبة مقابل المخاطر المحلية والإقليمي، ولا نتوقع مفاجآت سلبية على ميزانيات هذه المصارف في العام 2013.

وقال «ان حاجة الاقتصاد الأولى هي الثقة والمبادرات التي تدعم الطلب الداخلي دون إحداث تضخم». ويقدر مصرف لبنان التضخم خلال العام 2012 بـ3,5 في المئة وسنسى أن يكون التضخم أقل من 4% خلال العام 2013 ما دامت الأوضاع على حالها. مشيراً الى ان «مصرف لبنان حسّن ميزانيته نوعياً، فباع 2,2 مليار دولار أميركي من السندات بالعملات الأجنبية المصدرة بالدولار من الدولة اللبنانية، واستبدل شهادات إيداع باليرة اللبنانية بما يفوق الستة آلاف مليار ليرة لبنانية تستحق في العام 2013 و2014 بشهادات استحقاقاتها بعيدة الأجل، وكل ذلك حققناه في آخر ثلاثة أسابيع». وشدد على استقرار الفوائد واستقرار اسعار العملة الوطنية.

خير الدين: فصل السياسة عن الاقتصاد

بدوره، رحب خير الدين، بـ«الخطوة الأخيرة التي قام بها مصرف لبنان المركزي بضخ 1,4 مليار دولار، مما لا شك بها ستؤتي ثمارها وسترفع نسبة النمو بالحد الأدنى كمثلتها في العام 2012»، مضيفاً: ان «الوضع العام من حيث الفوائد لا يزال مشجعاً، وأي شخص في لبنان يؤدّ القيام بمشروع منتج (يعود عليه بمرود إيجابي)، يستطيع الحصول على التمويل المناسب».

وتطرق إلى السوق العقارية، فأشار إلى ان «هناك استقراراً شهدناه السنة الماضية، وهذا كان متوقّعا بغض النظر عن الظروف القائمة، ومما لا شك فيه اننا أمام تحديات كبيرة، منها المشاكل البنوية نتيجة الوضع غير السليم في البلد، ونستطيع مجابهة هذا الموضوع بالمعالجة الجديدة»، داعياً إلى «فصل السياسة عن الاقتصاد، وتحديد المواقف بالشق الإيجابي من الاقتصاد والابتعاد عن اعتماد السلبية».

نحاس:

الاستقرار السياسي والأمني

ثم اختتم الجلسة الافتتاحية الوزير نقولا نحاس، فقال: «إن تطور الأزمات الداخلية والخارجية يجعل من الضرورة ومن المحتم، العمل على ان يكون للقطاع الخاص المجال والإمكانية والقدرة على التطور والنمو والإسهام في إيجاد المخارج والبدايل والحلول للمسارات التي يمكن ان تشهد انكماشاً أو تراجعاً»، مضيفاً: «إن هذه الأهداف لا يمكن أن تتحقق إلا عبر سياسات اقتصادية

ملائمة تؤمن بالشراكة الفاعلة بين القطاعين العام والخاص، وبأن التنافسية هي السبيل الأمثل والأصح ليكون النمو عملية مستدامة تؤمن الاستقرار المالي والاجتماعي. كما أن تحفيز القطاع الخاص يستلزم معالجة جدية وفاعلة لبعض المعوقات المزمنة التي ترهق وتحد من قدراته على التطور وعلى استقطاب الاستثمارات المنتجة». وتطرق نحاس الى الاستقرار السياسي والأمني، لافتاً إلى انه لا يتحقق إلى من خلال «العمل على استيعاب التحولات السياسية في المنطقة، واستيعاب الانقسامات والتشنجات على صعيد السياسة الداخلية، ومعالجة الأحداث الأمنية، كذلك الحد من تأثيرات النمو ودعوات التطرف والتباعد»، مضيفاً «وللوصول إلى البيئة التشريعية الصالحة، يجب العمل على تحديث وتطوير التشريعات والقوانين الاقتصادية، ومراجعة رزمة كبيرة من القوانين المتعلقة بالاستثمارات الأجنبية والسياحية وغيرها، لتتلاءم مع التطورات العالمية».

ودعا نحاس إلى خلق استراتيجية لإشراك القطاع الخاص في الخدمات العامة والبنى التحتية، متناولاً ما تقوم به الوزارة التي تدعم كل الجهود والنشاطات للنهوض بالاقتصاد، لا سيما للنهوض بالقطاعات المنتجة»، مشدداً على «ضرورة العمل على خلق البيئة الملائمة لمشاريع التنمية، بما يؤدي إلى نمو وازدهار اقتصاد لبنان، وإلى زيادة الإنتاج وتحقيق الرخاء للمواطنين، ورفع مستوى معيشتهم، وتوفير فرص العمل».



لقاء لبناني - روسي في غرفة التجارة

وشدد على أهمية دور مجلس الأعمال اللبناني - الروسي، «الذي يشكل أداة فعالة لتنمية التبادل التجاري وتعزيز التعاون الاقتصادي بين البلدين». مشيراً إلى أن غرفة بيروت وجبل لبنان أنشأت لجنة لمتابعة وتفصيل مجالس الأعمال اللبنانية المشتركة، و«من شأن ذلك ان ينمي علاقات لبنان الاقتصادية والتجارية الخارجية».

وتحدث سرغيف، فأكد أهمية الدور الاقتصادي الذي يلعبه لبنان في المنطقة، مشدداً على «أهمية التعاون الثنائي خصوصاً بين القطاع الخاص لتنمية التعاون الاقتصادي المشترك وتحقيق مصالح البلدين».

ووجه دعوة الى غرفة بيروت وجبل لبنان للمشاركة في معرض «أرابيا إيكسبو 2013» الذي ينظمه مجلس الاعمال العربي - الروسي في مركز المعارض الدولي في مدينة سانت بترسبورغ بين 30 أيار و1 حزيران 2013، بهدف إقامة الاتصالات المباشرة بين الشركات العربية التي تمثل فروع الاقتصاد المختلفة مع الأقاليم الروسية. ورحب فهد بـ«هذه المبادرة»، مؤكداً استعداد الغرفة القيام بكل ما يلزم والتعاون والتنسيق مع الجهات المعنية في سبيل نجاح المشاركة اللبنانية في المعرض.

استقبل نائب رئيس غرفة التجارة والصناعة والزراعة في بيروت وجبل لبنان الدكتور نبيل فهد رئيس الجانب الروسي لمجلس رجال الاعمال اللبناني - الروسي ايفان سرغيف، يرافقه نائب رئيس المجلس السفير اوليغ بيريسبيكين ونائب مدير مجلس الاعمال الروسي العربي - مدير معرض «أرابيا إيكسبو 2013» فلاديسلاف لوتسنكو والسكرتير الأول في سفارة روسيا روديون تسيبولين، ومجموعة من رجال الأعمال الروس، في حضور رئيس الجانب اللبناني لمجلس الأعمال اللبناني - الروسي جاك صراف ورئيس غرفة التجارة الدولية - لبنان وجيه البزري، وأعضاء مجلس الأعمال اللبناني - الروسي: روبير جريصاتي، فايز جبادو، نبيل زنتوت، ومدير عام غرفة بيروت وجبل لبنان ربيع صبرا.

بداية نوه فهد بالعلاقات اللبنانية الروسية، وأكد «ضرورة اتخاذ كل الخطوات التي من شأنها تعزيز التعاون الاقتصادي بين البلدين»، مشيراً إلى «أهمية الزيارة التي يقوم بها الوفد الروسي، والتي تصب في تنمية العلاقات الاقتصادية الثنائية، لا سيما مع وجود الكثير من فرص الاعمال التي يمكن الاستفادة منها لتحقيق المصالح المشتركة».

العامة في الخارج. وأضاف: نتطلع اليوم، في هذه المرحلة التي نعتبرها كثيرة الدقة بالنسبة الى لبنان الذي يتأثر بأزمات المنطقة لا سيما الأزمة الحاصلة في سوريا، الأمر الذي له وقع على حركة الاستثمار وحركة الاستهلاك. شهدنا تراجعاً في النمو بعد أيار 2012 بسبب تراجع الطلب الخارجي في السوق اللبناني.

وقال سلامة «أصدرنا التعميم 313 في بداية العام، الذي وُضع في تصرف القطاع المصرفي بحدود الـ2200 مليار ليرة اي ما يساوي المليار و400 مليون دولار بصورة تقريبية، على ان تكون التسليفات التي تحصل عليها المصارف با في المئة، موجهة بنسبة 56 في المئة الى قطاع السكن، 20 في المئة الى البيئية، 22 في المئة الى القطاعات الانتاجية، و2 في المئة الى التعليم، وهناك أيضاً مبالغ مخصصة للأبحاث وتطوير المشاريع الجديدة خصيصاً للمؤسسات الصغيرة. هذا المشروع يساهم في زيادة نسبة النمو في الاقتصاد اللبناني بين 2 و3 في المئة وفق السرعة التي سوف تتحرك بها هذه التسليفات».

واعتبر «أن إعادة ضخ السيولة وتحريك السوق يساهمان أيضاً في ردع الزيادة في دعم القروض غير القابلة للتسديد. ما نحاول أن نقوم به، هو توفير التمويل وإبقائه تحت تصرف الأسواق في لبنان الى حين حدوث مشاريع مجدية، فتكون المصارف أيضاً في صدد ممارسة ليونة مسؤولة مع القطاعات الاقتصادية في سبيل تخطي هذه المرحلة الدقيقة من الوقت. ونشير الى أن التأثير المباشر للأحداث الحاصلة في المنطقة (سوريا، مصر، أوغير دولة موجودة فيها المصارف) على القطاع المصرفي اللبناني، تم استيعابه خلال العام 2012، ولهذا السبب كانت أرباح المصارف خلال الـ2012 مشابهة تقريبا لتلك المحققة في الـ2011، لأننا أردنا وجود المؤونات اللازمة والضرورية لتغطية كل المخاطر التابعة للمصارف اللبنانية التي تعمل خارج لبنان. هذا الشيء أنجز، لذا ليس لدينا خلال العام 2013 مفاجآت سلبية منتظرة على القطاع المصرفي جزاء عمله في الخارج».



«غرفة بيروت» تطلق الصندوق الاستثماري الأول من نوعه

الى مشاريع جديدة وخلق فرص العمل الأكثر تخصصاً وكفاءة. كذلك أن هذه المؤسسات مفتاح للإبتكار والمعرفة في مجال الاقتصاد». وأشار الى قيام مصرف لبنان تاريخياً بمبادرات عدة لدعم التسليف المنتج، وتوصل من خلال سياسة الاستقرار في سعر صرف الليرة، الى إدخال العملة الوطنية كعملة للتسليف، الأمر الذي وسّع حتماً مجالات التسليف في لبنان. اليوم وفي أواخر العام 2012، أقرضت المصارف في لبنان الى القطاع الخاص ما يساوي الـ44 مليار دولار أي أكثر من الناتج المحلي اللبناني، والجزء الأكبر من هذه القروض تأتي من قرارنا جعل الليرة اللبنانية عملة تسليف. نعتبر أن من أولوياتنا في العام 2013، المحافظة على الاستقرار في سعر صرف الليرة تجاه الدولار الأميركي بشكل أساسي، ولدينا الامكانات لتحقيق ذلك. هذه الامكانات متاحة أولاً من خلال موجودات مصرف لبنان بالعملة الأجنبية التي بلغت ما يقارب الـ36 مليار دولار باستثناء الذهب. ثانياً، من خلال الإمكانيات الموجودة في القطاع المصرفي، حيث أصبحت ودائعه تساوي حدود الـ135 مليار دولار يضاف اليها 25 ملياراً ودائع المصارف اللبنانية

بين المؤسسات الصغيرة والمتوسطة». وأوضح شقير أن لبنان هو أول بلد يشارك في هذا المشروع بعد فرنسا التي أطلقتها في خدمة المتوسط، مشيراً الى ان غرفة بيروت وجبل لبنان ستكون مركزاً لصندوق «FARO لبنان».

وقال «يبقى صندوق «فارو» نموذجاً للشراكة بين القطاعين العام والخاص وللتعاون الوثيق بين المؤسسات الكبيرة والمؤسسات الصغيرة والناشئة وذلك نتيجة الرعاية المالية والتقنية»، داعياً من «كل لبناني ذي فكرة أو مشروع طموح ومفيد للمنطقة ولديه الرغبة بالتعاون مع مؤسسات في الخارج الاتصال بمركز الدراسات في غرفة بيروت وجبل لبنان للحصول على كل المعلومات التي هو بحاجة إليها للاستفادة من الفارو». واخيراً قال شقير إنه تأمن حتى اليوم 400 الف دولار، وسيوفر قرض من الاتحاد الأوربي بمليون دولار كهيئة للصندوق.

سلامة: محرك لتحفيز الاستثمار

وفي اشارته الى الصندوق الاستثماري، اعتبر حاكم مصرف لبنان رياض سلامة، أن هذه المؤسسات هي المحرك الأساسي لعملية تحفيز الاستثمار وهي المبادرة

أطلق رئيس «اتحاد غرف التجارة والصناعة والزراعة في لبنان» رئيس «غرفة بيروت وجبل لبنان» محمد شقير في مؤتمر صحفي مشترك مع حاكم مصرف لبنان الدكتور رياض سلامة، في «روتانا - جيفينور»، أول صندوق من نوعه في لبنان لتحفيز وتمويل المؤسسات الصغيرة والمتوسطة «FARO لبنان»، من ضمن شبكة متوسطة لإنشاء ودعم مؤسسات حديثة عاملة في مجال الابداع والابتكار. كما أعلن عن إنجاز جميع المراحل التحضيرية للصندوق بما فيها استقبال طلبات الحصول على التمويل والمساعدة التقنية.

بداية اعتبر شقير أن «اللقاء ليس من أجل دق ناقوس الخطر حول المرحلة الخطيرة والحرجة التي يمر بها الاقتصاد الوطني، إنما هو تحدٍ في ظل الجمود والركود الاقتصادي يتمثل بإطلاق صندوق دعم وتحفيز وتوجيه المؤسسات الصغيرة والمتوسطة المبدعة في لبنان هو «فارو لبنان»، الذي أنشئ بمبادرة من الحكومة الفرنسية ويهدف إلى تحفيز التنمية الاقتصادية عبر الابداع والابتكار من خلال شبكة متوسطة يقودها الاتحاد من أجل المتوسط لدعم وتعزيز الشراكة

«إيدال» تطلق موقعها الإلكتروني



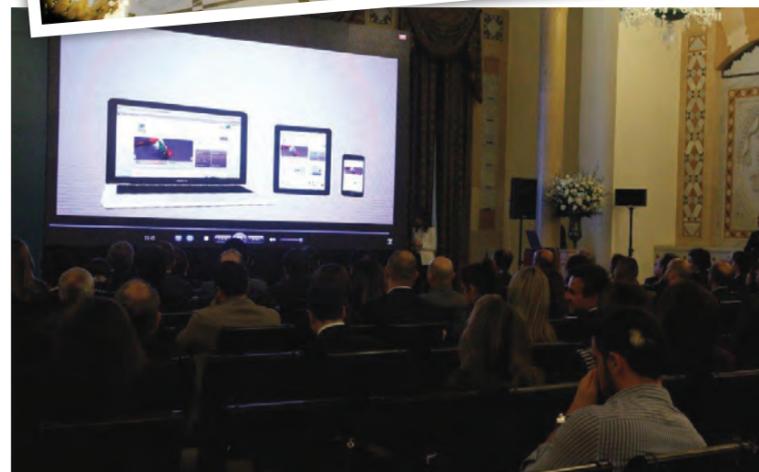
أطلقت المؤسسة العامة لتشجيع الاستثمارات في لبنان «إيدال» موقعها الإلكتروني الجديد خلال حفل نظّمته في السرايا الحكومية، برعاية وزير الاقتصاد والتجارة نقولا نحاس وحضور وزير الاتصالات نقولا صحنواوي ووزير الدولة مروان خير الدين وعدد من السفراء والشخصيات الاقتصادية.

بداية، تحدث رئيس مجلس إدارة «إيدال» المهندس نبيل عيتاني، مؤكداً أن «إطلاق الموقع الجديد هو إنجاز يجسد سعي «إيدال» المتواصل لتدعيم وتعزيز انتشارها على الصعيد المحلي والإقليمي والعالمي». واعتبر أنه «يشكل منصة تساعد المستثمرين على جبهه التحديات وعلى الانطلاق في مشاريعهم وتوسيع أعمالهم. ومن خلاله نحقق العديد من الأهداف التي تدعم قدرتنا على المنافسة والوصول إلى العالمية».

بعد ذلك، تم عرض الموقع بمحاورة الأساسية. وكانت كلمة لشركة Koein المطورة للموقع الإلكتروني. أما نحاس فهناً «إيدال» على «الدور الفاعل الذي تلعبه في جذب الاستثمارات التي لطالما احتاجها لبنان لتعزيز نموه وتقوية اقتصاده». وأكد «السعي الدائم إلى خلق البيئة الملائمة للاستثمارات وتوفير دعم أكبر لها في ظل المنافسة العالمية مع مؤسسات تشجيع الاستثمار».

وأوضح نحاس أن «وزارة الاقتصاد والتجارة ساهمت بشكل فاعل في التحضير لإدخال التعديلات اللازمة على الإطار القانوني للمؤسسة لتسهيل أعمالها وتحسين إنتاجيتها».

مجدداً دعم النشاطات التي تقوم بها مؤسسة «إيدال» في إطار عملها لجلب الاستثمارات لتطال القطاعات الاقتصادية الأساسية وتوزيعها على كافة المناطق اللبنانية».



«إيدال» ترعى الجناح اللبناني في Gulfood



في إطار دعمها للقطاعات الإنتاجية اللبنانية وترويج صادراتها، رعت المؤسسة العامة لتشجيع الاستثمارات في لبنان «إيدال» جناح الصناعات الغذائية اللبنانية في معرض Gulfood الذي افتتحه رئيس مجلس إدارة «إيدال» المهندس نبيل عيتاني في حضور قنصل لبنان في دبي سامي نمير ورئيس نقابة أصحاب الصناعات الغذائية جورج نصرراوي وممثلين عن وزارة الزراعة واتحاد الغرف اللبنانية وحشد من الصناعيين.

وتأتي مشاركة لبنان في هذا المعرض لتؤكد على الحضور الإقليمي والعالمي لقطاع الصناعات الغذائية اللبنانية، كما على قدرته على المنافسة خصوصاً أن هذا المعرض يعتبر نافذة مهمة لصادرات هذا القطاع إلى الأسواق العربية والعالمية، في ظل الإقبال المتزايد على منتجات المطبخ المتوسطي بشكل عام واللبناني بشكل خاص، وانتشار الجاليات اللبنانية في عدد كبير من دول المنطقة والعالم.

وقال رئيس نقابة أصحاب الصناعات الغذائية جورج نصرراوي أن «المشاركة في معرض Gulfood باتت تقليداً سنوياً. ولكنها هذه السنة فاقت



MEPTICO

SINCE 1968

مشاركة مميزة لشركة «مبتكو» في معرض غالف فود 2013 في دبي



تميزت مشاركة شركة الشرق الأوسط للتجارة والتوزيع «مبتكو» هذا العام في معرض غالف فود في دبي الذي أقيم في الفترة الممتدة من 25 إلى 28 فبراير 2013 والذي أقيم في مركز دبي التجاري العالمي في الإمارات العربية المتحدة .

وقد عرضت مبتكو منتجاتها ذات النكهة اللذيذة في المنتجين الأساسيين التي تنتجها «دومو» و «دارينا» DOMO & DARINA

حيث قدمت للزوار هذه النكهات المميزة والألوان الجميلة والخلطات الغنية بالفيتامينات وقد لاقت مساحيق الشرب المنعشة والسهلة التحضير الذي عرضتها مبتكو رواجاً كبيراً بين الزوار في المعرض حيث أقر الزوار الصغار والكبار والنساء والرجال انهم لم يتذوقوا يوماً أفضل من هذه النكهة.

والجدير بالذكر ان معرض غالف فود يقام سنوياً في شهر فبراير من كل عام على مساحة 113398 متر مربع ويشترك فيه 4200 شركة من 110 بلدان في العالم بالإضافة الى 50000 ماركة تجارية ويعتبر غالف فود من اكبر المعارض العالمية للمنتجات الغذائية



بنتائجها كل التوقعات في ظل النجاح الذي حققه المعرض لناحية الحجم وعدد الزوار وتنوع جنسياتهم والعقود التي تم إبرامها مع الصناعيين». وأكد نصرأوي أن هذا المعرض هو الأبرز على الصعيد الإقليمي وأنه مهم جداً بالنسبة إلى زيادة صادرات القطاع، معلناً أن الصناعيين اللبنانيين المشاركين أسسوا العديد من عقود البيع مع تجار عالميين.

من ناحيته، رأى رئيس مجلس إدارة «إيدال» المهندس نبيل عيتاني أن هذا المعرض يعتبر من أهم المعارض في صناعة الأغذية والضيافة في المنطقة، في ظل الاهتمام الذي يشهده العالم في مواضيع الغذاء والسلامة والأمن الغذائي، معلناً أن قطاع الصناعات الغذائية اللبنانية لا يزال يستحوذ على نسبة جيدة من مجموع الصادرات الصناعية اللبنانية.

وأضاف: «شهدت صادرات الصناعات الغذائية نمواً خلال السنوات القليلة الماضية. وفي ضوء التوقعات التي تشير إلى تضاعف الطلب على الأغذية المستوردة في العالم العربي في الأعوام المقبلة، يمتلك قطاع الصناعات الغذائية اللبنانية مقومات واعدة وعديدة لتلبية هذا الطلب المتزايد، وكذلك دخول أسواق جديدة على غرار زيت الزيتون اللبناني الذي تم تصدير كميات منه هذا العام إلى أميركا الشمالية والجنوبية وأستراليا.





للسنة العشرين من 9 إلى 12 نيسان

الأعلان عن لقاء ومعرض «هورিকা»

أوروبيين وأميركيين من وسائل اعلام اجنبية معروفة الى لبنان لتغطية فعاليات الملتقى».

من جهتها، أكدت سلامة أن غالبية مساحة المعرض قد حُجزت. وقالت إن وزارة السياحة تستضيف وفداً من 10 كبار كتاب في التغذية وهو برنامج يهدف الى النهوض بالصناعات الغذائية في البلد.

ويستقبل لقاء «هورিকা» أكثر من 385 مشاركاً من: لبنان، أستراليا، فرنسا، إيران، إيطاليا، الأردن، عُمان، بولندا، سنغافورة، تايلاند، تركيا، الإمارات المتحدة العربية، إسبانيا و سيريلنكا. وسيشارك في المعرض السنوي للضيافة وصناعة المأكولات 30 طاهياً محلياً وعالمياً حيث ستقام أكثر من 13 ورشة عمل يومياً وأكثر من 10 مسابقات لمكافأة التميز في الإبداع والابتكار.

هو نوع اساسي في تطوير السياحة، فالعلاقة بين السياحة والضيافة هي علاقة تكاملية، كما ان الزيادة في عدد الفنادق والمطاعم في لبنان تفرض الحاجة الى موارد تواكب هذه الزيادة في حجم متطلباتها البشرية والتقنية والصناعية والتكنولوجية والغذائية».

وقد عملت وزارة السياحة جدياً على موضوع تطوير معايير الجودة لدى المؤسسات السياحية كافة في لبنان. ويساهم هوريكا في حصر كل التقنيات والتجارب في بقعة واحدة تقدم الفائدة والخبرة للمشاركين في المعرض. وتكمن أهميته هذا المعرض أيضاً في عملية تبادل الخبرات والتجارب ما بين الشركات الكبرى المحلية والدولية.

ولفت «حرصت وزارة السياحة هذا العام على اللقاء الضوء على الملتقى وفعاليتها، حيث نظمت رحلة تعريفية لصحافيين

اطلقت المديرية العامة لـ«هوسبيتاليتي سرفيسيز» جمانة دموس سلامة «لقاء ومعرض هوريكا» للسنة العشرين في 9 نيسان المقبل، في مؤتمر صحفي، برعاية وزير السياحة فاادي عبود ممثلاً بمستشاره رامز أبو نادر في فندق فينيسيا في بيروت.

وفي ما أعرب رؤساء المؤسسات والنقابات في القطاع الفندقي عن دعمهم للقاء ومعرض «هورিকা» وأعلنوا عن أنشطة وخطط جديدة للموسم الآتي، أكد ابو نادر نقلاً عن الوزير عبود بأنه لطالما كان داعماً للقاء ومعرض Horeca مذ كان رئيساً لجمعية الصناعيين اللبنانيين وحتى يومنا هذا نظراً لنجاح هذا المعرض الذي اثبت انه متجدد وأخذ في التوسع أكثر فأكثر على مر السنين.

وقال: «ان سياحة المطبخ والضيافة



لقاء بين ايخهورست و«تجمع الأعمال اللبنانيين»



الحالية فيما يتعلق بالمسؤولية الاجتماعية للشركات (CSR) والبيئة.

من جانبها، أثنت السفيرة ايخهورست على «التجمع لموقفه اللامسياسي المستمر والمستقل وشجعت فريق الإدارة على مواصلة التركيز على أهداف صغيرة قابلة للتحقيق».

كما أثنت على «مستوى الشركات اللبنانية الخاصة الرفيع، وهي محرك مركزي للاقتصاد، والتي تتبع عن كثب معايير المستويات العالية الدولية».

وشددت على «أهمية القطاع الخاص في الحفاظ على الميزة التنافسية والابتعاد عن القضايا السياسية والدينية».

ثم عرضت أولويات البعثة الأوروبية والمشاريع الجارية، مثلًا: التغذية: سلامة الغذاء، وخلصت إلى أن لبنان يمر بفترة من الاضطرابات الشديدة على الصعيد المحلي والإقليمي آملّة أن تكون هذه المرحلة السيئة قصيرة الأجل.

وسيقلب هذا الاجتماع الأول لقاءات عدة، وسيكون هناك تواصل منتظم وأيضاً خطة عمل اقتصادية مشتركة بين البعثة الاقتصادية الأوروبية وتجمع رجال الأعمال اللبنانيين.

التقى رئيس الهيئة الإدارية لتجمع رجال الأعمال اللبنانيين الدكتور فؤاد زمكحل، سفيرة الاتحاد الأوروبي أنجلينا لوبيز- مينشيرو وبعض من أعضاء الهيئة الإدارية للتجمع: كارين حسني، إيلي عون وجورج تابت.

وقد عرض زمكحل مختلف الأولويات الجارية العمل عليها ضمن التجمع وكذلك المشاريع المبادر بها، بما في ذلك: مشروع ضمان الشيوخة، وإعادة النظر في قانون التجارة، وموازنة الدولة العامة لعام 2013، ومشروع الأسهم التفضيلية للقطاع الخاص، فضلاً عن نتائج اجتماعات الطاومات المستديرة مع الاتحاد العمالي العام، والبنك الدولي، ومصرف لبنان، وصندوق النقد الدولي، والإسكوا...

وتحدث زمكحل عن «مشاكل سلسلة الرواتب التي تهب البلاد حالياً»، معرباً عن «مخاوف القطاع الخاص حول تكلفة المشروع غير المضبوطة وتمويله الباهظ على المدى الطويل والمتوسط والذي ما يزال لغزاً خطيراً لم تتم دراسته».

من جهتهم، ركز أعضاء الهيئة الإدارية على دور التجمع في الدفاع عن القطاع الخاص اللبناني مع الحفاظ على استقلاليتهم بعيداً عن كافة التوترات السياسية التي من شأنها تصعيد التوتر ضمن بيئة الأعمال. كما وأنهم ذكروا بفرص إعادة بناء البنى التحتية في لبنان (الكهرباء، والمياه، والنقل العام) وأهميتها، وذلك بمساعدة الشركات الأوروبية تحت شكل شراكة بين القطاعين العام والخاص، والتي هي الحل الوحيد الممكن والقابل للتحقيق.

بعد ذلك، شدد أعضاء الهيئة على أهمية تعزيز واقتراح مشروع قانون للسماح بتكوين شركات محدودة مبسطة (SAS)، وختموا عرضهم بتقديم مبادرات الهيئة الإدارية

مكحل :

القطاع الخاص يتخوّف من تكلفة السلسلة

تعاون بين touch و«لبنان والمهجر» و«فيزا»

بطاقة اعتماد من شركة «تاتش»

بالتعاون مع «بنك لبنان والمهجر» و«فيزا»

خطوط شركة «touch» الثابتة عند قيامهم بعمليات شراء بقيمة مئة دولار أميركي، أينما كانوا في العالم. شدّد أزهرى في المناسبة على ضرورة مواكبة التغييرات العالمية وأهمّها تلك الناتجة عن التكنولوجيا وتأثيرها على عادات المستهلك وأذواقه. وهنا يأتي سعي بنك لبنان والمهجر الدائم للابتكار ليس فقط في لبنان بل في الشرق الأوسط أجمع حيث كان المصرف أول من أطلق خدمة الـ eCash في السنة الماضية واليوم يتجدّد هذا الابتكار مع الشركاء «touch» و«فيزا».

وقال باسيل: «تمثل بطاقة «touch» الائتمانية التي نطلقها إحدى تجليات الشراكة الوثيقة بين حقلّي الاتصالات الخلوية وصيرفة التجزئة، مضيئة بعداً جديداً في ابتكار وسائل متطورة تتماشى ومتطلبات المستخدمين الحالية والمستقبلية. علماً أنه بحسب أحدث الإحصاءات، أكثر من 200 مليون مستخدم أجروا عمليات مالية عبر الهواتف الخلوية لغاية نهاية العام 2012». أما من جهته، فأوضح غوغاسيان عن أهميّة تنامي الاعتماد على البطاقات المصرفية والدور الذي تؤديه فيزا في هذا المجال من خلال منتجاتها.

أما صحنواي فأبدى افتخاره بقطاع المصارف اللبناني وبإطلاق بطاقة touch الائتمانية التي هي الأولى من نوعها على صعيد منطقة الشرق الأوسط، لكننا في الوقت عينه نسأل القطاع المصرفي بذل المزيد من الجهود ليكون لبنان الرائد أيضاً في مجال الدفع عبر الهاتف الخليوي Mobile Payment. علماً أن هذا الموضوع ليس منوطاً بوزارة الاتصالات فحسب، بل يتطلب تعاون وتوحيد جهود جهات عدة أبرزها مصرف لبنان ووزارة الاقتصاد».



تم إطلاق بطاقة الاعتماد التي تحمل حصرياً العلامة التجارية لشركة الاتصالات الخلوية الرائدة في لبنان «touch» بالتعاون مع شركة «فيزا» العالمية عبر أحد أكثر المصارف ريادة في لبنان، بنك لبنان والمهجر، برعاية وزير الاتصالات نقولا صحنواي وحضوره، وذلك خلال مؤتمر صحفي، في فندق الـ Four Seasons في بيروت، بحضور كل من رئيس مجلس إدارة ومدير عام بنك لبنان والمهجر سعد أزهرى، والمدير العام لشركة «touch» كلود باسيل، ومدير عام شركة فيزا لمنطقة المشرق طوني غوغاسيان.

وتعتبر بطاقة الاعتماد الجديدة هذه الأولى من نوعها في الشرق الأوسط، بحيث أنها أول بطاقة تحمل علامة تجارية واحدة لشركة اتصالات (single branded). كما تمنح حاملها برنامج مكافآت يخولهم الاختيار ما بين الحصول على دقائق تخاير مجانية أو رسائل قصيرة مجانية أو خدمة إنترنت مجانية على



صحنواي: نفخر بإطلاق البطاقة الائتمانية أزهرى: ضرورة مواكبة التغييرات

نهاية العام 2012». أما من جهته، فأوضح السيد غوغاسيان عن أهميّة تنامي الاعتماد على البطاقات المصرفية والدور الذي تؤديه فيزا في هذا المجال من خلال منتجاتها. وتأتي بطاقة touch الجديدة لتعزيز التعاون بين فيزا وبنك لبنان والمهجر على أمل أن يستمر هذا التعاون لإطلاق المزيد من المبادرات المستقبلية التي تصب في مصلحة المستهلك والاقتصاد.

أما الوزير صحنواي فقال: «نفخر بقطاع المصرفي اللبناني الذي يعد من أكثر القطاعات الاقتصادية نشاطاً وحيوية. كذلك الأمر بالنسبة الى قطاع الاتصالات الذي تشدّد المنافسة فيه ويزداد حيوية بما يخدم مصلحة المواطن اللبناني. نفخر كذلك بإطلاق بطاقة touch الائتمانية التي هي الأولى من نوعها على صعيد منطقة الشرق الأوسط، لكننا في الوقت عينه نسأل القطاع المصرفي بذل المزيد من الجهود ليكون لبنان الرائد أيضاً في مجال الدفع عبر الهاتف الخليوي Mobile Payment. علماً أن هذا الموضوع ليس منوطاً بوزارة الاتصالات فحسب، بل يتطلب تعاون وتوحيد جهود جهات عدة أبرزها مصرف لبنان ووزارة الاقتصاد».

وختم صحنواي كلمته مهتماً كلاً من شركة touch وبنك لبنان والمهجر على هذا الإنجاز الجديد.

فائدة على الأجهزة الذكية، والعفو من أي ايداع للتفعيل خدمة Roaming وإمكانية الاختيار بين تأمين صحي مجاني يشمل مصاريف الطبابة لحاملي البطاقات البلاتينية المميزين، أو بطاقة (Priority Pass) المجانية التي تخول صاحبها أفضلية الدخول لأكثر من 600 صالة مطار مميّزة (VIP) حول العالم....

وفي كلمة الترحيب، شدّد السيد سعد أزهرى على ضرورة مواكبة التغييرات العالمية وأهمّها تلك الناتجة عن التكنولوجيا وتأثيرها على عادات وأذواق المستهلك. وهنا يأتي سعي بنك لبنان والمهجر الدائم للابتكار ليس فقط في لبنان بل في الشرق الأوسط أجمع حيث كان المصرف أول من أطلق خدمة الـ eCash في السنة الماضية واليوم يتجدّد هذا الابتكار مع الشركاء «touch» و«فيزا» من خلال هذه الخدمة الجديدة.

في هذه المناسبة صرّح السيد باسيل قائلاً: «تمثل بطاقة «touch» الائتمانية التي نطلقها اليوم إحدى تجليات الشراكة الوثيقة بين حقلّي الاتصالات الخلوية وصيرفة التجزئة، مضيئة بعداً جديداً في ابتكار وسائل متطورة تتماشى ومتطلبات المستخدمين الحالية والمستقبلية. علماً أنه بحسب أحدث الإحصاءات، أكثر من 200 مليون مستخدم أجروا عمليات مالية عبر الهواتف الخلوية لغاية

برعاية وحضور وزير الاتصالات نقولا صحنواي، تم إطلاق بطاقة الاعتماد التي تحمل حصرياً العلامة التجارية لشركة الاتصالات الخلوية الرائدة في لبنان «touch» بالتعاون مع شركة فيزا العالمية عبر أحد أكثر المصارف ريادة في لبنان، بنك لبنان والمهجر، خلال مؤتمر صحفي في فندق الـ Four Seasons في بيروت، بحضور كل من السيد سعد أزهرى، رئيس مجلس إدارة ومدير عام بنك لبنان والمهجر، والسيد كلود باسيل، المدير العام لشركة «touch»، والسيد طوني غوغاسيان، مدير عام شركة فيزا لمنطقة المشرق.

وتعتبر بطاقة الإعتماد الجديدة هذه الأولى من نوعها في الشرق الأوسط بحيث أنها أول بطاقة تحمل علامة تجارية واحدة لشركة اتصالات (single branded)، كما تمنح حاملها برنامج مكافآت يخولهم الاختيار ما بين الحصول على دقائق تخاير مجانية أو رسائل قصيرة مجانية أو خدمة إنترنت مجانية على خطوط شركة «touch» الثابتة عند قيامهم بعمليات شراء بقيمة مئة دولار أميركي، أينما كانوا في العالم، بالإضافة إلى مرونة التقسيط وغيرها من المزايا النوعية مثل تمديد تلقائي لكفالة المصنّع أو البائع على منتجات محدّدة بالإضافة إلى تغطية لجميع المشتريات الجديدة في حال تضرّرها أو إضعافها أو سرقتها. كما تقدم بطاقة الإعتماد من «touch» عروض خاصة مثل صفر بالمئة

افلاس شركة «بيروت انتربرايز ش.م.ل»

أيداع القيمة في صندوق المحكمة، ولم تقدم اية كفالة مصرفية ضامنة له، وبذلك يثبت موقفها السلبي انهيار وضعها المالي، ويؤكد بالتالي انها في حالة التوقف عن الدفع. وبذلك تتحقق شروط الإعمال بالمادة 489 تجارة، ويقتضي إعلان إفلاس الشركة المدعى عليها بيروت انتربرايز ش.م.ل.

وكانت المحكمة في حكم سابق لحكم إعلان الإفلاس هذا، قضت برد الدعوى عن محمد حسام مصباح جارودي وهو المدعى عليه الثاني من بنك الموارد.

وهما الصفة التجارية للشركة، وترتّب الدين التجاري المطالب بإعلان الإفلاس على أساسه وقدره 40,150 د.أ.، وبقي التحقق من توافر الشرط الثالث وهو التوقف عن دفع الدين التجاري المستحق.

وكانت المحكمة كلفت الشركة المدعى عليها اتخاذ موقف من الدين التجاري المترتب عليها لمصلحة المدعى «بنك الموارد ش.م.ل.»، للتثبت من مدى توافر هذا الشرط، لكنهما لم تنفذ ما كلفت به، ولم تبادر الى تسديد قيمة الدين او الى

أعلنت الغرفة الابتدائية الأولى في بيروت إفلاس شركة «بيروت انتربرايز ش.م.ل» وحددت بداية توقفها عن الدفع يوم 23-7-2011 وعينت قاضياً مشرفاً على التفليسة ومحامياً وكلياً لها، وقررت إجراء الجردة ووضع الأختام بعناية مساعدين قضائيين أسمتهما.

وتبيّن من الحكم الصادر عن المحكمة في مرحلة سابقة، أنها تثبتت في قرار صدر عنها يوم 29-10-2012 من تحقق الشرطين الأولين لإعلان الإفلاس:

النتائج المالية لبنك بيروت 2012:

نمو الموجودات 16,2% والأرباح 12,6%



نمو الرسمة

لدى بنك بيروت معدل الرسمة الأعلى بين المصارف الكبرى اللبنانية، حيث بلغ مجموع الأموال الخاصة بنهاية العام 2012 حوالي 1,14 مليار دولار أميركي، ونتيجة لذلك فقد بلغت نسبة الأموال الخاصة إلى الموجودات بالتاريخ نفسه حوالي 10,1% كما تبلغ نسبة الملاءة المحتسبة وفق بازل 2 حوالي 13,5%. إن نسبة الملاءة هذه هي أعلى بكثير من تلك المطلوبة من مصرف لبنان في نهاية العام 2012 والبالغة 10% كما تفوق نسبة الـ 12% المطلوبة بنهاية العام 2015. إن معدل الرسمة العالي يعطي بنك بيروت ميزة تفاضلية.

السيولة

إن الحفاظ على معدلات سيولة عالية كان دوماً من ضمن استراتيجية بنك بيروت، على هذا الأساس، حافظ البنك خلال العام 2012 على مستوى عال جداً من السيولة فقد ارتفعت نسبة السيولة الإجمالية إلى حوالي 73% كما في 2012/12/31 من حوالي 71% في نهاية العام السابق، مع الإشارة إلى أن نسبة التسليفات إلى الودائع قد انخفضت خلال العام 2012 من 41,9% بنهاية العام 2011 إلى حوالي 39,4% بنهاية العام 2012.

أظهرت النتائج المالية لبنك بيروت خلال العام 2012 نمواً ملحوظاً على مختلف الصعد والنشاط المصرفي، على الرغم من التباطؤ الاقتصادي والتجاري الذي مرت به البلاد والمنطقة والمؤثرات الإقليمية على الداخل اللبناني. وقد تخطى بنك بيروت في بعض معدلات النمو في نشاطه نسب النمو المحققة في المصارف الأولى.

في النتائج العامة، كان العام 2012 مهماً جداً لبنك بيروت كما تظهر أرقام الميزانية المجمعة خلال السنة الماضية. فبالنسبة للميزانية، ارتفعت موجودات بنك بيروت حوالي 1,6 مليار دولار أميركي أي بنسبة نمو قدرها 16,2% ليصل مجموعها إلى 11,3 مليار دولار أميركي. إن نمو حجم الموجودات قد تم تمويله بصورة رئيسية من زيادة ودائع الزبائن بحوالي 1,4 مليار دولار أميركي أي بنسبة نمو سنوية قدرها 18,5% بالإضافة إلى ارتفاع الأموال الخاصة بحوالي 92 مليون دولار أميركي لتصل إلى ما مجموعه حوالي 1,14 مليار دولار أميركي.

من ناحية الربحية، فقد حقق بنك بيروت نمواً مميزاً حيث ارتفعت الأرباح المجمعة الصافية لتبلغ حوالي 116,3 مليون دولار أميركي أي بنسبة ارتفاع سنوية قدرها 12,6%.

إن هذا النمو المميز حسب دراسات المصرف، جاء نتيجة الاستراتيجية الطويلة الأجل المعتمدة من قبل بنك بيروت والتي تركز على أسس عدة أهمها التوسع المدروس في لبنان والخارج، التنوع في المنتجات المصرفية، الحفاظ على رسمة عالية، تأمين مستويات متوازنة من الأرباح، التمتع بنسب سيولة هامة بالإضافة إلى التقيد بأهم معايير إدارة المخاطر ومبادئ الإدارة الرشيدة المعتمدة عالمياً.

فعلى صعيد الربحية استطاع بنك بيروت تحقيق نمو جيد في أرباحه الصافية المجمعة والتي بلغت حوالي 116,3 مليون



24 مليار دولار ودائع غير المقيمين زيادة 213 مليوناً مطلع 2013

أساسياً لتتمكن المصارف من تمويل حاجات الدولة وتسليفات القطاع الخاص مما يساهم في تحريك العجلة في ظل التباطؤ الحاصل. هذا الأمر ينسحب أيضاً على حجم موجودات المصارف التي بلغت في نهاية كانون الثاني ما مجموعه حوالي 153,06 مليار دولار مقابل حوالي 151,8 مليار دولار لنهاية العام 2012، بزيادة قدرها 1,2 مليار دولار في الشهر الأول. على صعيد حركة ودائع غير المقيمين من العرب وغير اللبنانيين وحتى المغتربين في القطاع المصرفي، فقد بلغت مع بداية العام 2013 حوالي 36,630 الف مليار ليرة أي ما يوازي حوالي 24 مليار دولار بزيادة حوالي 320 مليار ليرة خلال الشهر الأول بما يقارب 213 مليون دولار.

سجلت الودائع المصرفية خلال الشهر الأول من العام 2013 زيادة قدرها حوالي 687 مليون دولار، وهي مستمرة بالتحسن. وقد بلغت قيمة هذه الودائع حوالي 125,5 مليار دولار مقابل حوالي 124,9 مليار دولار لنهاية العام 2012 أي بنمو حوالي 0,55 في المئة في شهر واحد. ويستمر تحسن حركة الودائع في ظل الحديث والشائعات حول سحب ودائع خليجية من لبنان، وهو أمر ليس صحيحاً استناداً إلى نشاط نمو الودائع في القطاع المصرفي.

وتؤكد مصادر مصرفية أن حركة الودائع تحافظ على معدلات مقبولة لنموها خلافاً لما يُقال حول خروج الودائع أو سحبها من قبل خليجيين. وقالت هذه المصادر رداً على سؤال: إن استمرار تحسن النشاط المصرفي يعتبر

«البنك اللبناني الفرنسي»

يطلق صندوقاً استثمارياً جديداً



أطلق «البنك اللبناني الفرنسي» صندوقاً استثمارياً جديداً «LF Total Return Bond Fund»، يتيح لأصحاب الثروات، من أفراد ومؤسسات، فرصة الاستثمار في أسواق السندات العالمية.

وأوضح المسؤول عن «وحدة إدارة السندات» في البنك جميل قودم أن «الصندوق مسجل في اللوكسمبورغ، وتديره وحدة إدارة السندات في البنك، ويجذب المستثمرين الذين يرغبون في المحافظة على رأسمهم، والحد من المخاطر مع زيادة مردودهم، عبر الاستثمار في أسواق الائتمان العالمية، لا سيما في أوروبا والولايات المتحدة الأميركية ودول الخليج».

أما المكتتبون في الصندوق «فيستفيدون

من بيئة استثمارية منظمة وشفافة، ومن سيولة أسبوعية، بالإضافة إلى فرص لا تتوافر للمستثمرين الأفراد لجهة النفاذ إلى الأسواق الدولية وإمكانية التواصل المباشر مع إدارة الصندوق لأي سؤال أو استفسار حول استثماراتهم. كما أن نسبة المخاطر/العائدات في التوظيف عبر الصندوق أفضل من تلك التي تؤمنها أدوات الأذخار التقليدية».



جائزة خضراء للبنك اللبناني الفرنسي

في الاحتفال الأول للشهادة الوطنية الخضراء، منح معالي وزير البيئة، السيد ناظم الخوري، البنك اللبناني الفرنسي، جائزة الصديقة للبيئة، لا سيما منها بطاقة Earth Card الأولى من نوعها في لبنان المصنوعة من مادة صديقة للبيئة والمساهمة في تمويل مشاريع بيئية في لبنان تحت إشراف برنامج الأمم المتحدة الإنمائي - لبنان.

وقد تسلّم الجائزة رئيس مجلس الإدارة - المدير العام، معالي الأستاذ فريد روفائل، في خلال عشاء في فندق فينيسيا، نظّمته الوزارة وبرنامج الأمم المتحدة الإنمائي - لبنان، ومجلة Beyond، في 23 كانون الثاني 2013.

ويرى البنك اللبناني الفرنسي نفسه مساهماً في الاقتصاد اللبناني والقطاع الخاص، ويأخذ على عاتقه تعزيز السلوك البيئي والمسؤولية الاجتماعية الصديقة للبيئة، عبر مشاركته الفاعلة في تحديد السياسات البيئية وإرساء توجهه «الأخضر»، بالإضافة إلى تطوير منتجات وخدمات صديقة للبيئة.

بنك عودة..

الأردن يوسع نطاق شراكته مع «آر أند إم»



فازت شركة الكابلات السويسرية رايبلي أند دي ماساري (تعرف اختصاراً باسم آر أند إم R&M) الشرق الأوسط وتركيا وإفريقيا بعقد توريد وتركيب البنية التحتية لكابلات الشبكات للمقر الرئيسي الجديد لبنك عودة - الأردن في منطقة العبدلي في عمان.

ستقوم شركة آر أند إم بتوريد وتركيب حلول كاملة وشاملة للكابلات تتكون من كابلات الألياف الضوئية CAT6 و CAT6A و OM3 المتصلة بالرف المتكامل من إنتاج آر أند إم الذي يدعم حتى 60 وصلة من CAT6 RJ45 أو 120 وصلة من الألياف الضوئية من نوع OM3. يشغل رف آر أند إم المتكامل نفس مساحة الرف ثلاثي الوحدات U 3 لكنه يتميز بمزيج من الأداء القوي وتقليص حيز الإشغال والتوفير في التكلفة. وتتميز التوصيلات الجديدة بتوافقها مع توصيلات 10 جيجابت إيثرنت وتحسن مستويات الحماية والأمان من خلال تدابير تمنع تركيب الوصلات المرنة في لوحات التجميع وأغطية علب الربط أو فكها بصورة غير مصرح بها.

وأكد السيد يوسف النسور، المدير العام لبنك عودة، قائلاً: «يترجم افتتاح المقر الرئيسي الجديد للبنك السياسة القائمة على تسهيل خدمة عملائه أينما تواجدوا وهو الأمر الذي ينطلق من مفهوم نشر الخدمات والمنتجات المصرفية عبر مساحات أوسع وفي مناطق جغرافية واسعة. ويرتكز نجاحنا في تحقيق هذا المسعى على التقنية التي نعمل بها».

وأضاف قائلاً: «سبب هذه الشراكة القوية الجودة السويسرية الشهيرة والأداء المتميز لحلول الكابلات التي تنتجها شركة آر أند إم والتي تعززها خدمة دعم راقية من فرعهم المحلي في الأردن. ولأننا مؤسسة مالية يشكل أمن تكنولوجيا المعلومات مطلباً حيوياً وأساسياً لأنشطتنا المختلفة. ويفضل منتجات شركة آر أند إم أصبح

لدينا واحدة من أفضل البنى التحتية في البنوك الأردنية وأقواها من حيث مستويات الحماية والتأمين».

يقدم بنك عودة الأردن خدمات التجزئة المصرفية ويحافظ على التركيز القوي على الخدمات المصرفية التجارية المقدمة للشركات. وخلال السنوات السبع الماضية، شهد البنك العديد من خطوات إعادة الهيكلة الكبرى التي تضمنت زيادة عدد فروعه وتحسين البنية التحتية لشبكة تكنولوجيا المعلومات والخدمات المصرفية الإلكترونية وتنوع منتجاتها وخدماته المصرفية. لقد رسخت شركة آر أند إم الشرق الأوسط وتركيا وإفريقيا علاقة وطيدة طويلة المدى مع بنك عودة الأردن، وأتمت بنجاح تركيب كابلات

البنية التحتية في عدد من فروع البنك في المملكة. ويأتي العقد الموقع مؤخرًا ليوسع من نطاق هذه الشراكة المتبادلة المفيدة للطرفين.

وعلق السيد محمد سويدان، المدير الإقليمي لشركة آر أند إم الشرق الأوسط وتركيا وإفريقيا، قائلاً: «يتيح لنا هذا العقد الفرصة لكي نكمل ونوسع العلاقة الناجحة بالفعل مع فريق تكنولوجيا المعلومات في بنك عودة، الذي يتمتع بخبرة كبيرة في منتجات آر أند إم، ولهذا استطلعنا العمل معاً بكفاءة وفاعلية عبر مراحل التصميم والتخطيط والتنفيذ. وإننا نتطلع بنجاح إلى إتمام هذا المشروع والتعاون مع بنك عودة في كل فروعه المستقبلية».

«بنك عودة» يوزع جوائز قروض سكنية

نظم «بنك عودة» ش م ل - مجموعة عودة سردار» حفل استقبال في مقره الرئيسي للإعلان عن أسماء الرابحين في العرض الخاص الذي كان قد أطلقه على القرض السكني، وذلك بحضور ممثل عن مديرية البانصيب الوطني اللبناني. وكان «بنك عودة» شارك في المعرض العقاري «دريم 2012» في بيبال، وقدم عرضاً بالتزامن مع المعرض، قضى بمنح جوائز لعشرة زبائن تمت الموافقة على طلباتهم للحصول على قرض سكني من المصرف، والجوائز هي منتجات من أحدث الأجهزة التكنولوجية العصرية من «إل. جي. الكترونيكس»... وحصل الفائزون على قسائم شرائية مختلفة تراوح قيمتها بين 1500 و4000 دولار أميركي بحسب قيمة القرض المطلوب.

بحسب نشرة «بنك عودة» الدورية

النشاط المصرفي في الـ 2012 حقق نمواً مرضياً في ظروف تشغيلية صعبة وهوامش ضيقة

الاجنبية موظفة لدى المصرف المركزي ومصارف في الخارج ذات تصنيف عال.

وفي هذا السياق سجلت تسليفات المصارف اللبنانية للقطاع الخاص نمواً بنسبة 10.4 % في العام 2012 لتصل قيمتها الى رقم قياسي هو 43.5 مليار دولار في كانون الاول الفائت، محققة زيادة مماثلة تقريباً لتلك المسجلة في العام 2011 (+4.1) مليار دولار في العام 2012) ويعزى نمو التسليفات المصرفية بنسبة 70 % الى التسليفات بالعملة الاجنبية. ما يعني ان الـ 1.2 مليار دولار الباقية منحت بالعملة اللبنانية. وهذا الاداء مماثل تقريباً لاداء السنتين السابقتين حيث قامت المصارف اللبنانية بتجاوزها مع تدابير مصرف لبنان الرامية الى تشجيع التسليف بالعملة المحلية. بزيادة حصة التسليفات المصرفية بالليرة من مجموع التسليفات، ومن جراء ذلك واصلت نسبة دولرة التسليفات تراجعها الى 77.6 % في كانون الاول 2012 اي الى ادنى مستوى لها في سنتين ونيف. مقابل 78.4 % في كانون الاول 2011 ويظهر توزع التسليفات ان المقيمين ما زالوا اهم المستفيدين من الاموال الممنوحة من قبل المصارف (+3.6 ليارات دولار في العام 2012) بينما لم تتعد زيادة التسليفات الممنوحة لغير المقيمين نصف مليار دولار في العام 2012.

على ان نمو النشاط التسليفي في العام 2012 لم يتم على حساب نوعية الموجودات. فالواقع ان نسبة الديون المشكوك بتحصيلها الى الديون الاجمالية بقيت تقريباً على مستوى 3.5 % في العام 2012 وثمة 74.7 % من الديون المشكوك بتحصيلها مغطاة بمؤونات. يضاف الى ذلك المصارف اللبنانية لا تزال تسجل نسبة ملاءة مرضية (11.6 %) واعلى من الحد الأدنى المطلوب. كذلك، واصلت المصارف اللبنانية تحسين مستوى تعرضها للمخاطر السيادية. فخفضت التزاماتها تجاه الدولة طوال العام 2012 بحيث ان نسبة اجمالي محفظة سندات اليوروبوندر السيادية بالعملة الاجنبية المملوكة من المصارف اللبنانية الى الاموال الخاصة بلغت 103.5 % في كانون الاول 2012 مقابل 118.2 % في كانون الاول 2011 ومقابل مستويات تتخطى سقف الـ 200 % قبل بضع سنوات.

اخيراً على صعيد الربحية، ظلت المصارف اللبنانية تعمل وسط هوامش ضيقة، تضاف الى تضائل الإيرادات من خارج الفوائد ومتطلبات رصد المزيد من المؤونات لمواجهة التطورات الامنية في المنطقة. وعلى العموم، وازنت مثل هذه الضغوط التراجعية على المداخل التشغيلية مفعول الكم المرتبط بالنمو المرضي للنشاط التسليفي. وبحسب آخر الاحصاءات المتوفرة، فقد سجل القطاع انخفاضاً بسيطاً لا تتعدى نسبته 0.6 % في ارباحه الصافية المتصلة بعمليات المحلية في العام 2012.

اشارت النشرة المصرفية الصادرة عن بنك عودة الى ان نمواً مرضياً وسط ظروف صعبة اتسمت بهوامش مصرفية ضيقة باستمرار في سياق انخفاض معدلات الفوائد عبر العالم، وبمتطلبات متزايدة لرصد المؤونات في مواجهة الاضطرابات الاقليمية، وبانخفاض المداخل من خارج الفوائد في ظل نمو اقتصادي بطيء. وقد نما النشاط المصرفي، الذي يقاس بالموجودات المجتمعة للمصارف العاملة في لبنان بنسبة 8.0 % على اساس سنوي بحيث ارتفعت هذه الموجودات في كانون الاول 2012 الى 151.9 مليار دولار.

اما ودائع الزبائن، المحفز التقليدي للنشاط المصرفي فقد سجلت نمواً مماثلاً (+8.0 %) في العام الفائت، بارتفاعها من 115.7 مليار دولار في كانون الاول 2011 الى مستوى قياسي قدره 125.0 مليار دولار في كانون الاول 2012 اي بقيمة 9.3 مليارات دولار في السنة المنصرمة وهي زيادة اعلى بنسبة 9.1 % من تلك المحققة عام 2011 ولكن بخلاف العام 2011 توزعت زيادة الودائع في العام 2012 بالتساوي تقريباً بين الليرة اللبنانية والعملة الاجنبية. وبسبب الازدحام السياسي والامنية المحلية الضاغطة على نشاط سوق القطع في مطلع العام 2011 كان نمو الودائع في القطاع المصرفي اللبناني ناجماً بصورة شبه حصرية عن الودائع بالعملة الاجنبية في العام 2011 ولكن في العام 2012 شهد النشاط مزيداً من التحويلات من الدولار الى الليرة. فكان ان تأتت 49 % من اجمالي نمو الودائع من الودائع بالعملة الوطنية التي راحت تزداد شهراً بعد شهر خلال العام 2012. في هذا السياق انخفضت نسبة دولرة الودائع من 65.9 % في كانون الاول 2011 الى 64.8 % في كانون الاول 2012 وخلال النصف الثاني من العام 2012 بلغت هذه النسبة ادنى مستوى لها منذ بداية العام 2011.

ويظهر توزع الودائع المصرفية ان نمو ودائع غير المقيمين حافظ تقريباً على الوتيرة التي عرفها العام 2011 +2.8 مليار دولار مع انها لا تزال تشكل حوالي 19 % من مجموع الودائع في حين ان نمو ودائع المقيمين فاق بنسبة 13 % ذاك الذي حققه عام 2011 بحيث استأثر بنحو 70 % من اجمالي نمو الودائع في العام 2012. عليه لا تزال المصارف اللبنانية تتمتع بقاعدة قوية من الودائع الثابتة التي تستأثر بنسبة 82 % من ميزانياتها الاجمالية، ما يعزز سمعتها كمصارف غنية بالودائع والسيولة الاضافية التي تحظى بها المصارف اللبنانية تمكنها من مواصلة تمويل الاقتصاد اللبناني خصوصاً وان وضعية سيولتها مرتاحة جداً، ذلك انه بفضل المستوى المتدني لنسبة التسليفات الى الودائع والذي يبلغ 34.8 % في كانون الاول 2012. تسجل المصارف اللبنانية نسبة عالية من السيولة الاولية، وان حوالي نصف الودائع بالعملة الاجنبية مغطى بوفورات نقدية بالعملة

«بنك بيبيلوس» يسجل مستوى عالياً من الرسملة:

إصدار ديون مرؤوسة بقيمة 300 مليون دولار



أظهر «بنك بيبيلوس» مرونة كبيرة في مواجهة الأزمة الاقتصادية العالمية وتقلبات الأوضاع السياسية الإقليمية. وقد عزز المصرف متانته المالية في العام 2012 من خلال اتباعه استراتيجية محافظة.

وفي شهر كانون الأول 2012، نجح «بنك بيبيلوس» بإصدار سندات دين مرؤوسة بقيمة 300 مليون دولار أميركي تستحق بعد 10 سنوات بفائدة 6,5 في المئة تدفع فصلياً.

هذا وحافظ «بنك بيبيلوس» على واحد من أعلى مستويات السيولة في القطاع المصرفي حيث بلغت السيولة الأولية المودعة لدى المصارف المركزية والمصارف 8,9 مليارات دولار أميركي أي ما يعادل 66,6 في المئة من مجموع الودائع كما في 31 كانون الأول 2012. إضافة إلى ذلك، سجل «بنك بيبيلوس» مستوى عالياً من الرسملة حيث وصلت نسبة الملاءة وفق بازل 3 إلى 15,5

في المئة، وذلك مقارنة بالنسبة الأدنى المطلوبة والتي تقف عند حدود 12 في المئة، على أن يتم تطبيقها في كانون الأول من العام 2015.

هذا وقد استمر «بنك بيبيلوس» في تعزيز نوعية موجوداته فكوّن في العام 2012 مؤونات خاصة وعامة لتغطية الديون

بقيمة 66,7 مليون دولار أميركي، علماً أن 30,6 مليون دولار أميركي منها هي مؤونات عامة. كما شكّلت محفظة الديون المشكوك بتحصيلها 4,0 في المئة من إجمالي تسليفات الزبائن كما في 31 كانون الأول 2012، وهي مغطاة بنسبة 75,1 في المئة بمؤونات خاصة وفوائد غير

محقة. هذا مع الإشارة إلى أن نسبة التغطية تصل إلى 128,4 في المئة لدى احتساب المؤونات العامة التي شكّلت 2,3 في المئة من صافي محفظة الديون. أما صافي محفظة الديون المشكوك بتحصيلها (صافٍ من الفوائد غير المحققة والمؤونات الخاصة)، فقد شكّل 1,1 في المئة من صافي محفظة الديون كما في 31 كانون الأول 2012. وفي النتائج المالية التي أصدرها المصرف، بلغ صافي أرباح «بنك بيبيلوس» 169 مليون دولار أميركي في العام 2012، وذلك بعد تخصيص مؤونات بقيمة 66,7 مليون دولار أميركي. أما إجمالي موجودات المصرف المجمعّة وغير المدققة فوصل إلى 17,0 مليار دولار أميركي كما في 31 كانون الأول 2012. ونمت ودايع الزبائن خلال العام 2012 بنسبة 4,4 في المئة (+ 0,6 مليار دولار أميركي) لتبلغ 13,4 مليار دولار أميركي كما في 31 كانون الأول 2012، بينما ارتفع صافي التسليفات للزبائن خلال 2012 بنسبة 3,0 في المئة (+ 0,1 مليار دولار أميركي) بحيث بلغ 4,1 مليارات دولار أميركي كما في 31 كانون الأول 2012.

«بنك بيبيلوس» حول مُستقبل أوروبا:

يجب أن تقوم الاتفاقية لضبط الموازنة

كان أم قوياً، يُريد حقاً مواجهة النتائج الاقتصادية الوخيمة التي قد تنجم جرّاء انفجار منطقة اليورو. فبالنسبة إلى البلدان الضعيفة اقتصادياً، كاليونان مثلاً، ليس هذا الأمر من الخيارات المطروحة، لأنّ إعادة إطلاق عملة وطنية تعني تخفيض قيمة العملة، وبالتالي تضخّماً هائلاً، ما قد يؤدي إلى إفقار الشعب، وانعدام ثقة الدائنين. في الوقت الذي قد تواجه فيه الاقتصادات القوية كألمانيا وضعاً معاكساً في حال خروجها من منطقة اليورو: ارتفاع قيمة العملة وبالتالي تراجع في القدرة التنافسية. وأردف كوادن قائلاً: «يجب أن تقوم الاتفاقية الأوروبية لضبط الموازنة، التي صدق عليها أعضاء منطقة اليورو كافة، بتصحيح النواقص في ميثاق الاستقرار والنمو. كما أن نقل الصلاحيات الرقابية إلى المصرف المركزي الأوروبي يعتبر خطوة أولى تجاه الاتحاد المصرفي المرتجى».

أكد الحاكم الفخري للمصرف المركزي البلجيكي، وعضو مجلسي إدارة بنك بيبيلوس وبنك بيبيلوس أوروبا، البارون غي كوادن، أنّ الاتحاد الأوروبي واليورو قد أظهرتا مرونة إزاء المشاكل الاقتصادية والسياسية، مشدداً على أن الانضباط الضريبي والإصلاحات الهيكلية أمران لا يمكن تفاديتهما. وجاء كلام كوادن في إطار محاضرة نظمها بنك بيبيلوس في قاعة فرنسوا باسيل في جامعة القديس يوسف، حرم الابتكار والرياضة. وفي كلمته الافتتاحية للمناسبة، سلط عميد كلية الاقتصاد في جامعة القديس يوسف الدكتور جوزيف جميل، الضوء على الوضع المالي غير المستقر الذي تشهده منطقة اليورو وسط اعتقاد سائد باحتمال انفجارها. أما غي كوادن، فأكد أن اليورو عملة قوية رغم أن شكوكاً عديدة بدأت تحوم حول استمرارية وقوة منطقة اليورو. وأردف قائلاً: «ما من بلد عضو، ضعيفاً

يصل 235 مليون دولار أميركي

أرباح «البركة المصرفية» تنمو بنسبة 11%

النتائج الديمومة التشغيلية والربحية المتنامية التي تتمتع بها المجموعة والتي جعلت أدائها المالي في تنام مضطرد على مدار السنوات الماضية، والناجمة عن سلامة الاستراتيجيات التشغيلية للمجموعة،



أعلنت مجموعة البركة المصرفية ش.م.ب. (ABG)، المجموعة المصرفية الإسلامية الرائدة التي تتخذ من مملكة البحرين مقراً لها، عن تحقيق زيادة ملحوظة في صافي أرباحها للعام 2012، حيث ارتفع بنسبة

علاوة على شبكة تواجدتها الجغرافي المتنوعة والواسعة، إلى جانب متانة مواردها المالية والفنية والبشرية والخدمات والمنتجات المختلفة التي تقدمها إلى جانب قاعدة العملاء والمستثمرين المتنامية، وذلك بالرغم من الظروف البالغة الصعوبة التي خيمت على بيئة الأعمال والمصارف والاقتصاد العالمي خلال العام المنصرم.

11 % ليصل إلى 235 مليون دولار أميركي بالمقارنة مع صافي ربح العام 2011. كما حققت بنود الميزانية العامة معدلات نمو جيدة، حيث ارتفع مجموع الموجودات بنسبة 11 % ومجموع التمويلات والاستثمارات بنسبة 21 % والودائع بنسبة 12 % ومجموع الحقوق بنسبة 9 % بنهاية ديسمبر 2012 وذلك بالمقارنة مع نهاية ديسمبر 2011. وتؤكد جميع هذه

«بيبيلوس» يطبق برنامج «أوراكل» الإلكتروني



تحكماً أفضل بها ورؤية شاملة متكاملة لمالية المصرف مع إمكانية إجراء تدقيق شامل للمعاملات انطلاقاً من ملخصات عن الأرصدة وصولاً إلى العمليات الفردية.

وفي هذا الإطار، قال المدير الإداري والمالي زياد الزغبي: «إنّ التطبيق الناجح لبرنامج أوراكل للأعمال الإلكترونية هو الخطوة الأولى من خطتنا الاستراتيجية التي ستنجح لبنك بيبيلوس أن يصبح مثلاً يحتذى به في ميداني إدارة البيانات والتقارير التحليلية».

أمّا المدير العام والرئيس الإقليمي لشركة «ويبرو» المحدودة موكوند سيثرمان، فقال: «إنّ تطبيق مشروع متكامل كهذا ما كان ممكناً من دون الدعم الكبير والرؤية المستقبلية من قبل الإدارة التنفيذية لبنك بيبيلوس».

نجح بنك بيبيلوس في تطبيق برامج أوراكل للأعمال الإلكترونية Oracle E-Business Suite Release 12.1 المتعلق بالإدارة المالية لا سيما دفتر الحسابات العام، وإدارة المشتريات، وإعداد

التقارير المالية، وذلك بالتعاون مع شركة «ويبرو» المحدودة Wipro Ltd. وهي منفذة برامج أوراكل على صعيد دولي. وتعتبر هذه المرحلة الأولى من البرنامج الممتد على ثلاث مراحل والذي سيضع «بنك بيبيلوس» في مصاف المصارف الأولى في المنطقة من حيث تحليل البيانات، والحوكمة، وإعداد التقارير التحليلية. ويفضل هذه البنية التحتية الجديدة، سيستفيد «بنك بيبيلوس» من قاعدة بيانات موحدة لا تكرر فيها ولا إدخال يدوي للمعلومات، مما سيحد أيضاً من الجهد المبذول للتوفيق بين البيانات، ويتيح

ارتفاع أرباح المصارف المدرجة في البورصة 2,41 % في 2012

«الاعتماد اللبناني»:

القطاع يثبت صلابته في وجه التغيرات

سجلت الأرباح المجمعة للمصارف اللبنانية المدرجة في بورصة بيروت ارتفاعاً سنوياً بنسبة 2,41 عام 2012، وتمكّن القطاع المصرفي من إثبات صلابته في وجه التغيرات السياسية والاضطرابات الفريدة من نوعها التي اجتاحت البلاد وترخي بظلالها على الدول العربية المجاورة منذ أكثر من عامين. وبحسب تقرير صادر عن دائرة الأبحاث في بنك الاعتماد اللبناني، انعكس الأداء المرضي للنموذج المصرفي المعتمد في لبنان من خلال النتائج الإيجابية التي حققتها خلال العام 2012، ولا سيما من خلال الزيادة السنوية بنسبة 2,41 في المئة من صافي الأرباح المجمعة لخمسة مصارف لبنانية مدرجة أسهمها في بورصة بيروت، وهي «بنك عودة»، «بنك لبنان والمهجر»، «بنك بيبيلوس»، «بنك بيروت»، و«بنك بيمو». وبلغت الأرباح الصافية للمصارف المذكورة آنفاً 1.01 مليار دولار مع نهاية العام 2012، في مقابل 986,58 مليون دولار خلال العام 2011.



وينسب هذا الارتفاع في إجمالي الأصول للمصارف الخمسة بشكل خاص، بحسب التقرير، إلى نمو محفظة التسليفات بنسبة 12,70 في المئة خلال العام 2012 إلى نحو 24,84 مليار دولار. أما لجهة مصادر التمويل، فزادت محفظة الودائع لدى المصارف المدرجة بنسبة 8,37 في المئة خلال العام 2012 حيث قاربت عتبة الـ72,13 ملياراً مقارنة بـ66,55 مليار دولار في العام 2011. أما في ما يخص بتطور حركة التسليفات الصافية من المؤنات، فحقّق بنك عودة الارتفاع الأكبر في محفظته التسليفية التي نمت بنسبة 20,22 في المئة خلال العام 2012، تبعه بنك بيروت (زيادة بنسبة 12,99 في المئة) وبنك بيمو (زيادة 11,31 في المئة) وبنك لبنان والمهجر (زيادة 7,80 في المئة) وبنك بيبيلوس (زيادة 3 في المئة).

وفي هذا السياق، ارتفعت نسبة التسليفات الصافية من ودائع الزبائن للمصارف الخمسة إلى 34,45 مع نهاية العام 2012 في مقابل 33,12 في المئة في العام 2011. وتصدّر بنك بيمو لائحة المصارف الخمسة لجهة نسبة التسليفات من ودائع الزبائن حيث بلغ هذا المعدل 48,77 في المئة مع نهاية شهر كانون الأول من العام 2012 في مقابل 39,37 في المئة لكل من بنك بيروت وبنك عودة وبنك بيبيلوس وبنك لبنان والمهجر. أما لجهة رسملة المصارف، فارتفعت الأموال الخاصة بالمجموعة للمصارف الخمسة المدرجة بنسبة 8,62 في المئة خلال العام 2012 إلى 7,76 مليارات.

وفي التفاصيل، ارتفع صافي الإيرادات من الفوائد بنسبة 6,41 في المئة إلى نحو 1,55 مليار دولار مترافقاً مع زيادة في صافي الإيرادات من العمولات بنسبة 3,99 في المئة إلى 473,51 مليون دولار، الأمر الذي ساهم في ارتفاع صافي الإيرادات التشغيلية بنسبة 5,81 في المئة إلى نحو 2,39 مليار دولار، غير أنه في حال تمّ استثناء الإيرادات الاستثنائية (44,5 مليون دولار) لبنك عودة جزاء بيعه لـ81 في المئة من حصته في شركة التأمين التابعة له «ليا للتأمين» في الفصل الثاني من العام 2012، فتكون المصارف المذكورة سجلت انخفاضاً في الأرباح الصافية بنسبة 2,10 في المئة خلال العام 2012 إلى 965,82 مليون دولار. وحظي بنك عودة بحصة الأسد (37,96 في المئة) في ما خصّ الأرباح الصافية المجمعة للمصارف المدرجة أسهمها، تبعه بنك لبنان والمهجر (33,20 في المئة) وبنك بيبيلوس (16,7 في المئة) وبنك بيروت (11,57 في المئة) وبنك بيمو (0,52 في المئة).

أما على صعيد الميزانية المجمعة، فارتفع مجموع أصول المصارف المدرجة أسهمها (باستثناء البنك اللبناني للتجارة لعدم توفر البيانات المالية) بنسبة 8 في المئة خلال العام 2012 إلى 86,14 مليار دولار. في مقابل 79,76 مليار دولار خلال العام 2011، تشكل حصة بنك عودة منها ما نسبته 36,34 في المئة وبنك لبنان والمهجر 29,04 في المئة وبنك بيبيلوس 19,75 في المئة وبنك بيروت 13,13 في المئة وبنك بيمو 1,73 في المئة.

المجال، وتهيئة المناخ الاستثماري عبر تعديل القوانين والنظم والتشريعات، خصوصاً أن الاستثمار يرتبط بشكل وثيق بقضية البطالة التي تجاوز معدلها 16 في المئة في المنطقة العربية عام 2011 ليلعب عدد العاطلين عن العمل 17 مليوناً».

تكريم يوسف

بعد المؤتمر الصحافي ليوسف في فندق فينيسيا حول وضع المصارف العربية، اقامت جمعية المصارف، حفلاً تكريمياً له، ألقى خلاله رئيس الجمعية جوزف طريبه كلمة في المناسبة معتبراً أن التكريم «يأتي من أهل البيت المصرفي اللبناني، من اقرانه رؤساء المصارف، وبتأييد من السلطة المالية والنقدية معاً في لبنان، فهو تكريم نابغ عن معرفة بأدائه وتقدير لدوره في خدمة المصارف العربية، وخاصة خدمة لبنان وقطاعه المصرفي».

رسملة القطاع المصرفي العربي، فقد حقق متوسط نسبة رأسمال إلى الأصول بلغت حوالي 12,3 في المئة خلال عام 2012. وهذه النسبة المرتفعة كانت نتيجة نسب عالية حققتها القطاعات التالية حتى شهرنوفمبر/تشرين الثاني 2012: القطاع المصرفي الإماراتي سجل نسبة 15,4 في المئة والسعودي سجل نسبة 14 في المئة حتى نهاية 2012، والبحريني سجل نسبة 16,1 في المئة، والأردني سجل نسبة 14,9 في المئة، والسوداني سجل نسبة 22,2 في المئة والموريتاني سجل نسبة 31,9 في المئة حتى منتصف 2012».

واعتبر يوسف اجتماعات اتحاد المصارف العربية في البحرين خطوة الأولى «على طريق متابعة مقررات قمة الرياض الاقتصادية، وخصوصاً في ما يتعلق بالاتفاقية المعدلة لاستثمار رؤوس الأموال في الدول العربية ودعوة القطاع الخاص إلى أخذ المبادرة في هذا

نتائج القطاع المصرفي العربي:

الرأس مال 310 مليارات دولار

الإجمالي العربي. وهكذا، فإن نسبة نمو أصول القطاع المصرفي العربي قد بلغت خلال الأشهر التسعة الأولى من العام 2012 حوالي 7,5 في المئة، في مقابل نسبة نمو للاقتصاد العربي لم تتجاوز 3 في المئة».

وختم يوسف: «كما تشير تقديراتنا إلى بلوغ ودائع القطاع المصرفي العربي حوالي 1,62 تريليون دولار حتى نهاية الفصل الثالث من عام 2012، وهو ما يشكل نسبة 65 في المئة من حجم الناتج المحلي الإجمالي، وأن رأسمال القطاع المصرفي العربي قد بلغ حوالي 310 مليارات دولار، وهو ما يشكل نسبة 12,4 في المئة من حجم الناتج المحلي الإجمالي العربي. أما في ما يخص

اعتبر رئيس «اتحاد المصارف العربية» عدنان يوسف: ان «القطاع المصرفي العربي لا يزال يمثل حجر الزاوية للاقتصاد العربي ولا يزال يلعب دور محرك الاقتصاد وشريكه الحيوي الذي يمدّه بالتمويل اللازم في ظل الظروف الاستثنائية التي يمر بها وطننا العربي، والأحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية الصعبة التي تضغط على معظم الدول العربية». وأضاف: «أما بالنسبة لحجم القطاع المصرفي العربي، فتشير تقديراتنا إلى أن أصوله المجمعة قد بلغت بنهاية الفصل الثالث من العام 2012 حوالي 2,58 تريليون دولار، وهو ما يعادل حوالي 105 في المئة من الناتج المحلي



نائب حاكم مصرف لبنان محاضراً في طرابلس:

استدراك قواعد اللعبة العالمية حصّن المصارف



رأى نائب حاكم مصرف لبنان الدكتور هاروتيون سامويليان أن مصرف لبنان «استدرك قواعد اللعبة العالمية فحصّن قطاعه بشكل أبعد من مضاعفات الأزمة التي ما زال العالم يعيشها»، مؤكداً أن ازدياد عامل الثقة في القطاع المصرفي جاء بفعل سياسة الاستدراك هذه، والتعاون بين حاكمية مصرف لبنان وجمعية المصارف.

وأوضح سامويليان خلال محاضرة ألقاها أمام طلاب علوم الاقتصاد في «جامعة المنار» في طرابلس بدعوة من رئيسها الدكتور سامي منقارة والدكتورة رندة شرف الدين الأستاذة المحاضر في الجامعة، أن «النتائج عكست زيادة في ثقة العالم بالقطاع المصرفي اللبناني، ووفرت الأموال الكافية والقدرة على التحفيز على التسليفات في القطاع المصرفي».

وفيما أشار إلى أن «المخاطر الإقليمية والعالمية المواقبة للقطاع المصرفي تبقى موضوع متابعة حثيثة من قبل مصرف لبنان ولجنة الرقابة على المصارف»، كشف أن «هذا التعاطي الوقائي والموضوعي ساهم بشكل رئيس في زيادة احتياطي مصرف لبنان

بالعملات الأجنبية التي لامست 36 مليار دولار من دون احتساب الذهب، ومن آخر القرارات المتخذة إصدار قانون إعادة تنظيم الأسواق المالية الذي لحظ دوراً أساسياً لمصرف لبنان».

وطمأن سامويليان على سلامة القطاع المصرفي والنقد الوطني، وعلى التدابير المتخذة من قبل مصرف لبنان لتعزيز ميزانية المصارف من خلال رفع نسبة الملاءة إلى 12 في المئة تماشياً ومعايير «بازل 3».

وكان اللقاء قد افتتحه عميد كلية إدارة الأعمال ومساعد الرئيس للشؤون

الأكاديمية الدكتور عادل مراد الذي رحّب بالضيف المحاضر مثنياً على الجهود التي يمتاز بها مصرف لبنان من خلال حاكميته التي جنّبت لبنان المشاكل وأبقت بعيداً من الصعوبات المالية الدولية.

واستهل نائب الحاكم محاضرتَه، بنبذة سريعة عن تاريخ ولادة العمل المصرفي وتطوره في لبنان منذ القدم، مشدداً على صوابية السياسة المتبعة في المصرف المركزي، مفنداً في عناوينها التي رسمها المركزي بقيادة الحاكم رياض سلامة وعلى الإجراءات الوقائية لهذه السياسة.

«بنك سوسيته» يري «فلنلم الفرنكوفونية»



رعى «بنك سوسيته جنرال» في لبنان، للسنة الثالثة على التوالي، شهر الفرنكوفونية تحت عنوان «فلنلم الفرنكوفونية»، بالشراكة مع سفارة فرنسا والمعهد الفرنسي في لبنان.

وجرى الإعلان الرسمي لانطلاق شهر الفرنكوفونية للعام 2013 في 27 شباط الماضي خلال مؤتمر صحفي عقد في وزارة الثقافة.

وانطلق شهر الفرنكوفونية هذا العام في 1 آذار بعنوان «فلنلم الفرنكوفونية»، في المعهد الفرنسي في بيروت بحضور سفير فرنسا باتريس باولي، وسفراء بلدان فرنكوفونية عدة

وأصدقاء الفرنكوفونية. وفي حفل الافتتاح، أشار المدير العام المنتدب في «بنك سوسيته جنرال» في لبنان جيرار غارزويل إلى أنه «لطالما احتلت الفرنكوفونية مكانة خاصة في

قلب SGBL، أول مصرف فرنسي في لبنان. وتظهر مشاريعنا المختلفة يومياً التزامنا المستمر لتعزيز استثنائية الثقافة الفرنسية وحيوية اللغة الفرنسية في لبنان، في عصر العولمة المتزايدة عالمياً».

يشار إلى أن نشاطات الشهر تشمل تقديم عروض مختلفة وورش عمل ومعارض فنية.



أرباح المصارف اللبنانية في سوريا تهبط 45,8%

هبطت الأرباح المجمعّة الصافية لسبعة مصارف سورية تابعة لمصارف لبنانية، بنسبة 45,8 في المئة في العام 2012 مقارنة مع العام 2011، وذلك بعدما وصلت إلى 1,1 مليار ليرة سورية، أو 13,8 مليون دولار في العام الماضي. وبلغت الإيرادات التشغيلية للمصارف 14,5 مليار ليرة سورية، أو 187,5 مليون دولار، في العام 2012، أي بزيادة قدرها 10,4 في المئة عن العام 2011.

ووفق تقرير النشرة الأسبوعية لمجموعة «بنك بيبيلوس»، يعود هذا الانخفاض الكبير في أرباح المصارف إلى تراجع أرباح بنك سورية والمهجر 92 في المئة (524,7 - مليون ليرة سورية)، وبنك سورية والخليج 97 في المئة (249,9 - مليون ليرة سورية)، وبنك بيبيلوس سورية 94,7 في المئة (160,4 - مليون ليرة سورية)، وبنك عودة سورية 95,1 في المئة (108,8 - ملايين ليرة سورية)، وبنك فرنسبنك سورية 62,1 في المئة (93,3 - مليون ليرة سورية)، وبيمو السعودي الفرنسي 13,4 في المئة (88,8 - مليون ليرة سورية). وتبين النتائج المالية الأولية أن إجمالي أصول هذه المصارف بلغ 310,8 مليارات ليرة سورية، أو 4 مليارات دولار، في نهاية العام 2012، أي بتراجع قدره 4,2 في المئة عن نهاية العام 2011. ويعود التراجع إلى انخفاض بمعدل 22,1 في المئة في أصول بنك عودة سورية (14 - مليار ليرة)، يليه انخفاض 18,3 في المئة في أصول بنك سورية والمهجر (12,8 - مليار ليرة)، ثم انخفاض 6,1 في المئة في أصول بنك بيبيلوس سورية (2,8 - مليار ليرة).

في موازاة ذلك، ارتفعت أصول بنك بيمو السعودي الفرنسي 11,6 في المئة (8,8 مليار ليرة)، يليه ارتفاع 17,4 في المئة في أصول بنك سورية والخليج التابع للبنك الوطني الأول (3,9 مليارات ليرة)، وارتفاع 8,9 في المئة في أصول فرنسبنك سورية (2,8 مليار ليرة)، ثم ارتفاع 4,4 في المئة في أصول بنك الشرق، التابع للبنك اللبناني الفرنسي (0,7 مليار ليرة). وبلغ مجموع حقوق المساهمين للمصارف 36,4 مليار ليرة سورية، أو 470 مليون دولار، في نهاية العام 2012، أي بارتفاع قدره 3,6 في المئة عن نهاية العام 2011.

موقع الكتروني لحاملي بطاقات «بنك عوده»

اطلق «بنك عوده»، في سياق جهوده لتقديم خدمات فريدة وحصرية لحاملي بطاقاته المصرفية، موقع «عوده إيفنت كلوب»، الذي يُعد بمثابة مدخل لحضور مباريات ومناسبات دولية مهمة. فهذا الموقع الإلكتروني مخصص حصراً لحاملي بطاقات «بنك عوده»، الذين يوفر لهم إمكان حضور مناسبات دولية الطابع والمشاركة في مهرجانات ترفيهية ودورات رياضية بأسعار تفضيلية. وبذلك يقدم المصرف لهؤلاء الزبائن خدمة شخصية تتيح لهم فرصة قيمة لتمضية أوقات لا تنسى ولعيش تجارب نادرة في أي زمان وأي مكان من العالم.

وقال في البيان: أكدت مديرة الصيرفة الإلكترونية وخدمات البطاقات في «بنك عوده ش.م.ل - مجموعة عوده سدادار» رندة بدير أن «عوده إيفنت كلوب» يقدم عالماً من التجارب الفريدة بحيث يستطيعون تحقيق أحلام أولادهم بمشاهدة أبطال كرة القدم العالميين شخصياً أو بالمشاركة في احتفالات ومهرجانات موسيقية يحييها نجومهم المفضلون. كما يمكنهم المشاركة في أحداث السجاد الأحمر وغيرها من الأحداث البارزة المماثلة».

وتابع: «في اختصار، صار في إمكان حاملي بطاقات بنك عوده شراء بطاقات والإفادة من عروض خاصة والتمتع بتجارب فريدة في مجال الرياضة والموسيقى، وحضور أحداث السجاد الأحمر، والمشاركة في نشاطات عائلية أو في مناسبات دولية بارزة».



DD/HRI/13/16

celebrating 20th anniversary



IT'S NEVER TOO EARLY TO PLAN AHEAD

HORECA

9 to 12 April 2013
4 - 9 p.m - Biel - Lebanon

Meet the entire foodservice industry face to face at the region's annual hospitality and food event



horecashow.com

3 SHOWS IN ONE VENUE



FEATURING

- Hospitality Salon Culinaire
- Live Junior Chefs Competition
- Atelier Gourmand
- National Extra Virgin Olive Oil Contest
- Wine & Beverage Lab
- Art of Service Competition
- Annual Hospitality Forum
- Best Product of the Year
- Floral Symphonies
- Librairie Gourmande
- Technovation
- Chairmania

IN PARTNERSHIP WITH



GOLD SPONSORS



SUPPORTING HOTELS



OFFICIAL MAGAZINE Hospitalitynews MIDDLE EAST

OFFICIAL CARRIER MEA

AN EVENT BY



Dekwaneh, Main Road, Borghol bldg, 2nd fl.
Tel +961 1 480081 | Fax +961 1 482876
info@hospitalityservices.com.lb | hospitalityservices.com.lb

JOIN THE CONVERSATION



ISO Certification Body

الدولية لخدمات الجودة
International Quality Services

Target Beyond Perfection



Web: www.tqcsi.com
www.tqcsi.org
E-mail: info@tqcsi.org
mariam@tqcsi.org

Lebanon - Beirut
P.O.Box 14/5275
Mob: +961 3 086045
Tel/Fax: +961 1 308640

مؤشر جمعية تجار بيروت - فرنسبنك لتجارة التجزئة

التراجع التراكمي 10,1% بين كانون الأول 2011 وكانون الأول 2012



سجل «مؤشر جمعية تجار بيروت - فرنسبنك لتجارة التجزئة»، خلال العام 2012 زيادة قدرها 2,88 في المئة، وهي انعكاساً للتأثير الإيجابي التي شهدتها الفصلان الأول والثاني من العام، إن لم تأخذ العوامل الموسمية بعين الاعتبار، والتي ما لبثت أن انعكست في الفترة التالية، كما أنها انعكاساً إلى المستوى المتماثل في مبيعات السيارات. وفي مقارنة بين الفصل الرابع من 2011 والفصل الرابع من 2012 يسجل المؤشر تراجعاً بنسبة 12,30 في المئة.

وتجدر الإشارة إلى أن الحسابات تمت مع أخذ نسب التضخم الرسمية للقطاعات التجارية المعنية كما صدرت عن إدارة الإحصاء المركزي، بالاعتبار، وهي كالتالي:

+1,6 في المئة للفصل الأول من 2012
1,1- في المئة للفصل الثاني من 2012
+8,4 في المئة للفصل الثالث من 2012
+1,01 في المئة للفصل الرابع من 2012
أما نسبة التضخم السنوية ما بين كانون الأول 2011 وكانون الأول 2012 فقد بلغت +10,1 في المئة.

ظل النشاط التجاري بالتجزئة يشهد معدلات تراجع مقلقة خلال الفصل الرابع من سنة 2012، حيث أنه، وفي الحين الذي أظهر فيه الرقم الإسمي (nominal figure) تراجعاً بنسبة حوالي 2,5 في المئة بالمقارنة مع الفصل نفسه من السنة الماضية، سجل الرقم الحقيقي (real figure) تراجعاً بالغاً وصل إلى 12,3 في المئة بعد أن يؤخذ معدل التضخم لقطاعات التجارة بالتجزئة الصادر عن إدارة الإحصاء المركزي (+10,1%) بعين الاعتبار.

عوامل خارجية

هناك عوامل رئيسية متعددة تكمن وراء

هذا الهبوط الحاد في النشاط التجاري بالتجزئة بالمقارنة مع الفترة نفسها من سنة 2011، منها خارجية ومنها باطنة: أ - إن التداعيات السلبية لحالة عدم الاستقرار والمشاحنات المحلية، وأهمها اغتيال شخصية أمنية بارزة، واستمرار أزمة المنع من السفر إلى لبنان الذي أصدره عدد من حكومات دول الخليج، والأحوال الاجتماعية والاقتصادية الهشة التي تسود في البلاد بما تحمل من مطالب ونزاعات إلخ...، أثقلت الفرصة الضائعة للاستفادة من موسم

تبضع عادة ما يكون عامراً بسبب الأعياد (الأضحى والميلاد ورأس السنة). ب - أضف إلى ذلك حالة عدم الاستقرار المتواصلة في المنطقة، خاصة في سوريا، وإلى تداعياتها المباشرة على لبنان.

عوامل باطنة

يبدو أن المستهلك في الأسواق اللبنانية قد واصل في هذه الأونة إن لم نقل قد شدد، تقشّفه ومصروفه المتأني ليس فقط في القطاعات التجارية الأساسية

إنما أيضاً في القطاعات التي تحقّق عادة أفضل أرقام مبيعات لها خلال فترة الأعياد: الألبسة والأحذية، الأثاث والتجهيزات المنزلية، الهدايا، اللعب، إلخ...، في الحين الذي لم ينعكس فيه توافد الأعداد الكبيرة من اللاجئين من سوريا بأي ارتفاع يذكر في مستوى الاستهلاك، ولا حتى في مستويات الاستهلاك في قطاع السلع الأساسية.

لقد جاء الأداء الضعيف الذي شهدته قطاعات التجارة بالتجزئة خلال الفصل الرابع من هذه السنة ليظهر استمرارية الوضع المتأزم الذي كونا قد شهدناه في الفصلين الثاني والثالث من هذه السنة، ويأتي ذلك تأكيداً للتوقعات التي سبق وتكلمنا عنها بشأن التباطؤ في النشاط الاقتصادي ككل خلال سنة 2012. إن هذا المسار الذي نشهده ما هو إلا انعكاس للتأني الملحوظ في مصروفات المستهلكين ولنسبة تأثر الاقتصاد اللبناني الشديدة - إن بالأحداث الإقليمية من جهة، وإن بوزن إنفاق الزوّار الخليجيين من جهة أخرى.

في هذا النطاق، هنا، يمكن التمعّن في الأرقام التفصيلية التي سجلتها قطاعات التجارة بالتجزئة خلال الفصل الرابع لسنة 2012 وملاحظة ما يلي:

- سجل مستوى الاستهلاك في قطاع السلع الأساسية (وهو قطاع من المفترض أن يظل فيه الطلب متساوياً أيضاً كانت الظروف الاقتصادية) تراجعاً حاداً جداً بالمقارنة مع مستوياته في الفصل الرابع من سنة 2011، ولا سيما في القطاعات التالية:

- حوالي 42- في المئة الأحذية.
- حوالي 35- في المئة الألبسة، في حين الذي شهدت فية قطاعات أساسية أخرى انخفاضاً مقلقاً، حتى ولو بمعدلات أقل - 8,5 المشروبات الروحية.
- مبيعات المواد الغذائية (السوبرماركتس) بنسبة حوالي - 0,6 في المئة (وذلك بالرغم من تدفق النازحين من سوريا وما يترتب على ذلك من زيادة كانت متوقعة في استهلاك المواد الغذائية).
- شهد قطاع السلع المعمّرة (كالأثاث أو تلك السلع التي تشهد طلباً متزايداً في

تصميم جديد لشعار مصرف لبنان ولهويته المؤسسية

سلامة:

مصرّون على تطبيق الابتكارات في بيئة آمنة



اطلق مصرف لبنان تصميماً جديداً لشعاره ولهويته المؤسسية، ما يجسد رغبته بالمضي قدماً، وفقاً لرؤية الحاكم رياض سلامة.

وفي هذا السياق، أوضح سلامة أنّ «هوية مصرف لبنان الجديدة تعزّز قيمه الأساسية، فتعكس الانفتاح والشفافية والاستقرار التي ينتظرها الجمهور، فضلاً

عن إصرار المصرف على تطبيق الابتكارات التكنولوجية في بيئة آمنة. والواقع أن هذه الخطوة هي بمثابة رسالة واضحة من مصرف لبنان إلى الأوساط المالية المحلية والدولية التي عانت من عدم الاستقرار في السنوات الأخيرة بسبب التغيرات التي شهدتها الساحة المالية العالمية».

وأضاف الحاكم إنّ «دورنا اليوم كمصرف مركزي مسؤول عن صون الاستقرار النقدي والاقتصادي، بلغ ذروة الأهمية. وبعتمادنا على إرثنا الغني، نؤمن بأن صورة مصرف لبنان الجديدة تدعم جهودنا المتفانية في خدمة المجتمع ككل. كما نؤمن بأن التركيز على الشفافية والانفتاح كقيمتين أساسيتين سيرسي الثقة في اقتصادنا المحلي والإقليمي ويرسم للبنان مستقبلاً واعداً أكثر استقراراً. إن هويتنا المؤسسية الجديدة تعبّر عن تمسكنا الدائم بالممارسات المالية السليمة وبالنمو الاقتصادي في لبنان».

تتمثل الهوية الجديدة بشعار مختلف كلياً يبرز دور المصرف الباعث على الأمن والاستقرار، مع الحفاظ على الرمز المربع الأصلي الذي يعتبر درعاً يحمي الاقتصاد اللبناني. وانطلاقاً من هذا الشعار الجديد، تمّ تطوير هوية بصرية أشمل تعطي صورة جريئة ومحافظّة لمصرف لبنان لإبراز وجوده كمؤسسة مسؤولة موثوقة.

المشتريات الموسمية ومشتريات الأعياد (كالألعاب والألبسة وغيرها)، كما وعلى السلع الأساسية (كالغذاء والمشروبات وغيرها).

وظلت مبيعات قطاع الثقافة والتعليم تسجل تراجعاً قوياً، وشهدت أرقام المكتبات مثلاً انخفاضاً تجاوز نسبة 25 في المئة خلال الفصل الرابع من هذه السنة. وفي المقابل، نلاحظ أن القطاع الوحيد الذي سجل تحسناً في الفصل الرابع من هذه السنة بالمقارنة مع الفصل نفسه من السنة الماضية هو قطاع التبغ ومنتجاته، حيث بلغت نسبة الزيادة الحقيقية فيه حوالي 5 في المئة، وذلك بالرغم من صدور قانون منع التدخين في الأماكن العامة.

موسم الميلاد ورأس السنة) انكماشاً معبراً، مع الإشارة إلى أن نسب التراجع في هذا القطاع كانت أشد من تلك التي شهدها قطاع السلع الأساسية، في المئة - 58 للتجهيزات المنزلية، - 52 في المئة اللعب، - 15 في المئة المواصلات (أجهزة الهاتف المحمول ومعداته)، - 7,5 في المئة الإلكترونيات والمعدات المنزلية، - 4,5 في المئة الأثاث وأدوات زينة المنازل.

إن تلك البيانات أتت لتؤكد أن الأسر اللبنانية شددت التدابير التقشفية التي كانت قد بدأت بالتطبيق بها في الفترة السابقة، وهي تدابير يبدو أن الأسر باتت تطبقها ليس فقط في المصرف على السلع المعمّرة (كالأثاث أو الإلكترونيات إلخ...)، بل أيضاً على

Al Hajar Al Aseel Est

مؤسسة الحجر الاصيل

صناعة حجر - رخام - غرانيت

Manufacturing Stones - Marbles & Granite



العنوان: البقاع - تعنابل - المنطقة الصناعية - هاتف: ٥١٢١٨٢ (٨) ٩٦١ فاكس: ٥٤٣١٧٦ (٨) ٩٦١
ADDRESS: Bekaa - Taanayel - Industrial area - Tel: 961 (8) 512182 - Fax: 961 (8) 543176
E-mail: asilstone@yahoo.com



الشركة العامة لصناعات الألمنيوم
(الوكسال) ش.م.ل.

The General Co. For Aluminium Extrusion
(ALUXAL) S.A.L.

صناعة سحب الألمنيوم

Manufacturing of Aluminum



ADDRESS

Choueifat - Lebanon - P.O.Box : 30106 Choueifat
Tel : 961 (5) 4804069/8/7/ - Fax : 961 (5) 480405

aluxal@inco.com.lb

العنوان

الشويفات - لبنان - ص.ب. ٣٠١٠٦ الشويفات

هاتف: ٩٦١ (٥) ٤٨٠٤٠٦٧/٨/٩ - فاكس: ٩٦١ (٥) ٤٨٠٤٠٥٠

www.aluxal.info



**That is
20,000 solid reasons
to choose your genset
from us...**

Buying a new generator to power your business is a major decision and to make the right investment, the question is not only which brand to choose from... but from who and why?

Humbly said, 20,000 yearly satisfied customers can't go wrong! - With more than 30 years of experience in the electro-mechanical field and a team of 200

specialists, at GHADDAR Machinery Co. we make sure that every Genset proposed is a tailor made solution to your needs and every deal we honor is a lifetime commitment for reliability and after sales services.



**A REPUTATION THAT
SPEAKS FOR ITSELF**

Exclusive Distributors:



www.ghaddar.com



**Reliable Power Solutions™
That keep you going**

Head Quarter
Ghazieh, Sidon, Lebanon - Tel: +961 7 220 000 Fax: +961 7 221 754 / 223 322 - P.O.Box: 110 Sidon - Email: info@ghaddar.com
Beirut Branch
Bir Hassan, Facing Golf Club, Beirut, Lebanon. - Tel: +961 1 847 770 /1/2/3/4 - Fax: +961 1 847 775

الصادرات الصناعية اللبنانية للعام 2012

انخفضت الصادرات الصناعية اللبنانية عام 2012 بنسبة 11.5 % مقارنة بالعام 2011.

وكانت قد بلغت قيمة الصادرات الصناعية عام 2012 نحو 2.951 مليون دولار دون احتساب الألماس الخام وسبائك الذهب والفضة بشكلها الخامي في قسم (اللؤلؤ الطبيعي والأحجار الكريمة وغيرها حسب التعرفة الجمركية) والتي بلغت قيمتها 1.336 مليون دولار.

1- الصادرات الصناعية حسب المنتج

أهم الصادرات الصناعية حسب أقسام التعرفة الجمركية لعام 2012 كانت:

1. الآلات والأجهزة والمعدات الكهربائية والتي احتلت المرتبة الأولى وقيمتها 478.3 مليون دولار.
2. يليها الآلات العادية ومصنوعاتها في المرتبة الثانية وقيمتها 470.7 مليون دولار.
3. منتجات الصناعات الغذائية احتلت المرتبة الثالثة وقيمتها 392.2 مليون دولار ويلها
4. اللؤلؤ والأحجار الكريمة احتلت المرتبة الرابعة... (طبعاً بدون الألماس الخام وسبائك الذهب والفضة بشكلها الخامي كما ذكرنا) والتي بلغت 388.6 مليون دولار.



شركة ساموبلت



عرق الختبار

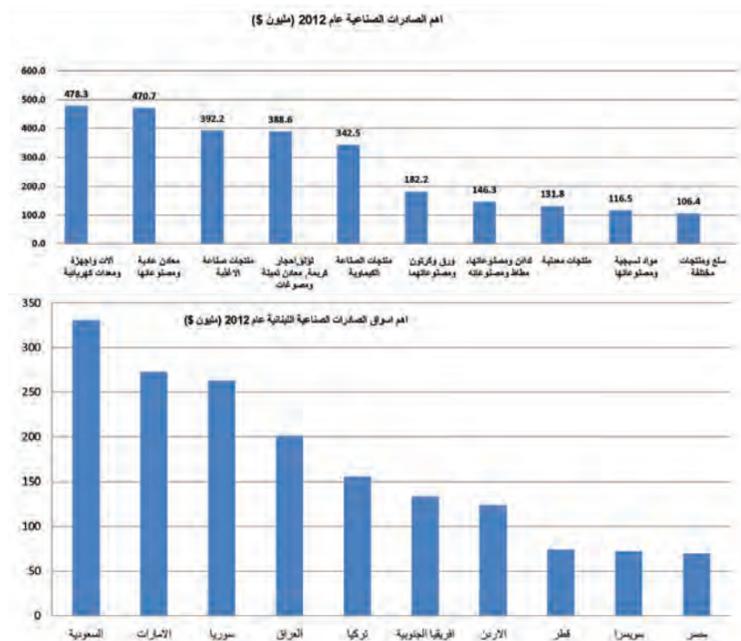
2- أسواق الصادرات الصناعية اللبنانية

حسب أبرز البلدان المصدر إليها وهي:

1. السعودية بقيمة 330.9 مليون دولار.
2. الإمارات العربية بقيمة 272.5 مليون دولار.

3. سوريا بقيمة 262.9 مليون دولار.
4. أما أكبر دولة أجنبية غير عربية فهي: تركيا بقيمة 154.5 مليون دولار.
5. أفريقيا الجنوبية بقيمة 133.7 مليون دولار.

وحسب المجموعات الدولية استأثرت الدول العربية بنسبة 51.5 بالمئة، والدول الأفريقية غير العربية بنسبة 15.8 بالمئة والدول الأوروبية بنسبة 15.0 بالمئة والدول الآسيوية غير العربية بنسبة 12.2 بالمئة والدول الأميركية بنسبة 3.5 بالمئة والدول الأوقيانية بنسبة 0.4 بالمئة.



شركة NEW AM3

توزيع الصادرات الصناعية اللبنانية حسب أبرز البلدان المصدر إليها خلال العام 2012								
البلد المصدر إليه	السعودية العربية	الإمارات العربية	سوريا	العراق	تركيا	أفريقيا الجنوبية	الأردن	قطر
القيمة بالآلاف الدولارات	330,886	272,515	262,900	201,180	154,517	133,661	123,503	73,501
البلد المصدر إليه	مصر	الولايات المتحدة	فرنسا	جمهورية كوريا	الكويت	انغولا	بلجيكا	
القيمة بالآلاف الدولارات	70,498	61,218	58,489	56,691	54,820	54,714	44,314	
البلد المصدر إليه	الكونغو	اسبانيا	المملكة المتحدة	نيجيريا	إيطاليا	بنغلادش	الصين	ألمانيا
القيمة بالآلاف الدولارات	43,739	43,680	42,864	42,133	35,340	34,703	31,310	30,595

توزيع الصادرات الصناعية اللبنانية حسب المنتج المصدّر وتكتلات الدول خلال العام 2012							
المجموع	مختلف*	الدول الأفريقية غير العربية	الدول الأمريكية	الدول الآسيوية غير العربية	الدول الأوقيانية	الدول الأوروبية	الدول العربية
30,804	41	1,723	5,015	304	681	2,372	20,668
392,184	3,106	41,314	40,151	4,710	7,828	53,411	241,665
131,792	26,833	1,076	63	1,309	2	7,285	95,224
342,486	5,589	19,989	13,857	54,604	512	71,289	176,646
146,331	2,134	31,542	8,549	4,295	345	18,733	80,734
15,657	6	367	343	4,956	0	3,957	6,028
20,803	21	3,271	71	93	14	544	16,789
182,216	2,683	18,384	782	3,733	253	17,219	139,162
116,450	914	7,573	5,108	3,010	317	25,370	74,159
24,445	4	1,037	189	97	100	1,426	21,593
43,283	130	7,257	746	816	101	4,574	29,659
388,598	155	131,716	14,905	4,479	11	96,958	140,374
470,679	1,307	42,648	866	262,703	620	92,255	70,279
478,319	3,444	129,405	7,386	10,956	660	33,492	292,975
42,058	257	6,417	699	722	152	3,630	30,181
18,018	305	1,544	793	1,999	6	5,548	7,823
323		53					270
106,443	231	21,076	2,344	899	290	5,792	75,812
2,950,889	47,159	466,392	101,868	359,684	11,892	443,854	1,520,040

الأرقام المبينة أعلاه هي بالآلاف الدولارات

يشمل "مختلف" البضاعة المصدرة إلى السوق الحرة، التي دخلت بشكل مؤقت إلى المستودعات وتلك التي تزود بها السفن والطائرات.

3- توزيع الصادرات الصناعية اللبنانية حسب المنتج وأبرز البلدان المصدر إليها:

1 - إن الصادرات الصناعية والتي كان أهمها الآلات والأجهزة الكهربائية فقد كانت الدولة الأولى المستوردة لهذه السلع العراق (91.0 مليون دولار) وتلتها السعودية (82.9 مليون دولار) والإمارات العربية (34.4 مليون دولار).
2 - أما المنتج الثاني وهو معادن عادية ومصنوعاتها فقد احتلت تركيا المرتبة الأولى في التصدير إليها (128.3 مليون دولار) والثانية جمهورية كوريا وبعدها الصين.
3 - الثالث هو منتجات صناعة الأغذية وقد كانت السعودية المستورد الأول (62.9 مليون دولار) وسوريا المستورد الثاني (51.6 مليون دولار) وتلتها الأردن (29.3 مليون دولار).

توزيع الصادرات الصناعية اللبنانية حسب المنتج وأبرز البلدان المصدر إليها خلال العام 2012

البلد	سوريا	الولايات المتحدة الأمريكية	المملكة العربية السعودية	الإمارات العربية المتحدة	الكويت	كندا	الأردن	قطر
شحوم ودهون وزيت	10,592	3,515	2,994	2,177	1,534	1,087	949	940
القيمة بالآلاف الدولارات								

البلد	سوريا	الأردن	الولايات المتحدة الأمريكية	العراق	الإمارات العربية المتحدة	قطر	انغولا
منتجات صناعة الأغذية	62,933	51,641	29,336	23,412	20,843	16,259	16,203
القيمة بالآلاف الدولارات							

البلد	سوريا	تموين بوخر	قبرص	إيطاليا	إسبانيا	الصين	العراق	مصر
منتجات معدنية	93,199	26,827	3,272	1,724	1,698	1,181	526	403
القيمة بالآلاف الدولارات								

البلد	بنغلادش	الإمارات العربية المتحدة	المملكة العربية السعودية	العراق	إسبانيا	الأردن	تركيا	سوريا
منتجات صناعات كيميائية	34,457	33,197	32,938	26,712	26,629	21,477	17,988	15,707
القيمة بالآلاف الدولارات								

البلد	مصر	سوريا	الولايات المتحدة الأمريكية	العراق	المملكة المتحدة	الأردن	انغولا
لدائن ومصنوعاتها، مطاط ومصنوعاته	23,197	14,140	12,368	7,734	6,993	6,011	4,948
القيمة بالآلاف الدولارات							

البلد	الهند	سويسرا	تركيا	هونغ كونغ	سوريا	الصين	مصر
جلود، جلود بفراء ومصنوعاتها	2,925	1,387	1,181	1,156	1,001	679	638
القيمة بالآلاف الدولارات							

البلد	العراق	قطر	المملكة العربية السعودية	الأردن	نيجيريا	الإمارات العربية المتحدة	سوريا	الكونغو
خشب ومصنوعاته	6,309	3,422	2,668	2,437	965	704	573	542
القيمة بالآلاف الدولارات								

البلد	العراق	سوريا	المملكة العربية السعودية	الأردن	الإمارات العربية المتحدة	مصر	الجزائر	المغرب
ورق وكرتون ومصنوعاتها	25,234	22,505	21,952	16,872	11,006	8,970	6,740	6,461
القيمة بالآلاف الدولارات								

البلد	المملكة العربية السعودية	الإمارات العربية المتحدة	الكويت	فرنسا	قطر	المانيا	الأردن	سوريا
المواد النسيجية ومصنوعاتها	21,972	19,694	6,836	5,996	5,339	5,020	4,796	3,889
القيمة بالآلاف الدولارات								

البلد	فرنسا	الأردن	قطر	الكويت	العراق	المملكة العربية السعودية	الإمارات العربية المتحدة	أحذية، أغطية رأس، ريش
القيمة بالآلاف الدولارات	373	448	603	709	723	2,817	15,427	339

البلد	سوريا	الكويت	الكونغو	الإمارات العربية المتحدة	الأردن	المملكة العربية السعودية	قطر	مصنوعات من حجر جيم اسمنت
القيمة بالآلاف الدولارات	961	1,665	1,920	2,443	2,662	8,914	11,271	863

البلد	الأردن	المملكة العربية السعودية	الولايات المتحدة الأمريكية	بلجيكا	سويسرا	الإمارات العربية المتحدة	أفريقيا الجنوبية	لؤلؤ، أحجار كريمة وشبه كريمة، معادن ثمينة *
القيمة بالآلاف الدولارات	4,917	11,410	14,868	21,811	64,961	122,327	130,970	4,804

* (دون الماس الخام وسبائك الذهب والفضة بشكلها الخام)

البلد	المملكة العربية السعودية	الهند	اليونان	اليابان	الصين	جمهورية كوريا	تركيا	معادن عادية ومصنوعاتها
القيمة بالآلاف الدولارات	16,070	17,223	20,638	25,300	26,743	56,259	128,282	11,945

البلد	غانا	الكونغو	نيجيريا	انغولا	الإمارات العربية المتحدة	المملكة العربية السعودية	العراق	آلات وأجهزة كهربائية
القيمة بالآلاف الدولارات	16,047	17,682	18,562	24,698	34,397	82,873	91,016	15,590

البلد	إسبانيا	الأردن	الكونغو	الإمارات العربية المتحدة	الجمهورية الليبية	العراق	سوريا	معدات نقل
القيمة بالآلاف الدولارات	1,204	1,319	1,360	2,065	2,932	6,407	12,703	1,196

البلد	قطر	الكويت	الأردن	هونغ كونغ	فرنسا	سويسرا	الإمارات العربية المتحدة	أدوات وأجهزة للبصريات
القيمة بالآلاف الدولارات	745	838	1,618	1,664	1,845	2,027	2,594	729

البلد	بوركينافاسو	مصر	السودان	قطر	الكونغو	الأردن	الكويت	أسلحة ونخائر
القيمة بالآلاف الدولارات	13	16	18	27	39	64	146	1

البلد	الكويت	الإمارات العربية المتحدة	قطر	العراق	سوريا	الأردن	المملكة العربية السعودية	سلع ومنتجات مختلفة
القيمة بالآلاف الدولارات	2,930	5,117	6,144	7,476	10,194	10,943	25,428	2,711

الخلاصة

إن الصادرات الصناعية تتأثر بأمر كثيرة منها في الداخل ومنها في الخارج:
1 - يجب أن يكون هناك مؤسسات لتطوير الصناعة وخاصة طرق تصديرها في البر أو البحر أو الجو.
2 - درس الاتفاقات التجارية لخدمة مصلحة لبنان بالنسبة للإنتاج والتصدير.
3 - إن التجارة المنفتحة بدون قيود هي التي أدت إلى تراجع التنافسية الصناعية في الدول النامية. لذلك يجب العمل على إنشاء مؤسسات تشجيع القطاعات الصناعية لتسطيع الوقوف في وجه المنافسة.



Mohammed Baydoun & Sons Printing Co.

شركة محمد بيضون وأولاده للطباعة



تأسست شركة محمد بيضون وأولاده للطباعة سنة ١٩٦٠م، وتخصصت في الطباعة الفنية والتغليف ضمن قطاعات مختلفة على صعيد العالم العربي. منها غلب كرتون وملصقات ورقية وستيكرز رول، وتغليفها بأساليب تضاهي المعايير الدولية.

تتلقى الشركة كل مهمة للعميل، بحرص ورعاية كافة متطلباته، بنفس الاهتمام الخاص بالتفاصيل والجودة التي أصبحت على عاتق الشركة.

إننا نقدم لكم الكفاءة والمهارة في صناعة الغلب وتوضيها في قسم التغليف باستخدام أحدث الآلات الألمانية والأوروبية والعالمية.

كما يمتلك موظفونا المتمرسون الخبرة الكافية لتلبية احتياجاتكم وإنجازها في موعدها المحدد وإحتواء جميع المشاكل التي تعترضهم عملياً بكفاءة ومهارة.

إن خبرتنا لعقود من الزمن في الطباعة والتغليف ألزمتنا بخدمة العملاء بطرق متجددة وهي عوامل رئيسية لبقاء ونمو الشركة واقعاً، فإن معظم عملائنا الحاليين كانوا وما زالوا عملاء للشركة لأكثر من ٢٥ عاماً على مر الأجيال فخير خلف لخير سلف.

مهمتنا تشجيع كل ما هو جديد والسعي إلى الابتكار على دعم الإبداع البشري، وتوفير قابلية الاستخدام، وتعزيز الإنتاج. إن القدرة على التفكير، والإبداع وتخطيط مستقبلنا هي من النعم التي وهبنا إياها الله تعالى. ومهمتنا هي بذل مساهمتنا للعالم العربي من خلال توفير بيئة طباعة صالحة للاستعمال، وملائمة، ضمن المعايير العالمية لـ (EN ISO 22000 : 2005) ومعززة للإنتاج التي تنص عليها المنظمة. ونحن نتمتع برغبة متحمسة للمساعدة في تحسين وتوسيع الإنتاج من خلال تزويد المستخدمين بخدمات عالية الجودة وحلول مدعومة بالتكنولوجيا المتفوقة.

- تمحور مفهوم الشركة حول تقديم الخدمات والحلول في مجال الطباعة والتغليف.
- توفير خدمات وحلول متطورة للإنتاج.
- العمل بكل جد واجتهاد من أجل الوصول لأعلى جودة وخدمة يمكننا أن نقدمها.
- خدمة قائمة من العملاء المخلصين لعقود طويلة.

نبذة مختصرة:

- الاسم: شركة محمد بيضون وأولاده للطباعة.
- تأسست الشركة عام ١٩٦٠م في بيروت، لبنان على يد المؤسس محمد عبد الأمير بيضون.
- شركة MBS Printing Co لبنانية تعمل في مجال الطباعة الفنية والتغليف.
- مجلس الإدارة: عماد بيضون، جهاد بيضون وبلال بيضون.
- الشركة أصبحت تحتل موقعاً ريادياً بين كبرى شركات الطباعة في منطقة الشرق الأوسط، وشمال إفريقيا.



Packaging

Display Box

Label Papers

Stickers Roll

1960

Tel.: +961 5 466648 - Fax: +961 5 466649
E-mail: mbspco@hotmail.com

E-mail: mbspprinting@hotmail.com

1960

صناعات لبنانية

تتابع «الصناعة والاقتصاد» تسليط الضوء على صناعات لبنانية تميّزت بجودة انتاجها. وتمكّنت من منافسة السلع العالمية في مختلف الاسواق واكدت قدرة الصناعات اللبنانية على مواجهة الصعاب والتحديات. وستتناول في هذا العدد. شركة سيكومو. مؤسسة يعقوب الأسمر. مؤسسة هيسم القبوط التجارية. معمل هوانا.

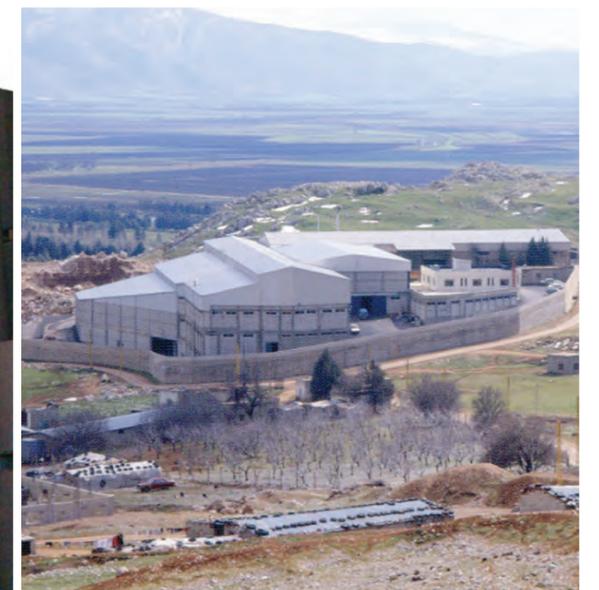
شركة «سيكومو»

لصناعة الكرتون ونفايات الورق

أيوب من جهة، وعن طريق موزعين خاصين، في مختلف المناطق اللبنانية لتأمين حاجات السوق، من جهة أخرى. تأمل شركة «سيكومو» أن يتم إنشاء مناطق صناعية مجهزة في لبنان، لتنظيم توزيع المصانع على الأراضي اللبنانية وللمساعدة أصحاب المؤسسات الجديدة على العمل برؤوس أموال صغيرة. كما تدعو الدولة اللبنانية الى دعم مسيرة الصناعيين اللبنانيين من خلال تخفيض كلفة الكهرباء والمحروقات والشحمة البحري. وتزويدهم بقروض مصرفية مدعومة من مصرف لبنان، لمساعدتهم في تأمين الرساميل المطلوبة لصناعاتهم وتخفيض كلفتها.

تسعى «سيكومو» دائماً الى المضي قدماً في عملها وأنتاجها، عبر الرفع من مستوى موظفيها الفكري والعلمي الذي هو أساس أي تطور داخلي لعمليات المصنع ما يهدف الى مواكبة التطورات العالمية من حيث الجودة والنوعية والتسويق للأرتقاء بمستوى الصناعة اللبنانية الى أعلى المراتب إقليمياً وعالمياً.

عبد الله حداد



مؤسسة يعقوب الأسمر لصناعة المفروشات عراقة وريادة في الديكور

عملية التصنيع من الالف الى الياء، كما يحرص على متابعة كل جديد في صناعة المفروشات، من خلال قيامه بزيارة المعارض التي تقام في الدول العربية والاوربية، لكي يطلع عن كثر على تطور هذه الصناعة وجديدها في عالم الديكور وصناعة المفروشات.

أما عن المشاكل التي تعترض الصناعة بشكل عام في لبنان وصناعة المفروشات بشكل خاص فاختصرها السيد الأسمر على النحو التالي:

–المنافسة الأجنبية للصناعات المحلية وخاصة من الصين وبعض الدول.

–الكلفة العالية للإنتاج الوطني وخاصة غلاء المحروقات وارتفاع أسعار الكهرباء كل هذه المعطيات تعيق تطور الصناعة الوطنية وتجعلها بوضع لا تحسد عليه.

عبدالله حداد

منذ بداية الثمانينات من القرن الماضي أنطلقت مؤسسة الأسمر لصناعة المفروشات، وبدأت من خلال موقعها في البوشرية بوضع لمساتها الفنية في عالم الديكور والمفروشات المنزلية والمكتبية، وتجهيز الفنادق والمطاعم بما فيها أعمال الديكور والزخرفة، لتشكل هذه المؤسسة بعد ذلك مؤسسة رائدة وعريقة في اختصاصها، بل وتتفوق على قريناتها من المؤسسات الأخرى.

وفي لقاء لـ «الصناعة والاقتصاد» مع السيد يعقوب الأسمر تحدث عن مراحل تطوير المصنع، ولفت الى أنه منذ تأسيس المصنع وهو يعمل على تطويره بأحدث الآلات والمعدات الحديثة بما فيها ماكينات كبس القشرة والحفر على اللايزر.

وأكد الأسمر أنه يشرف شخصياً على



مؤسسة هيسم القبوط التجارية (هايك بلاستيك) في تطور مستمر نحو الأفضل

المعارض المتخصصة بصناعة العبوات البلاستيكية ولوازمها حتى نبقى دائماً في الطليعة بصناعة وأنتاج أجود وأحدث ما توصلت إليه هذه الصناعة وخصوصاً عبوات الأدوية الطبية وعبوات المأكولات (pvc-pe-pet) هل لديكم مطالب من الوزارة المعنية؟

طبعاً لدينا صعوبات أهمها دعم الصناعيين والتجار حتى ينطلق العمل كما يجب في السوق اللبنانية والخارجية ما يرفع المستوى وينعش الاقتصاد اللبناني ويخفف من البطالة.

حسن دقيق

أسس السيد هيسم القبوط عام 2005 معملًا في منطقة الكفاءات المريجه لصناعة جميع أنواع عبوات البلاستيك لزوم أدوات التجميل ومستلزماتها وعلب الادوية الطبية والمأكولات وإكسسوارتها خصوصاً عبوات (pvc-pe.pet) ونؤمن طباعة العبوات حسب الطلب.

كيف يتم تصريف أنتاجكم؟ يتم تسويق أنتاجنا في لبنان والعالم العربي في لبنان تلبية جميع طلبات المصانع وجميع طلبات معبئي المواد بواسطة العبوات البلاستيكية.

هل تواقبون التطور في مجال هذه الصناعة؟

طبعاً نتابع كل شئ جديد في هذه الصناعة وخاصة نقوم بمتابعة وزيارة المعارض في الخارج ومشاهدة



مؤسسة ليموزين

لصناعة و تجارة الألبسة النسائية.

تعلن عن إصدار تشكيلة

ربيع و صيف 2013

من الألبسة النسائية.

تتوفر لدينا المقاسات الكبيرة

و ألبسة المحجبات.

المبيع بالجملة و المفرق.

MADE IN
LEBANON

مؤسسة ليموزين - شارع معوض - الشياح - بيروت - لبنان

shaaban.est@gmail.com 00961(1)271225



صناعات لبنانية

معمل غزل البنات «هوانا» لعبد الرزاق وأولاده

أنتاجنا يغطي سوقنا المحلية

ويتابع هوانا أنه ومنذ تأسيس المعمل وحتى يومنا هذا يسير انتاجنا في نسق متواصل ومرتفع ولا سيما أن سوقنا المحلية يتمدد في كل المناطق اللبنانية، يسبقنا في ذلك سمعة معملنا، وجودة صنفنا ونوعيته، ونظافته.

أسس السيد عبد الرزاق هوانا وأولاده معمل غزل البنات سنة 1948 في منطقة زقاق البلاط. وانتقل المعمل بعد ذلك إلى منطقة ساحة المريجة في العام 1969، وذلك بعد تزويده بألات حديثة بهدف زيادة الانتاج وتلبية حاجة السوق المحلية.

يستخدم هذا المعمل في انتاجه أجود أنواع المواد الأولية التي يتم تغليفها بأنواع متعددة وجميلة من العلب البلاستيكية الصحية وبعيداً من المواد الحافظة.

وتعتمد الاصناف المتنوعة من غزل البنات، والمفضلة من الكبار والصغار، على خبراء وحرفيين، خصوصاً بعد اضافة الشوكولا والفريز إلى هذا المنتج. يشير السيد محمد هوانا إلى أن هذا القطاع يعاني من غلاء المواد الأولية ورغم أنه لا يزال يحافظ على الانتاج النظيف والممتاز، وبالسعار المناسبة والمقبولة من قبل الزبائن.



مؤسسة هيسم القبوط التجارية

Haissam El Kabbout Trdg. Est.

صناعة وتجارة عبوات واكسسوارات بلاستيك



Haika Plastic
Asst Items Of Plastic



المريجة - الكفائات - خلف أفران الوفاء - هاتف: ٢٨٢٥٧٦ (٣) ٩٦١ - ٩٦١ (١) ٤٧٥٦٦٤ - فاكس: ٤٧٥٦٦٤ (١) ٩٦١ -

ص.ب.: ٥٢٩٢ / ١٤ بيروت - Email: kabboot.w@hotmail.com

الطفلة دانيا غريب تفوز

بجائزة محامص الأمين

أطلقت محامص الأمين في النصف من العام الماضي جائزة نوعية وهي عبارة عن قسائم تخول كل من يشتري بـ 20 ألف ليرة الدخول في السحب على سيارة شفرولية سيارك وقد أوفت بوعدها حيث اجرت السحب حسب الموعد المحدد في 2013/2/16 بإشراف وزارة المالية مديرة اليانصيب الوطني وكانت الفائزة الطفلة دانيا أحمد غريب وتم الإتصال بها بناءً على رقم الهاتف المدون على القسيمة، وقد حضرت فوراً وتم التأكد من الهوية.

وتم تسليم الفائزة السيارة في شركة الشفرولية من قبل مدير عام محامص الأمين أحمد أمين ورئيس مجلس إدارة دبوسي غروب وعائلة الفائزة بجو من البهجة والفرح والسرور.



تماشياً مع نهج مجلة «الصناعة والأقتصاد» القائم على الأهتمام بالصناعة اللبنانية أنطلاقاً من رسالة المجلة في خدمة القضية الصناعية.

وبمناسبة أطلاق موقع المجلة على الأترنت www.sinaaiktisad.com والذي يشكل من خلاله (باب صنع في لبنان) نمطاً حقيقياً يساهم بوصول السلعة اللبنانية الى الأسواق المحلية والعربية، وقفزة نوعية وجادة على طريق فتح أسواق جديدة أمام الإنتاج الصناعي اللبناني. ومع الإنطلاقة الجديدة للمجلة في الأسواق العربية والمجالية بحيث باتت مرجعاً معتمداً للتعرف إلى صناعة لبنان. فقد باشرت إدارة المجلة العمل على تعزيز (باب صنع في لبنان) الذي تفردت به منذ صدورها في مطلع التسعينات كخطوة فاعلة وبكلفة مخفضة جداً في الترويج للصناعة الوطنية في لبنان مستفيدة من الأنتشار الجديد للمجلة. مضافاً إليها الأنتشار الواسع على الموقع الإلكتروني www.sinaaiktisad.com في جميع الأسواق المحلية والعربية.

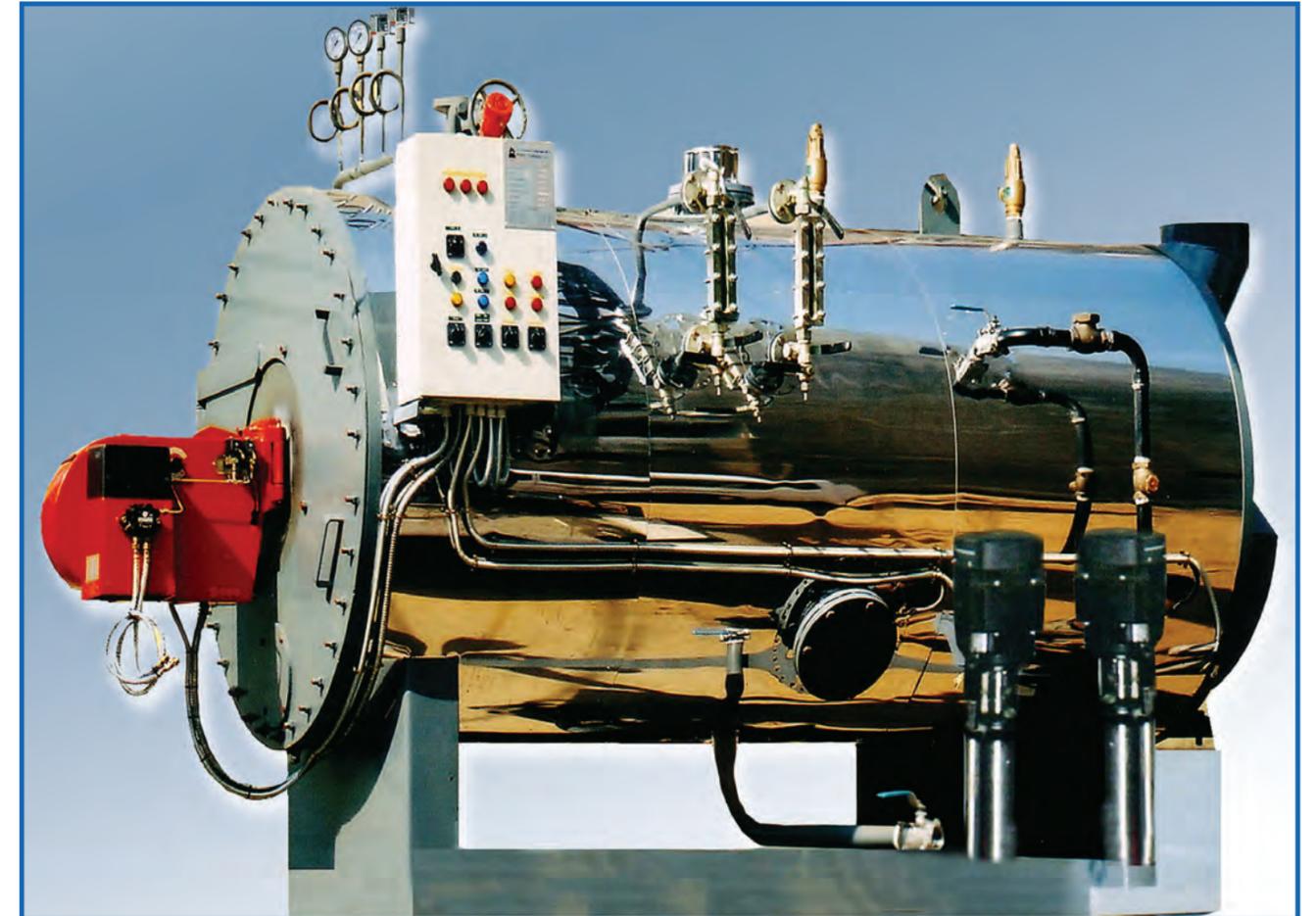
لذلك ونظراً لجديّة هذه الخطوة، تأمل إدارة المجلة أن يجد الصناعيون اللبنانيون فيها فرصة سانحة لترويج منتجاتهم عبر المشاركة الاعلانية وفقاً للنموذج الموحد الذي تم اعتماده بأسلوب سهل وفعال وبكلفة تكاد تكون رمزية بما يفسح في المجال أمام أكبر عدد ممكن من المؤسسات الصناعية للتعريف بأنتاجها بأقصر الطرق وبأقلها كلفه.

أنطلاقاً من ذلك أنشأت المجلة جهازاً بشرياً وتقنياً خاصاً لإنتاج هذه الخطوة بما يحقق المصالح المشتركة للصناعة اللبنانية بشكل خاص والأقتصاد الوطني بشكل عام.



شركة ستيم للصناعة والتجارة Steam Company INdustry & Commerce

صناعة مراجل البخار والزيوت الحرارية
Manufacture of Steam Boilers and Thermal Oil Heaters



1 - Head office: Beirut – Azarieh Bldg – Block 02B – second floor

Tel: 009613266322/3514752

00961999511 - Fax: 009611999522

2 – Branch1: South Lebanon -Kfour – Nabatieh

3 – Factory after sale/service: Beirut – Kafaat

Tel: 009611472582 fax:009611468475

Email: info@steamindustry.com - www.steamindustry.com

١ - المكتب الرئيسي: بيروت - بناية العازارية - ط٢ - بلوك ٠٢ ب

تلفون: ٠٣٢٦٦٣٢٢٢ - ٠٠٩٦١٣٥١٤٧٥٢

٠٠٩٦١١٩٩٩٥٢٢ - فاكس: ٠٠٩٦١١٩٩٩٥١١

٢- المصنع الرئيسي: منطقة الكفور - النبطية - جنوب لبنان

٣ - مصنع ما بعد البيع / الصيانة: بيروت - الكفاءات

تلفون: ٠٠٩٦١١٧٤٧٢٥٨٢ - فاكس: ٠٠٩٦١١٤٦٨٤٧٥



الصناعات الغذائية والتعبئة والتغليف



الصناعات الغذائية والتعبئة والتغليف



Second House Products
منتجات البيت الثاني

Lebanese Specialties

فلافل FALAFEL
مقلبي MEHLI
سحلاب SAHLAB
مقلبي MEHLI

SECOND HOUSE PRODUCTS
Marwan Tachout
Beirut - Lebanon
(+961) 4 913 281

Super Brasil Co. S.A.L
بن - خميص وطحن وتوضيب البن على انواعه
Coffee Roasting & Grinding & Packaging

100% Pure Brazilian Coffee

Café Super Brasil
أطيب هبة

منصورية المثلج / الكلس/بيروت/لبنان - هاتف: 180-180 (1) 911 - ص.ب: 11
فاكس: 180-90 (1) 911
info@cafesuperbrasil.com / www.cafesuperbrasil.com

G.S. PLAST SARL

G.S. PLAST SARL • PLASTIC BAGS INDUSTRY, PRINTING & TRADE
T: +961 1 880603/8 • T: +961 1 887618 • F: +961 1 880610
E: info@gsplast.com • W: www.gsplast.com

VACUUM BAGS SARL

PACKAGING, BEYOND PERFECTION!

VACUUM BAGS S.A.R.L.
T: +961.1.878578/9/80
F: +961.1.878581
E: info@vacuumbags.com.lb
W: www.vacuumbags.com.lb
A: Nahr el Mott, Main Road
Roumieh - Mount Lebanon

البان واجبان جابر ابناء جابر
مشوار الجودة منذ 1951

العنوان: المريجات - طريق بيروت الشام - هاتف: 03/131105 - 0544831/بيروت - جسر المطار
- سنتر بري - هاتف: 03/895395 - 01/834222 - خلدة - اوتستراد بيروت الجنوب - 07/894898

شركة الخبز الملكي
صناعة الخبز العربي والافرنجي صناعة
الحلويات العربية والافرنجية

العنوان: مكسة - طريق قب الياس - البقاع
هاتف: 0544151 (8) 911 - فاكس: 0544807 (8) 911

شركة محامص الامين للصناعة والتجارة ش.م.م.
صناعة وتجارة كافة انواع المكسرات والبن والشوكولا والساكر

العنوان: عكار - العبد - مقابل مشغل الزراعة - بناية الامين - هاتف: 01/471117 (1) 911 - 01/471114 (1) 911
فروع الشركة: طرابلس 1 - طريق المعرض 1 - مستديرة ابو علي 3 - القبة 4 - ابو سمرا - عكار 5 - العبد 6 -
الحمرة 7 - حليا - الضنية 8 - مرياطة 9 - سير الضنية 10 - زغرتا - الكورة 11 - عايا
الملكة العربية السعودية - الرياض - الخالدية - 01198200520

المؤسس والاصلي منذ 1882
ابو الحسن
AL YAMAN
THE FOUNDER & THE ORIGINAL
Since 1882

Tahina Natural Product
100% from the ground
sesame seeds

The HALAWA varieties
Loukoum Delight

Phone: +961 8 930796
Zahlé Fax: +961 8 930797
www.samihalyaman.com

Phone: +961 7 222580
Saida Fax: +961 7 223327
yamacosons@hotmail.com

Sadaka
شركة صدقة
للمعجنات والحلويات

صناعة الحلويات العربية والمعجنات على انواعها (استيراد وتصدير)
Manufacture Arabic Sweets & Pastries Of All Kinds

بئر العبد - شارع افسيس - بيروت لبنان - تلفون: 01/542542-278248 - 01/542542 - فاكس: 01/542542 - 911
www.sadaka-lb.com Email: info@sadaka-lb.com

GHANDOUR غندور

ABDUL KADER GHANDOUR & SONS S.A.L

طحينة - راحة حلقوم - حلاوة - سمسمية - دبس خروب
Tahini - Loukoum - Halawa - Semsimia - Carob's Rolases

بيروت - هاتف: 0545331 - 01/273149 - فاكس: 01/545331 - ص.ب: 114720 بيروت
E-mail: ghandour.lb@gmail.com

الجلبي
Al halabi
مخلوطة محمصة

بيروت - شاتيلا - ارض جلول
هاتف: 01/855994 - فاكس: 01/855993
E-mail: info@alhalabi.com - www.alhalabi@alhalabi.com

YAMAMA
معامل لافلوكس الصناعية
احمد عطايا
USINE LAVELUXE INDUSTRIELLE
صناعات غذائية

الناعمة - الحارة ملك احمد عطايا
هاتف: 01150001 - 01150001
فاكس: 011500346
ص.ب: 14/05445 بيروت

www.yamama-lb.com
info@yamama-lb.com



الصناعات الغذائية والتعبئة والتغليف



الصناعات الغذائية والتعبئة والتغليف



شركة حلباوي اخوان ش.م.م
Helbawi Bros. Co. s.a.r.l.
توضيب وتغليف جميع انواع الحبوب والبهارات (استيراد وتصدير)

Helbawi Bros
Seeds and Spices Trading

العنوان: حارة حريك - شارع الرئيس الرئيسي - ص.ب: ٢٤/١٧١ - برج البراجنة
هاتف: ٥٥١٠٥٨ (١) ٩٦١ - تلفاكس: ٥٥١٠٥٩ (١) ٩٦١ - خلوي: ٢٢٠٨٩١/٩٥/٩٣ (٣) ٩٦١
E-mail: helbawi@helbawibros.com

AL-RABIH الربيع
New Look ... Premium Quality

شكل جرير ... نوعية ممتازة

Sonaco Holding s.a.l.
Gherine, Amchi - Tel: (09) 623777 - Fax: (09) 623888
P.O.Box: 70070 Dbayeh, Lebanon - Email: sonaco@alrabih.com.lb - www.alrabih.com.lb

alwadi alakhdar

ALL THE GOODNESS OF NATURE
IN EVERY HOME
كرم الطبيعة في كل بيت

www.alwadi.com

معامل منير البساط

صناعة الحلاوة، الطحينة، راحة الحلقوم، المعلبات، المربيات، المخللات، الشرابات، السمسم، سكاكر

المصنع: الغازية - صيدا - المدينة الصناعية الثانية - ملك منير البساط
هاتف: ٢٢١٨٥٠ - ٢٢١٨٥١ - ٩٦١ ٧ ٢٢١٨٥١ - فاكس: ٩٦١ ٧ ٢٢١٨٥٢
فرع اول: صيدا - الشاكرية - هاتف: ٩٦١ ٧ ٧٣٢٨٧٣

مطاحن الدورة ش.م.ج
Dora Flour Mills SAL

دقيق وسميد القمح والذرة / زيوت نباتية، كسب وأعلاف

Wheat & Corn Flour- Semolinas & Gritz / Vegetable Oils & Meals

الدورة - برج حمود - هاتف: ٢٥٢٥٧٧ (١) ٩٦١ - فاكس: ٢٥٢٥٨٠ (١) ٩٦١
ص.ب: ١١-٦٣٠ - بيروت - لبنان
info@doramills.com - info@zmvegetableoils.com

ذم لصناعة الزيوت النباتية ش.م.ج
ZM Vegetable Oils Industries SAL

دقيق وسميد القمح والذرة / زيوت نباتية، كسب وأعلاف

Wheat & Corn Flour- Semolinas & Gritz / Vegetable Oils & Meals

ذوق مصبح - كسروان - هاتف: ٢٥٢٥٨٠ (١) ٩٦١ - فاكس: ٢٥٢٥٨٠ (١) ٩٦١
ص.ب: ١١-٦٣٠ - بيروت - لبنان
info@zmvegetableoils.com

ALRIFAI

Country's Favourite since 1948

ALRIFAI ROASTERY
675 Saeb Salam Av. Beirut | Lebanon
p: +961 1 707107, 705105, 702220/1 f: +961 1 308311
www.alrifai.com

شركة منتوجات الضيعة ش.م.م
Al Dayaa

مخللات - كبيس - مربيات - معلبات طازجة ورق عنب
زيتون - زيت زيتون

Pickles-Jams-Canned Food-Grape Leaves
Olives-Olives Oil

الكورة - كفرعفا - لبنان الشمالي - هاتف: ٩٥٢٨٢٨ (١) ٩٦١
فاكس: ٩٥٢٨٢٨ (٦) ٩٦١ - خليوي: ٣٠٢٨٤٢ (٣) ٩٦١ - ص.ب: ١٢ اميون - لبنان
aldayaa@hotmail.com Website: www.aldayaa.com

شركة الكارش ش.م.ج
AL CART S.A.J

صناعة المشروبات الروحية والكحولية

العنوان: المنين - الشارع العام - هاتف: ٢٩١١٧١ (٤) ٩٦١ - ٨١٦٢٧٧ (٣) ٩٦١
E-mail: bousleiman@hotmail.com - chateauvictor@hotmail.com - alcartsal@hotmail.com

مؤسسة ريما للسكريات
Rima Confectioneries Est.

صناعة الشوكولا والسكريات والنوغا والملين - تعبئة وخميص بن

Chocolate-Candies-Nougat-Malban Industry-Roastin

زحلة - البقاع - تعليبايا الشارع العام بناية جمعة حامد هاتف: ٥٠٦٢٩٨ (٨) ٩٦١
فاكس: ٥٠٦٢٩٨ (٨) ٩٦١ - ٦٤٠٧٧٥ (٣) ٩٦١

مصنع احمد محمد سليمان الديراني واخوانه
AHMAD M.S. AL-DIRANI AND BROS FACTORY

صناعة وتجارة مخللات - شرابات - مربيات - مواد غذائية

Industry & Commerce Pickles - Syrups - Jams - Food Stuffs

قصر نبا - البقاع - هاتف: ٩١١٤٠٠ (٨) ٩٦١ - ٤١٤١٧٣ (٣) ٩٦١
فاكس: ٩١١٣٢٣ (٨) ٩٦١ - ص.ب: ١٦١ - زحلة
darnaco@hotmail.com www.aldirani.com ahmad.aldirani@hotmail.com

باتيسري ميرفاري
Mirvay Patisserie

صناعة الكاتو - كرواسان - بوطة - شوكولا على انواعها لجميع المناسبات - تأمين طلبات الافراح



الصناعات الكيماوية والبلاستيك



api
ADVANCED PLASTIC INDUSTRIES S.A.L.
• مواد أقوى •
• سماكة جدار أقل • تدفق مياه أكبر بنسبة 20% •

صنع في لبنان

Zouk Mosbeh - Industrial City - Tabet Bldg - Tel. 961 09 220857
- 03 943773 - 775019 - Fax 961 09 220860 P.O.B. 2161 Jounieh
contact@api.com.lb www.api.com.lb

AL-FATACO
الفتى كو لصناعة وتجارة مواد التنظيف
Al-Fata Co for Manufacture and Trade of Cleaning Materials

صناعة وتجارة مواد التنظيف
Manufacture and Trade of Cleaning Materials

العنوان: جبل لبنان - بعيدا - حارة حريك - شارع القسيس
هاتف: ٩٦١ (٣) ٢٧٩٢٨٣٠ - ٩٦١ (١) ٢٧٩٣١٤ - فاكس: ٩٦١ (١) ٢٧٩٣١٤



الصناعات الكيماوية والبلاستيك



بلاستيك كام كومباني - ب.سي.سي. ش.م.م.
Plastic Chem Company - PCC s.a.r.l
Plastic Industry
صناعة بلاستيكية

لبنان الجنوبي - صيدا - الغازية - الشارع العام - البناية ملكه
هاتف: ٩٦١ (٧) ٢٢٣٥٣٥ - ٩٦١ (٣) ٢٣٧٧٨٨ - فاكس: ٩٦١ (٧) ٢٢٣٥٣٥
E-mail: khalilcherri@yahoo.fr

Robinson agri
Agricultural Products & Services
روبسون أغري ش.م.م.
صناعة البيوت البلاستيكية - صناعة شتول الخضار المطعمة

تؤمن روبسون أغري تصميم وتصنيع وتركيب البيوت البلاستيكية وفق أحدث التقنيات في لبنان والبلدان الأخرى كالعراق، رومانيا، جورجيا، أستراليا وغيرها. كما تساهم في إنتاج أجود أنواع الشتول المطعمة (البندورة والباذنجان والبطيخ والشمام...) مما يكفل للمزارعين بداية مثالية لحصاد أمثل. توفر روبسون أغري كافة المستلزمات الزراعية كاستلزمات الري والبذور المهجنة والأسمدة الكيماوية والعضوية بالإضافة إلى الإرشاد الزراعي لمساعدة المزارع في الحصول على إنتاج أفضل ونوعية مميزة.

شارع سيدة الحقل - مستيقتا - جبيل - لبنان
هاتف: ٧٩٦١٤٤ - ٧٩٦٥٠٢ (٩) ٩٦١
فاكس: ٧٩٦١٤٦ (٩) ٩٦١

Pastel
PAINTS
صناعة الدهانات على انواعها

Bitumen Emulsion-Fast Dry Industrial
Gloss Enamel - Texture Coating
Matt Emulsion - Rubber Emulsion

Mazraat yachouh-Industrial Zone-Pastel bldg.-Tel:(04)920200-915115/6-
Cell:(03)275959-Fax:(04)915115-P.O.Box:62 AinAar-Meten
Web: www.pastelpaints.com - E-mail: pastel@pastelpaints.com

Echo
شركة ايكو للتجارة والصناعة والمقاولات ش.م.م.
صناعة وتجارة كافة انواع دهانات الأبنية والدهانات الصناعية والخاصة

العنوان:
المعمل
كفرشيما -
المنطقة الصناعية
هاتف:
٩٦١ (٥) ٤٣١١٥/١١٤
المكتب:
حارة حريك
تلفاكس:
٩٦١ (١) ٥٥٧٥٢٣
E-Mail: echo_painting@hotmail.com echopaint@gmail.com www.echopaint.com

بارودي
Ideal
الحل المثالي
The Ideal Solution
La Solution Ideale

BAROODY GROUP S.A.L.
Tel: 961 1 486295/7/8 - Fax: 961 1 486299
e-mail: info@baroudigroup.com

المكس - بناية بارودي - - تلفون: ١/٧/٨ / ٤٨١٣٩٥ (١) ٩٦١ فاكس: ٤٨١٣٩٩ (١) ٩٦١
Email: info@baroudigroup.com

شركة سفن بلاست
للصناعات الكيماوية

صناعة مواد اولية خاصة
بمصانع البلاستيك

الشوفيات - طريق التيريو - قرب شركة البيبي كولا
هاتف: ٩٦١ (٥) ٤٨٠٤٩٢/٣/٤ - خليوي: ٦٣٤١٦٧ (٣) ٩٦١
فاكس: ٤٨٠٤٩٥ (٥) ٩٦١ - ص.ب: ٥٧٤٤ / ١٣ شوران، بيروت - لبنان

Plastiban
شركة بلاستيبيون
صناعة علب امبلاج من كرتون وبلاستيك واكياس للهدايا

العنوان: بيروت - ساقية الجنزير - عين النينة - الطريق العام - هاتف: ٠١/٨٠٩٤٥٤
خليوي: ٠٣/٢٨٤٦٩٠ - فاكس: ٠١/٨٠٩٤٥٤
E mail: info@plastiban-lb.com www.plastiban-lb.com

AM
مؤسسة ع.م.م. للبلاستيك
A.M. PLASTIC EST.
صناعة وطباعة كافة انواع البلاستيك
Manufacturing & Printing All Kinds of Plastic

العنوان: بيروت - لبنان - هاتف: ٥١٤٠٩ (١) ٩٦١ خليوي: ٨٤٩٧٠٠ (٣) ٩٦١
E-mail: abasmiski@gmail.com E-mail: abasmiski@hotmail.com

سامو بلت
SAMO BELT
صناعة الاحزمة الجلدية
Leather Belts

العنوان: الحدث - وهبي سنتر
هاتف: ٤٦١٠٢ - ٩٦١ (٥)
فاكس: ٤٦١١٨١ (٥) ٩٦١
Adresse: Hadath - Wehbi
Center Tel : 961 (5) 466020
- Fax : 961 (5) 461686
Email : info samobelt.com
Website : www.samobelt.com

l'Origine
Manufacturing of Cosmetics, Perfumes and Detergents
لوريجين ش.م.م.
مستحضرات التجميل والعطورات والمنظفات

العنوان: البقاع - تعنابل المنطقة الصناعية - هاتف: ٥١٣٢٠١ - ٥١٣٢٠٢ (٨) ٩٦١
فاكس: ٥١٣٢٠٠ (٨) ٩٦١ خليوي: ٨٣٣٢١ (٣) ٩٦١
E-mail: info@originecos.com - Website: www.originecos.com



آلات و الاجهزة الكهربائية



آلات و الاجهزة الكهربائية



Elissa شركة اليسا
للصناعة والتجارة

صناعة مطاحن ومحامص البن والبهارات
Manufacturing of Grinders & Roasters For Coffee and spices



العنوان: الأوزاعي مدينة ناصر الصناعية - هاتف وفاكس: (٤٥٥٠٠١) ١ (٩٦١)
خلوي: (٢٨٨٣٤٤) ٣ (٩٦١)
E-Mail: elissaco@live.com

شركة أماكو غروب المساهمة ش.م.ل.
AMACO GROUP S.A.L.

صناعة آلات لتحويل الورق الصحي
على مختلف أنواعه



Manufacturing All Kinds of Tissue Paper Converting Machine

المركز الرئيسي: صيدا - شارع الرياض الصلح - مقابل فيلا د. نزيه البزري - بناية حمود
تلفاكس: (٧٣٠٢٥٣) ٠٠٩٦١ (٧) ٢٢٢٤٣ - ص ب: ٣٧١ صيدا
www.amacosal.com info@amacosal.com

MF Ste. Moughanni Freres
Artisanat Le Bronze

Lustres et Chandeliers en Bronze et Crystal
Statues, Montres, Tables, Objets d'Art



Show Room - Dbayeh - Tel.: 961 4 407417 - 961 3 223376
Factory - New Rawda: 961 1 683184/5 - B.P. 90811 - Dekwaneh,
E-mail: moughanni@moughannilighting.com www.moughannilighting.com

Metal False Ceilings - Lighting Fixtures - Electric Panel Boards

DEBBAS INDUSTRIES S.A.L.
T +961 1 486 311/2 F +961 1 486 314
info@di.debbas.com.lb
www.debbas.com



debbas

HARIRI RADIATOR حريري رادياتور

صناعة رادياتورات واكسسواراتها لكافة السيارات والمولدات والمعدات



Hariri Radiators Factory

صيدا - عين الدلب
ملك محمد الحريري
هاتف:
٩٦١ (٧) ٧٢٣٠٠٧
٩٦١ (٣) ٢٤٧٨٤٧
ص.ب: ٤٩٩

Saida - Ain Al Deleb -
Mohammad Hariri Bldg
Tel. 961 (7) 723007
- 961 (3) 247847
P.O.Box. 499

Chouairy Multi Packaging شويري مولتي باكيجينغ ش.م.م.

CHOUERY Multi Packaging S.A.R.L.

استيراد آلات ومواد التغليف والتوضيب والتعبئة
Import Machinery & Packaging Materials. Packaging & Packing



Flow Pack Stretch Film & Adhesive Tape

العنوان: لبنان - منصورية المتن - شارع سامي الصلح - بناية سانت ايلي - بلوك «د»
هاتف: ٤٠١٧٧٧ - ٩٦١ (٤) ٤٠١٧٧ - ٩٦١ (٤) ٥٣٢٣٩٩
خلوي: (٣) ٢٨١٢٥٢ - ٩٦١ (٣) ٨٠٨٠٧٧ - ص.ب: ١١٢ - منصورية المتن
info@chouerymultipack.com www.chouerymultipack.com

Mecanix s.a.l ميكانيكس ش.م.ل.

تبريد صناعي واشغال صناعية



جبل لبنان - بعدا - الحازمية - الأوتستراد - بناية بندر
هاتف: ٩٥٠٨٦٦ - ٧ (٥) ٩٦١ - فاكس: ٩٥٢٨٦٦ (٥) ٩٦١
mecanix@mecanixsal.com www.mecanixsal.com

Fouad Siblani & Fils
Since 1922

-Lighting fixtures manufacturing and trade
-Home automation and lighting design
-Hospital nurse call communication

Sami Solh Blvd.-Younes Bldg. 2nd floor
Tel: +961 1 390190 Fax: +961 1 390290 info@siblani-lighting.com



لا مشكلة بعد الآن في تدفئة مزارع الدواجن والخيم الزراعية

صناعة وتجهيز المطابخ الكبرى - صنع معامل للتفريات - صنع دفايات على أنواعها

الدفاية الاقتصادية البيئية

١ - لمزرعة دواجن مساحة ١٠٠٠ م. مربع ٦ ليتر ديزل لكل ساعة دوران
٢ - دفاية للخيم الزراعية من ٥٠٠ م. مربع الى ١٠٠٠٠ م. مربع (ديزل اوزيت مستهلك)

للمعلومات

شركة الشامى للتجارة والصناعة
00961 3 839 269 - 00961 1 472 139
E-mail: shamiest@shamiest.com.lb



Shami

شركة اكسترفور لصناعة الافران الآلية ش.م.م.

Manufacturing of Bakery صناعة وتجارة الافران الآلية

EXTRA FOUR Co. S.A.R.L. Automatic Bakeries Manufacturers

شركة اكسترفور ش.م.م.
لصناعة الافران الآلية

لوازم افران الخبز العربي
الخبز الافرنجى الخلوبات
المنافيش والكعك

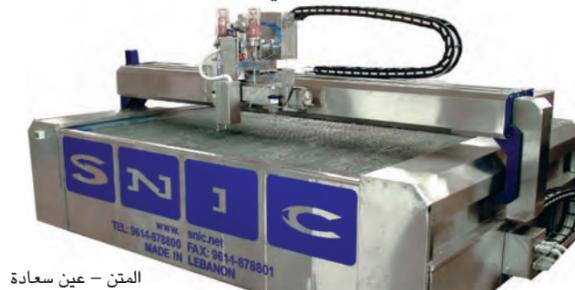


Al Ghadir Street, Chakal Industrial Center, Kafarchima, BEIRUT LEBANON
Desk +961 5 435 433 - Mobile +961 3 733 707 - Fax +961 5 432 856 - http://www.ExtraFourCo.com/

العنوان: كفرشما - شارع الغدير - ملك سميون وباسيل
هاتف: ٤٣٥٤٣٣ (٥) ٩٦١ - فاكس: ٤٣٢٨٥٦ (٥) ٩٦١
http://www.ExtraFourCo.com/ contact@extrafourco.com

شركة نحاس للصناعة والتجارة (سنيك)

صناعة ماكينات Plasma - Water-Jet لقص المعادن
وماكينات مختلفة لتشروجلي الرخام والفرانيت



المتن - عين سعاده
المدينة الصناعية - بناية المؤسسة
هاتف: ٨٩٠٦٩٦ - ٨٧٨٨٠٠ (١) ٩٦١
فاكس: ٨٧٨٨٠١ (١) ٩٦١
ص.ب: ١١٥٩ - ٩٠ - جديدة
Snic@dm.net.lb www.snic.net

شركة ستيم للتجارة والصناعة ش.م.م.

Steam Company s.a.r.l.

لصناعة المراجل
شوديرات البخار
وشوديرات الزيت
الحراري

لبنان - بيروت - الكفاءات
تلفاكس: 961-1-472582
خلوي: 961-3-266322 / 03-514752 / 03-219101





صناعة الألبسة والنسيج



آلات والاجهزة الكهربائية



مؤسسة جاني سيكس
Jany Six

بيروت - المصيبة - شارع بريك - بناية برج الحرية
هاتف: ٣٠٠٨٧٤ (١) ٩٦١ - ٨١٦٨٤٥ (١) ٩٦١ - ص.ب: ١٤ - ٥٧٤١
info@saidmidani.com Web site: www.saidmidani.com

شركة زياد بو عز للصناعة والتجارة ش.م.م.
ZIAD BOU EZZ CO.FOR Ind.& Commerce sarl
صناعة كافة الملابس القطنية
Manufacturing All Kind of Under Wear - Linens - Baby Set - Blanket

العنوان: بتلون-الشوف- الطريق العام - هاتف: ٩٦١(٥) ٩٦١(٣) ٩٦١(٣)
خليوي: ٩٦١(٣) ٩٦١(٣) ١٥٠٣-٢٣
E-mail: bouezco@cyberia.net.lb

ASTRA
Reinventing Light

90% economy with AstraLED

Tel: 00961 1 251635 - 00961 3 345646
St Joseph street, Dora BH, BP: 80-220
Beirut-Lebanon
www.astralux.com

محلات أحمد محمد بكري للصناعة والتجارة ش.م.م. - بيماتيك

BIMATIC

Offices: Cornich Al-Mazraa, Near Dar Al-Aytam, Beirut, Lebanon
Factory: Jabra, Al-Shouf, Lebanon
Tel: 00961 1 655776 - 1 653681/79 - Fax: 00961 1 653680
Email: bimatic@bimatic.com.lb - URL: www.bimatic.com.lb

DARINE
Lingerie

مؤسسة دارين للصناعة والتجارة
Darine Manufacturing & Trading Est.

البيسة داخلية Lingerie
بيروت - برج ابي حيدر
شارع بشير جنبلاط - بناية العياص
هاتف: ٣٠٩٨٣٣ (١) ٩٦١
٥١١٨١١ (٣) ٩٦١
فاكس: ٣٠٩٨٣٣ (١) ٩٦١

مؤسسة ريمودا للصناعة والتجارة
Rimoda Manufacturing & Trading Est.

البيسة داخلية Lingerie
بيروت - برج ابي حيدر
شارع ابن خلدون - بناية العبير
هاتف: ٣١٥٠٨٤ (١) ٩٦١ - ٥
٥٤٥٩٩٩ (٣) ٩٦١
فاكس: ٣١٥٠٨٥ (١) ٩٦١
ص.ب: ١٤/٦٢٨٢
rimoda.est@gmail.com
www.rimoda.com.lb

AMBAR GROUP L.L.C
SINCE 1890

Coffee & Nut Roasters, Nut Grinder, Hydraulic Baler, Horizontal & Vertical Mixer, Shredder, Horizontal Hammer Mill, Sorting Machines & Semi-Automatic Filling Machine.

محامص بن و مكسرات، مطاحن بن و مكسرات و جميع أنواع الحبوب، مكابس هيدروليكية، خلط أفقي وعمودي، فرامات ماكينة تعريب الحبوب، ماكينة تعبئة الحبوب والبودرة.

Nut Roaster محمص بوزرات آني
High Speed Coffee Roaster محمص بن سريع
Horizontal Hammer Mill - Dust Proof مطحنة شواكيش أفقية
Hydraulic Baling Press مكبس هيدروليكي عامودي

Bouchrieh - Industrial City - Street 88 - Beirut - Lebanon
Telfax: 961 1 480652 - 03 385119
info@ambar-group.com - www.ambar-group.com

لو جيانت Le Geant
تصنيع وتجميع وتجارة جميع أنواع المولدات وكواتم الصوت وعلب

Manufacturer of Panel Boards & Mineral Boxes

جبل لبنان - جبيل مستتبنا شارع بشلة
هاتف: ٧٩٥٥٠٠ (٩) ٩٦١ - ٦٠٨١٢ (٣) فاكس: ٧٩٥٥٠٠ (٩) ٩٦١

Juno Morell

شركة لارجس
Largess Co

الأنيسة الجاهزة
سد البوشرية
شارع كنيسة مارمارون
هاتف: ٢٤٨٧٧٧ - ٩٦١
فاكس: ٢٤٨٦٤٨ - ٩٦١
ص.ب: ١٨٠٩ - ٩٠
info @ largess-co.com - www.largess-co.com

BEYDOUN STORE
Glazing System-Solar Protection

بيروت - البسطا التحتا - بناية بيضون
Beirut - Basta El Tahta - Beydoun BLDG.
P.O.Box: 11 - 7238 Beirut - Lebanon
Tel: +961 1 666 660
Fax: +961 1 659 200
E-mail: sales@beydounstore.com.lb
Website: www.beydounstore.com.lb
Corporate Only: Ahmad Amin Beydoun 03/658853

هاتف
فاكس
بريد الكتروني

مؤسسة بحر للصناعة والتجارة
أفران عربي - أفران الفرنجي - مطاعم
برادات - ملاحم - سوپر ماركت
صور - طريق عام برج الشمالي
07741216 - 07/347216
03/334646

شركة معامل فيلوكس للقازانات Velox
تصنيع قازانات وسخانات مياه على أنواعها

جبل لبنان - بعيدا - برج البراجنة شارع جامع العرب بناية شهاب
هاتف: ٤٧٢٠٤٢ (١) ٩٦١ - ٣٧٥١٢٣ (٣) فاكس: ٤٧٢٠٦٠ (١) ٩٦١
veloxco@hotmail.com

شركة اكسترافور لصناعة الافران الآلية ش.م.م.

EXTRA FOUR CO S.A.R.L BAKERY EQUIPMENT

صناعة وتجارة الافران الآلية

Manufacturing of Bakery

EXTRA FOUR Co. S.A.R.L.
Automatic Bakeries Manufacturers

شركة أكسترا فور ش.م.م.
لصناعة الافران الآلية

لوازم أفران الخبز العربي،
الخبز الأفرنجي، الحلويات،
المنافيش والكعك.

Al Ghadir Street, Chakar Industrial Center, Kafarchima, BEIRUT LEBANON
Desk +961 5 435 433 - Mobile +961 3 733 707 - Fax +961 5 432 856 - <http://www.ExtraFourCo.com/>

ADDRESS :

EXTRA FOUR Co. Automatic Bakeries Manufacturers
Kafarchima, Beirut - LEBANON
Mob +961 3 733707 - Tel +961 5 435433 Fax +961 5 432856
<http://www.ExtraFourCo.com/> contact@extrafourco.com

العنوان :

كفرشيميا - شارع الغدير - ملك سميون وباسيل
هاتف : ٤٣٥٤٣٣ (٥) ٩٦١
فاكس : ٤٣٢٨٥٦ (٥) ٩٦١



صناعات مختلفة



UNICO s.a.l.

"THE DIFFERENCE IN DETAILS"

Manufacturers of
[Holloware]
[Buffet plates]
[Buffet stands]
[Chafing dishes]
[Kitchen & catering utensils]
[Wedding cake stands]

Mkalles St., No. 72, sector 1
Tel: +961 1 687500 - 1 - 2 - 3
Fax: +961 1 687504 - P.O.Box 55240 Sin El Fil-Lebanon

SINCE 1952

UNINOX
Stainless Steel 18/10

GLOBUS
Aluminum 99.5% pure



sales@unico.com.lb
www.unico-sal.com

الشركة العامة لصناعات الألمنيوم (ألوكسال) ش.م.ل.
The General Co. for Aluminum Extrusion (Aluxal) S.A.L.

Manufacturing
of
Aluminum



صناعة
سحب
الألمنيوم

Choueifat - Tel: +9615 480406/7/8/9 - P.O.Box: 30106 Choueifat
Fax: +9615 480405 - Email: aluxal@inco.com.lb - Website: www.aluxal.info



تغنايل - البقاع - خلف مؤسسة الحريري
Tel: 009613910952 Telefax: 009618512182
Email: asilstone@yahoo.com

شركة المصانع الحديثة للباطون الجاهز ش.م.ل.
Modern Industries For Concrete sal (MIC)

مجبل باطون جاهز - مختبر لفحص الباطون - Ready Mix Concrete - Laboratory



العنوان : جبل لبنان - المتن - ابو ميزان - الطريق العام - هاتف : ٩٨٢١٣٣ - ٤ - ٩٦١
فاكس : ٩٨٢١٣٣ - ٤ - ٩٦١
Email: mic-concrete@kahy-holding.com

مؤسسة يعقوب الأسمر Yaacoub El Asmar

صناعة القمروشات وهندسة داخلية - ديكور من خشب الدهانات للموبيليا
Furniture-Decoration-Wood Work-& Paints for Furnitures



جبل لبنان - المتن - سد البوشرية شارع الكهرباء بناية حاتم رزق الله
هاتف : ٨٧٥٥١٤ (١) ٩٦١ - ٦١٠٧٥١ (٣) ٩٦١ فاكس : ٨٧٥٥١٤ (١) ٩٦١

مطبعة General Printing Press جنرال

Commercial & Color Printing - Printing & Design
Catalogues - Brochures - Flyers - Menus & Sous Plat
Labels (Stickers & Board) - Letterheads - Envelopes
Invoices - Receipts - Business Cards - Wedding Cards
Boxes & Paper Bags - Wrapping Paper - Calendar , etc...

Offset - Typo - Hot Stamp Foils - Embossed Logo
Gloss or Matt Film Laminated - UV Varnished
Brands & Quality's of Paper & Board

Phone : 961 3 790 003 - 961 1 444 692

Fax : 961 1 561 972

E-Mail : generalp-p@hotmail.com - imprimeriegeneral@hotmail.com
Gemayzeh - Beirut - Lebanon



الصناعة والاقتصاد

ASSINAA WAL' IKTISSAD



صابونجيان: مستعدون
لدعم قطاع الصناعة الغذائية

ملف خاص:

الصناعات الغذائية

والتعبئة والتغليف في لبنان



CORRUGATED PACKAGING SOLUTIONS

CARRY SOLUTIONS | CATERING AND DELIVERY | PROMOTION AND SHELVES | SHIPPING AND TRANSPORT



Union Packaging Corporation (UNIPAK) specializes in manufacturing corrugated board, corrugated containers, carton packaging, high-graphics shelf-ready packaging, promotional point-of-purchase displays and counter stands. Established in 1965, the company caters to the agricultural, processed food, beverage, catering, dairy, hygiene disposables, pharmaceutical, industrial, households, chemical and petrochemical markets in Europe, the Middle East and Africa.

UNIPAK S.A.L., MEMBER OF INDEVCO GROUP . Halat, Jbeil, Lebanon . Phone +961 9 478900 . Fax +961 9 478915 . info@unipaklb.com . www.unipaklb.com

فلسفة المعارض.. «هورিকা» نموذج للنبوغ

لا شيء يرسم ملامح العالم كما تفعل المخيلة التي تقودنا إلى صياغة النظريات، والوقوع في الحب، وإطلاق الشركات، وتأسيس الأسرة، وإقناع الجمهور، واختبار فكرة ما، وكتابة قصيدة، واختبار معادلة، وتكوين صداقة، وتأسيس مدينة، وبناء دولة. هكذا تأتي المعارض التي تعتمد على مفهوم وفكرة محددة توضح فلسفة كل معرض، حيث تعددت وتنوعت في العصر الحديث فكرة المعارض فنجد المعارض الصناعي والزراعي والمعارض المتخصصة لبعض المنتجات والسلع ووسائل التكنولوجيا الحديثة. إي أن كل معرض يقام يعتمد في إقامته على أهداف يرمى تحقيقها، وإقامة المعارض الصناعية بكل أنواعها تهدف إلى تسويق السلع والمنتجات الاستهلاكية.

وتعد صناعة المعارض من الصناعات الناشئة في المنطقة العربية، فعمرها يزيد عن 20 عاماً بقليل، في الوقت الذي بدأت فيه منذ أكثر من ثمانين عاماً على مستوى العالم؛ حيث تم إنشاء الاتحاد الدولي للمعارض سنة 1925م. ويوجد بالعالم العربي حالياً أكثر من 2000 شركة لتنظيم المعارض، إلا أن 150 شركة فقط هي التي تستوفي الشروط العالمية، ولا تتجاوز نسبة المعارض المسجلة في العالم العربي 1.7% من إجمالي المعارض على مستوى العالم، والتي تصل إلى 30 ألف معرض سنوياً.

وتعمل المعارض على تعزيز الفرص الاستثمارية في المجالات الزراعية والصناعية والتجارية والصناعات المساندة لها؛ من خلال الشركات العالمية الوافدة، والشركات المحلية، حيث يوفر المعرض فرصة للجميع؛ موردين ومستوردين، للانتقال إلى آفاق أرحب في التعاون، يحققها المعرض؛ من خلال تجميع أكبر قدر من الخبراء والشركات الكبرى المعنية في وقت واحد. وتسعى المعارض إلى أن يكون قبلة للزوار والمعنيين بالصناعات الغذائية ومستلزماتها، نظراً لما تمثله السوق اللبنانية من أهمية كبرى في المنطقة العربية والشرق الأوسط.

وتعتبر بيروت تجسيدا حقيقياً للمفهوم الذي كشفه النبوغ اللبناني باعتبار ان التواصل الفكري هو السبيل الأفضل للتقدم والنجاح والتعايش بالنسبة للأجيال المقبلة. وتنبع أهمية بيروت في هذا المضمار من كونها مركزاً للتواصل بين الناس والدول والأفكار سواء عندما كانت قرية صغيرة في بدايات القرن العشرين، أو في أيامنا الحالية التي تحولت فيها إلى مدينة عالمية عملاقة.

ويواجه لبنان اليوم مجموعة من التحديات غير المسبوقة في الوقت الذي يقوم فيه العالم بإعادة تقييم نماذج الاقتصادية والسياسية والبيئية، كما يدفعه التعقيد الحاصل في مجتمعاتنا العربية المترابطة إلى إعادة النظر في أطر النمو والتطور لدينا. ولا يزال الحل الرئيسي يتمثل باتباع نهج تعاوني جماعي يهدف إلى معالجة التحديات الحالية مثل الأزمة المالية العالمية، والأمن الغذائي، والتهديدات الخارجية بين الدول، ومحاربة الفقر والبطالة، والاضطرابات الاجتماعية.

ومن هذا المنطلق، سيشكل «معرض هورিকা - بيروت 2013» منصة مهمة للتواصل والمساهمة في بناء شراكات رائدة تحقق النمو والاستدامة. كما سيسعى المعرض إلى استقطاب المفكرين والمبدعين لعرض إنجازاتهم العظيمة التي تشجع على إيجاد نماذج جديدة للنمو، وطرح أفكار جديدة للتواصل، واستعراض الخطط التي تحقق تقدماً حقيقياً. حيث سيشارك في المعرض لهذا العام كبرى الشركات والمنظمات العالمية والمحلية.

في ظل الترابط الكبير الذي تشهده مجتمعاتنا المعاصرة، بات من المستحيل على أي بلد أو مؤسسة أو نظام مواجهة التحديات المستقبلية بشكل منفرد. وانطلاقاً من هذا التصور، فإن «هورিকা» سيشكل منصة مهمة لتأسيس الشراكات التي تواكب المتطلبات المتغيرة للعالم.

وهكذا سيضيف ملتقى «هورিকা» الذي يقام في العاصمة اللبنانية - بيروت، في دورته الجديدة، فرصة ذهبية لتبادل الخبرات في مجالات الضيافة والمأكولات في الشرق الأوسط ومحطة أساسية لمشاركة الإنجازات في عالم الضيافة والذي خطاً أشواطاً كبيرة في الحرفية والمعرفة. ورغم الظروف التي تطاول المنطقة وتداعياتها على القطاع الغذائي، ينطلق ملتقى هورিকা، متحدياً كل الظروف، مشكلاً من خلال سمعته العالمية علامة فارقة لرفد القطاع السياحي في لبنان بأقوى المقومات على مستوى الصناعة الغذائية بما يجعل من «هورিকা» مرجع المهني لرواد الصناعة والمحرك الأساسي لقطاع الضيافة محلياً وإقليمياً.

Wilco^{PM}

Taste the difference

Fresh - Grain Fed - No Hormones

Halal



Cedars road, Chekka, Lebanon - P.O.Box:4150
T +961 (0)6 540 171-2-3 / F +961 (0)6 540 175
www.wilcopm.com



بنجار
CAFE
NAJJAR



وين في لبناني،

في نجار



CORTAS
SINCE 1930



الأول بالخبرة... والأطيب عالسفرة

شركة قرطاس للمعلبات والتبريد ش.م.ل.

CORTAS CANNING AND REFRIGERATING CO. SAL

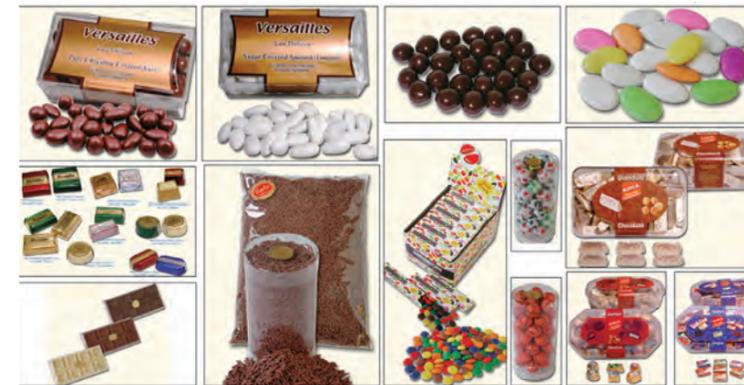
تعليل حمص بالطحينة، حمص حب، فاصوليا والبازيلا
Canned Chick Pea Dip, Chick Peas, White Beans & Green Peas

العنوان: الدورة - ص.ب: 11-0209 بيروت، لبنان - هاتف: 257171 - 1-961 - فاكس: 257272 - 1-961
Address: Dora - P.O. Box: 11 - 0209 Beirut - Lebanon - Tel: 961-1-257171 Fax: 961-1-257272 -
E. mail: sales@cortas.net - website: www.cortasfood.com

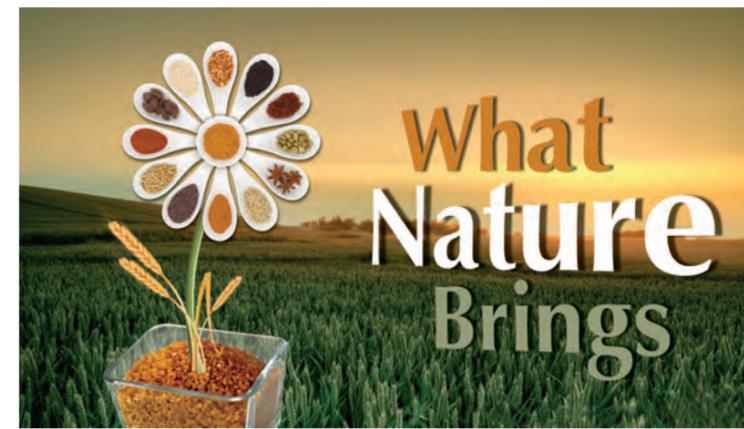
قطاع الصناعات الغذائية (انتاج وصادرات)



شركة فوديكو - الشوفيات



شوكولا كارلا - النفاش



مطاحن الفتح - جديدة غزير

شهد قطاع الصناعات الغذائية اللبنانية أهمية استهلاكية على الصعيدين المحلي والعربي، وتطوراً ملحوظاً على الصعيد العالمي، إذ تعتبر الصناعات الغذائية الأولى بين كل الصناعات الاستهلاكية في لبنان، تختلف في توزيعها بين المحافظات اللبنانية. كما يختلف توزيع الصناعات الغذائية وفق المناخ والمساحات المبنية لتلك المصانع. ويتعلق نمو قطاع الصناعات الغذائية بنمو الأسواق الخارجية ومطالباتها من المنتجات الغذائية اللبنانية، وكل العوامل تتعلق بالانتشار الإغترابي وفتح الأسواق الإستهلاكية في الخارج.

ويتوزع قطاع الصناعات الغذائية بطريقة شبه عشوائية إذ لا تتركز صناعة محددة في مناطق دون الأخرى، على سبيل المثال، تتواجد أكبر مصانع الطحين في بيروت وضواحيها، وتليها طرابلس كمركز ثانٍ لوجود المطاحن، فيما تنتشر بعض المطاحن الصغيرة في سائر المناطق اللبنانية.

أما صناعة الألبان فتتوزع بين محافظتي البقاع وجبل لبنان، بالإضافة إلى مصانع صغيرة في ضواحي بيروت. أما صناعة الخبز ومشتقاته فلا حدود لانتشار المصانع الكبرى أو المخازن المصدرة لهذه السلع بين بيروت وضواحيها والمدن كافة. إلا أن محافظة جبل لبنان تعتبر الأكبر في عدد المصانع ربما لوجود المساحات الإعمارية وقربها من العاصمة بيروت.

ويعتبر قطاع الصناعات الغذائية الأكثر فاعلية بين القطاعات الصناعية الأخرى كونه المحفز على التطوير لارتباطه المباشر بكل القطاعات، ومنها القطاع الزراعي والقطاع الصناعي (صناعات كرتون وبلاستيك وحديد وزجاج وغيرها) بالإضافة إلى قطاع الخدمات والقطاع المالي، كونه القطاع الأكثر مرونة وطلباً في الأسواق.

إلا أن هذا القطاع يعتبر القطاع الأكثر غياباً عن الإهتمامات الرسمية والدبلوماسية، في التبادل والمعاهدات والإقتصاد الخارجي،

لما فيه من تجاهل لحاجات الصناعة الغذائية وحاجات المستهلك للصناعة المحلية.

تطور الصادرات

ومع تطور الصناعة الغذائية تقدم قطاع الصادرات الغذائية، فارتفعت نسبة الطلب الخارجي على المنتجات اللبنانية كافة حسب الإنتشار اللبناني في العالم، خصوصاً في الأوروبية، حيث سجلت صادرات الصناعات الغذائية نسبة وصلت إلى 28 مليون دولار في العام 2010، وارتفعت إلى 41.7 مليون دولار في العام 2011.

وتوزع التصدير إلى الدول العربية بنسبة 55.8 في المئة، وأوروبا الغربية 17.08 في المئة، وأميركا اللاتينية 16.45 في المئة، وأوروبا الشرقية 4.8 في المئة، وأميركا وكندا 3.4 في المئة.

أما نقاط القوة الداعمة للصناعات الغذائية فتركز على نقاط متعددة تعمل على تطويرها وتوسيعها ومنها:

× الطبيعة المناخية والتربة في المنتجات الزراعية.

× أماكن تصدير المنتجات اللبنانية في الأسواق اللبنانية في البلدان الأجنبية

ومنها الخليج وأوروبا وأميركا. × الخبرة التي اكتسبها المنتجون اللبنانيون في معرفة كيفية التسويق إلى الأسواق الأجنبية.

× كلفة العمالة المتوفرة بكلفة معقولة مقارنة بالبلدان الصناعية.

× دعم متوافر من ثلاث مختبرات للتجارب بما في ذلك R&D ومدرسة مهنية متخصصة في الصناعة الغذائية.

× نشاطات ومشاركات في معارض محلية ودولية مثل أونجوا- سيل- هوريكا- جلف فود وغيرها.

التوزع الجغرافي للمصانع اللبنانية

وقد توزعت المصانع الغذائية في لبنان على المحافظات بالشكل التالي:

احتلت محافظة جبل لبنان المرتبة الأولى من حيث عدد المصانع ووصل العدد الإجمالي إلى 217 مصنعاً بنسبة 36.9 بالمئة. واحتلت محافظة الشمال المرتبة الثانية حيث بلغ عدد المصانع 122 بنسبة 20.7 بالمئة. وجاءت محافظة البقاع في المرتبة الثالثة حيث بلغ عدد المصانع 97 مصنعاً بنسبة 16.3 في المئة. وجاءت محافظة الجنوب في المرتبة الرابعة وبلغ عدد المصانع 82 مصنعاً بنسبة 13.9 في المئة. واحتلت العاصمة بيروت المرتبة الخامسة في عدد المصانع الذي بلغ 70 مصنعاً بنسبة 11.9 بالمئة.

وقد بينت الجداول المرفقة توزع هذه المصانع حسب المحافظات والأقضية.

وتوزعت المصانع في أقضية المحافظات وفق الجداول التالية:

توزع عدد المصانع الغذائية في محافظة الشمال

القضاء	العدد	النسبة المئوية
طرابلس	55	45
زغرتا	32	26.2
الكورة	18	14.7
البيرون	9	7.3
عكار	5	4
الضنية	2	1.6
بشري	1	0.8
المجموع	122	



شركة داليا - جبيل

توزع عدد المصانع الغذائية في محافظة جبل لبنان

القضاء	العدد	النسبة المئوية
المتن	66	30.4
بعيدا	61	28.1
كسروان	35	16.1
الشوف	23	10.5
عالية	19	8.7
جبيل	13	5.9
المجموع	217	

توزع عدد المصانع الغذائية في محافظة الجنوب

القضاء	العدد	النسبة المئوية
صيدا	60	73.1
النبطية	12	14.6
صور	8	9.7
حزيرين	1	1.2
مرجعيون	1	1.2
المجموع	82	

توزع عدد المصانع الغذائية حسب المحافظات

المحافظة	العدد	النسبة المئوية
جبل لبنان	217	36.9
الشمال	122	20.7
البقاع	96	16.3
الجنوب	82	13.9
بيروت	70	11.9
المجموع	587	

توزع عدد المصانع الغذائية في محافظة البقاع

القضاء	العدد	النسبة المئوية
زحلة	77	80.2
بعلبك الهرمل	11	11.4
البقاع الغربي	5	5.2
راشيا	3	3.1
المجموع	96	

“Your Packaging
is your Prime salesman,
Is he Performing?”



Packaging plays a major role in influencing consumers purchase decision. We, at Brandcell can help you enhance your Brand packaging to achieve better results.

Call us for a detailed credentials presentation.

Brandcell

Different thinking. Different results

Damascus road, Eshmoun bldg. Beirut, Lebanon
T: 961 1 335 417/321 | F:961 1 335 410
info@brand-cell.com | www.brand-cell.com

alwadi
alakhdar

كرم الطبيعتا
في كل بيت



Join us on
Facebook

www.alwadi.com

الإنفاق على التعبئة يساوي قيمة الحملات الإعلانية

التعبئة والتغليف:

دور أساس في ترويج المنتجات الغذائية



شركة روتو فليكسو برس - الشوبر

تاريخ العلامات التجارية

بدأت العلامات التجارية في العصور الوسطى عندما بدأت الشعوب تؤسس للنقابات المهنية (على غرار النقابات العمالية)، وشكلت النقابات التجارية للسيطرة على كمية ونوعية الإنتاج. وكان هناك شرط واحد أن يمثل كل منتج البضائع حتى يمكن تقييده بالنتائج عند الضرورة. لضبط النوعية ومراقبة السلع من خلال العلامات التجارية وأيضاً الحماية للمشتري، فيما الآن تطورت عملية المراقبة والترويج ويمكن الآن تحديد مصدر المنتج.

وبدأ هذا القطاع بالتنامي بعد الحرب الأهلية الأميركية، وبقيت بعض العلامات التجارية التي انطلقت في العام 1870 قوية لغاية اليوم، على اعتبار أن علامة جيدة تؤكد عادة أهمية المنتج وبالتالي الحفاظ على الجودة وتشجع على تكرار الشراء.

الأهمية الاستراتيجية للتغليف

اتخذت التعبئة والتغليف أكثر من وظيفة، إذ إن أهميتها تتمثل بزيادة القدرة التنافسية في الأسواق العالمية، ولا يمكن حصرها في بلد المنشأ فقط. وبات قطاعاً منفصلاً بحد ذاته، لكنه ذات أهمية استراتيجية كبيرة في شتى الصناعات لا سيما الصناعات الغذائية على مستوى العالم.

ومن شأن الخطط الاستراتيجية لقطاع التعبئة والتغليف معرفة احتياجات السوق المستهدفة وتناسب عملية التسويق اللازمة، وقد يكون هذا القطاع أكثر العوامل حيوية بين الصناعات كافة. إذ يمكن لسلعة جديدة أن تصبح عاملاً رئيسياً في استراتيجية جديدة للتسويق من قبل بشكل ملحوظ لتحسين الجمالي الناتج. ومن نواحي أخرى تزيد

القدرة تنافسية وتساهم بنجاح انتشار السلعة. والتجديد بشكل التغليف العام وأساليب التعبئة الآمنة يرفع نسبة الطلب عليها.

ومن ناحية الشحن والتصدير، فقد شكّل قطاع التعبئة والتغليف أهمية كبرى لوقاية السلع المصدرة، وهذا ما ناسب الصناعيين وتجار الجملة، لحماية البضائع أثناء عملية الشحن.

لهذا باتت عملية التعبئة والتغليف أمراً حيوياً لتجار التجزئة، فقد استفادوا من الحماية بشكل أفضل وسهلت عليهم عملية الترويج، كما قللت من كلفة التخزين والحماية من التلف أو السرقة.

التسويق

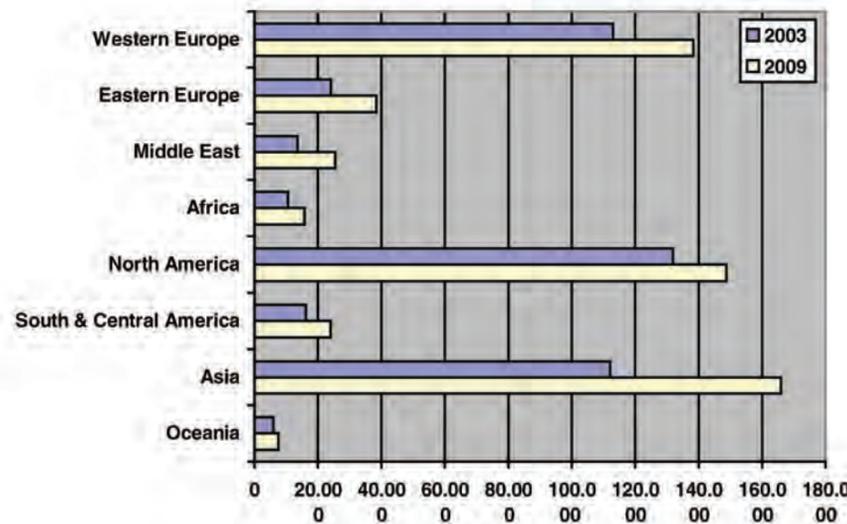
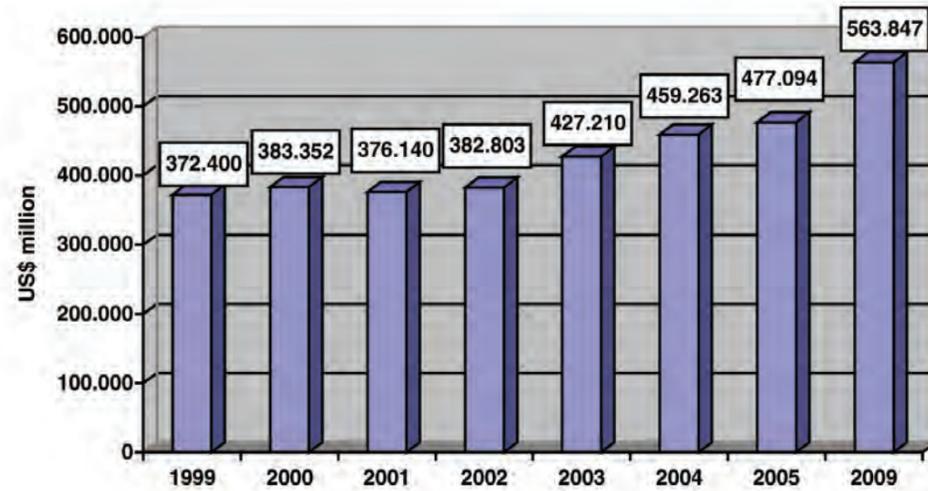
عامل تسويق السلع الإستهلاكية مرتبط بشكل مباشر بمسألة التعبئة والتغليف كونهم ضمن دائرة واحدة. فمع التغليف الجيد والصورة المميزة تخدم السلعة نفسها بنفسها خلال عملية البيع بالتجزئة. إلا أن هذا الأمر لا يحد من رفع كلفة التوزيع، فكلما تحسن وضع التغليف زادت نسبة الجودة، وارتفعت

كلفة التعبئة والتغليف

وكانت كلفة التعبئة والتغليف في العالم قد وصلت عام 2004 الى حوالي 485 مليار دولار، قسمت الى 460 مليار دولار تقريباً كلفة مبيعات حاويات التعبئة والتغليف، وقرابة 25 مليار دولار مبيعات الآلات. تستخدم في مجموعة واسعة عبر مجموعة من الصناعات الغذائية والمشروبات، والرعاية الصحية، ومستحضرات التجميل وغيرها من السلع الاستهلاكية، فضلاً عن مجموعة من القطاعات الصناعية، وأصبحت صناعة التعبئة والتغليف عنصراً أساسياً، مع

تزايد استخدامها على نطاق واسع وبما يتماشى مع تطور الاقتصاد العالمي. وفي ظل تطور وسائل البيع والمعاملات التجارية الالكترونية تجري ممارسة الضغط لتخفيض الأسعار من قبل أصحاب العلامة التجارية وتجار التجزئة على حد سواء، وتزايد استخدام التجارة الإلكترونية جعل المناقصات في الأعمال كلها من مصادر المواد. لقد أثرت الضغوط كثيراً على الأسواق في أوروبا الغربية واليابان وأميركا الشمالية، وأدت في بعض الحالات إلى ما يقارب الصفر في نمو استهلاك التعبئة

والتغليف في العالم المتقدم. ومع ذلك، لا تزال هناك فرص للنمو مدفوعاً بزيادة استهلاك المواد المعبأة بدلاً من الغذاء غير المعبأ، وكذلك النمو العام عبر مجموعة من مجالات السلع الاستهلاكية. في الوقت نفسه، فإن النمو السريع في استخدام التعبئة والتغليف، في الاقتصادات السريعة النمو في آسيا وأوروبا الشرقية، يتيح فرصاً جديدة للموردين، على الرغم من المخاطر الكامنة في وجود درجة عالية يجب أن تؤخذ في الاعتبار، ولا سيما في ضوء تجربة الأسواق في جنوب أميركا خلال السنوات الأخيرة.



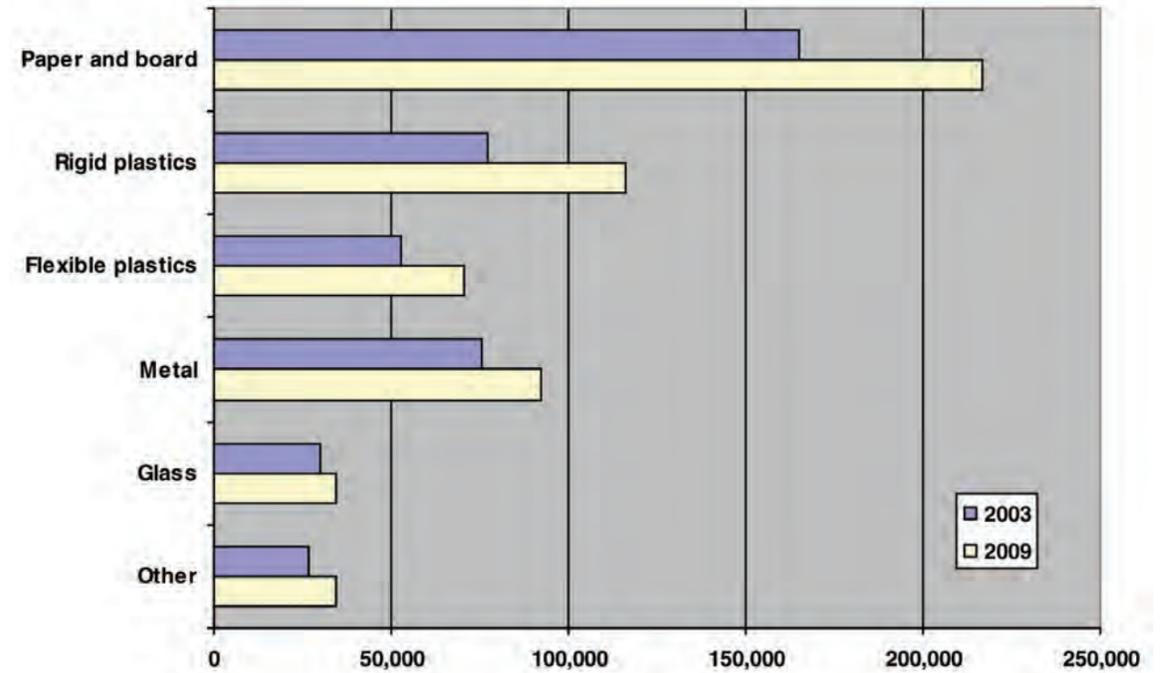
في عام 2003، أحرزت الأسواق الأميركية الشمالية، بما في ذلك كندا والمكسيك، على النصيب الأكبر من التعبئة والتغليف العالمية وصلت قيمته الى 132 مليار دولار (32%)، أوروبا الغربية (26%) وآسيا (26%). وأكبر سوق للتعبئة في العام نفسه كانت الولايات المتحدة الأميركية التي وصلت مبيعاتها الى 113 مليار دولار. وتأتي اليابان في المرتبة الثانية مع مبيعات 49 مليار دولار، متقدمة على الصين في 32 مليار دولار، وفي ألمانيا وصلت الى 21 مليار دولار وفرنسا 19 مليار دولار.

وتمثل أسواق أميركا الشمالية نسبة 32% من المبيعات بما يقارب 52.2 مليار دولار في السنة، ونمو بمعدل 0.4% فقط في تلك الفترة بسبب تراجع الطلب الأميركي.

دولار، وهو ما يمثل زيادة قدرها 10% عن العام 2002 - نتيجة لضعف الدولار خارج الولايات المتحدة ما زاد المبيعات - مع تزايد الاستهلاك بمعدل متوسط سنوي قدره 3% منذ عام 1999.

توقعات الاستهلاك حسب نوع التعبئة والتغليف
في العام 2003 ارتفع الطلب على الورق والورق المقوى وزادت من قيمتها في السوق العالمية إلى 1647 مليار

\$ million	2003	2004	% change 2003-04	2005	% change 2004-05	2009	CAGR (%) 2004-09
Paper and board	164,744	176,537	7.2	183,271	3.8	216,398	4.2
Rigid plastics	77,232	84,797	9.8	90,058	6.2	115,932	6.5
Flexible plastics	52,750	57,228	8.5	59,615	4.2	70,791	4.3
Metal	75,519	80,236	6.2	82,389	2.7	92,169	2.8
Glass	30,211	31,446	4.1	31,762	1.0	34,389	1.8
Other	26,754	29,018	8.5	29,999	3.4	34,167	3.3
Total	427,210	459,263	7.5	477,094	3.9	563,847	4.2

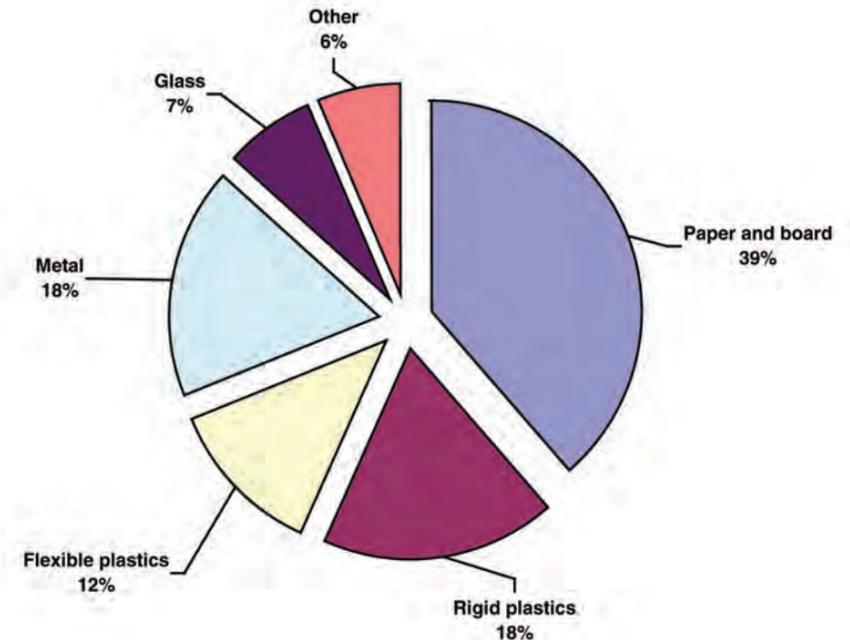


أكبر عنصرين في السوق عام 2009، إذا نما بمعدل سنوي حوالى 4% من حيث القيمة الحقيقية، بسبب ارتفاع الطلب عليه في الأسواق، فضلاً عن نمو التعبئة والتغليف في جميع أنحاء العالم.

يتم احتساب النصيب الأكبر من التعبئة والتغليف العالمية للتغليف بالورق والورق المقوى مع مبيعات 165 مليار دولار في عام 2003، أي ما يعادل 38% من السوق. ويعتبر الورق والورق المقوى

أنواع التعبئة والتغليف
تشمل مواد التعبئة والتغليف مجموعة واسعة من أنواع المواد منها الورق والكرتون والبلاستيك والمعادن والزجاج والخشب وغيرها من المواد.

وتظهر الجداول (بحسب دراسة بيرا الدولية المحدودة) كيفية استخدام التعبئة والتغليف بنسب متفاوتة على النحو التالي:



1st
THE 1st CORRUGATED MANUFACTURING COMPANY IN LEBANON TO BE ISO 9002 CERTIFIED.
CERTIFICATE # 959617 BY LLOYD'S REGISTER
UPGRADED TO ISO 9001 : 2000 IN MARCH 29, 2001

ISO 1998
PIONEERS OF CORRUGATED and CARDBOARD PACKAGING & PRINTING

جميل إخوان - بكفيا

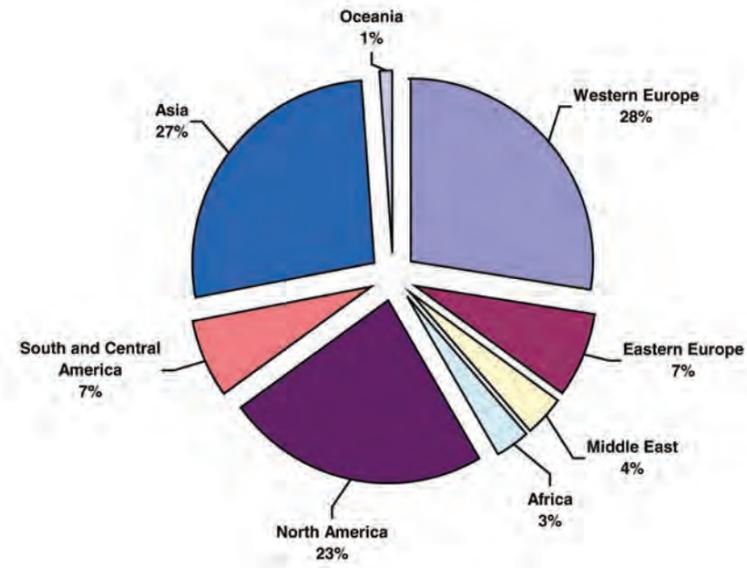
A HOME FOR YOUR PRODUCT

Uni-Carton
Board Converting & Packaging

بوني كرتون - غزير



تغليف الورق والكرتون كانت الأسواق هي الأسرع نمواً للتغليف الورق والورق المقوى بين 1999-2003 في أوروبا الشرقية، وتحول ميزان الانتاج بعيداً من ارتفاع التكلفة في أوروبا الغربية. وبالإضافة إلى ذلك، شهد النمو القوي في الطلب على الورق الروسي، فشهد قطاع التعبئة والتغليف زيادة في الاستهلاك من 1.2 مليار في عام 1999 إلى ما يقرب من 3 مليارات دولار في عام 2003.



المبيعات المرنة
ونمت مبيعات البلاستيك والتغليف المرنة بمعدل سنوي قدره 4% خلال الفترة 1999-2003 لتصل إلى \$ 53 مليار. وشهدت قيمة المبيعات نمواً بمعدل بطيء نسبياً. بسبب الطاقة المفرطة في العديد من الأسواق وما يترتب على ذلك من منافسة شديدة في الأسعار.

كما شهدت الأسواق الأوروبية الشرقية نمواً أسرع في السنوات الأخيرة، وزادت بمعدل سنوي بنسبة 14% لتصل إلى 3.2 مليار دولار. وكانت السوق الروسية الأسرع نمواً من جميع الأسواق، إذ شهدت ارتفاعاً من 429 مليون دولار في عام 1999 إلى 1.44 مليار دولار. وبقية الولايات المتحدة الأكثر تقدماً إذ وصلت إلى قيمة 17.7 مليار دولار في عام 2003 من استهلاك البلاستيك

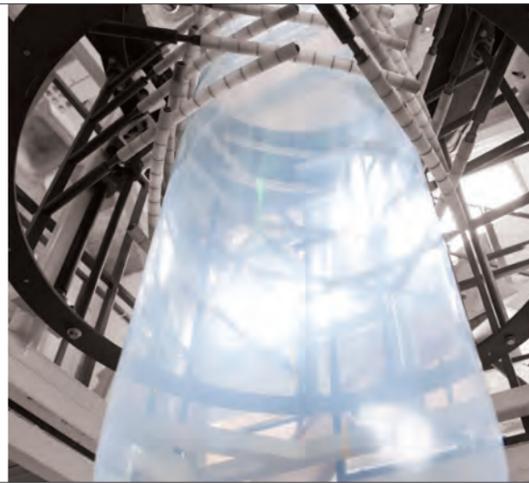
المرن، متقدمة على اليابان بنسبة (4.2 مليار دولار)، وإيطاليا (3.3 مليار دولار). والمملكة المتحدة (3.2 مليار دولار).



م.ع. بلاستيك - بئر حسن



ج.أس. بلاستيك - البوشرية



استهلاك البلاستيك والتغليف حسب المنطقة

\$ million	1999	2000	2001	2002	2003	CAGR (%) 1999-2003
Western Europe	14,257	13,926	13,219	14,981	18,494	6.7
Eastern Europe	1,935	1,701	1,927	2,439	3,222	13.6
Middle East	247	319	344	268	290	4.1
Africa	946	929	850	803	1,222	6.6
North America	17,663	18,524	18,671	18,446	20,085	3.3
South and Central America	1,991	2,211	1,945	1,416	1,504	-6.8
Asia	7,615	7,989	6,764	6,670	7,123	-1.7
Oceania	694	666	620	657	810	4.0
World	45,348	46,264	44,341	45,681	52,750	3.9

\$ million	1999	2000	2001	2002	2003	CAGR (%) 1999-2003
Western Europe	29,370	27,546	27,988	29,231	34,705	4.3
Eastern Europe	4,115	4,671	4,719	5,578	6,966	14.1
Middle East	3,994	4,179	4,209	4,728	5,715	9.4
Africa	2,629	2,665	2,666	2,694	3,759	9.3
North America	51,389	56,168	54,161	51,734	52,190	0.4
South and Central America	5,794	5,850	5,711	4,778	5,332	-2.1
Asia	47,205	50,460	47,860	49,235	54,088	3.3
Oceania	1,743	1,609	1,491	1,598	1,988	3.4
World	146,238	153,149	148,807	149,576	164,744	3.0

والمستخدمين لصناعة البلاستيك. وبلغ ناتج البلاستيك عندها في عام 2003 بنسبة 11.7 مليون طن، وارتفع إلى 18.7 مليار طن في العام 2009.

أوروبا الغربية، وصلت نسبة الطلب على التعبئة والتغليف لـ 37% في عام 2003، في ما شهدت الصين نسبة ارتفاع كونها أحد أهم المنتجين

البلاستيك
ترجم النمو في الاستهلاك العام للتغليف بالبلاستيك في زيادة الطلب عليه في جميع أنحاء العالم. ففي

\$ million	1999	2000	2001	2002	2003	CAGR (%) 1999-2003
Rigid plastics	60,765	63,556	66,719	67,866	77,232	6.2
Flexible plastics	45,348	46,264	44,341	45,681	52,750	3.9
Total	106,113	109,820	111,060	113,547	129,982	5.2

Million tonnes	2002	2003	2004	2005	2009
Total plastic, of which:	9.64	11.65	12.83	14.00	18.69
PVC	2.44	3.04	3.65	4.38	9.08
PE	2.47	3.02	3.58	4.23	8.28
PP	2.65	3.10	3.55	4.07	7.01



فاكيوم باغز - رومية



جيلاتي كورتينا Gelati Cortina

صناعة الايس كريم على انواعه
Ice Creams Producers



العنوان : بيروت الدكوانة - شارع البحوث-ملك الشركة - هاتف : ٦-١٩١٨٧٢ (١) ٩٦١ - ٢٢٣٩٨٠ (٣) ٩٦١
فاكس : ١٨٧٢٩٨ (١) - ص.ب : ٢٠٧٦ بيروت

ADDRESS : Beirut - Dekwaneh - Al Bouhous Str.-Company Bldg

Tel : 961 (1) 691872 - 6 - (3) 223980 - Fax : 961 (1) 687298 P.O.Box : 2076 Beirut

E-mail: gecort@yahoo.com

Ethel

Chocolate

ETHELNALLY YOURS!



Ethel Bldg. Bassatine Street- Industrial Zone, Zahleh - Lebanon - Tel: 00961 8 930674 - Fax: 00961 8 930673
Website: www.ethelchocolate.com Email: info@ethelchocolate.com

وزير الصناعة فريج صابونجيان: مستعدون لدعم قطاع الصناعة الغذائية

يؤكد وزير الصناعة والاقتصاد فريج صابونجيان في هذا اللقاء أهمية حماية صناعتنا بإضافة رسوماً معينة من الرسوم، على أن يكون لدى لبنان موقف من الدول التي تخالف الإتفاقات، أو تقدم دعماً غير مباشر لمنتجاتها.

ويشير صابونجيان إلى حرب كبيرة يعيشها العالم اليوم وهي الحرب الاقتصادية، ولذلك تعتبر المنافسة شرعية في كل القطاعات المنتجة، ولكن على أن يكون هناك توازن في التعامل بيننا وبين الدول الأخرى. وتحدث صابونجيان عن المناطق الصناعية والفارق بيننا وبين الدول الأخرى. ففي حين استحدثت هذه الدول مناطقها الصناعية منذ عشرين سنة ونمت وتطورت وأصبح لديها صناعة، فإن لبنان يبقى وضعه مختلفاً لأسباب عديدة.

تحدث صابونجيان عن توجه الحكومة والوزارة وجمعية الصناعيين، إلى أن تكون الصناعة موازية للتجارة والخدمات، مؤكداً دعمه للصناعي، على أن يعرف الأخير كيف يبتكر وينتج وسوق.

في العام 2010/2011 سجلت الصناعات اللبنانية تقدماً في صادراتها؟ كيف تقرأ هذا النشاط في الصادرات وما هي أسبابه برأيكم؟

أهم الأسباب التي ساعدت في تنمية الصادرات اللبنانية هو إن الإنتاج الغذائي في لبنان تحسّن لناحية النوعية، وأصبح متنوعاً أكثر، يضاف إلى ذلك أنه صارت لدينا أسواق جديدة يتطلع الصناعيون اللبنانيون إليها اليوم للتصدير. وهذه العوامل المجتمعة اعطت القوة لقطاع الإنتاج الغذائي، وأنا أتفاءل بخطواتهم المستقبلية.

كلفة العقار

يظهر الواقع أن السلع اللبنانية تواجه تنافساً كبيراً وفقدت قدرتها على المنافسة هناك أسباب موضوعية وأسباب أخرى، مثلاً الإتفاقات التجارية غير المنصفة والجمارك، مثلاً تقدم تركيا الدعم لصناعاتها بينما الدولة لا تتخذ إجراءات بالمقابل، بالإضافة إلى كلفة الإنتاج الإضافية مثل المحروقات، البرميل بألف دولار في ما سعره في الخارج مئة دولار، والعامل الثالث الإستثمار العقاري. يعتبر الصناعيون أن الدولة لم تأخذ هذا الأمر بالاعتبار؟ قبل كل شيء بالنسبة إلى كلفة العقار،



أعتقد أن لبنان حجمه ليس كبير ونسبة البناء فيه مرغوبة، وبما أن معظم الصناعيين يفضلون بناء مصانعهم حول بيروت بالتأكيد ستكون الكلفة أعلى. وأنصح من ينتج بكميات كبيرة، وعمله ليس له علاقة بالتغيير اليومي إن كان بالموصفات أو بالجودة، نقل مصنعه إلى خارج بيروت، في الشمال أو الجنوب أو في البقاع، لأن لدينا فيها أراضٍ كثيرة شاسعة. ونحن كوزارة صناعة سندعمه، لأنه إذا نقل مصنعه إلى جانب قرى معينة نستطيع إيجاد فرص عمل فيها وأنا أشجعها هذه الفكرة.

أما عن الدعم، فأود أن يعرف كل اللبنانيين أنه ليست كل الأمور تحلّ بالدعم، فهناك إتفاقات بين الدول منها ما هو بفتة WTO، ومنها OMC (موزع التجارة العالمية)، صحيح أن هذه الإتفاقات وقعت لفتح الأسواق على بعضها، إلا أننا من الضروري أن يكون لدينا موقف من الدول التي تدخل إلى هذه المنظمات وتخالف الإتفاقات، أو تقدم دعماً غير مباشر لمنتجاتها، ونحن كشركة إذا عرفنا يكون لدينا موقف اتجاه هذه الدولة، وإذا لم يعدلوا التعامل عندها نحمي حدودنا ونحمي تجارتنا وصناعتنا، ونستطيع أن نضيف رسوماً معينة كنوع من الحماية.

لماذا لا نفعل ذلك؟ فمثلاً صندوق الفول السعودي يخرج من المعمل بتسعة دولارات، ويصل ويوزع في السوق بثمانية وربع، لأن المازوت أقل والكلفة واليد العاملة أقل ويبقى استثمار الأرض؟ لا تنسى أن الطعم يختلف لأن الصناعة اللبنانية أطيّب، عندنا الطبيعة أحسن من السعودية كما أن لدينا مياهاً طبيعية، بينما المياه في السعودية مكررة، عندما نبحث عن القيمة المضافة نسلط الضوء على التسويق والدعاية على هذا الأساس. هذه واحدة من الأسباب، لا يستطيع كل الصناعيين الدخول بالجودة، فهناك صناعيون كبار يبيعون ضمن المواصفات يواجهون المنافسة؟ المنافسة موجودة في كل القطاعات وهي موجودة بين كل الدول، أكبر حرب تدور في العالم اليوم هي الحرب الاقتصادية، أحياناً نرى حرباً بسبب واقع اقتصادي.

توازن في التعامل

ماذا تفعل الدولة حيال المعاملة بالمثل؟ مثلاً تركيا تدعم صادراتها؟ نحن أخذنا موقفاً في هذا الموضوع، فأنا لن أقبل بتواجد مناطق حرة مع تركيا نهائياً، ويجب أن تزال، مبدئي واضح جداً، أن أي إتفاق مع أي دولة يجب أن يأخذ بالإعتبار عدد السكان الموجود بين

الدولتين وجغرافيتها ومساحتها، إذا كانت الدولة التي أتفقنا معها أكبر منا بعشرين مرة وعدد سكانها أكثر منا بثلاثين مرة لا يكون هناك توازن بالتعامل، هنا نحمي اتفاقياتنا ويجب أخذ النسبة بالاعتبار. هذا بالإضافة إلى أن الإتفاقيات في البلدان العربية المعروفة باتفاق «تيسير العرب»، وهناك بعض البلدان لا يحترمون



هذه الاتفاقية، ومن المفروض ان نلفت نظرهم ثلاث مرات، وان لم تتجاوب يجب أن نحمي سلعتنا وهذا حقنا. وذات مرة اجتمعت في وزارة الخارجية مع بعض الوزراء وتكلمت مع الوزير عدنان منصور وقتها، واطلعتهم على الشكاوى الموجودة من الصناعيين في ما يخص الصناعات الغذائية التي تشحن من لبنان، وأعلمتهم أن هناك بلداً عربياً يبقي البضائع اللبنانية أسبوعين أو ثلاثة في المرفأ ويقولون إن مدتها تغيرت ولا نستطيع ادخالها، وبلداً آخر وضع رسوماً أكثر من المتفق عليه.

- وأنتم تسيرون في اتجاه حماية الصناعة اللبنانية من هذه الثغرات؟ بالتأكيد هذا مهم، لأن ذلك يساعد في سد الثغرات التي تواجهنا من هنا وهناك.

الصناعي والابتكار

- هل تأخذون بالاعتبار التفاوت في كلفة الإنتاج لحماية الصناعة؟ هذا واجبنا كدولة ووزارة صناعة، ولكنني أرى أن للصناعي دوراً، فلا يستطيع كصناعي أعرف أن مواد معينة تصنع ببلد معين بسعر ما، كأن تصل هذه السلعة إلينا بسعر خمسة دولارات فيما هي تكلفني السعر نفسه، عندها أقوم بدراساتي وإبحاثي، أراجع حساباتي إما أن أصنعها أو لا، أو أجد لها بديلاً أو أضيف إليها ميزة معينة أسوق على أساسها. لا بد أن تكون لدى الصناعي أفكار مبتكرة.

- صحيح أن على الصناعي أن يبتكر، لكن أليست هذه مهمات الدولة؟ نحن ننتبه الى هذا الأمر وهي واجباتنا كما تذكر.

- من الواضح أن المناطق الصناعية تخفف الكلفة، أين حدودها؟

هذه نظرة غير واقعية لكل البلدان، المناطق الصناعية أستحدثت في بعض البلدان في آخر عشرين سنة وصار فيها نمو وتحول للصناعة. بينما نحن في لبنان فعمر البلد أكثر من خمسة آلاف سنة. وعملياً بنى بعض اللبنانيين أبنية خاصة لهم للسكن، بنوا تحتها مصانع صغيرة. هنا لا أستطيع أن أقول له (أغلق معملك واستثمر عن جديد لاننا أسسنا لك منطقة صناعية)، نحن لدينا

وضع وجو معين نستطيع المحافظة عليه، إذا كان وضعه الإقتصادي مناسباً يستطيع شراء أي قطعة أرض في أية منطقة ويبني عليها مصنعه والوزارة جاهزة لتشجعه إن كان من ناحية الرخصة، أو على صعيد وزارة الصناعة والزراعة، ونحن معاً لدينا توجه لمساعدة أي صناعي تشجيعاً منا لتنمية الريف.

وافترضاً أنني من الشمال أريد فتح مصنعي في الشمال، وإذا بنيت منطقة صناعية في البقاع قد لا أرغب بالتوجه الى هناك.

عملية التسويق

- نضيف الى المشاكل مشكلة أخرى تتمثل بكلفة النقل من المصنع الى البحر؟ مستحيل هذا الكلام، فنحن مرفأنا أقرب الى أي مصنع أينما كان، إذا استوردنا بضائع من إيطاليا مثلاً، يكلف نقل الكونتينر من البحر الى البحر أقل أربع مرات من النقل الداخلي، وفي أميركا وبريطانيا وفرنسا الشيء نفسه، وإذا كان مصنعي في باريس وأريد نقل البضائع الى مارسية تكلفني أغلى من فرنسا الى لبنان.

- كيف تساعدون الصناعيين في عملية

التسويق؟ أولاً أهم شيء هو دعمنا للصناعيين كوزراء وجمعية الصناعيين وحكومة، هناك توجه بأن تكون الصناعة موازية للتجارة والخدمات، لذلك علينا تقديم الدعم، والمهمة التالية تكون على عاتق الصناعي الذي يجب أن يعرف كيف يبتكر وينتج ويسوق.

وهنا أنصح كل الصناعيين في هذا المجال إذا كان لديهم ضعف في التسويق أن يتصلوا بشركات التسويق لتساعدهم، وإذا كان لديهم ضعف في الجودة ليبحثوا عن أحد ليحسن جودتهم. ونجح الكثيرون لأنهم تابعوا الأنظمة الجديدة وأتبعوا مواصفات الجودة واتبعوا الأيزو واستطاعوا التصدير وصار لديهم انتشار في جميع البلدان.

- إذاً تعزيز قطاع الصناعات الغذائية ينعكس على باقي القطاعات وأبرزها الزراعة التعبئة والتغليف وغيرها، هل أنتم مهتمين كوزارة لإعطاء هذا القطاع حقه؟

وأكثر من حقه، ونحن مستعدون لدعم هذا القطاع ضمن الواقعية، وهنا لا يمكن للصناعي أن يقول إنه يريد تأسيس مصنع وعلى الحكومة أن تدعم نصف الإنتاج.

popPins®

That's why:

GOODNESS
FRESHNESS
QUALITY



طويات صدقة



Adress: Bir Alabed -Beirut- Lebanon

Email: info@sadaka-lb.com

Mobile: 961 3 215893 - Tel: 961 1 542542 - 961 1 278248 - Fax: 961 1 543030

Al-Shami

DIET HOME

MAR-ELIAS STR., TEL : 00961-1-375558, FAX : 00961-1-375775
P.O.BOX : 14/5669 , LEBANON, BEIRUT



رئيس مجموعة الفا انتر فود للصناعات الغذائية زين حرب: لبنان رائد في الصناعات الغذائية



يكشف رئيس مجموعة الفا انتر فود للصناعات الغذائية زين حرب، في هذا الحوار اهمية التسميات أو المصطلحات التي يمكن اعتمادها لحماية الصناعة اللبنانية، وذلك على قاعدة المعاملة بالمثل كخطوة لمواجهة تلاعب بعض الدول العربية والاجنبية. فبين الرسوم الجمركية أو رسوم وبدل المحروقات تلعب الدول على التسميات، وهي بذلك تتحايل لكي تحمي صناعاتها، ولكن السؤال يبقى وماذا عن لبنان؟

يعتبر السيد زين حرب ان أسباب نمو صادرات لبنان خلال العامين المنصرمين (2011 و 2012) انعكس ايجاباً على قطاع الصناعات الغذائية، وما ساعد في ذلك هو قلة المشاكل التي تواجه المصانع في الدول العربية الأخرى (غير الدول التي تعاني أزمت أمنية)، وهذا شكل دافعاً لنا في زيادة صادراتنا الغذائية إلى البلاد الأوروبية والأميركية، وكذلك النمو الذي حصل في 2010 ساعد المعامل والصناعات.

خططنا المستقبلية

وحول خطته المستقبلية، وعماً إذا كانت لديه خطة استراتيجية لمجموعة الفا انتر فود في الوقت الحاضر. قال حرب أن لا فكرة للتطوير ولا مجال للقيام بأي مشاريع جديدة للعام 2013، بسبب الأوضاع التي تعاني منها المنطقة ككل. ولكنه من جهة ثانية أكد وجود مشاريع متعددة وكثيرة لعشر سنين مقبلة، وهي الآن مرهونة بتحسين الظروف كما تعلم. ولذلك نحن متريثون فقط حتى نرى ما

الذي سيحصل في المنطقة.

لدينا معارض مستهرة

ورداً على سؤال عن كيفية دخول المنتجات اللبنانية إلى الأسواق العالمية، أجاب حرب إنه لطالما كانت للصناعات الغذائية اللبنانية القدرة للتفاعل مع تطورات الأسواق العالمية، والدليل نجاحنا في التصدير. ولكن رغم الظروف نحن قادرون على الوصول إلى مرحلة إن 99% من أن المنتج اللبناني سيكون مقبولاً في الأسواق الخارجية، يضاف إلى أن اللبناني المغترب يرغب أن يشتري البضاعة اللبنانية في جميع أنحاء العالم، سواء كان في أميركا أم في الدول العربية أو في أوروبا أو غيرها. أي هناك ثقة بالمنتج اللبناني.

وعن الخطوات الاستثنائية التي تتبعها الفا للترويج لإنتاجها خاصة في الأسواق الخارجية، أوضح حرب: لدينا معارض دائمة، ونعمل من خلالها، كمعروض دبي ومعروض سيال في باريس

ومعروض أودوغا في ألمانيا، ومعروض في نيويورك ولدينا الهوريكا في لبنان. كما شاركنا في العديد من المعارض في كل من أستراليا ونيويورك.

أتمنى على الدولة اللبنانية إذا كانت تستطيع مساعدتنا في فتح أي معرض في أميركا اللاتينية، كالبرازيل مثلاً. لأن في هذه البلاد جاليات لبنانية كبيرة جداً، وبعثادي ليس هناك شيء بعيد عن البلوغ إذا ما توافرت الإرادة، ولكن مشكلتنا أين تكمن؟ تكمن في أن لدينا بعض النفقات وخصوصاً في عملية التسويق. فعملية الشحن من المعمل إلى المرفأ إلى ظهر الباخرة، تكلفنا في حدود الألف أو الألفي دولار، وتبعاً لنوعية البضاعة والناقل. وهذه نفقات غير منظورة، ولا نستطيع التصدير بموجب اتفاقية جامعة الدول العربية إلى المغرب.

تعثر التصدير

أما عن السبب في تعثر التصدير إلى دول المغرب، شدد حرب على أن الأمور بحاجة إلى ضغط من جهة المسؤولين

في دولتنا لترتيب العلاقة بيننا وبين الأسواق العربية، فنحن نستورد سردين من المغرب، ونطبق اتفاقية جامعة الدول العربية، ونطالب بأن يكون التعامل بالمثل. يضاف إلى ذلك أن بضائعنا ذات منشأ عربي، وليقم المسؤولون بالدراسات اللازمة لحل المسألة العالقة بيننا، لأننا حاولنا أن نشحن بضائعنا إلى المغرب، إلا أن المسؤولين هناك رفضوا واعدوا بزيارتنا، ولكن أحداً لم يأت حتى الآن.

وعما إذا كانت المشكلة في المغرب فقط، وأن المنتجات السعودية تأتي. قال حرب: كما أوضح أن هذا الوضع ينسحب على الجزائر وتونس أيضاً. أي المغرب العربي. أما بالنسبة إلى السعودية فإن الكلفة أقل بما يحتم على الدولة اللبنانية حماية المعامل الصناعية بأي تسمية سميت، جمارك أم بدل محروقات ورسم مدارس، أو رسم محروقات. وبهذه الطريقة تستطيع الدولة أن تتخذ أي خطوة لحماية الصناعة الوطنية. ولهذا نحن لا ندخل في قصة الجمارك. ونضطر إلى تطبيق عملية «Coto». وهذه الأساليب تطبقها بعض الدول العربية وهناك مثلاً ضريبة ما يسمى رسماً ضمناً، وهي مطبقة في سوريا. ولست أدري ماذا يمكن أن يبتكروا من أسماء، ولكن يتوجب تحويلها إلى اسم آخر. وعماً إذا كان يقصد اللعب على الألفاظ لاستبدال أسماء الرسوم بأسماء أخرى، يقول حرب: المهم لدي هو ما يساعد الصناعات في الوقوف على رجليها. وكل الموضوع هو كيف نحتمي البلد برسم محروقات أو رسم تحسين أو سمه ما شئت، والدولة ستستفيد من هذا الرسم لدعم المحروقات (غير البنزين) وهو ما سينعكس تحسناً في قطاع الكهرباء.

ريادة لبنان

وحول رأيه في أن تعزيز هذا القطاع، سيدفع لبنان لكي يكون من الدول الرائدة في الصناعات الغذائية. أكد حرب: يستطيع لبنان ان يكون من الرواد في هذا القطاع مئة بالمئة. بل إنه كان رائداً في الصناعات الغذائية في العالم العربي، إلا أن ظروف الحرب في لبنان كان لها تأثير واضح على كل القطاعات الانتاجية.



حدائق شطورة



www.alfainterfood.com
info@alfainterfood.com

وحول أهمية صناعة التغليف في ترويج السلعة اللبنانية. أعتبر حرب أنه من الطبيعي أن يساعد الشكل الجميل والممتاز في ترويج السلعة اللبنانية. مؤكداً أن في لبنان قدرات عالية جداً في هذه الصناعة.

تحليل المصطلحات

وعما إذا كان مع رفع شعار حماية الصناعة، وإذا كان كذلك ما المخجل في مصطلح الحماية رغم وجود خطأ قانوني في ذلك. أجاب حرب قائلاً: لا شيء إطلاقاً. ولكن هدفهم هو انشاء صناعة؟ نعم يجب حرب، ولكن هناك مشكلة. فنحن طبقنا العولمة إلا أن البلاد الأخرى دعمت صناعاتها. فمثلاً أوروبا تدعم صناعة السكر. هم ألغوا عملية الجمارك وقاموا بدعم الصناعة.. اليوم عندما تشحن طناً من السكر تدعمك بمبلغ محدد، فلنقل أن طن السكر ثمنه ألف يورو أو ألف وثلاثمئة دولار فيبيعه الأوروبيون للتصدير بستمئة دولار.

ورداً على سؤال حول أنه كانت لدينا حماية للنسيج قديماً ولكن هذه الصناعة لم تقلح إلا بالدم. قال حرب: لقد استبدلوا المصطلح. بمعنى أنك أنت الذي تضع قيوداً على الصناعات الأوروبية أو الأجنبية أو سواها إلا أنك لا تضع رسوماً. ولكن من جهة أخرى أنت ممنوع عليك التصدير لأن الارتفاع في الأسعار طاول بعض السلع فأصبح تصديرها صعباً.

تلك الدول دعمت صادراتها وبقيت أمورهم سليمة، سواء في الصين أو أوروبا وخاصة في مادة السكر.

اليوم لدينا معمل للسكر ولا يمكننا التصدير إلى أوروبا، بينما هم لهم الحق في التصدير إلينا! ممنوع عليك التصدير إليهم تحت ذريعة قوانينهم وهي من الأوامر العليا ولا بد من دفع الرسم على ذلك.

وعما إذا كانت لدى الدولة خطة لإنعاش القطاع الصناعي جدياً، قال حرب أنه يتمنى ذلك، ووزير الصناعة من داعمي الصناعة.. هو صناعي ويخدم البلد، ولكننا نتمنى عليه أن يضع قانوناً لحماية الصناعة.

تنشط، وبعض الناس يقصدونه للزيارة والسياحة. وفي هذا المعنى نشكل نحن كتلة متكاملة في لبنان، من الصناعة إلى السياحة إلى التجارة إلى الخدمات. هكذا يعود لبنان إلى سابق عهده.

تكامل القطاعات

ويتابع حرب قائلاً، إن القطاعات المنتجة في البلد تعزز بعضها بعضاً، فهي مشروع كامل متكامل. فالصناعة من دون السياحة لا يمكن أن تكون، والعكس صحيح. وهذا ما يدفع أي شخص إلى أن يزور لبنان ولو مرتين على الأقل كل سنة، فإذا جاء في زيارة عمل، يعني أنه سيتنقل بين الفندق والمطعم والمطار.

في ضوء التكامل بين القطاعات، فإن رجل الأعمال أو السائح لا يعود يقصد أي مكان آخر، خصوصاً إذا أمن حاجاته فسيعمد كما فعل الكثيرون إلى فتح مكتب له هنا مثلما فعلوا في دول الخليج.

الآن خرجنا من تلك الظروف، ويهمننا التأكيد أن قطاع الصناعة ليس عائلة واحدة تعيش منه بل هناك عائلات، وهو على عكس الاستثمار الذي يكون أوسع، فهو يبدأ استثماره من المزارع إلى المصانع.

ورداً على سؤال حول القطاعات التي تعزز الصناعة. يرى حرب أن قطاع الزراعة واليد العاملة والنقل والوظائف هي من القطاعات التي تعزز الصناعة في لبنان وتخفف من البطالة التي تتفشى في البلد.

ويؤكد حرب إنه إذا ما تأمن للبنان مناخ صناعي ملائم، واستطاع أن يحميه وأن يساعده في زيادة صادراته، فسيكون بلداً من أهم البلدان الصناعية. خصوصاً وأن لبنان قريب جداً من أوروبا ومن مختلف الأسواق العالمية بحكم موقعه الجغرافي. وهناك نقطة أهم أحب أن أوضحها لك وهي أننا إذا خلقنا جواً صناعياً تصديرياً في لبنان، فالفندق يعمل والمطعم يعمل، والمصانع



UNICARTON



SOLUTIONS PACKED WITH SUCCESS

Finding a box to put your product in is easy. The difficulty is finding a partner who helps you personalize your items and boost their success. At UniCarton we go the extra mile. We treat your projects as our own, look for innovative solutions, and discuss your marketing objectives to deliver the best results for all your business activities and applications. Consider us partnering in your success, in every shape and form.



www.unicarton.com

Ghazir, Lebanon - Industrial Area **P.O.Box** | 662 Jounieh - Lebanon **t** +961 9 925 560 +961 9 926 092 **f** +961 9 920 435

محلات أحمد محمد بكري للصناعة والتجارة ش.م.م - بيماتيك



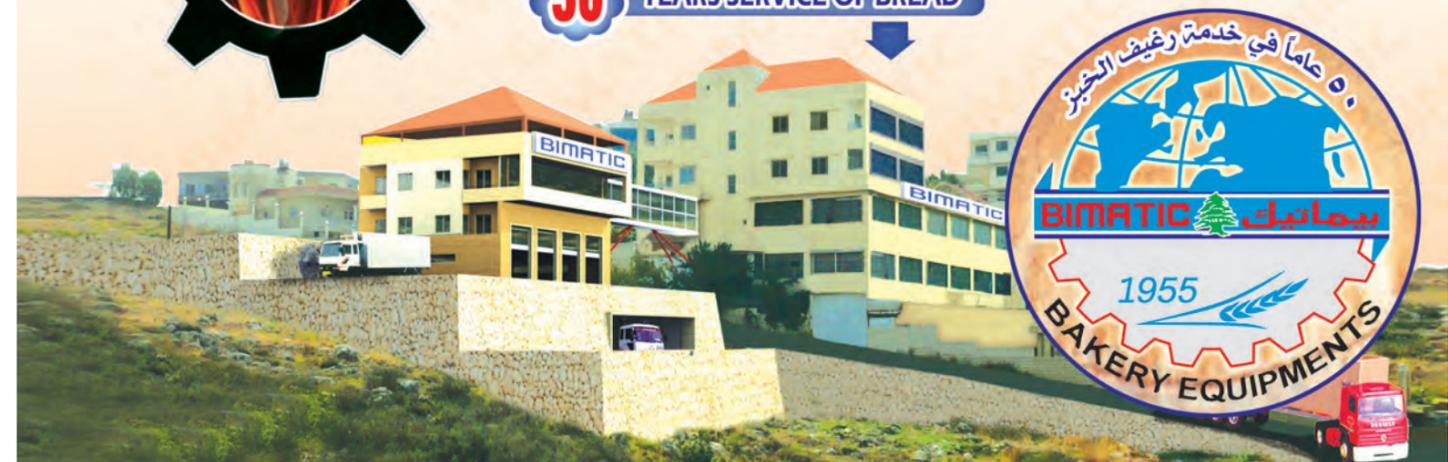
خط آلي كامل ثلاثي الإنتاج ٨٠ سم



مقاس الرغيف ١٥ / ٢٣ سم

بطاقة إنتاجية ٨٠٠٠ / ٩٠٠٠ رغيف في الساعة

50 YEARS SERVICE OF BREAD



المكتب: كورنيش المزرعة، قرب دار الأيتام، بيروت - لبنان
المعمل: جدر، الشوف، لبنان
تلفون: ٠٠٩٦١ ١ - ٦٥٣٦٨١ / ٧٩ - ٠٠٩٦١ ١ - ٦٥٣٦٨٠ فاكس
Email: bimatic@bimatic.com.lb - URL: www.bimatic.com.lb

رئيس نقابة أصحاب الصناعات الغذائية جورج نصرأوي: نطالب بحماية منتجاتنا من المنافسة

فتح رئيس نقابة أصحاب الصناعات الغذائية في لبنان جورج نصرأوي، الباب واسعاً لمناقشة القوانين والأنظمة التي تحمي المنتج اللبناني والصناعة اللبنانية وذلك عبر وضع رسوم حماية على كل سلعة تدخل الى لبنان، ومراجعة التكاليف التي ترهق الصناعة اللبنانية من محروقات وكهرباء... الخ، ويقدم في هذا الحوار مع «الصناعة والاقتصاد» أفكاراً تساعد الدولة في إيجاد مخرج للصناعي وذلك عبر مناطق صناعية مجهزة بالبنى التحتية.



يتحدث السيد نصرأوي بأسهاب عن نشاط الصادرات الصناعات سنة 2011 معتبراً أنها كانت جيدة لصادراتنا، بينما شهدت سنة 2012 انخفاضاً عاماً للصادرات من لبنان بنسب تتراوح بين 11 و12 بالمئة، ولكن قطاع الصناعة الغذائية بقي محافظاً على مستواه عام 2012 من دون أن يكون هناك أي تطور.

ويشير إلى أن 2013 يعاني قطاع الصناعات الغذائية من صعوبة، ولذلك يقول توجهنا إلى المسؤولين وتقدمنا بشكوى من ارتفاع تكلفة الصناعة اللبنانية، وهو حاصل بسبب الكهرباء والمحروقات، وكنا قد طالبنا منذ سنوات عديدة بخفض تكلفة القطاعات الصناعية، اسوة بالدول العربية التي تحمي صناعاتها وتنافس انتاجنا. والأمر لم يتوقف عند منافسة الدول العربية فقط، بل دخل على خط منافسة صناعاتنا تركيا التي تقدم دعماً كبيراً لصادراتها، وقد وصفت تركيا بـ«الصين الثانية في الشرق الأوسط» من خلال قدرتها التنافسية وصادراتها الصناعية، وهذه يعود إلى وجود دولة مركزية قوية قادرة على حماية صناعاتها.

مواجهة التنافس

ولمواجهة هذا التنافس، يقول نصرأوي بضرورة إعادة ما تعبنا عليه منذ سنوات عديدة، حول تنمية صادراتنا الغذائية تحديداً، من خلال المشاركة في المعارض العالمية، وإحياء المطبخ اللبناني في هذه المعارض، كي تتمكن من تقوية صادراتنا الغذائية، وتقوية هذا القطاع لا تتم إلا من خلال تعاون بين أصحاب المصانع خاصة ونقابة الصناعات الغذائية.

ويرى نصرأوي إذا لم تستطع الدولة أن تدعمنا بسبب وضعها الراهن حالياً فقد عرضنا عليها حلولاً، وفي العرف عندما أريد توقيع أي اتفاق تجاري مع أي دولة في العالم يجب أن يكون هناك تكافؤ في فرص الإنتاج، هكذا تنص الإتفاقيات. وعندما أوقع مع أي دولة عربية تدخل منتجاتها الى لبنان وتكون أكلاف أنتاجها أدنى من أكلافي، المفترض من الدولة وضع رسم حماية على المنتج وليس رسم جمرك، ليصير هناك توازن بالأكلاف بيننا وبين هذا المنتج، وهذا ما أقره نظام التجارة العالمية، وكانت الدولة الأميركية وراء نزع الجمارك من دول العالم ووضع بدائل له، وفي المقابل صار هناك حماية للمنتجات المحلية وأسواقهم.

ما أطلبه من دولتنا في الدرجة الأولى هو وضع رسوم حماية على كل سلعة تدخل الى لبنان. وهذه التدابير لا يكلف الدولة مالياً، بل على العكس نحن بهذه الطريقة ندخل المال إلى الدولة، فعندما نضع رسم حماية على المنتج الذي يدخل لبنان، فأنتنا ندخل عبره مالا إلى الخزينة.

ثانياً، لقد وقعت إتفاقيات تجارية مع دول عربية، والسؤال هو كيف سأنمي الصناعة الداخلية المحلية في وقت أستورد فيه بعض المواد لإعادة تصنيعها في لبنان، وأدفع عليها جمركاً، مثل تنكة الكونسروا التي نستوردها لأعبئها في لبنان وأدفع عليها جمرك 10 بالمئة، بينما إذا جاءت من بعض الدول العربية معبأة جاهزة تدخل الى لبنان بصفر جمرك؟ وكيف أصنع منتجاً في لبنان وأنمي صادراته في الوقت الذي أدخل عليه منتجاً بكلفة متدنية؟ كيف ستقف دولتي الى جانبي وتنمي صناعتي بدل أن تتراجع صادراتنا إذا لم تقدم حماية لصناعاتنا؟

نحن لا نحتاج دعماً مالياً من الدولة اللبنانية، وأدعماً للوقوف الى

جانبي في بعض البروتوكولات المعمول بها، والأنظمة المعمول بها في بلدنا لاستطيع حماية المنتج اللبناني، أوتستطيع تنميته وإعادة إحياء صادراتنا.

اختيارات المستهلك

ورداً على سؤال عما إذا كان يقترح رسوماً على الدول التي تدعم ادراتها، قال نصرأوي، ما أحده هو مع الدول التي وقعنا معها إتفاقيات تجارية، مجمل الدول العربية وقعنا معها إتفاقيات تجارية، مثلاً عندما تدخل لبنان علبة الفول المدمس الى لبنان من السعودية أو من الإمارات أو من مصر، تأتي بأقل من كلفة الصناعي في لبنان، فكيف سأحارب وأنمي صناعتي؟ عندها من الضروري أن يكون لدينا توافق بالأكلاف كأن نرى كم يدفع الصناعي اللبناني سعر العلبة، وكم يكون سعر العلبة التي تصل من الخارج ونوافق بينهما، مثلاً إذا كان سعر العلبة من الخارج 80 سنتاً وتكون كلفتها في لبنان دولار، أي أن هناك فارقاً 20 في المئة فنضع عليها رسم حماية بنسبة 20 بالمئة لتصير كلفتها بقدر المنتج اللبناني، عندها يختار المستهلك بينهما. وهنا أقول إننا لا نستطيع إدخال منتج في مواجهة الصناعي اللبناني بسعر أدنى، ولدينا مثل حي في لبنان، كان لدينا مصنع «يونيسيراميك» صرف 500 موظف من عنده بسبب أن منتج السيراميك كان يأتي من مصر بأقل من أكلاف المصنّع في لبنان، طالبنا كجمعية أن نحمله وندعمه منذ وجود وزير الصناعة الراحل بيار الجميل، الذي ساعدنا ووضع له حماية، وبعد أغتيال الوزير الجميل رفعوا الحماية عنه، وكانت نتيجتها إعلان المصنّع إفلاسه وإغلاق أبوابه.

ولكي لا تتكرر هذه الظاهرة أو تنتقل إلى صناعات أخرى وتغلق، نطالب الدولة بالحماية، فكل مصنع يغلق يصرف عمالاً في مقابله، ونحن اليوم بأمس الحاجة في لبنان ألا نصدر شباباً بل نستوعب ونؤمن فرص عمل للشباب.

المناطق الصناعية

ورد نصرأوي على غياب الدولة في استثمار الرض لإنشاء مناطق صناعية، يجب ان نتحدث عن عدة عوامل ذكرت منها عاملاً واحداً. وبالنسبة إلى المناطق الصناعية، على جمعية الصناعيين أن تقوم بتقديم دراسة إلى الدولة لإحياء مناطق صناعية، وكما أعلم هناك لجنة في جمعية الصناعيين تتابع هذا الموضوع على صعيد عدة محافظات في الشمال، والبقاع والجنوب، وحتى في ضواحي بيروت، لإنشاء مناطق صناعية، عندها الصناعي الذي يملك قطعة أرض في بيروت وثمنها مبالغ كبيرة، يستطيع بيعها واستثمار ماله مرة جديدة في مناطق صناعية أخرى.

إنما المناطق الصناعية التي ستحدها الدولة يجب أن تكون جيدة، وليس أن نختار أرضاً في الجبل (أرض بور) واقول للصناعي (تفضل أنا أعطيتك أرضاً صناعية)، بل لنعمل مثل الدول العربية كالسعودية مثلاً، هناك طريق أوتوستراد يدخلنا الى المدينة الصناعية، وهي مجهزة بالبنى التحتية من مجاري مياه، ومياه شفة وكهرباء واتصالات. واليوم الدولة عليها أن تجهز البنى التحتية وتقطع الأراضي وتقول لدينا مدينة صناعية مجهزة.

ثغرة الكلفة

وحول وجود عاملين أساسيين لسد ثغرة التفاوت بكلفة الإنتاج

عبر الحماية والأرض، لفت نصرأوي إلى وجود عامل ثالث يأتي بتكافؤ الفرص القانونية بالاتفاقات مع أي دولة، فحين أوقع إتفاقات تجارية مع السعودية مثلاً، يكون فيها ثمن طن المحروقات للصناعي يتراوح بين 100 و150 دولاراً، بينما نحن كصناعيين في لبنان ندفع ما يقارب الألف دولار، أي بين الستة والسبعة أضعاف، فكيف سأصنّع منتجاً في لبنان وأدخل منتجاً ثانياً من بلد وقعت معه بروتوكولا تجارياً يدخل علينا بأقل أكلاف؟ عندها تأتي تلك الدولة التي وقعت معها إتفاق تجارياً وتعطيني كمية من المحروقات بالأسعار التي تعمل هي عليها، يعطونا اياها ويقولون لنا كيف تتم المراقبة عليها، وقد تحدثنا مراراً مع بعض الوزراء المعنيين ولم نجد جواباً عليها، مع ان الأمر سهل جداً. فأنا عندي مصنع من المفترض ألا أدفع على فواتير المحروقات (TVA) الضريبة المضافة، ولا أستطيع التهريب، ويقول المسؤولون "حاجتك كانت مئة طن ولكنك طلبت ألف طن وتاجرت بها في السوق السوداء". المراقبة على هذا الأمر سهلة جداً، بالنسبة لي مثلاً لا تزال فواتير المحروقات التي استخدمتها في 2012 موجودة في محصلتي ومقدار الضريبة المضافة التي تأخذها الدولة مني، ولا أستطيع الغش بها، عندها أبرز فواتيري لمعرفة حاجة المؤسسة الصناعية الاستهلاكي لنؤمن بدلها نفطاً بسعر مخفض من هذه الدول، وهنا أنا لا أحمل دولتي فوق طاقتها، بل على العكس أدمع دولتي. فكل استهلاك البترول للصناعة في لبنان لا يصل الى جزء من استهلاكه في بعض الدول العربية، وكم ببضعة براميل يستخدمونها في اليوم الواحد.

لذلك عندما تبدأ هذه المبادرة وتقتنع بها دولتنا عبر تشكيل لجنة من وزراء معينين مكلفين من قبل مجلس الوزراء مع الصناعيين، ولتنفيذ مشروع المنطقة الصناعية.

الأمن الغذائي

وحول فوائد تحسّن وضع الصناعات الغذائية على باقي القطاعات وأبرزها القطاع الزراعي، قال نصرأوي ان لبنان بحاجة إلى سياسة أمن غذائي مثلما يؤسس للأمن العسكري. اليوم إذا حصلت أي كارثة قوية ماذا سنؤمن في لبنان، نحن نستورد بموازنة 85 بالمئة ونصنّع 15 بالمئة وما نصنّعه في لبنان نصدر منه، لهذا يجب خلق سياسة أمن غذائي، لدينا أراض بور كثيرة في لبنان يمكننا إعادة استهلاكها لإحياء الزراعة في لبنان، لننتج أمننا الغذائي، ونستطيع فتح فرص عمل للكثير من اليد العاملة. ويتابع قائلاً، نحن لدينا متممات للصناعات الغذائية، منها معامل الكرتون والبلاستيك والزجاج والتك والكثير غيرها، وعندما تطبق هذه السياسية تنشط كل القطاعات المرتبطة بها.

وحول دور التعبئة والتغليف في عملية التسويق، قال نصرأوي: نحن منذ أن وضعنا نقاطاً على قطاع الصناعات الغذائية وضعنا أفقاً لكل صناعي يريد تصدير منتجاته، إذ عليه أن يطور الملصقات والتغليف ليكون لديه مواصفات عالمية، واستطعنا من خلال المعامل كلها والمنتسبين للنقابة والمشاركين معنا في المعارض أن نضع الأفكار لتطوير منتجاتنا. أولاً عبر تطوير المنتج بحد ذاته ليمنح ثقة للمستهلك. ثانياً أن يتم تطوير التغليف لكي يصبح فاعلاً ومقبولاً اتجاه المنتجات الموجودة في دول العالم.

لقد تمكنا خلال سنوات من الوصول إلى تنوع منتجاتنا الى نتيجة جيدة جداً، وطورنا وصار لدينا وضع جيد في لبنان.



معامل منير البساط



MOUNIR BSAT FACTORIES



العنوان: طريق المطار - خلف لاجيرالدا هاتف : ٨٥٦٨٨٨ (١) ٩٦١ - فاكس : ٨٢١٨٨٤ (١) ٩٦١
ص.ب: ١١/٤٤١٥ - رياض الصلح - بيروت ١١٠٧٢١٦٠ لبنان

ADDRESS : Airport rd. Behind la Giralda Phone : 961 (1) 856888 - Fax : 961 (1) 821884 P.O.Box : 114415/ Riad El Solh - Beirut 11072160 - Lebanon

E-mail : info@bsatest.com - website : www.bsatest.com



علامة ضمانة الجودة
وسلامة الغذاء



طعمتها بتحكي عن جودتها



شكل جديد نوعية ممتازة

نائب رئيس نقابة الصناعات الغذائية منير البساط:

مصممون على المثابرة رغم التحديات



يقدم نائب رئيس نقابة الصناعات الغذائية وصاحب مؤسسة منير البساط، قراءة موضوعية لواقع القطاع الصناعي، من حيث التشديد على أهميته من جهة. وأيضاً من حيث وضع النقاط على واقع التحديات التي يعيشها، بسبب انعدام الاستقرار السياسي اللبناني، بالإضافة إلى الاهتزازات الإقليمية المتفجرة، التي كان ولا يزال لها تداعيات سلبية مباشرة على هذا القطاع.

أكد البساط لـ «الصناعة والاقتصاد» ان قطاع الصناعات الغذائية شهد نمواً مستمراً خلال عامي 2011 و2012، وان بنسب متواضعة سنوياً، وذلك طوال العقد الأخير، ويعود ذلك بالدرجة الأولى إلى النمو المطرد للأسواق خاصة التصديرية منها. مشيراً إلى تزايد الطلب على الصناعات الغذائية اللبنانية، بسبب حجم الأسواق الكبير وتزايد استهلاكها، بالإضافة إلى انخفاض حدة المنافسة الإقليمية في الأسواق التصديرية بعد الأحداث المؤسفة التي تشهدها بعض الدول العربية منذ عامين.

تحديات القطاع

وعن واقع هذا القطاع والخطة المتبعة في تطوير مؤسسته، يرى البساط: أن قطاع الصناعات الغذائية في طليعة القطاعات المنتجة والمتقدمة في لبنان، وبنسبة اليد العاملة الموظفة فيه، بالإضافة إلى أنه يحتل المركز الثاني من حيث حجم الصادرات. غير ان القطاع يواجه أيضاً تحديات جدية تحول دون تقدمه وازدهاره، أهمها انعدام الاستقرار السياسي والأمني

الداخلي ما يحول دون المزيد من الاستثمارات والتوسع، ومن دون ان ننسى الوضع الاقليمي غير المستقر، والذي كانت له انعكاساته المباشرة على القطاع، خصوصاً في ما يتعلق بالشحن والتكاليف الإضافية التي يتكبدها الصناعي لتأمين سبل أكثر ضماناً وإماناً لا يصل منتجاته إلى الأسواق التصديرية، ولا ننسى أيضاً المشاكل العضوية التي يعاني منها القطاع الصناعي بشكل عام من ارتفاع الكلاف التشغيلية إلى مستويات قياسية خصوصاً بعد تمرير زيادة الأجور بداية العام المنصرم، وارتفاع اسعار المشتقات النفطية، واسعار معظم المواد الأولية المستوردة.

ردة الفعل الأولى لأي صناعي لبناني تجاه المصاعب الذي يواجهها لا بد ان تكون خطوة إلى الامام، مع المزيد من المثابرة والأصرار على تعزيز المكاسب التي تحققت من اتساع الأسواق وارتفاع حجم الاعمال، لذا، الخطط اللازمة للتوسع وزيادة الانتاجية جاهزة بانتظار الظروف الملائمة لتنفيذها.

وحل السبل المتبعة للتعريف عن المنتج اللبناني، وواقع التصدير إلى الدول العربية،

قال البساط: إن ارقام التصدير الخاصة بقطاع الصناعات الغذائية ارتفعت بنسب متفاوتة خلال العامين الماضيين، وذلك لاسباب عدة تم شرحها. اما بخصوص كيفية تعريفنا بمنتجاتنا في هذه الأسواق، فتأتي في مقدمتها الاشتراك في المعارض الدولية، والتي تشكل محطة اساسية في التعريف بالمنتجات اللبنانية بشكل عام، ومنتجاتنا بشكل خاص. اننا نشترك، وبشكل فاعل واسباب، سواء كعارض او كزائر في 3 محطات رئيسية: معرض GULFOOD في دبي، الامارات العربية المتحدة، HORECA في بيروت، لبنان، و SIAL أو ANUGA في مدينة باريس، فرنسا، أو مدينة كولونيا، ألمانيا، حيث يتم اللقاء خلال هذه المعارض، مع جميع المصدرين والموزعين الاساسيين في معظم بلدان العالم، والاطلاع على المستجدات والابتكارات المتقدمة في هذه الصناعة.

سياسة الدغراق

ورداً على سؤال عن كيفية معالجة الخلل الذي لحق بالقطاع الصناعي به من جراء السياسة الخجولة في حماية

الانتاج الوطني، قال البساط، إن القطاع الصناعي بشكل عام، كان ضحية أساسية لدى بدء تطبيق اتفاقيات التجارة الحرة، سواء العربية او الثنائية، حيث أدى اغراق الأسواق إلى اضمحلال وضمور العديد من القطاعات الصناعية، وتدهور اعمالها، نظراً للفرق الشاسع في الاكلاف التشغيلية بيننا وبين الدول الأخرى، دون التغاضي عن حجم الدعم المباشر، وغير المباشر التي تتمتع به اقتصادات هذه الدول على حساب الاقتصاد اللبناني. ويتابع البساط قائلاً: قد يكون قطاع الصناعات الغذائية من اقل القطاعات المتأثرة بهذا الواقع، الا اننا لا بد ان نلاحظ من ان بعض المنتجات اللبنانية لم يعد بالإمكان تصديرها لخسارتها للكثير من ميزات التفاضلية بالمقارنة مع المنافسين الاقليميين. مطالبنا من الحكومة اللبنانية عديدة ومزمنة، ولا يبدو انه من الممكن تحقيقها في القريب العاجل.

ترويج المنتج

وحول الدور الذي تؤديه مؤسسات التعبئة والتغليف في تحسين وتطوير المنتج الصناعي على مختلف الصعد الانتاجية والتسويقية، قال البساط أن الأرقام تتحدث عن نفسها في هذا المجال، فكون قطاع الصناعات الغذائية اللبنانية يحتل المرتبة الأولى من حيث القيمة المضافة، يعود بالدرجة الأولى إلى ان معظم المواد الأولية المستخدمة هي نتاج القطاع الزراعي اللبناني، ما يجعل هذا القطاع عاملاً أساسياً في تنمية القطاع الزراعي وتحسين نوعية انتاجه وتنافسيته. والمبدأ نفسه ينطبق على الآلات الصناعية، حيث احتل أيضاً قطاع الصناعات الغذائية المرتبة الأولى في الاستثمار بالآلات الصناعية الجديدة لزيادة الانتاجية وتحسين نوعيتها. اما بخصوص مواد التعبئة والتغليف، مما لا شك فيه ان للعبوة قيمة مضافة كبيرة في ترويج المنتج الغذائي، وهنا، لا بد من التنويه بجهود المركز اللبناني للتغليف LIBANPACK، في هذا المجال، حيث ساهم مع العديد من الصناعيين اللبنانيين في إعادة رسم وصياغة العبوات المستخدمة، مما كان له انعكاس إيجابي في زيادة مبيعات هذه المنتجات بشكل كبير.



شركة الشمال للالبان والاجبان Al Chimal For Dairy & Cheese Co

البان واجبان وكافة مشتقات الحليب
Milk-Chees & Dairy Products

Daily Fresh
من حليب البقر الطازج
حالوم أكسترا
المكونات: حليب طبيعي كامل الدسم، ملح، منسقة جامدة
Ing: Fresh Full Cream Cow Milk, Salt, Dry Rennet
السعر حسب الوزن
تعبئة شركة الشمال للالبان والاحليب مرياطة - لبنان الشمالي هاتف: 03 286 433

العنوان: مرياطة - زغرنا - الطريق العام - هاتف: ٢٨٦٤٣٣ (٣) ٩٦١ - ٢٠٦٤٣٣ (٦) ٩٦١
ADDRESS: Miryata - Zghorta - Main Str. Tml: 961 (6) 206433 - 961 (3) 286433
St-alchimal@hotmail.com

عون فود كومباني عون ش.م.م Aoun Food Co. Aoun S.A.R.L

صناعة وتجارة مواد غذائية: حبوب - بهارات - كبيس - حلاوة و طحينة -
صناعة مختلف أدوات التنظيف

Foods Industry: Cereals - Spices - Pickles - Halawa and Tahina -
Dishwashing Liquid



العنوان: جبل لبنان - المتن - مزرعة يشوع - المنطقة الصناعية - بناية الشركة - هاتف: ٩٢٦٣٨١ (٤) ٩٦١ -
٩٢٨٧٥٩ (٤) ٩٦١ - فاكس: ٩٢٠١٩٠ (٤) ٩٦١

Adresse: Factory: Mount Lebanon - Metn - Co. Bldg - Tel: 961 (4) 928759 - 961 (4)
926381 - Fax: 961 (4) 920190

Email: info@aounfood.com

Web site: www.aounfood.com

عضو مجلس إدارة جمعية الصناعيين عدنان عطايا: لا خيار أمام الصناعيين إلا تطوير نوعية المنتج

انطلاقاً من موقعه كعضو مجلس إدارة جمعية الصناعيين، ورئيس لجنة التعليم المهني، ورئيس مجلس إدارة معامل لافلوكس الصناعية، يجيب الأستاذ عدنان عطايا من موقع المسؤولية على تساؤلات «الصناعة والاقتصاد» حيث تشعب الحوار ليأخذ كل تفصيل من تفاصيل واقع القطاع الصناعي في لبنان، والعلاقات التي تحكم طبيعة الاتفاقات مع الدول العربية.



أعتبر الأستاذ عدنان عطايا، إن العاميين الماضيين (2011 و 2012) شكلاً نسبة نمو ملحوظة في صادرات الصناعة الغذائية، مشدداً بضرورة ألا نعطي الأمر أكثر من حجمه، ويجب أن نأخذ بالاعتبار الواقع الحاصل في سورية، وتأثيراته الإيجابية على الصادرات اللبنانية. وقد تأثرت الصناعات الغذائية طبعاً في زيادة صادراتها التي بلغت خلال العاميين 2011 و2012 العشرين بالمائة، ولكن هناك صناعات أخرى مثل المخللات وما شابهها بلغت الزيادة في صادراتها الخمسين في المئة. وعمّا إذا كان للأزمة المحيطة بلبنان انعكاسات، أكد عطايا إنها ليست عاملاً أساسياً، بل كان للأزمة عائد علينا نوعاً ما، بالإضافة إلى أن صادرات الصناعة الغذائية اللبنانية باتجاه الدول الغربية والعربية تمكنت من احتلال مكانتها سنة تلو الأخرى. ونحن نستطيع ملاحظة هذا الأمر من خلال مشاركة صناعاتنا في المعارض الدولية، فنلاحظ أن هذه المشاركة تتزايد سنة تلو الأخرى، ونلاحظ أيضاً أن منتجاتنا تدخل إلى أسواق جديدة.

تنمية الاقتصاد

وحول قراءته لواقع الاقتصاد في البلد وقطاع الصناعات الغذائية، وعمّا إذا كان لديهم خطط استراتيجية لتنمية الصناعة اللبنانية. تحدث عطايا عن تنمية تنمية الاقتصاد ولو من خلال كل قطاع على حدة، ولكنه أكد على أهمية وجود سياسة مشتركة بين القطاع الخاص وبين الدولة، ولكن رغم علاقتنا القوية مع بعض الوزراء وبينهم صناعيين، إلا أننا حتى الآن لم نتوصل معهم إلى واقع يساعد على وجود قرارات تضع لبنان في مكان يشبه الدول الأخرى المصدرة مثل تركيا التي تقدم دعم إلى شركات المصدرة، أو مثلما يحصل دول أخرى كأوروبا. والآن لا نستطيع أن نلوم هذه الدول، ولبنان دولة صغيرة ولا نستطيع فرض شروطها، سيما وأن لدينا عجزاً كبيراً في الميزانية، ونسبة النمو لدينا متدنية.

ويتابع عطايا أن الصناعيين ليست لديهم خيارات إلا أن العمل على تطوير نوعية المنتج وجودته خصوصاً وأننا لا قدرة لدينا لمنافسة الدول الكبرى في السعر ولا الدول الإقليمية. أي ليس بإمكاننا منافسة الأتراك وهم لديهم طاقة إنتاجية عالية جداً، وسعر الطاقة لديهم مرتفع. صحيح أن قيمة اليد العاملة لدى الأتراك تتقارب معنا، إلا أن طاقتهم الإنتاجية كبيرة جداً جداً. فنحن لا نستطيع منافسة المنتج المصري لأن مصانعهم مشيدة ومصممة لتلبية حاجات مئة مليون نسمة، ومصانعنا مشيدة من أجل خمسة ملايين أو تزيد قليلاً حسب صادراتنا، ونحن لا نستطيع منافسة المنتج السوري الذي كان أيضاً لديهم يد عاملة ولديهم منتج زراعي غني جداً، ولا يمكننا منافسة المنتج السعودي والخليجي لأن لديه الطاقة بالمجان، ولكنني أقول إن هذا لا يعطي صورة سوداوية لقطاع الصناعات الغذائية، لا بل

نحن لدينا قيمة مضافة عالية على العمل على الجودة وعلى النوعية، وأنا برأيي علينا مواصلة دق أبواب الأسواق العالمية، وألا نياس من ذلك. ففي بعض الأحيان تقفل أسواق بعض البلدان ولكننا نفاجأ أن هناك بلداناً أخرى تفتح أمامنا أسواقاً جديدة.

كلفة الدنتاج

وحول كلفة الإنتاج في بعض الدول والاتفاقيات التجارية التي نصت بأن يكون هناك تكافؤ في كلفة الإنتاج بيننا وبين الدول الأخرى. قال عطايا: إن الاتفاقيات الاقتصادية التي أبرمت بين لبنان والدول العربية وخاصة اتفاقية تنسيق التجارة العربية، في الحقيقة لا أريد القول بأنها سيئة، ولكنها وفي النهاية اتفاقية ممتازة لأنها فتحت لبنان والدول المجاورة له. فهي أعطت سوقاً واسعة، وبدلاً من أن نعمل لتلبية حاجات خمسة ملايين أصبحنا نعمل لتلبية سوق فيها مائة مليون نسمة. صحيح أنه قبل اتفاقية تنسيق التجارة العربية لم يكن الاستثمار ممنوعاً، لكن كانت هناك بالمقابل نسبة جمارك، والحقيقة التي تؤلمنا قليلاً هي عندما يصبح لدى بعض المؤسسات الصناعية في إحدى الدول العربية إمكانات عالية نبدأ نحن بالشعور بالتضييق على صادراتنا باتجاهها، يعني إذا ما أخذت بالاعتبار قطاع الطحينة والحلاوة الذي يشكل جزءاً من الصناعات الغذائية، وهو جزء أساسي، نجد أن لبنان هو من أهم المصدرين لهذا المنتج في العالم. واليوم نحن نترجع كثيراً فيه، ويأخذ موقعنا بشكل كبير المنتج السعودي.

الآن كي تلمي الدول إنتاجها المحلي لا تستطيع فرض رسوم جمركية، ولكنها تعتمد إلى اللعب على موضوع تاريخ انتهاء صلاحية بحيث لم يعودوا يعطونا فترة صلاحية للمنتج تزيد على السبعة أشهر، وأصبحت هناك حواجز كثيرة توضع أمامك بالنسبة للمواصفات والمقاييس ويكون تطبيقها معقداً في الأحيان أكثر من الشكل الطبيعي والذي لا يطبقونه على منتجهم المحلي وأنا لا أتحدث في هذا المجال عن سبل التصدير في السعودية، بل يمكننا أن نتحدث الآن عن مولدات الكهرباء حيث وضعوا عليها رسماً نوعياً وأعادوا تشكيل القيمة المضافة في السعودية، واليوم يجري فتح ملف المكسرات ونحن قد مضى على توقيعنا لاتفاقية تسهيل التجارة العربية ما يقارب العشرة إلى الاثني عشرة سنة، وهناك تشكيك بالقيمة المضافة اللبنانية في بند المكسرات أو المخلوطة أو القلوبات.

مواجهة الواقع

ورداً على سؤال حول كيفية مواجهة الحكومة اللبنانية لهذا الواقع، تحدث عطايا بإسهاب عن ذلك واعطى مثال موضوع المعلبات تحديداً ومصانعها الموجودة في الخليج العربي التي تكاد تعد على أصابع اليد الواحدة. هذا إذا أردنا الحديث عن العمل في إنتاج المعلبات، أما في لبنان فهناك سبعة مصانع تعبئ في علب، وللتوضيح فأن معمل واحد موجوداً في أميركا يقوم بتعبئة توازي كل المعامل الموجودة لدينا في لبنان، وانتبه عندما تصبح طاقتك الإنتاجية عالية فهذا ينعكس كثيراً بشكل إيجابي على تخفيض سعر الكلفة لديك، بالإضافة إلى



أننا لا يمكننا أن نكون منافسين في كل مرة تصبح فيه فاتورة الطاقة عالية التكاليف، فنحن نريد أن نبحت عن سوق لا تكون فيها الطاقة تشكل عاملاً أساسياً في الكلفة.

أما إذا كنا نتحدث لتتناول السليبات فقط، فالشكاوى هي نفسها وقد مضى عليها أكثر من عشرين سنة، وأنا أستطيع التحدث عن إيجابيات حصلت لمصلحة القطاع الصناعي، فقد حصل أمر بدعم الفوائد على المعدات الصناعية، وهو ما ساعد المؤسسات الصغيرة والمتوسطة على التجديد، ولكنها ليست بنسبة عالية، ولكن في النهاية وعلى الرغم من أهميتها إلا أنها لا تضعني كصناعي مقابل تطور القطاع الصناعي في السعودية، فهو لديه سوق لعشرين مليون نسمة ولديه كل الدعم اللازم.

وحول كلفة الأرض التي تبلغ عندهم دولاراً واحداً وتبلغ في لبنان ألف دولار. أجاب عطايا قائلاً إن جمعية الصناعيين اعتمدت هذا الموضوع، والرئيس نعمت افرام وضعه بين أهم الملفات التي حملها منذ بداية انتخابه لرئاسة الجمعية، في أن يحاول تسهيل عملية إنشاء مدن صناعية رخيصة الثمن، حتى تستطيع المساعدة في تطوير الصناعة.

نحن كقطاع صناعي في لبنان يعتمد على المبادرة الخاصة وتأثيرات الدولة فيه قليلة جداً ويجب ألا نطلب منهم أكثر.

فروع الصناعات الغذائية

ورداً على سؤال عن تأثيرات قطاع الصناعات الغذائية وأهميته على الكثير من القطاعات في لبنان بدءاً من الزراعة وانتهاء بالتغليف والتعبئة. قال عطايا أن الصناعات الغذائية تتفرع إلى فروعاً كثيرة وتعتمد بمعظمها على المنتج الزراعي، أو على المنتج الحيواني مثل

بمامة YAMAMA

Red Vinegar 1 Litre.
Red Vinegar 470ml.

Grenadine Molasses 750 ml.
Grenadine Molasses 300 ml.

Apple Vinegar 750ml.
Apple Vinegar 300ml.
Grape Vinegar 750ml.

Rose Water 750 ml.
Rose Water 300 ml.
Orange Blossom Water 750 ml.
Orange Blossom Water 300 ml.

Lemon Juice Substitute 1000 ml.
Lemon Juice Substitute 280 ml.

White Vinegar 3.78 L.
White Vinegar 1 Litre.
White Vinegar 470ml.

Tomato Ketchup 340 g.
Tomato Ketchup 3 Kg.
Tomato Ketchup 5 Kg.
Hot Ketchup 340 g.
Hot Sauce 88 ml.

Balsamic Vinegar 500ml.
Balsamic Vinegar 250ml.

Tomato Paste 150 g.
Tomato Paste 320 g.
Tomato Paste 660 g.
Tomato Paste 1450 g.
Tomato Paste 3200 g.

Tamarind Syrup 750 ml.
Grenadine Syrup 750 ml.
Blackberry Syrup 750 ml.
Rose Syrup 750 ml.
Jallab Syrup 750 ml.

Soy Sauce 500ml.
Soy Sauce 250ml.
Soy Sauce 1 Litre.
Soy Sauce 3.78 L.

Momento Fruit Cordial 710 ml.

Usine laveluxe industrielle - Naameh - Lebanon
Tel: 00961 5 6000006 - Fax: 00961 5 600346
P.O. Box: 14-5445 Beirut - Lebanon
E-mail: info@yamama-lb.com - www.yamama-lb.com



فعلياً يجب أن نتناول الصناعة كما لو أن لديك ولداً مجتهداً عليك متابعتها وتشجيعه وتأمين الفرص له، والدولة حتى تكون دولة قوية لا خيار لها إلا أن تنمو من خلال قطاعاتها الصناعية والزراعية فهذه هي الأساس في كل التطور والتقدم، واليوم كل المؤسسات الصناعية في لبنان عندما تبني مصانعها إنما تبنيها على قياس مصانعها وعندما تريد إقفال هذه المصانع لا سمح الله فإنما تبنيها بمقدار ثمن الأرض والماكينات تصبح خردة غير صالحة للبيع بينما أن أي مؤسسة تجارية لديها مستودعات يمكنها أن تبني هذه المستودعات وتحقق أرباحاً عقارية منها. أما الصناعي فلا يمكنه ذلك لأنه بنى هذه المساحة على مواصفات قد لا تتماشى مع الآخرين.

وقال عطايا، إننا اليوم نريد أن نعرف ماذا يربطنا بالبلدان العربية انطلاقاً من التجارة البيئية وهي أوسع قليلاً مع دول المغرب العربي. نحن نقول بكلمات بسيطة بعض سياسيينا يخطئون بتناول بعض الرموز العربية، فأنا لا أفهم أولاً ماذا يغير هذا الأمر في المعادلة، هل الحرية بالكلام في السياسة جعلتنا نتناول أياً كان من دون ضوابط، وإذا ما وجد هذا الأمر فليكن داخل لبنان، وأنا لا أظن أن أي معارض أميركي يستطيع أن يتناول أي مسؤول أميركي بالأسلوب الذي نتناول فيه نحن الشخصيات مع العلم أن علينا احترام واقعنا في لبنان إذا أردنا الدخول إلى تعديلات اقتصادية يجب أن ندخل إلى الحوار وكما يكون لدينا عدل والعدل يقتضي وجود إمكانيات، فاليوم علبة التنك الفارغة إذا استوردناها ندفع عليها ضريبة بينما إذا استوردتها ملأى تصبح مجانية.

ولهذا نحن بحاجة إلى ورشة عمل وليس لدينا نحن بل بمشاركتنا ومشاركة الدولة، فالיום فتحت بعض الدول العربية ملف شهادة المنشأ ونسبة القيمة المضافة وبعض الدول بدأت تعيد قراءة المواصفات والمقاييس لديها لكي تحمي نفسها لأنها لم تعد تستفيد من الحماية الجمركية، ونحن في لبنان نستطيع العمل ضمن الإمكانيات ولكننا لا نستطيع أن نأخذ دور السياسيين.

قطاع اللحوم، الذي يعتمد بدوره على المزارع والبيض والدجاج، وهذا موضوع له علاقة بالصناعة الغذائية، وحتى قطاع المخللات والمعلبات يعتمد على الفاكهة التي تنتجها زراعة الأرض.

أنا أرى إن قطاع الصناعات الغذائية مهم لدعم الزراعة وهو ينمو وينمي الزراعة معه.

والآن عندما يكون لدينا منتج زراعي ولدينا مصانع للتوضيب والتغليف والتعبئة فهذا يحتاج إلى العلب وإلى البلاستيك وإلى الزجاج والتنك والكرتون، وإلى كل ما يلزم للتوضيب والتعبئة والتغليف، ويذكر أن هناك مصانع ممتازة للكرتون ولكن للأسف إن أسعارنا أعلى من الأسعار في سائر أنحاء المنطقة.

وأنا لا أدري لماذا يعرض عليك سعر الكرتون نفسها في الإمارات والتي تكون بالمواصفات نفسها بما ينقص عن السعر لدينا وبما يقارب 35%. فصندوق الكرتون ندفع ثمنه 60 سنتاً ويمكننا الحصول عليه بقيمة 36 أو 37 سنتاً من الإمارات أو السعودية وأنا لم أتمكن بعد من معرفة سبب هذا الفارق في الثمن. أما في موضوع الزجاج ولأنه يعتمد كثيراً على الطاقة المكثفة وهي أعلى كلفة، ولكن مصر تقوم بتعبئة وسد فراغ بالنسبة للزجاج.

حماية الاستثمار

وحول فكرة قرار حماية الاستثمار في لبنان، وعن المانع في رفع كلمة حماية واستبدالها بكلمة ثانية. رأى عطايا أنه لا يمكننا أن نبني كل قطاعاتنا على الحماية، وأساساً تجربة الحماية والدعم كانت غير مجدية فلمجرد رفع الحماية والدعم عن أي قطاع أقل، وأكبر مثال على ذلك يونيسراميك فقد عملوا من أجله بما لا يمكن فعله ولم يلتزم هو بالشروط التي وضعتها الحكومة حسب ما قال لنا يومها رئيس الحكومة فؤاد السنيورة. وتابع عطايا قائلاً: هناك عادة في الدول العظمى يكون الاقتصاد هو الحامي لسياسة الرئيس، أما نحن في لبنان فالسياسة هي التي تحمّل كل شيء.



FOUR PLUS

الأصالة والتاريخ

مَلِكُ العَرَقِ
عَرَقُ تومًا

مرشيد طانيوس توما وإخوانه

تأسس سنة ١٨٨٨
قبّ الياس - رحلة - لبنان

بيروت: ٤١٨٢٥٤ - ٤١٧٥٤٤ / ٤ - قبّ الياس: ٥٠٠٨٠١ - ٥٠٠٨٠٢ - ٥٠٠٨٠٣ - ٥٠٠٨٠٦ / ٥ - فاكس: ٠٨/٥٠٠٨٠٦

*symphony for
your senses*



CHATEAU
ST. THOMAS



CHATEAU
ST. THOMAS
Wine of the Bekaa

Kab-Elias, Békaa Valley
Tel: +961 8 500812 / 3, Fax: +961 8 500814
closstthomas@gmail.com, info@closstthomas.com

www.ChateauStThomas.com

صاحب مؤسسة توما سعيد توما: للنبيد فلسفته في لبنان

كشف السيد سعيد إن عائلة توما أطلقت عرق توما في العام 1888 ولا يزال هو واخوته يعملون في المؤسسة مشتركين. أما عن مؤسسة سان توماس فهي منفردة لعائلي وتنتج النبيد فقط.



يؤكد السيد توما أن التصدير لم يزد إلى الخارج في قطاع إنتاج النبيد، بل ولا نزال نقوم بمجهود شخصي لفتح أسواق جديدة في كل أنحاء العالم، في غياب أي دعم من الدولة لتساعدنا في صادرات هذا القطاع.

وعن تصنيف لبنان في صناعة النبيد، قال توما: إنه وحسب الاختبارات يعتبر سهل البقاع على امتداد الجمهورية اللبنانية من أهم سهول العالم لزراعة كرمة النبيد، وذلك بسبب نسبة ارتفاعه عن سطح البحر ومناخ المنطقة والرطوبة فيه والطقس المناسب الذي ينتج عنه ندى الصباح، وهذا ما يساعد في إعطائنا نوعية عنب ممتازة فنصنعها للنبيد الذي ننافس فيه أهم نبيد في العالم، اليوم العالم يحسب حساب النبيد اللبناني.

وقد أجريت اختبارات حول كرمة العنب في لبنان، فهي تُزرع على المنحدرات وليس في السهل، وهي منحدرات بعيدة وحول التجربة النادرة والناجحة للمهندس أسعد، أكد توما إن لديه الخبرة الكافية التي اكتسبها منذ سنة 1952 حين تخرج من المدرسة وتوجه مباشرة إلى القطاع الزراعي في الكرمة وتقطير العنب المخصص للعرق. وقال توما: إن زراعة كرمة النبيد وصناعته تختلف هذه الأيام عن الماضي، لذا تخصص ابني أسعد في زراعة كرمة العرق وكرمة النبيد التي تختلف

زراعتها في لبنان عن بقية العالم. فهو تخصص في الجامعة اليسوعية، وأراد ابتكار نوعية نبيد يتكلم عنه العالم، وطبق تجربة جديدة في 2005 فبدل أن يحمل العريشة بين 5 و20 كيلو، حمل كل عريشة أقل من كيلو تقريباً، وعصرنا النبيد ووضعه في براميل الخشب ستة أشهر فقط، وعبأه في الزجاجات من العام ذاته إلى اليوم، وفي تشرين الأول 2012، شاركنا في دورة موندريال دو ويرلوفي سويسرا، وأرسلنا هذه النوعية إلى هناك حيث تنافس قرابة 300 نوع في العالم، وكانت النتيجة في الفحوصات أن سبعة أصناف في العالم بينه الصناعة التي ابتكرها أسعد، وبعدها اختار سبعة خبراء الزجاجات السبع الباقية، ووقع اختيارهم على ابتكار أسعد ليكون الرقم واحد في العالم، فأرسلوا بطلبه إلى سويسرا ونظموا له حفل تكريم لنوعية الصناعة الفريدة في العالم.

سبب النجاح هو الخبرة في الزراعة لأننا نعرف أي تراب وأي أرض نزرع فيها شتلة العنب المخصصة للنبيد، ونوعية العنب الذي ينجح في هذه الأرض وما لا ينجح، بالإضافة إلى التصنيع.

ثم درس أسعد (أورولوجي) في مونتيلييه في فرنسا بالإضافة إلى الخبرة التي اكتسبها مني، وهو يعمل معي منذ ست سنوات وكل سنة يربح 12 ميدالية ذهبية يفخر بها لبنان.

فلسفة الزراعة

وعما إذا كانت تقدم هذه الصناعة قوة لاقتصاد لبنان، قال توما: الجميع يصنع النبيد، لكنه يتابع قطاع النبيد في لبنان ويجب أن يقوم باختبار للأراضي ليعرف أيها تصلح لزراعة العنب، وللزراعة فلسفتها وليس أن نسير في الطرق التقليدية القديمة، لأنها تختلف كثيراً. فالخبرة هي الأساس. ويتابع توما: إن لبنان يسير في طريق



نماذج من إنتاج كلوس سانت توماس مع وثائق عن شهادات وجوائز دولية حصل عليها



مؤسسة توما - كلوس سان توماس - مؤسسة رشيد توما تأسست سنة 1888

دوراً في هذا الموضوع، أكد توما: إن نبيدنا غال لذا يفضل الأجنبي شراء السلعة الأجنبية لأنها أرخص من اللبنانية، ويتركز عملنا على بيع المطاعم اللبنانية التي تقدم كل أصناف الطعام اللبناني ويتراق مع نبيد وعرق لبناني، ولكن المطاعم الأجنبية لا تأخذ الصناعة اللبنانية، وهذا ما يؤثر علينا.

عملية التسويق

وردأ على سؤال عن تأثيرات التعبئة والتغليف في عملية التسويق، رأى توما أن زراعة كرمة النبيد في البقاع تختلف عن الزراعة في أوروبا، زراعة كرمة العنب الأسود في شمال فرنسا تعطي عصيراً كثيراً كون الطقس ماطرأ معظم أيام السنة، فحربنا زرعها في البقاع لتعطي نتيجة مماثلة فقام ابني أسعد واختبرها وجد أن زراعتها يجب أن تكون في منطقة عالية قرابة 1250 وفي منطقة مواجهة للغرب لتسلط عليها الشمس في المغرب. وطلع الانتاج سنة 2008 وصنعناه نبيداً وكان من أهم الصناعات وأعطى لونا قاتماً. أي اننا زرعنا الكرمة التي تزرع في أماكن معينة من العالم وصنعناها بشكل مماثل لفرنسا ونلنا عليه ميدالية من منطقة بوردو الفرنسية. أي أن لدينا صنفين الفورنوار المونرو وقد يحدثان تحولاً في صناعة النبيد، ما صار يميز لبنان في هذه الصناعة.

وبعد نزوح العنب لدينا اربعة مصانع للنبيد والعرق، وعندها يأتي دور الدولة في الدعم والتصريف. بالإضافة إلى فرض التبادل بيننا وبين الدول التي نستورد منها صناعات مثل صناعاتنا، على سبيل المثال مصر، نستورد منها البطاطا والثوم والمانغا وغيرها، ولكننا لا نورد إليها شيئاً، والهند نستورد منها الويسكي ولا نورد إليها شيئاً، ولا بد أن يكون هناك تفاوض وتبادل فإذا فتحت الأسواق مع مصر وإفريقيا والهند، عندها إذا دعمتنا الدولة لنغزو العالم تكون قد قامت بانجاز، ولكن هذا لم يحصل وقتها، وننتظره حتى اليوم.

اليوم الوزير الحاج حسن سلم قطاع الكحول إلى الوزير جبران باسيل لأنه حاج ولا يستطيع التعامل مع الكحول، ونحن لا نستطيع الآن أن نتكلم مع أحد.

نبيدنا غال

وحول تشجيع الزراعات البديلة للقطاع الزراعي والصناعي وانعكاس ذلك على الاقتصاد اللبناني. طالب توما الدولة القيام بخطوات كإعفاء صناعة النبيد من رسم 200 ليرة، في خطوة أولى، والثانية إيجاد مصانع لإنتاج الزجاجات بمواصفات عالمية. وفتح أسواق ومساعدة الصناعيين في المعارض وتكثيف الخدمات الإعلانية للصناعة والاقتصاد.

وعما إذا كان الاغتراب اللبناني يؤدي

مشركة في صناعة النبيد، ونستطيع قول هذا شرط أن تأخذ الدولة هذا الموضوع باهتمامها وتقدم له الدعم. على غرار الدول الأخرى مثل فرنسا، تدعم قطاع الزراعة وتقدم له الشتول، وتنشئ تعاونيات للمزارعين الصغار الذين يقطعون العنب ويصنعونه نبيداً للخارج، وهذا ما يدعم قطاع التصدير، بينما اليوم يعتبر النبيد اللبناني الأعلى في العالم، لأننا نستورد الزجاجات من الخارج والفلين من البرتغال والكيسولة من إيطاليا والختم من فرنسا، بالإضافة إلى أنه ليست لدينا معامل لصناعة الزجاج بمواصفات عالمية.

موعد لم يحصل

وردأ على سؤال حول الاجراءات المطلوبة للدعم والمتابعة من قبل الدولة، وعما إذا كان هناك إجراء ووضعه رسوم، كشف توما أنه في العام 1998 طلب عبر وزير الصناعة شوقي فاخوري موعداً من رئيس الحكومة وقتها الراحل رفيق الحريري، وقلت له إن قطاع النبيد سيغزو العالم ولكننا كأفراد لا نستطيع ان نفعل شيئاً، وأن سهل البقاع بكل جوانبه أهم سهول العالم في زراعة الكرمة، وبعد منع زراعة الممنوعات الذي يتضرر منه كل العالم، فلتساهم الدول المتضررة بارسال شتول الكرمة كزراعة بديلة عن الممنوعات، فيتم زرع البقاع كله بالتنسيق مع خبراء،



CHATEAU KSARA

شاتو كساره

صناعة النبيذ و العرق
Manufacturing of Wine and Arak



العنوان:

أقبية كساره : كساره - زحلة - البقاع - هاتف : ٨٠١٦٦٦٢ ٨ ٩٦١ +

المركز الرئيسي: جادة شارل مالك - ملك نخلة حنا - ص.ب: ١٦-٦١٨٤ بيروت- لبنان - هاتف : ٢٠٠٧١٥ ١ ٩٦١ +

Address:

Ksara Caves : Ksara - Zahle - Bekaa - Tel: + 961 8 801662

Head Office : Charles Malek Av., Nakhle Hanna Bldg. - P.O. Box: 16-6184- Beirut - Lebanon

Tel: + 961 1 200715

Website : www.chateauksara.com E-mail : info@ksara.com.lb



شركة ا. شاهين للحلويات
A. Shahine For Pastry

سمسم - طحينية - سكاكر - راحة الحلقوم - حلاوة
Sesame - Tahini - Candies - Halawa - Laukoum



العنوان: جبيل - حصاريل - الشارع العام - بناية المؤسسة - هاتف : ٥٥٩-٤٧٣-٠٩/٧٩٠-٤٧٣-٠٩/٧٩٠ صندوق البريد : جبيل ١٢٩
ADD RESS : jbeil - hosrayel - Street Main Bldg : Est. Tel : 09/ 790437 - 559 - Fax : 09/ 790437 P.O. Box : 129 joubeil
info@eshahin.com www.eshahin.com



نائب مدير «مزارع ويلكو» سيمون بطرس:

السوق المحلية تحولت نحو الصناعات الغذائية الجاهزة



من المفيد جداً معرفة الخدمات التي يؤكدتها نائب مدير مزارع ولكو بطرس سيمون بطرس إلى المستهلك اللبناني. فمع إزدياد نسبة النساء العاملات في المجتمع وابتعادهن عن المطبخ بات من الضروري لأي شركة زراعية تحويل منتجاتها إلى جاهزة للأكل لمواكبة هذا التغيير في حاجات المستهلك اللبناني. في هذا المنعطف تقوم شركة و«لكو» بتوظيفات كبيرة من أجل دخول سوق اللحوم والدواجن المحضّرة والمطهّوة كلياً أو جزئياً.

يتحدث السيد سيمون بطرس بأسهاب عن أسباب النشاط الذي شهده لبنان في 2010 و2011 حيث شهد النشاط نمواً في 5 في المئة في كل القطاعات، وتميز في هذه الفترة قطاع الصناعة الغذائية، كون السوق اللبنانية تتحول من المواد الخام إلى المواد المصنّعة، مثلاً بدل أن تأخذ السيدة دجاجة وتحضرها، تشتري الدجاجة معدة وجاهزة، وبدل أن تحضر الحمص تشتريه جاهز، فالسيدة التي تعمل لم يعد لديها وقت للطبخ، لهذا وجدت الصناعة الغذائية، وهي في المجتمعات المتطورة تنمو، خصوصاً الطعام الجاهز أو المطهّو نصف طهّو.

ويرى بطرس أن أسباب اتساع دائرة الصناعات الغذائية هو الإغتراب اللبناني، ويشير إلى وجود 13 مليون لبناني منتشر في العالم، يهمهم المنتج اللبناني، لهذا إذا مشروع إنشاء مسلخ جديد للدواجن وبراءات تخزين لإنتاج الشركة ومشروع

مشاريع استراتيجية

وعن مشاريعه الاستراتيجية للمستقبل، يشير بطرس إلى عدة مشاريع منها:

مشروع إنشاء مسلخ جديد للدواجن وبراءات تخزين لإنتاج الشركة ومشروع

إنشاء مصنع لمنتجات اللحوم والدواجن المطبوخة كلياً أو جزئياً مثل «الناغس» و«الكوردون بلو» وغيرها.

بالإضافة إلى هذين المصنعين هناك مشروع جديد عبارة عن مصنع تحويل فضلات الدجاج إلى طعام جاهز للكلاب والقطط. ولدينا مشروع رابع هو مصنع لتحضير علف الدواجن، وهو أكبر معمل في لبنان، والمعمل الأخير هو لسد حاجتنا ولبيع في الأسواق.

وعن رأيه بالإتفاقيات التجارية والخطوات الواجب اتخاذها من قبل الدولة، قال بطرس أن اتفاقيات تيسير التجارة العربية تسمح بإدخال البضائع التي فيها أكثر من 51 بالمئة منشأ عربي. أي الأسواق اللبنانية

من دون أي رسوم جمركية. إن أساس الصناعة هي الطاقة والعمالة، فنحن مثلاً لا نستطيع منافسة مصر لأن فيها كلفة العمالة أقل والغاز زهيد السعر. وكذلك السعودية وقطر والإمارات أيضاً، والأخيرة تستورد بضائع كالدجاج البرازيلي ويغيرون الغلاف فيصبح المنتج إماراتي! علماً أن في الإمارات لا يوجد دجاج ولكنهم يريدون تصديره بهذه الطريقة إلى لبنان. نحن رسومنا على المنتج البرازيلي 20 بالمئة، بينما نسبة الرسم على الإماراتي صفر، كما قلت في الإمارات لا يوجد دجاج وهذا يجب أن يظهر في شهادات المنشأ، وقد طلبنا من وزير الزراعة أن يدقق ويرسل مفتشين، وكذلك طلبنا من وزير الإقتصاد، ولغاية الآن لم يتحرك أحد ليدقق بالمنشأ الإماراتي، لأن هناك شركات برازيلية فتحت مكاتب لها في الإمارات وأصبح لديها اسم هناك، وتصدر لنا على أن المنشأ إماراتي مع أن البلد صحراء ولا يعيش فيها دجاج.

أما بالنسبة إلى العمالة، فاليد العاملة في لبنان تكلف في لبنان حوالي 750 دولاراً بينما في الخليج يأتون بالعامل الأجنبي بمائتي دولار. أي أن العمالة في دول الخليج أقل تكلفة في لبنان لأنها آسيوية وليس محلية.

وفي السعودية على سبيل المثال هناك سياسة لدعم المزارعين عبر تقديم علف الدواجن أو دعم ثمنه بما يقارب 100 إلى 200 ريال سعودي.

ولذلك يرى بطرس أن لا مجال للمنافسة، فنحن نحتاج مقابل السياسة التي يتبعونها دولة تحمي المنتج الوطني، لذا لا نستطيع منافستهم بكل الجهات، والمحروقات والعمالة ودعم الصناعة والزراعة مباشرة، ونحن ليس لدينا دعم، ولا محروقات زهيدة ولا عمالة زهيدة.

صناعات متطورة

وعما إذا كان لبنان مؤهلاً لتأسيس قطاع صناعي جيد، أجاب بطرس بالتأكيد، نحن كنا قد طالبنا المراجع المختصة في الدولة بتسعيرة كهرباء مخفضة من دون نتيجة.

ففي أوروبا، العضو في منظمة التجارة العالمية هناك حماية جمركية على

مستوردات الدواجن وكوتا تحدّد كمية المستوردات المسموح توريدها في السنة إلى الإتحاد الأوروبي وتقسيمها على فصول السنة. مثلاً تريد استيراد لحم من البرازيل... فتدخل السوق بروية لمنع الإغراق.

نتطلب من الدولة مساعدتنا، أن تدعم الكهرباء لأنها أساس كل شيء في الصناعة، وكنا قد طالبنا بتسعيرة تشجيعية للكهرباء من الوزير الصفدي عندما كان وزير الإقتصاد، وعدنا ولكنه لم يفعل شيئاً.

ويشير بطرس هنا إلى وجود شروط أوروبا قاسية على اللحم الأميركي لأنه زهيد في بلد المنشأ، ويرفعون الضريبة على لحم البقر لأنهم يطونها هرمونات، وهذه الشروط تكون صحية لمنع هذا اللحم من الدخول، مثلاً يطلبون ألا يكون GMO أي ألا يكون المنتج معدل وراثياً ولا تدخل فيه أي هرمونات، لهذا لا يمكن أن تدخل هذه البضائع بطريقة غير مباشرة.

وهل هي لعب على الرسوم الجمركية؟ يجيب بطرس أنهم وبدل الرسوم الجمركية يضعون (كوتا) شروط إضافية صحية وغيرها تفرض على المستورد ليمنعوه من الدخول وهكذا يمنعون الأميركي والبرازيلي من الدخول، ومن يريد إجازة تصدير يدفع رسم معين يصل إلى 20 بالمئة، ونحن لا يوجد بيننا وبين



الدول العربية رسم، ولا كوتا ولا شروطاً صحية إضافية ولا تحديد كميات، وهم ينافسون بالعمالة والطاقة. وعن الطرق المتبعة في تسويق الإنتاج، يشير بطرس: إلى أن مزارعنا تعتمد لغاية الآن على السوق الداخلية، ولكنه يؤكد إلى أنه ومن خلال المصنع الجديد سيدخلون الأسواق الخارجية من خلال المعارض التي تقام في معظم أقطار العالم.

قطاع التغليف

ويكشف بطرس أهمية قطاع الصناعات الغذائية في زيادة الإنتاج اللبناني، ويشير هنا إلى بيض الدجاج عندما يتكاثر يتم تخزينه لمدة شهر فقط، وهناك معامل تحول البيض لبودرة مثل الحليب. مثلاً يفصل الصفار عن الزلال ويؤخذ الصفار لصناعة الشامبو بينما البياض يصير بودرة ويستخدم في الطعام، ولكن ليس لدينا هذه الصناعة في لبنان.

وهكذا، تفيد الصناعات الغذائية في اختصار وقت تحضير الطعام، فبدل ساعتين في عملية التحضير قد يستغرق ربع ساعة فقط. وهنا ينشط قطاع التعبئة والتغليف، وقطاع النقل، وقطاع صناعة الكرتون وبلاستيك والآلات الصناعية، كلها تنمو وتصدر، كصناعة منتجات الأفران التي تعتبر جيدة في لبنان.

مشروع التحدي الصناعي:

ويلكو: استثمار بـ 30 مليون دولار رغم الأزمة

وهذا المبنى (صناعة لحوم الفروج ومشتقاتها)مجهز بمحطة لتكرير المياه بقدرة ري 90 ألف م² زراعي حول المصنع، ومحطة تكرير للنفايات الصلبة، و معمل للناغيتس ينتج حوالي 600 كيلو بالساعة، ومخازن مجلدة لحوالي 1000 طن تجليد بالإضافة إلى مخازن مبردة. ومن المتوقع أن يرتفع إنتاج شركة ويلكو من 150 ألف فروج حالياً في الأسبوع إلى 200 ألف بعد بدء العمل بالمزارع الجديدة البالغة 12 مزرعة.

كما اشترت شركة ويلكو أرض في كفرنا زغرنا بمساحة 416 ألف م² لإقامة مزرعة فروج جديدة يمكنها إنتاج 300 ألف فروج كل أربعين يوم بالإضافة إلى مزارعنا الحالية و التي نقوم بتوسيعها حالياً و البالغة من 30 إلى 40 مزرعة بحيث يصبح إنتاج ويلكو اسبوعياً.

وأعلن السيد وليم بطرس رئيس مجلس إدارة (ويلكو) أن في نية الشركة إقامة مشاريع جديدة وهي اشترت أراضي بلغت 900 ألف م² حيث سيقام مباني وفلل سكنية مكملة لمشروع الاستثمار الصناعي.



مصنع العلف



مصنع لحوم والفروج ومشتقاته



حجم مشروع ويلكو الجديد:

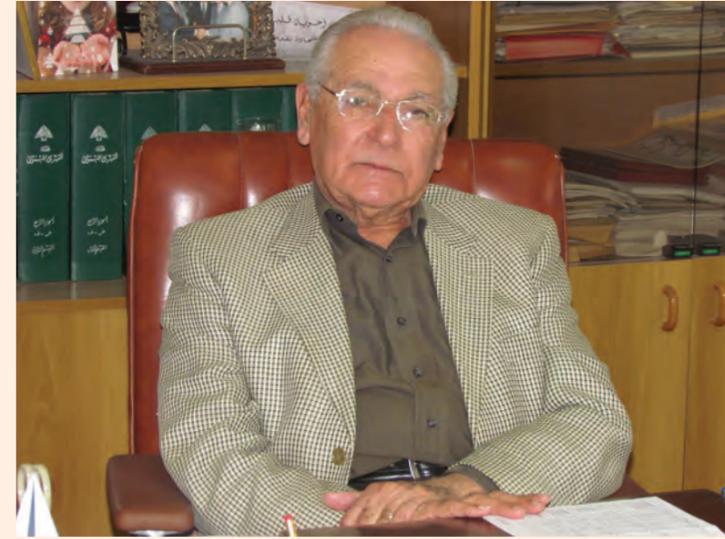
تبلغ قيمة الاستثمارات للمشروع الجديد (ويلكو) الذي يبدأ انتاجه خلال الصيف القادم 30 مليون دولار. وهو يشكل وحدة انتاج متكاملة من تفقيص البيض وصناعة الفروج وصناعة المشتقات : كالناغيتس، البرغر، والاسكالوب حالياً ويعتبر أكبر مشروع استثماري في الصناعات الغذائية خلال سنتي 2013/2014.

تفاصيل المشروع:

1- يقوم المشروع على 30 مزرعة لإنتاج الفروج حالياً، بالإضافة إلى 12 ألف م² تقع في 6 أبنية بطابقين لكل بناء بمساحة 1000 م للطابق الواحد.

2- مصنع للعلف بمساحة 5 آلاف م² مبنى يستعمل لسد حاجة مزارع ويلكو مع امكانية بيع فائض انتاجه للسوق المحلي، ويبدأ انتاجه خلال الصيف القادم.

3- مصنع لصناعة منتجات الفروج والناغيتس واسكالوب والمرديلا وهي منتجات مجلدة ومطهية كاملة الطهي، اي انها تؤخذ من الثلاجة إلى المايكرويف مباشرة دون الحاجة الى القلي.



رئيس مجلس إدارة عام مجموعة ويلكو وليم بطرس

بطرس يناشد المسؤولين اعتماد سياسة تشجيعية

تمتلك شركة «ولكو» سلسلة متكاملة لإنتاج الدواجن، من بيض تفقيص، وفقاسات، صناعة أعلاف، تربية وذبح وتصنيع منتجات الدواجن.

تبلغ قيمة الاستثمارات لمشاريع «ولكو» قيد الإنشاء 30 مليون دولار.. تفاصيل المشاريع قيد الإنشاء:

1- مزارع كفر حزير وتبلغ مساحاتها الإجمالية 12 ألف متر مربع، وهي مؤلفة من 12 بيت للدواجن بسعة إجمالية تبلغ 200 ألف فروج. ويبدأ إنتاجها الصيف المقبل.

2- مصنع لإنتاج الأعلاف في كفر حزير وتبلغ طاقته الإنتاجية 60 ألف طن في الساعة، ويعد الأكبر في لبنان، ويمتد على مساحة 5000 متر مربع مبنية وبطاقة تخزينية توازي 8 آلاف طن، يبدأ إنتاجه الصيف المقبل.

3- مشروع شكا 1568 المؤلف من مسلخ حديث للدواجن بطاقة إنتاجية توازي 6000 فروج في الساعة ومصنع لمنتجات اللحوم والدواجن المطهية كلياً أو جزئياً «كالناغيتس والكرسي». ومخازن مجلدة تسع لـ 1000 طن من منتجاتنا الخاصة، بالإضافة الى المخازن المبردة والمخازن الحالية، ويمتد المشروع على مساحة 12000 متر مربع مبنية، ويضم محطة تكرير المياه المبتدلة التي تؤمن الرّي لحوالي 100.000 متر مربع من الأراضي التي سيتم استصلاحها بجوار المشروع.. وهناك مشاريع جديدة يتم التحضير لها من توسعة للمزارع وتطوير للتصنيع الغذائي، بالإضافة الى تحويل الفضلات الصلبة الناتجة من مسلخ الفروج بغية زيادة انتاج الشركة ليصل الى 10 ملايين فروج في السنة.

وهكذا تشجع الصناعات الغذائية كل القطاعات الأخرى لأن لها سوق محلية، ويمكن الإشارة هنا إلى أن مصانع الحلاوة والطحين كل سوقها في لبنان. وهناك بلدين أو ثلاثة تصنع هذه الصناعات، وسوقها محلي كبير وتصدر أيضاً. وهناك اشياء مبتكرة في الصناعات الغذائية، مثل الخبز اللبناني المميز والحلاوة والطحين المميزة، والأّن يجرب اليهود سرقة صناعة الحمص والتبولة ونسبها إليهم. وعن دور التعبئة والتغليف في تسويق السلع، يقول بطرس: عندما يتوجه المستهلك لشراء سلعة يلفته شكل العبوة أولاً، وعندما يريد شراءها يقرأ ما كتب عليها، لذا فالتغليف مهم جداً، ولكن المضمون هو الأساس بعد الشراء، فإما أن ينال المنتج رضى المستهلك أو لا يناله مهما كانت العبوة جميلة، التعبئة جزء من الترويج.

يبقى أن أهم شيء هو أن تكون هناك حماية للصناعة الوطنية، وتشديد الجمارك على البضائع المستوردة أو تحديد الكمية المستوردة مثل أوروبا وتنظيم الاستيراد، ووضع شروط اضافية على المنتجات بمواصفات عالية، وطلب شهادات المنشأ العربية التي يجب أن تكون أكثر من 51 بالمئة، بالإضافة الى المأكولات المعلبة الجاهزة، مثلاً «الناغيتس» كل مكوناته أجنبية المنشأ تدخل إلى الدول العربية من دون جمرك، تصنع هناك ومن ثم تصدر إلى لبنان كبضائع ذات منشأ عربي أي معفية من الجمارك حسب إتفاقية تيسير التجارة العربية.

بينما في لبنان توجد جمارك على مكونات «الناغيتس» ولا نستطيع القيام بالمثل مصنعة من مزارعنا. ويجب على الدولة أن تعفي جمركياً كل المواد الأولية التي تصنع في لبنان وتعطيها قيمة مضافة كي تمكن الصناعة اللبنانية في منافسة تلك العربية التي تصدر إلى لبنان معفية من الجمرك.

وليس فيه شهادات منشأ، منه ما يستورد الى الأردن ويصنع هناك ويورد الى لبنان، بينما نحن لا نأتي بدجاج من الخارج ونصنعه ونبيعه، بل من مزارعنا. فكل شيء يعطي قيمة إضافية على المواد المصنعة في لبنان يجب ان تشدد عليها الرقابة.



شركة مطاحن البركة ش.م.ل

Baraka Mills. SAL

Flour Mills - مطاحن دقيق القمح



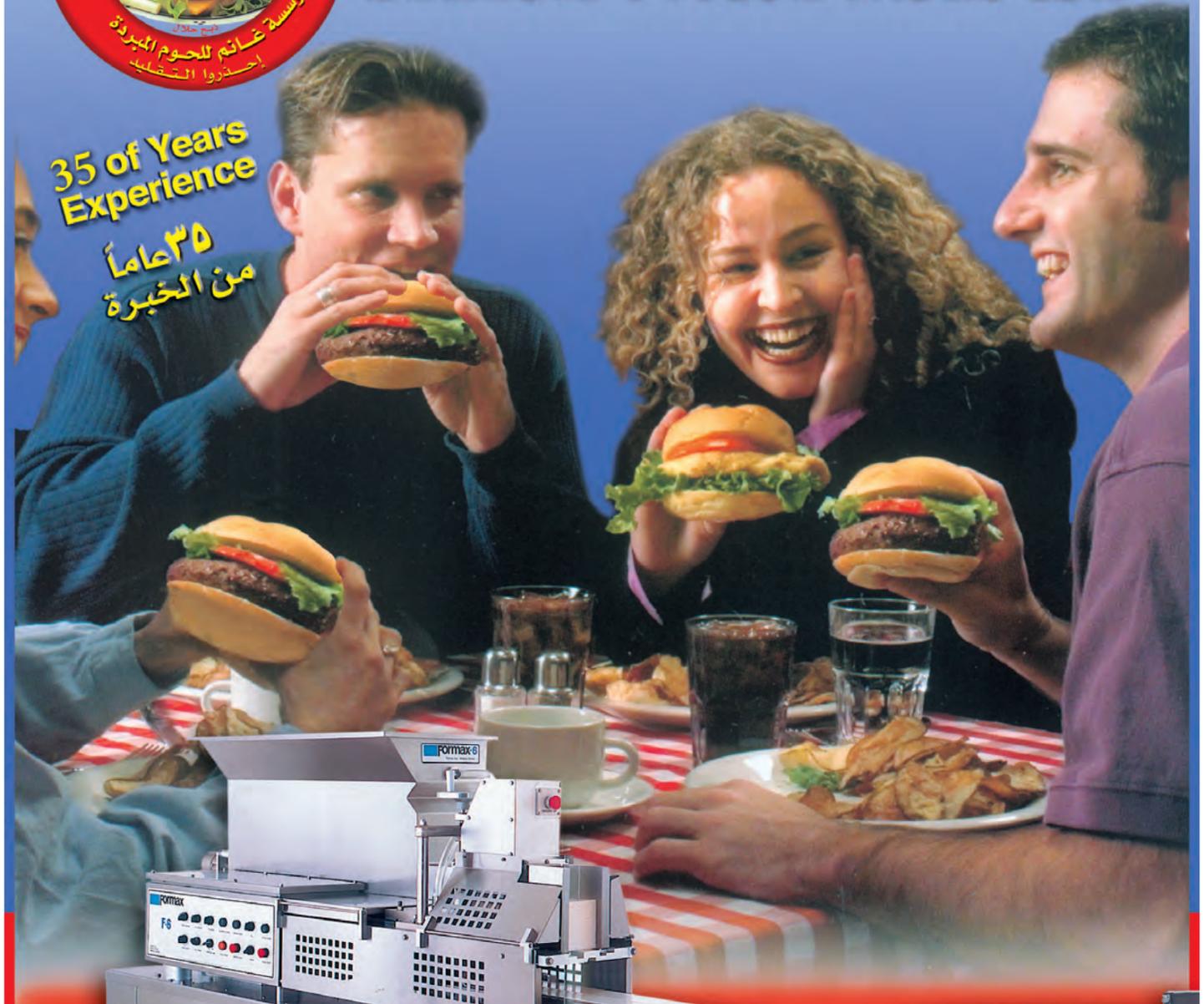
جبل لبنان - المتن - الدورة شارع الضمان
هاتف: ٩٠١٨٧٣ - ٥٤٧٣٧٣ (١) ٩٦١
فاكس: ٩٠١٨٣٥ (١) ٩٦١
info@barakamills.com



مؤسسة غانم للحوم المجمدة
Ghanem Frozen Meat EST.

35 of Years
Experience

٣٥ عاماً
من الخبرة



أخصائيون
في صناعة الهمبرغر
Expert in Preparing
Hamburger

الورمانية - لبنان - تلفون: ٠٥/٢٤٠٦٨٨ - فاكس: ٠٥/٢٤٠٦٧٧ - خليوي: ٠٣/٦١٩٦٧٧ - ٠٣/٦١٩٦٨٨
Warhanieh - Lebanon - Tel.: 05/240688 - Fax: 05/240677 - Cell.: 03/619677 - 03/619688

Ghandour

Est. 1857

Originality

... is our thing !

غندور

تأسست عام 1857

الإبداع هو اختصاصنا!



Website: ghandour-lb.com

Email: info@ghandour-lb.com

مدير عام «مؤسسة كامل بدوي البساط» أسامة البساط:

عوائق تمنع تقدم الصناعات الغذائية

يعتبر مدير مؤسسة كامل بدوي البساط أسامة البساط، ان لبنان لا تحكمه الضوابط، وهو بلد مشرّع لكل من يرغب في فتح مكتب أوكالة، ويؤكد لبساط عدم وجود دعم للصناعات اللبنانية من قبل الدولة على الرغم من أن القطاع الصناعي هو الذي يؤمن فرص العمل في البلد. ويتوقف البساط عند صناعة التعبئة والتغليف معتبراً أن هذه الصناعة أصبحت تكاليفها باهظة بسبب ارتفاع مشتقات الطاقة.



كل فترة تبادر إلى زيادة رواتب العاملين لديها، وهذا يُحسن الإنتاج ويساعد في تطور اليد العاملة. ويضيف البساط إلى أن القروض لا تساعد وحدها في تطوير الصناعة، بل بإنشاء مناطق صناعية كانوا قد وعدونا بها، ولكن بقيت الوعود وعدواً. ولا يعتبر البساط أن الاتفاقيات التجارية بين لبنان والدول الأخرى متكافئة، بل يؤكد أن لبنان بلد مشرّع أمام كل من هب ودب، ولا تحكمه الضوابط، بحيث يستطيع كل من يشاء أن يأخذ وكالة من الخارج ويفتح مكتباً له في لبنان من دون حسيب أو رقيب، وحتى الحلاوة التي أصبح ينتجها أكثر من 20 إلى 70 معملاً، وتؤمن فرص عمل لعدد كبير من العمال في البلد، ورغم ذلك تبادر الدولة إلى فتح استيراد لهذا المنتج، لماذا استيراد الحلاوة والطحينة؟ أنا لا جواب لدي على هذا السؤال.

أهمية المعارض

ويؤكد البساط، غياب أي دعم صناعي حقيقي في البلد، بل وهناك صناعات عديدة غير مدعومة، معتبراً أن الدولة آخر

يرجع البساط، في رد على سؤال عن نشاط الصادرات الصناعية خلال عامي 2011 و2012، إلى أسباب عديدة أهمها: أولاً، نشاط أصحاب المعامل. وثانياً، جودة الانتاج اللبناني المعروف في كل المنطقة، وخصوصاً صناعتنا من الحلاوة والطحينة وما شابهها، وهذه الصناعة تتميز عن سواها من الصناعات نفسها في البلاد الأخرى بأشواط، وهي لذلك مطلوبة.

عوائق مؤثرة

وإن يعتبر البساط أن الصناعات الغذائية تؤدي دوراً أساسياً في البلد باعتبارها صناعة أساسية إلا أنه يرى عوائق كثيرة تؤثر عليها. وأهم هذه العوائق ارتفاع كلفة الإنتاج، وخصوصاً المحروقات من المازوت إلى الفيوول والبنزين. وغياب أي مساعدة للنظر في تخفيض كلفة الانتاج المرهقة للصناعي، ويذهب البساط إلى مطالبة الدولة بخفض أسعار الفيوول التي يجب أن تؤمن بقيمة أقل للصناعيين، ويعطي مثلاً هنا عن مؤسسة الكهرياء التي تستهلك فيول ومازوت، ولكنها في

همها الصناعة في هذا البلد، رغم أن هذا القطاع المنتج في البلد هو الذي يؤمن فرص العمل في البلد، وهو يختلف عن التجارة. ويشير إلى أن قطاع الصناعات الغذائية تحرك العمل لدى قطاعات صناعية أخرى مرتبطة بها، مثل صناعة الكرتون وصناعة البلاستيك وسواهما. ويشدد البساط على رفضه المطلق لأدخال منتج الحلاوة إلى لبنان في ضوء وجود من 20 إلى 70 معملاً في البلد، وكلها تتنافس في ما بينها. وإذا كانت المنافسة الداخلية موجودة فلماذا هذا الانفلات بحيث أن كل من يشاء يستورد حلاوة أو ما شابه من السلع التي تنتجها في البلد؟ لدينا سلع من هذا النوع معروفة الجودة ولا تنقصها الشهرة. وحول الطرق المعتمدة لتسويق المنتج، يؤكد البساط أهمية الاشتراك في المعارض، وكذلك الاتصالات الشخصية التي تجرى من خلال علاقاتنا مع الخارج.

نحن مصنع أنشئ منذ 1956 والعلاقات التي أنشأها الحاج كامل بدوي البساط والتي تابعناها نحن لا يستهان بها، وكذلك علاقاتنا مع التجار على مدى العالم. وهذا ما نركز عليه في تسويق إنتاجنا، والحمد لله أن بضاعتنا معروفة ومطلوبة في السوق.

وعن دور صناعة التعبئة والتغليف في تحسين التسويق للصناعة الغذائية، يعتبر البساط أن صناعة التعبئة والتغليف أصبحت باهظة الثمن لأسباب عديدة، أولاً ارتفاع أثمان البترول والفيول والمازوت وبالتالي المشتقات النفطية، فمن جهة التسويق فأن صناعتنا متقدمة على الرغم من أنها أصبحت مكلفة جداً. فثمن السلعة لدى عرضها في الأسواق أصبح إن جزءاً كبيراً منه يكون ثمناً للغلاف، ويشتكي هنا من أن وزارة الزراعة تقوم بالتضييق الصناعيين في أمور كثيرة، وتضع عليهم شروطاً في التصنيع، ونقوم كصناعيين بتلبية كل شروطها وطلباتها. ولكن هذا أمر يكلفنا إنفاق أموال، والمصانع اليوم على كف عفريت. فأنت لا زلت تقول إن هناك منافسة ولكن على الدولة أن تخفف من الإجراءات المرهقة للصناعة، ولتبادر إلى إنشاء المناطق الصناعية من أجلنا.



٥٥ سنة من المذاق العريق معامل كامل بدوي البساط

طريق صيدا صور القديمة ٠٧/٢٢٠٤٢٥ - بيروت النويري ٠١/٦٥٤٣٢٩



غير الشكل وحافظ على اللوعية

مخبزات واكل جاهز

اطلبها من

السوبرماركت

مخبزات مصنوعة بأحدث الطرق الصناعية

أسعار خاصة للمطاعم

Cherfan Est. - St. Elie Residence - Rawda - Telefax: 961 1 683 886 - P.O.Box: 2203 Jounieh-Lebanon

Website: www.tonysfood.com - E-mail: tonysfood@tonysfood.com



”

بدأ السيد قيصر عطا العمل في مجال البوظة العربية في سن مبكرة عام 1946. وبعد أن اكتسب خبرة في هذا المجال أسس معمله الخاص في حوش الامراء عام 1956. اشتهرت بوظة قيصر عطا العربية بالطعم الجيد والنظافة فنالت شهرة واسعة في لبنان. عام 1978 انضم الابن الاصغر طوني الى والده وكان لديه رغبة شديدة في تعلم هذه الصناعة. عام 1990 بدأت عملية انتاج البوظة العربية بواسطة الآلات لأن الصناعة التقليدية لم تعد قادرة على تلبية حاجة السوق الاستهلاكية. بفضل الخبرة الواسعة التي يملكها قيصر عطا وولده طوني تمكّن المعمل من انتاج البوظة العربية ألياً بنفس الطعم التقليدي وهذه ميزة فريدة لم يتوصّل سواهما اليها بعد. ويعود ذلك الى استعمال أحدث الآلات وأكثرها دقةً وتطوراً وتعمل بقوة ضغط في انتاج البوظة العربية تصل الى قوة 120 BAR وهي ذات تعقيم كامل. واستكمال طوني عطا عملية التطور والتحديث حتى أصبح ينتج اليوم:

- عشرون نكهة بوظة عربية

- عشرون نكهة بوظة عربية اكسترا

- عشر نكهات بوظة عربية بدون سكر وبدون دسم

نالت بوظة قيصر عطا شهرة عالمية وانتشرت في العالم العربي لمطابقتها لكل المعايير الصحية والنعومة واللزجة وبخلوها من جميع أنواع البكتيريا.

“

ZAHLE-newhighway-TEL: 961 8 930 680 - Mob:961 3 640 940

Email: infotonikayssarata@gmail.com - web: www.kayssarataicecream.com

مدير إداري في مؤسسة حسن اليمن وأولاده

حسن اليمن: المعارض تعزز تسويق صناعتنا

تفاصيل كثيرة
تؤرق المدير الإداري
في مؤسسة حسن
اليمن وأولاده، وهو
إذ يشرحها ويكشف
مطباتها العديدة
التي تبدأ في غياب
الدعم من قبل الدولة
للقطاع الصناعي
وتنتهي بأهمية
استنباط رسوم
متعددة تمنع اجتياح
السلع الأجنبية
والعربية للبنان.



يرجع السيد حسن اليمن في قراءته إلى سبب ارتفاع الصادرات اللبنانية عامي 2011 و2012، إلى الحالة الأمنية التي طرأت على الدول العربية، والتي كان لها مردود إيجابي إلى حد كبير على لبنان وأتاح له فرصة كبيرة لاستعادة أنفاسه، بالرغم من الأكلاف المرتفعة التي يتكبدها. ولن تبقى جودة السلعة هي الأساس، وهي التي تؤدي دوراً كبيراً ونحن مهتمنا الأساسية أن نبقى رواداً في الجودة التي ما انفكنا نقدمها منذ 130 سنة.

واقع القطاع

ويرى اليمن، إن قطاع الصناعات الغذائية في لبنان يحتاج إلى دعم الدولة التي لا تقدم لنا أي نوع منه على الإطلاق، ولهذا يتكبد القطاع الصناعي أكلافاً باهظة ما يرتب علينا بالنتيجة معاناة في تصديرها إلى الخارج. ويشدد اليمن إلى أن الدعم يبدأ من

الكهرباء التي نعاني من انقطاعها الدائم، ورغم وجود مولدات خاصة لدينا بقوة 300 KVA تبقى عاملة على مدى 12 ساعة متتالية. ويطالب اليمن بتأمين الحماية للسلعة اللبنانية من أي منافسة أخرى مستوردة من الخارج. ويلفت الانتباه إلى قطاع الكهرباء وأكلاف المحروقات التي ترهق الصناعات اللبنانية.

استفسارات حول المنشأ

وعما إذا كان هناك منافسة شديدة للسلعة اللبنانية وأسبابها، وعن رأيه في الاتفاقيات التجارية المبرمة خصوصاً وان الدول الأخرى استبدلت الحماية بالدعم. يوضح اليمن، إن لبنان يعيش أسوأ حالاته الآن وفي جميع الميادين سواء في القطاع التعليمي، أو القطاع الإداري، أو قطاع الموظفين أو سلسلة الرتب والرواتب.

ويستبعد اليمن في الوقت الحاضر حصول دعم للصناعة على اعتبار أن كل الأمور تعود إلى المجهود الشخصي. ويشير إلى المفاوضات الجارية على سمات المنشأ التفصيلية في الدول العربية،

ونحن على علم بهذا. ويأتينا من غرف التجارة استفسارات حول ملاحظتنا عن شهادات المنشأ التفصيلية بما يخدم تصدير انتاجنا إلى الخارج، ونحن نتمنى على جميع الصناعيين وعلى كل من لديه مطلب أو ملاحظة أن يتقدم بها بشكل تفصيلي حتى يساهم في تسهيل الأمور على المصدر اللبناني عملية تسويق بضاعته في الدول العربية بشكل محترم ولائق.

وحول مساهمة قطاع الصناعات الغذائية في تعزيز الاقتصاد الوطني، يؤكد اليمن من خلال قراءته للأرقام أن قطاع الصناعات الغذائية هو من أقوى القطاعات حتى الآن ويعود بمردود لا يستهان به للبنان، وهو يساهم في تدعيم القطاعات الأخرى، كقطاع الزراعة الذي له الفضل في تصديرنا لأنواع البازيلا أو الفول أو أبنا غنوج في علب جميلة الشكل. ولا ننسى هنا صناعة الكرتون

وصناعات أخرى، وهي جميعها حلقات متصلة تكمل بعضها البعض.

أهمية التغليف

وحول عملية التغليف ودورها في تسويق السلعة، يقول اليمن: اليوم لدينا بضاعة موثوقة وجيدة وفاخرة، ولكنني إذا لم أضعها في الغلاف المناسب كيف يمكن أن تجذب الزبائن؟ إذ لا شيء يجذب الزبون سوى الغلاف، بالنسبة للأوروبي أو الأميركي أو العربي أو المغترب اللبناني.. فالغلاف يناديه، وبعد ذلك يفتحه ويتذوق ما بداخله، فإما أن يوافق على جودته أو يرفض.

وعن اتفاقيات التجارة العربية، أو اتفاقيات التجارة الحرة مع بعض الدول، يعتبر اليمن أن هذه الاتفاقيات بحاجة إلى إعادة نظر. ويضيف، أن الكثير من الدول تضع عراقيل أما سعنا، ومثال على ذلك مصر. فعندما كنا نصدر إليها في

فترة من الفترات، كان المستوعب عندهم يستغرق شهرين وثلاثة والبضاعة تتلف، بينما كانوا يريدون دخول بضاعتهم إلى بلدنا بأقصى سرعة ممكنة.

إن التخزين يرتب علينا خسائر فادحة في التكلفة وهو ما يرهق الصناعي ويكبد مصاريف جديدة.

سياسة الانفتاح

وعن تداعيات سياسة الانفتاح العالمي التي أبحاث الأسواق وعن مقترحاته لدعم المنتج اللبناني كفرض رسوم أو تقديم دعم معين مثلاً، يقول اليمن بضرورة النظر إلى الأسهل على لبنان لكي نستطيع التعاطي معه حتى لا تكبد الدولة أكلافاً إضافية، خصوصاً وأنها تعاني اليوم عجزاً كبيراً. أي يمكننا استنباط رسوم متعددة وبأشكال لا تخيف الغير وفي الوقت نفسه لا ترهق الدولة.



Second House Products
منتجات البيت الثاني



www.secondhouseprod.com

Lebanese Specialties

SECOND HOUSE PRODUCTS®
Mazraat Yachouh
Beirut-Lebanon
(+961) 4 915 391



100%
SAVEUR DU
LIBAN

Samih Hassan Al Yaman & Sons

ABOU EL HASSAN



AL YAMAN

THE FOUNDER & THE ORIGINAL

Since 1882



Essence of the Lebanese Tradition

معامان سميح حسن اليمان وابولاده
ابو الحسن
اليمان
المؤسس والاصلي
متذ 1882

Zahlé, +961 8 930796
Saida, +961 7 222580
Fax: +961 7 223327
alyaman@samihalyaman.com
yamancosons@hotmail.com

www.samihalyaman.com



صاحب منتوجات البيت فرنسوا رزق: السلعة اللبنانية لم تخسر قدرتها التنافسية



يشدد السيد فرنسوا رزق في هذا الحوار على أهمية الحد من زحمة السير في لبنان، وهو يقترح على المصارف المساهمة في انشاء طرقات وجسور فوق الطرقات الرئيسية والفرعية، للمساهمة في تسهيل عملية التوصيل والتصريف من دون زحمة سير.

في بداية حديثه يحدد السيد فرنسوا رزق ثلاثة عوامل دفعت إلى أن يسجل قطاع الصناعات الغذائية نشاطاً في صادراته عامي 2010-2011: أولاً، عامل الثقة باعتباره سبب أساسي للتصدير الى الخارج، وهو يشكل 50 بالمئة من الأسباب. ثانياً، بات الشحن أسهل. ثالثاً، انخفاض نسبة تصدير الدول المحيطة للصناعات الغذائية، مثل الطعام الشرقي المطلوب عند العرب في الخارج. من دون شك خفف «الربيع العربي» من التصدير الى الخارج، لأن المواطن العربي والشرقي المغترب والمهاجر يطلب مأكولاتنا، وبما أن لدى بعض الدول مشاكل داخلية فقد أثرت في نسبة تصدير انتاجها إلى الخارج.

تطور مستمر

وحول قراءته إلى وضع الصناعات الغذائية، أكد السيد رزق أن الصناعات الغذائية في لبنان بتطور مستمر، وربما كنا أول من دخل الى «أيزو» وصار لدينا «Asev» وصرنا نسير بمعيار الاميركي- الأوروبي المعتمد في كل العالم، وصر الصناعاتيون اللبنانييون يتكاثرون ويدخلون في هذا المجال وينوعون ويحسنون إنتاجهم من الآلات إلى نوعية المنتج. إن الإقبال على هذا هو القطاع في

في الخارج، كشف رزق عن وسائل عديدة للترويج يعتمد بعضها على المشاركة في بعض المعارض، إلا أن المعارف والعلاقات تؤدي دوراً مهماً، فاللبناني في الخارج يسأل عن مصدر ولديه مؤهلات تناسب السوق الأجنبية ويتعاملون معه، والمعروف أن من يصدر الى الخارج قلة، نتمنى أن يرتفع العدد. وفي النهاية كلهم لديهم المعطيات نفسها. ورداً على سؤال عن سبب خسارة السلعة اللبنانية للكثير من قدرتها على التافس. أكد رزق أن السلعة اللبنانية لم تخسر قدرتها التنافسية بل لا تزال كما هي قوية. وإذا سحبت الدول الدعم الذي تقدمه لصادراتها فستعود صناعتها الى مكانها الطبيعي، فهم يدعمون صناعتهم بالمواد الأولية، وعندنا على العكس فكل شيء على الصناعي.

وعن المطلوب من الدولة، قال رزق على الحكومة أن تعتمد خطة، اي أن كل فاتورة تخرج بموجب بيان جمركي يجب أن تقدم الى الدولة فتقدم للصناعيين مساعدات على ضوءها، مثلما يفعلون في الخارج، خصوصاً وأن الصناعة اللبنانية مكتملة للتصدير مئة بالمئة. فهناك التغليف والتغليف والتصنيع، والمطلوب من الدولة هو دعم صادرات بطريقة ما. أما أن تحميها فهذا أمر صعب. لأن هناك أصنافاً كثيرة تأتي من الخارج، ولا نستطيع التعامل بالمقابل لأننا ضعفاء

ولا نستطيع فرض شروط على أي بلد نتعامل معه. وحول امكانية تطبيق شعار المعاملة بالمثل لحماية صناعتنا، رأى رزق، نحن ملزمون بتطبيق الشروط بالكامل ولكنهم لا يطبقونها. ولحماية صناعتنا علينا أن نقف في وجههم بحزم، مثلاً نمنع دخول صنف معين إلا بشروط معينة، كأن نصدر أصنافاً تريدها تلك الدول على أن يكون تاريخها لمدة تسعة أشهر، بينما هي تدخل علينا أصنافها بتاريخ يصلح لسنتين، ولماذا هذه المعاملة لا نعرف؟

نحن لدينا صعوبات في التنقل باليد العاملة والكهرباء، وهذه تزيد الكلفة علينا، وهذه الأمور لا يعانون منها وهذا ما يخفف من مصاريفهم.

التعبئة والتغليف

ورداً على سؤال عن أهمية الصناعات الغذائية في لبنان، وانعكاساتها الاقتصادية، قال رزق: لا يوجد بديل عن الصناعات الغذائية، لأنها الأساس الذي ينطلق منه الاقتصاد وتنمي القطاعات كافة، ولها مفاعيل اقتصادية واجتماعية. فهي تحسن الزراعة، وتنشط اليد العاملة أكثر، وتنمي الريف وتنمي التجارة، بالمبدأ الزراعة من أرضنا ومعظم الأراضي فارغة يمكن أن نعبئها مزروعات مختلفة. وهناك أشياء نستوردها من الخارج

ونعبئها هنا، مثلاً أوروبا تستورد البترول وتصنع بلاستيك ونايلون. وعن دور التعبئة والتغليف في الإقتصاد الصناعي، اعتبر رزق أن لهذا المجال دور مهم جداً لأن غلاف السلعة أساسي في عملية البيع، فهو الذي يجذب المستهلك له، إذا وضعنا علبتين للمنتج نفسه، واحدة علبتها جميلة يشتريها المستهلك حتى لو كانت أعلى وربما ليست بمستوى غيرها، ولكن الغلاف يجذبه. ولم يعد التغليف مجرد وسيلة للتعبئة، بل يجب أن يجاري الصناعي مواصفات معينة. وما تتضمنه الأسواق بشكل جميل. وهناك تغليف بالبلاستيك أو النايلون، وكل مصانع الإنتاج الصناعي لديها بديل لكل شيء، في السابق كان لديهم المرطبان للتعبئة اليوم صار هناك كل أنواع التعبئة.

هذا بالإضافة الى أن لدينا مشكلة مباشرة مثل التقلبات، لو يتم إنشاء طرقات علوية خاصة، كالجسور فوق الطرقات الرئيسية والفرعية، تساهم فيها المصارف على سبيل المثال، خصوصاً أن المصارف تتبارى في نسبة الأرباح، فلينشئ كل مصرف عشرة كليومترات مجاناً؟ أي طريقاً فوق طريق لا تتطلب إستثمارات، وأكد أن الأمر يتطلب دراسات تحدد آلية العمل، ويساهم هذا الأمر في حل مشكلة السير ويسهل عملية التوصيل والتصريف من دون زحمة سير.



اللبناني في الخارج لأن يتمتع بالذوق ويقدم أصنافاً عديدة وجديدة، بالإضافة الى التغليف الجميل الذي يلعب دوره في عملية التسويق، وكل هذا يؤدي دوره في عملية البيع وجذب المستهلك، ربما قد لا ينافس الصناعة في الخارج ولكن له أسواقه الجيدة.

وسائل التسويق

وعن الوسائل المتبعة في عملية التسويق

الأسواق الخارجية، ساهم في تطور الانتاج، فعندما كان المصنع يعتمد طرق واساليب عادية في الانتاج لم يجد السوق الخارجي، أما اليوم فهذه الطرق لم تعد مقبولة. فقد أصبح هناك ملصق على كل علبه يضم المحتويات والمواصفات وتاريخ الصلاحية والمصنع، يجب أن نتبع الأنظمة.

وعن مقومات استمرار نجاح هذا القطاع، أوضح رزق: إن انتشار شهرة المطبخ

naturally!
Junet
Company
For Industry & Commerce S.A.L

Fruit Juice Manufacturing & Packing



naturellement!
Junet

شركة **جونيت**

للصناعة والتجارة ش.م.ل

صناعة وتعبئة العصير على أنواعه

زحلة - البقاع - لبنان - تليفاكس: ٨٠١٩٠٠ / ٨١٠٦٦٦ / ٨٠٣٩٠٠ (٨) ٩٦١

Zahleh - Bekaa - Lebanon - TelFax: 961(8) 801900 / 810666 / 803900

E-mail: junet@dm.net.lb



مؤسسة موريس مشعلاني

Maurice B. Mechelany

مواد غذائية: كبيس، مربيات، ورق عنب، زيوت

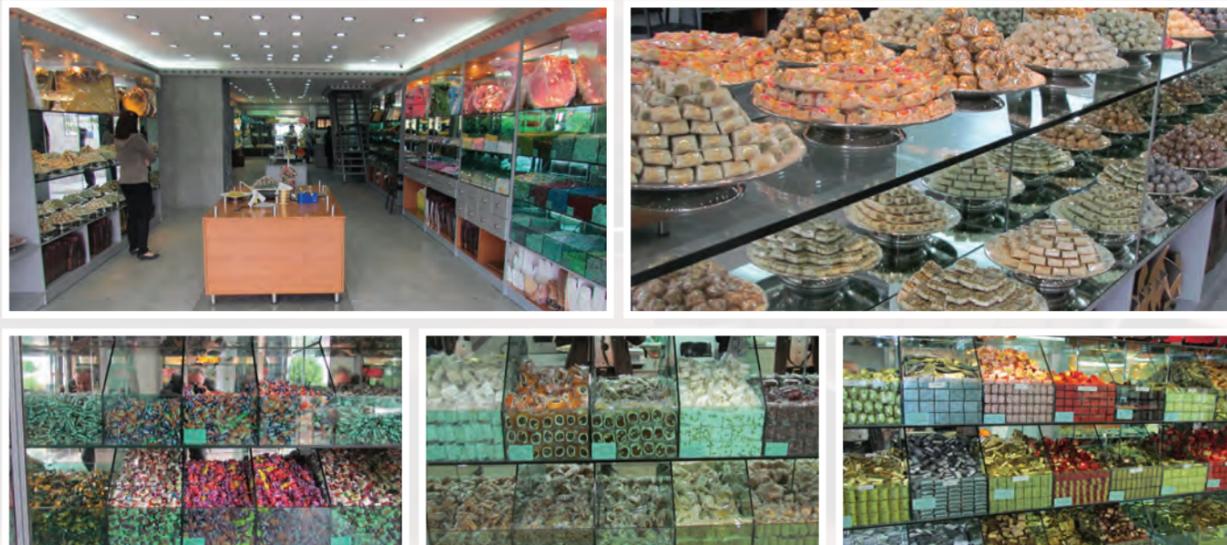


سن الفيل - شارع عازار - هاتف: ٥١٠٩٧٦ - ٥١٠٩٧٧ (١) ٩٦١ - ص.ب.: ٥٥٥٣١ بيروت

Email: mschelanyfoode@hotmail.com - www.mechelanyfoods.com

مؤسسة شلوف للصناعة والتجارة
Challouf Foundation for Industry & Commerce

صناعة الملبن والشوكولا والساكر



الطيونة - شارع هادي نصرالله - بناية حجيج وفرحات

هاتف: ٥٥٢٦٧٤ - ٥٥٠١٦٢ (١) ٩٦١

www.challouf.com

مؤسسة بلاستيك راما
Plastic Rama Est.



صناعة وطباعة جميع
اكياس النايلون والسولوفان



راشيا الوادي - ضهر الاحمر - طريق كفرقوق - هاتف: 233692 (3) 961 - تليفاكس: 561111 (8) 961

KELEE

« un nom créé pour créer »



Manufacturer of customized Souvenirs, Gadgets and Promotional Items for all your private and public occasions in addition to the related accessories, chocolate and sweets.

On the occasion of its 25th anniversary, KELEE is glad to announce the launching of more than 8,000 unique Souvenirs for your Religious events (First Communion, Baptism, etc)

Our showroom is open from :
Monday till Saturday from 8.00 am till 8.00 pm
Please pay us a visit
Zouk Mosbeh main road, Gebara Center, 3rd floor
09-219616 . 09-212221 . 03-896606

f KELEE lebanon



ملف خاص

مقابلات



شركة Kelee تطلق «لبنان أرض القداسة»

بعد خمسة وعشرين عاماً من النجاح المستمر الذي حققته شركة كيلى بشخص مديرها السيد إلياس زهار في ابتكار وتصنيع أبرز التّصاميم الحرفيّة من هدايا تذكاريّة وأكسسوار تزيينية لجميع المناسبات العامّة والخاصّة إضافة إلى الـ «Gadget» المميّز والهدايا الدّعائيّة، وإيماناً منها بطابع لبنان الدّيني المميّز والسياحي بإمتياز عمدت منذ أواخر عام 2011 إلى تجهيز تصاميم جديدة للهدايا الدّينيّة من أيقونات وتذكارات عدّة. فبمناسبة اليوميل الفضي للشركة يسرّها إعلامكم عن إطلاق هذا المشروع بعنوان «لبنان أرض القداسة» في صالة عرضها الكائنة في ذوق مصبح، الذي يتضمّن أكثر من 8.000 نموذج.

وفي إطار حديثه عن التطور الذي شهده معمله طيلة سنوات العمل، قال زهار: «كوننا نعد من الصناعات الخفيفة، فإن تطورنا يتمثل بالافكار الجديدة التي قدمناها والتوسيع الذي قمنا به، إذ ان التقدم التكنولوجي قد يدخل في كل شيء الا في صناعة كصناعتنا تعتمد بشكل اساسي على العمل اليدوي. قددتدخل التكنولوجيا في انواع الالوان التي نستخدمها، او في ماكينات الحفر التي تساندا بعض الشيء، لكن بالاجمال لا يزال الفن والذوق هو الغالب على عملنا».

التجديد

وفي حين اعلن زهار ان «مصنعه يعمل على تقديم الهدايا التذكارية (السوفينير)، والشوكولا الذي يعتبر من افضل الانواع الموجودة في السوق»، كشف ان «ان المنتج الممتاز ذو النوعية الجيدة لا بد ان يحمل صفة التجديد ليكون موجوداً في السوق بقوة، ولا سيما ان الشعب اللبناني بطبيعته لا يحب الروتين فهو يضجر حتى من السلم والحرب».

وشدد زهار على ان منتجات كيلى تسوّق نفسها بنفسها، إذ انها تقدم في مناسبات عدّة، فيختبرها الناس ويتعرفون اليها عن كثب».

فن وذوق

كما ويسرّ الشركة أن تتلاقى مع مكتب إيمانويل للسفر والسياحة الدّينية



A WHOLE
NATURAL FOOD



Tel. +961 1985 117 / 118
Fax: +961 1985 119
Mob. +961 70 00 3771

Arab Bank Bldg. Banks Str.
Solidère, Beirut, Lebanon

Email: info@saourgroup.com
Email: info@froste.net

www.froste.net
www.saourgroup.com

SAOUR
GROUP
Owners Of Trademark In
The Middle East & Europe

شركة هايباك ش.م.م
HIPACK S.A.R.L

Industrial (Platic Production) صناعة بلاستيك



جبل لبنان - المتن - مزرعة يشوع الشارع الرئيسي بناية انطوان والياس أيوب
هاتف: ٩١٣٥٠٠ (٤) ٩٦١ - فاكس: ٩١٣٤٠٠ (٤) ٩٦١ ص.ب: ٧٠٩٧٢

Mount Lebanon - Mazraat Yachouh Main Street Antoine & Elias Ayoub Bld.

Tel: 961(4) 913500 - Fax: 961 (4) 913400 P.O.box: 70972

E-mail: hipack@hipacklb.com - www.hipacklb.com

مدير عام «مجموعة الساعور» السيد طارق الساعور: مجموعتنا تعكس وجهاً مشرقاً للصناعات الغذائية

تعتبر مجموعة الساعور من أهم المؤسسات الذائعة الصيت ليس في سوريا فقط بل في عدد من البلاد العربية والاجنبية، لما تقدمه من خدمات غذائية وصحية مجمدة لزبائنها. وهي لا تتوقف عند هذا فقط بل أيضاً تشمل خدماتها صناعات الستانلس ستيل والأدوات الكهربائية ومواد التنظيف .

في لقائه مع مجلة الصناعة والاقتصاد يشرح مدير عام المؤسسة السيد طارق الساعور بالتفصيل واقع «مجموعة الساعور» وهدفه الطموح للانتشار والتوسع في المنطقة العربية. واثقاً من قدرته على النجاح في الدخول إلى كل منزل ومكتب وبلد.



وتحدث الساعور عن أهمية قطاع التغليف قائلاً أنه تحول من أمر لوجستي ضروري لحفظ المنتج إلى جزء مكمل من عملية التسويق، ليكون بذلك قيمة مضافة تزيد مستوى الانتاج وتقوي تنافسية المنتج اللبناني والسوري وتضاعف فرص تصديره إلى الأسواق الخارجية.

وفي هذا السياق توأكب فروستي الحداثة القادرة على مواكبة الافكار في ميدان التغليف لتلبية طموحاتنا في توسيع أعمالنا وتصدير منتجاتنا وتسويقها في الاسواق العالمية.

ولفت الساعور في حديثه إلى أهمية التغليف، إلى حاجة الصناعيين الكبيرة له، إذ أنه لا يمكن تسويق أي منتج دون تغليفه، فالتغليف يزيد القيمة المضافة للمنتج والقدرة التنافسية للصناعة، ما يعني انه وسيلة تمكن الصناعي من دخول الاسواق، الداخلية والخارجية، فتسمح له بتصريف انتاجه ورفع قيمة صادراته إلى الخارج. ويشير الساعور إلى ان للتغليف فوائد أخرى تكمن في اكسابها المنتج قدرة على تحمل أعباء التحميل والنقل، والتصدير الخارجي إلى دول مختلفة.

وحول دور المعارض في تعزيز وجود مجموعة الساعور، إن الاشتراك في المعارض التجارية العربية والعالمية، هو حاجة ماسة للشركات الساعية إلى النجاح في الاسواق العالمية من حيث

للتصنيع الغذائي.

وفي ظل هذا الضوء ...

افتتاح معمل في منطقة تعنابل - البقاع لانتاج المربيات والمربلات ورب البندورة والمعمل مزود بأحدث الآلات والتقنيات المستخدمة في صناعة المنتجات الغذائية وتعبئتها وتغليفها. والذي سيكون من خلاله قادرين على تزويد الأسواق المحلية والأقليمية بمنتجاتنا. على امل استكمال معمل آخر في مصر ليضاف الى مكتبنا هناك للدخول الى سوق شمال أفريقيا.

ومن ضمن استراتيجتنا أيضاً أننا نطمح للحصول على شهادة الايزو 9001 وسلامة الغذاء 22000 (HACCP).

ورداً على سؤال حول توجهاته لحماية قطاع الصناعات الغذائية، كشف الساعور عن وجود مشاكل عضوية يعاني منها القطاع الصناعي الغذائي، معتبراً ان القطاع الصناعي عامة هو ضحية أساسية لبدء تطبيق اتفاقات التجارة الحرة العربية والاجنبية، بسبب الفرق الشاسع في الأكاليف التشغيلية.

المحلاة، والطحين وكل أنواع الشراب. يضاف إلى ذلك أن مجموعة الساعور تعتمد على فريق عمل متميز قادر على تلبية طلبات السوق بثقة عالية. وبالإضافة إلى المكتب الأقليمي في لبنان أفتتحنا مكاتب لنا في الصين ومصر وتركيا، والآن نحن في صدد فتح مكتب لنا في دبي.

وعن أسباب تزايد الطلب على الصناعات الغذائية، وارتفاع صادراتها، رأى الساعور ان زيادة أرقام الصادرات يعكس وجهاً ايجابياً ومشرقاً عن هذا القطاع الانتاجي، ولكن يجب القول أيضاً ان هذا القطاع لا يزال يعاني من صعوبات جمة تعيق تطوره وتهدد استمراريته.

وحول الخطة التي وضعتها مجموعة الساعور لفتح الأسواق أمامها، أكد الساعوران إدارة شركته وضعت خطة غير آنية بل استراتيجية للأعوام المقبلة، ومن أهم بنودها توسيع الطاقة الانتاجية، وتطوير العملية الانتاجية لتصبح أكثر ملاءمة للمتطلبات والمقاييس الدولية

حول التعريف عن شركته، والمنتجات التي تقدمها للأسواق، قال السيد طارق الساعور أن «مجموعة الساعور» تأسست العام 2005 في سوريا، وهي تضم عدة علامات تجارية مثل «هارت» لصناعة الأواني المنزلية من الستانلس ستيل وهو المصنع الأكبر في الشرق الاوسط و«اكسترا وايت» للمنظفات وسييلي للمفروشات المنزلية و«فروستي» للمنتجات الغذائية وغيرها. في الحديث عن «فروستي» فأنها علامة تجارية خاصة بالمنتجات الغذائية ومسجلة في بلدان الشرق الأوسط وأوروبا. وقد تم انشاء شركة «فروستي» للتجارة العامة في لبنان والتي بمكتبها تمثل ساعور غروب اقليمياً في المنطقة.

وتستهدف مجموعة الساعور إدخال النمو المستمر لأسرة المواد الغذائية بما يتضمن زيت الطعام العالي الجودة والسمن النباتي والبقري والحليب المجفف الكامل الدسم، والمربيات، ورب البندورة، والباستا، والجبن، وأنواعاً مختلفة من نكهات العصير، وأنواع الذرة

في معرض إكسبو فود الذي أقيم عام 2012، كما كان لنا مشاركة ناجحة جداً، في معرض غولفود 2013 الذي اقيم في شباط الماضي في مركز التجارة العالمي - دبي.

القدرة التنافسية، وهذه المناسبات تمنح العارضين القدرة على التعرف إلى الزبائن والموردين بسرعة من خلال الاتصال المباشر والممثلين. ويشير الساعور إلى مشاركة مجموعته

مدير الإنتاج في مؤسسة «داندي» فادي بسعادة: التعبئة والتغليف: العنوان الأول للتسويق

بأقتضاب يجيب مدير الإنتاج في مؤسسة «داندي»، فادي بسعادة على العديد من الأسئلة، مركزاً فقط على فكرة إيصال الرسالة إلى الدولة لكي تحمي صناعاتها من منافسة منتجات الدول التي نستورد منها. ويستعرض بسعادة بعض المشاكل التي تعترض طريق الصناعيين ويعطي مثلاً على ذلك في قطاع الكهرباء والطاقة، وأهمية قيام الدولة بإنشاء مناطق صناعية

الأساسية. بالإضافة أيضاً إلى مساعدتنا في تجميع المعلومات التي تساعدنا في التطوير فنحن نواجه صعوبة بالغة في الوصول إلى القوانين التي تتبدل تكررًا فعندما تصلنا تلك القوانين أولاً بأول يمكننا العمل بمواكبة التشريعات التي تسهل أمورنا.

تنشيط القطاع

وعن تأثيرات قطاع الصناعات الغذائية على قطاعات أخرى مثل الزراعة، أوضح بسعادة: من الطبيعي القول أن الصناعات الغذائية تنشط القطاع الزراعي، كما ينشط صناعة التغليف والتعليب والتصميم والكرتون، وكل تلك الصناعات مترابطة. وحول كيفية مساهمة التعبئة والتغليف في تسويق المنتجات الصناعية والتعريف بها، أكد بسعادة: إن التعبئة والتغليف تعتبر العنوان الأول في تسويق المنتجات الصناعية والتعريف بها، فعندما ترى التغليف مرتباً وجميلاً ولائقاً فإن المنتج يعتمد في تصريفه على هذا، وهو يؤدي الدور الأساسي في عملية التسويق على الرغم من أنه يرتب علينا كلفة بالغة ونحن مجبرون على هذه التكاليف لأنه يسهل علينا العمل.

كصناعيين نتمنى أن تحظى هذه الصناعة برعاية من قبل الدولة لتعزيز نموها. فإذا كان الصناعي قادراً على القيام بهذا المجهود الكبير في رفع أسم لبنان عالياً في المعارض العربية والدولية ويحقق قطاع الصناعات الغذائية هذه الأرقام في غياب أي مساعدة، فكيف إذا حصل على المساعدة؟ إننا من موقعنا كصناعيين نطالب الدولة في تسهيل التراخيص وتقديم الأرض لقيام المناطق الصناعية.



يؤكد السيد فادي بسعادة إن أسباب تقدم قطاع الصناعات الغذائية هو جودة المنتج والسعر المنافس. ومن الطبيعي القول أن التسويق والتصدير إلى الخارج، والاشتراك في المعارض وتلبية الدعوات، هي أيضاً أسباب رئيسة في النشاط الذي صاحب تقد الصادرات خصوصاً عامي 2010 و2011.

قطاعنا مزدهر

وحول رؤيته وخطته للتوسع وتطوير المصنع، أكد بسعادة وجود خطة للتوسع وهي تشمل أصنافاً جديدة أنزلناها إلى السوق لكي نتصالح من المنافسة بشكل أفضل. كذلك فإن أسعارنا لا تزال عادية بالنسبة إلى الأسعار التي لدى غيرنا. وحول الطرق المعتمدة للدخول إلى الأسواق العالمية عبر صادراتكم، قال بسعادة أن أهم الطرق المعتمدة للانتشار هي المشاركة في المعارض حتى نستطيع التعريف بمنتجاتنا إلى المستهلك، وعلى وجه الخصوص المستهلك الخليجي.

وعما إذا كان قطاع الصناعات الغذائية مزدهراً، أجاب بسعادة: حسب الأرقام التي نقرأها فإن القطاع مزدهر طبعاً. ورداً على سؤال حول المنافسة الذي تتعرض له السلع اللبنانية، قال بسعادة: من الطبيعي القول أن المنافسة لها تأثيرات على الصناعة اللبنانية لأن الاتفاقيات التجارية التي أبرمت مع كل الدول وخصوصاً اتفاقيات التبادل العربية فتحت الأسواق وهناك دولاً استبدلت الحماية بدعم سلعها. وهذه كلها أسباب تؤثر على صادراتنا. ويتابع بسعادة قائلًا: لكن وطالما أن صناعتنا تتمتع بجودة عالية ونوعية فاخرة، كما تعتمد على الإبداع والتجديد

بخصوص الحشوات وما شاكلها، فإننا نستطيع تجاوز المنافسة قليلاً.

مواجهة التحديات

وحول كيفية مواجهة المشاكل والتحديات التي تعترضهم، وعن مطالبهم من الدولة، رد بسعادة بالقول: هناك مشاكل كثيرة تعترض القطاع الصناعي ونحتاج إلى معالجتها من قبل الدولة كقطاع الكهرباء والطاقة والاتصالات وغيرها، ونحتاج إلى ان تساهم الدولة في إنشاء مناطق صناعية لأن استثمار الأرض باهظ الثمن، ولا يستطيع الصناعي لوحده القيام بالاستثمار. وأما إذا نظرنا إلى الخليج مثلاً فإن الاستثمار في الأرض يبدأ من الدولار الواحد للمتر! إننا نؤكد على مطالبنا كصناعيين قيام الدولة بإنشاء مناطق صناعية بشكل يستطيع معه الصناعي إنشاء المعامل كمحاولة منه في تجميد رأسماله في أرض أو عقار كشرط من الشروط



A HISTORY IN
Chocolate Making



Sarofim

ألبان وأجبان جابر أبناء جابر

مشوار الجودة
منذ 1951...

المريجات - طريق بيروت الشام 03-636105 08-544836
بيروت - جسر المطار - سنتر بزي 03-895395 01-834222
خلدة - إوتستناد بيروت الجنوب 71-894898



شركة حباوي اخوان ش.م.م
Helbawi Bros. Co. s.a.r.l.

البهارات - المأكولات الجاهزة والحبوب على انواعها - استيراد وتصدير



العنوان: حارة حريك - شارع الرويس الرئيسي - ص.ب: ٢٤/١٧١ - برج البراجنة - هاتف: ٥٥٦٠٥٨ (١) ٩٦١ - تليفاكس: ٥٥٦٠٥٩ (١) ٩٦١
خلوي: ٢٢٠٨٩٦/٩٥/٩٣ (٣) ٩٦١

Address: Haret Hryk - Rwais Street - P.O.Box: 24171/ - Borj el barajneh - Tel : 961 (1) 556058
Telfax : 961 (1) 556059 - Cell : 961 (3) 220896 /95/ 93

E-mail : helbawi@helbawibros.com

مدير عام «محامص الأمين» الحاج أحمد الأمين: نطالب بخطة طوارئ اقتصادية إنقاذية



تعتبر محامص الأمين، شركة عائلية بامتياز، وقد بدأت مشوارها الطويل على يد مؤسسها عبد القادر أمين عام المهنة فبرع فيها وأحبها وأخلص لها، وفي العام 1976 فتح محمصة صغيرة في حيه مع ميني ماركت، وكان يقوم بتحميم المكسرات وإرسالها للبيوت لتعبئتها بأكياس صغيرة حتى باتت غالبية الحي تعيش من إنتاج التعبئة الموكلة إليهم.

حول عدد فروع الشركة في الشمال والأصناف التي تصنعها، يؤكد الأمين وجود 13 فرعاً موزعة من الكورة إلى الضنية إلى عكار وطرابلس وفي الميناء.

أما المصانع فهي محامص المكسرات التي تعمل بالهواء الساخن / ومحامص القهوة / ومصنع للشوكولا / ومصنع لراحة الحلقوم / ومصنع الملاين والنوكا والجراميش / وصنع ملابس اللوز وملبس الشوكولا / ومصنع للبوطة العربية التي تتميز عن أي بوطة في لبنان / ومصنع للعصير المركز / وأيضاً مصنع السمسمية والعبيدية والفستقية، وغيرها الكثير من الأصناف التي هي بضمانة محامص الأمين كالعسل والزعتر، والشاي الأسود والأخضر، والزنجبيل بالعسل.

ورداً على سؤال حول المعايير المعتمدة للحفاظ على الجودة والنوعية، قال الأمين: تعتمد شركتنا معايير عالمية

من أجل جودة منتجاتها وقد حصلنا في ذلك على شهادة الجودة العالمية الـ ISO، ومن أجل سلامة الغذاء لدينا أنشأنا مختبراً خاصاً مجهزاً من شركة numelab بأحدث التقنيات لإجراء البحوث والفحوصات على مختلف البضاعة من المكسرات، أو القهوة أو الشوكولا وغيرها من عشرات الأصناف الصادرة والواردة، حيث يعمل في المختبر متخصصون من ذوي الكفاءات العالية.

في أواخر التسعينات شاركت محامص الأمين في معرض بغداد الدولي مع

شركات لبنانية أخرى لرفع الحصار عن العراق، فكانت لنا شهادة وسبق في ذلك. كما شاركنا في معارض دولية أخرى، كمعرض دبي الدولي، ومعرض الهوريكا في بيروت ومعارض أخرى.

دمج النشاطات

وتعمل محامص الأمين على الدمج بين النشاط الصناعي - التجاري - الإقتصادي، وبين النشاط الاجتماعي - الرياضي - الثقافي، كنادي الأمين لكرة الصالات، وهي نشاطات كانت تشكل دعماً إلى تكريم محامص الأمين وتشجيعاً للنشيطيين، وتنشيطاً لحركة من جامعات وجمعيات وبلديات في مختلف المناطق والمناسبات، والتي فاقت المئة تكريم في شتى المجالات. وحول رأيه في الوضع الإقتصادي الراهن الذي يعيشه لبنان، قال الأمين: الصناعي في لبنان عامة وفي الشمال خاصة وفي ظل الظروف الراهنة التي يعيشها لبنان، يقوم بمهام جهادية في حمل هموم وأعباء الموظفين الذين ينتظرون آخر الشهر ليقبضوا رواتبهم ومستحقاتهم.

ولكن لبنان يحتاج إلى خطة عمل لفتح الأسواق الخارجية من أجل البقاء والاستمرار خصوصاً وأننا نشهد نسبة مفزعة من إقفال الفنادق والمطاعم والمؤسسات في لبنان، لذلك المطلوب خطة طوارئ اقتصادية إنقاذية.

ويعتبر الأمين: إن الاهتمام الرسمي بالقطاع الصناعي والتجاري في الشمال خجول جداً وإن فعاليات التنشيط والمتابعة تقوم بها غرفة التجارة والصناعة والزراعة، رغم غياب اهتمام وزارة الاقتصاد في انتخابات مجلس الغرفة.

وأود أن أُنوه بالدور الريادي الذي يقوم بها الأستاذ توفيق دبوسي أمين مال الغرفة من خلال متابعة مشاكل وهموم التجار والصناعيين، وتنشيطاً لحركة



الغرفة باستقطاب وفود خارجية من رجال أعمال وسفراء لتمكين التعاون بين الأطراف وفتح آفاق جديدة من الحلول والإستثمارات.

حركة النقابات خجولة

ويشير الأمين إلى أن حركة النقابات الخجولة في متابعة أمور تطوير القطاعات، وأنا كأمين مال نقابة الحلويات والساكاكر في الشمال أدعو إلى حالة طوارئ لجميع النقابات في لبنان، وغرف التجارة والصناعة لوضع خطة إنقاذية لتجنب إقفال المؤسسات والحد من هجرة الكفاءات. ويتابع الأمين قائلاً حول الوضع الصناعي: أن التاجر والصناعي الطموح لا ينظر إلى ما حقق بل إلى الهدف الاستراتيجي الذي يتجدد لديه عند كل وصول.

وفي لبنان وتحت مظلة التجاذب والخلافات السياسية يدفع الصناعي والتاجر ضريبة غياب الإهتمام الفعلي والحقيقي للمسؤولين عنه، فترى في طرابلس إن إقفال المؤسسات لأيام عند حدوث الإشكالات المسلحة، بين الجبل والتبانة، وصرف الموظفين مع دفع رواتبهم، يشكل عبئاً كبيراً على المؤسسات من دون أن تسألهم جهة



رسمية عن الأضرار والتعويضات، ولا أخفيك سرّاً أن البلد تسير إلى المجهول إذا استمر الإبقاء على هذا النهج من التعاطي.

عروض تحفيزية

وعما إذا كانت الشركة تقوم بعروض تحفيزية في الوضع الراهن، أجاب الأمين: في ضوء الركود الإقتصادي، الذي يمر به لبنان، أردنا أن نخرق الغيمة ببقعة شمس، فأقمنا عرضاً تحفيزياً وتشجيعياً لزبائننا وهو عرض السيارة الشفرولية فكل شخص يشتري بـ 20 الف ليرة يحصل على بطاقة تخوله الدخول في ذلك السحب، وكانت فكرة جميلة مشجعة ولو أن غالبية الزبائن كانوا يتوقعون الفوز إلا أنها كانت سيارة واحدة وقد فازت بها الطفلة دانيا غريب من الهيكلية - الكورة وتم تسليمها الجائزة، بالإضافة إلى جوائز أخرى من محامص الأمين بإذن الله.

ويشير الأمين إلى فكرة توسع الشركة كانت قائمة، ولكن الإشكالات الأمنية كانت تحول دون ذلك، وقد تم افتتاح فرع جديد لنا في الكويت، وهو باكورة فروع سيتم افتتاحها في منطقة الخليج.



العنوان : الكورة - كفرعقا - لبنان الشمالي - هاتف : ٩٥٢٨٣٨ (٦) ٩٦١ - فاكس : ٩٥٢٨٢٨ (٦) ٩٦١
 خلوي : ٣٠٣٨٤٢ (٣) ٩٦١ - ص.ب : ١٢ اميون - لبنان

Adresse: Alkoura - Kafrakka - North Lebanon - Tel: 961 (6) 952838 - Fax: 961 (6) 952828

Cell : 961 (3) 303842 - P.O.Box : 12 Amioun - Lebanon

E-mail : aldayaa@hotmail.com - Website : www.aldayaa.com

شاي أمين باش
 Amin Bash
 Finest Ceylon Tea
 Best Quality

هيبات الزنجبيل بالعسل

أكه بطعم الورد

Al Zahra Turkish Delight

راحة البال

Choco P. Amin
 Feel the real tea

بن الامين

القلب عاقل القلب

www.elaminco.com

Since 1960
 مخامص الأمين
 Al Amine Roasteries

خدمة التوصيل لجميع أنحاء
 لبنان و العالم

جديد

ISO 9001
 BUREAU VERITAS
 Certification

www.elaminco.com
 Tel: 06/444 010

رئيس مجلس إدارة شركة مبتكو ريشار هاشم: أدعو إلى حماية الصناعات الغذائية

تهتم شركة مبتكو بإدارة السيدين ريشار وكريستيان هاشم بتطوير قطاع الصناعة الغذائية بالعمل في البحث عن سبل حديثة وتوسيع أطر العملية الإنتاجية، سواء أكان بتنمية السلع الصناعية، وتوسيع المصانع لزيادة الحاجة الاستهلاكية في الأسواق المحلية والأجنبية. ويجد السيدان هاشم أن حماية الصناعة الغذائية التي تدعم بقية الصناعات الإنتاجية لا بد أن تحظى بدعم مباشر من الدولة وحماية دائمة لتثبيت إسم «الصناعة اللبنانية» كأهم صناعات عربية تجتاح الأسواق العالمية.



ويطلب الصناعة اللبنانية حتى لو كانت كلفتها أعلى». وأضاف شارحاً: «الجودة هي الأساس، وهذا ما يميزنا عن غيرنا، مثلاً إذا كنا موجودين في دول الخليج نجد أن أصنافنا مميزة عن بقية الأصناف المصنعة في دول المنطقة، ويعود هذا إلى النكهة ونوعية المواد التي تستعمل في البضائع، بالإضافة إلى الخبرة المميزة في مجال التصنيع الغذائي. فيما وجد أن التدابير التي يجب أن

وفي اللقاء التالي بدأ السيد ريشار هاشم حديثه عن تقييمه لأسباب تطور الصناعات الغذائية في العامين السابقين بقوله: «برأيي الصناعة اللبنانية تتقدم من سنة إلى سنة وتحديداً صادراتها، ويعود السبب أولاً إلى نوعية الإنتاج اللبناني، ثانياً اسم لبنان في العالم بمجال الصناعة، وهناك عوامل خارجية أثرت على الازدهار، ولا نستطيع القول إن السبب كامل هو الأزمة في سورية مثلاً، وبرأيي المغترب اللبناني في العالم

تركيا، لنتمكن من المنافسة. وبالتالي نخفف الكلفة من المصنع إلى الشعب». وأضاف: «نفاجاً في الخليج مثلاً ببعض الأصناف، إذ تكون على رفوف البيع بسعر الكلفة الصناعية، فكيف سننافسهم، لذا نحاول المنافسة اليوم بالإسم والجودة».

وعن مشاريع توسع صناعته قال السيد هاشم: «في ظل الظروف السائدة نحن على ثقة أن لدينا مشاريع للتوسع، حالياً نبني مصنعاً جديداً مساحته 8 آلاف متر، سنزيد طاقتنا الإنتاجية الضعف، ويعود هذا إلى زيادة الطلب على الأصناف اللبنانية لذا نجرب زيادة كمية إنتاجنا تحت سقف الكلفة، على الرغم من كل الظروف السياسية التي تؤثر في كل القطاعات خصوصاً الصناعة الغذائية».

كريستيان

وفي السياق نفسه تابع الموضوع شقيقه السيد كريستيان هاشم، حول فقدان السلعة اللبنانية قدرتها التنافسية بسبب عوامل عدة، وعن الخطة العملية المفترضة لإعادة التوازن إلى الصناعة اللبنانية قال: «أولاً المطلوب من الدولة هي الكهرباء، لأنها العامل الأساسي في زيادة كلفة الصناعة وهي الطاقة، وكل مصنع لديه مولداته وارتفاع سعر النفط يؤثر في أسعار البضائع، وهنا لا بد من الدعم للتصدير، لأن كل البضائع التي نصدرها ندفع عليها كلفة عالية بينما غيرنا بضائعهم مدعومة ولا يدفعون إلا ضريبة الأرباح».

هذا بالإضافة إلى ارتفاع اليد العاملة، فهناك تفاوت في كلفتها مثلاً بين لبنان وسوريا هناك فرق كبير، اللبناني مثلاً لا يرضى بالحد الأدنى للأجور 675 ألف ليرة، بينما في باقي الدول العربية أقل بكثير. عدم وجود المواد الأولية أو الأساسية للتغليف، مثلاً نحن نستورد التثنية لتصنيعه في لبنان ونعيد تصديره ببضائعه، بينما الدول الأخرى لديها تلك تصنعه وتوفر على نفسها كلفة الشحن، وهذا ما يؤثر في الكلفة عندنا».

أما عن كلفة استثمار العقار فقال: «الأراضي الصناعية في لبنان غير



كريستيان هاشم:

التغليف الجميل يجذب المستهلك

في لبنان يقول إنه بلد السياحة هذا القطاع هو كل شيء، ولكنهم نسوا أن الأهم هو قطاع الصناعة، لناحية تأمين اليد العاملة في كل الصناعات والزراعة، وأيضاً الصناعة توسع عجلة النقل لحاجتها إلى شاحنات النقل الداخلي والخارجي.

هذا بالإضافة إلى المضاربات التي تساهم في تخفيض الأسعار، لنفترض إذا لم تكن لدينا صناعة، ولنفترض أننا نتكلم على السلع المستوردة من الخارج فميزانية المواطن اللبناني لا تكفيه. كما أن لدينا صناعات تعتمد على الصناعة الغذائية مثل التغليف والكرتون والطباعة، بالإضافة إلى الزراعة، مثلاً النوعية الموجودة عندنا ليست موجودة عند غيرنا.

وعن مدى تأثير صناعة التعبئة والتغليف في نتاج الصناعات الغذائية، قال: «عندما يختار المستهلك سلعة أول ما يلفتها شكل العبوة، فهي التي تجذبه وتجعله يشتريها، مؤكداً أن تصميم الرسمة نحن نعمل عليها بجديّة، فإذا كان التغليف جميلاً يشتريه وإذا أكله ووجد نوعيته جيدة يعلق بها، لهذا نعطي اهتماماً للشكل والمضمون».

موجودة، بوجود أراض صغيرة في لبنان تضطر إلى أن نبني أبنية عالية للمصانع، وهذا ما يحتاج إلى عدد أكبر من العمال لنقل البضائع صعوداً ونزولاً، وهذا كله يؤثر في سعر المنتج الذي نصنعه».

أما الإجراءات المطلوبة فتأسف السيد كريستيان لعدم تطبيق الاتفاقات التجارية موضحاً: «للاسف اتفاقات التبادل التجاري بيننا وبين الدول العربية موجودة من جهة واحدة فقط، فعندما نرسل بضائع إلى المغرب مثلاً، نفاجاً أن الضرائب عليها تصل إلى 50 بالمئة، فهل يوجد على البضائع المغربية قيمة هذه الضريبة أم لا؟ تصل بضائعنا ويصدر القرار فجأة فماذا نفعل. وهنا يمكن أن نقول إن الاتفاق التجاري أمر وهمي».

وعن تطبيق سياسة صناعية تحمي التبادل التجاري قال: «أهم بند في التعامل التجاري هو سياسة التعامل بالمثل، فكل شيء يخضع للتعامل المتوازن، مثلاً التبادل بين الصين وأميركا، فالأميركي الذي يريد أن يدخل الصين يحتاج إلى فيزا لأن الصيني الذي يسافر إلى أميركا يحتاج فيزا، فالأمور تبدأ بالصغير أمر. ونحن كصناعيين لا نطلب سوى أن تقف الدولة إلى جانبنا لنحافظ على هذا القطاع».

وأوضح السيد كريستيان تأثير الصناعة الغذائية في بقية القطاعات: «الكثير من المصانع اللبنانية تعمل من جراء نشاط الصناعات الغذائية، لدينا منطقتان

بتحب لبنان..! تعرف على صناعتو



دليل الصادرات والمؤسسات
الصناعية اللبنانية

WWW.LEBANON-INDUSTRY.COM

الإدارة العامة: بيروت - كليمنصو - شارع الأمير عمر - بناية تسبحجي هاتف: +961 1 370318 - 961 1 370452
فاكس: +961 1 370602 ص.ب: 207 - 1102 - 5838/13 (شوران) - بيروت - لبنان بريد الكتروني: info@lebanon-industry.com
Beirut - Clemenceau - Al Amir Omar Str. Tasbahji Building Tel: +961 1 370318 - +961 1 370452 Fax: +961 1 370602
P.O. box: 5838/ 13 - 1102 - 2070 Chouran- Beirut - Lebanon
E.mail: info@lebanon-industry.com www.lebanon-industry.com



A.M. Plastic Est. Plastic
Abbas Miski

مؤسسة ع.م. للبلاستيك
عباس مسكي

صناعة وطباعة كافة انواع البلاستيك
Manufacturing & Printing All Kinds of Plastic



مبيع وتجهيز معامل ومطابع البلاستيك ومكنات التعبئة

العنوان: بيروت - لبنان - هاتف: 851409 (1) 961 خلوي: 849700 (3) 961
ADDRESS: Beirut - Lebanon - Tel: 961 (1) 851409 - Cell: 961 (3) 849700
E-mail: abbas miski@gmail.com E-mail: abbas miski@hotmail.com



مديرة «ليبانباك» سهى عطالله: التغليف بائع صامت

شددت سهى عطالله في هذا الحوار على دور صناعة التغليف كأداة لحماية المنتج من العوامل الخارجية المؤثرة، فالتغليف يؤثر بنسبة 75% في قرار المتسوق، وتؤكد أن مصطلح التغليف المستدام هو الذي أخذ بالاعتبار الحفاظ على البيئة. أي أن تقلص قدر المستطاع من استخدام كمية التغليف المراد تصنيعها واستخدامها.

أكدت سهى عطالله مديرة «ليبانباك» أن لصناعة التغليف والتعليب والتعبئة دوراً في المساهمة في تسويق الإنتاج الصناعي اللبناني، وأشارت إلى وجود أدواراً عديدة لصناعة التغليف خصوصاً وأن الناس تنظر إلى التغليف كأداة لحماية المنتج من العوامل الخارجية، ولحماية المنتج أثناء نقله من مكان إلى آخر، ولإطالة عمر المنتج. وكل هذه الأمور صحيحة، ولكن أيضاً

من خلال طريقة تغليفه. فنحن نقول إن التغليف يلفت انتباه المتسوق وهو الذي يصنع تمايزاً عن الأغلفة الأخرى وأنت ترى اختلاف الأحجام سواء بالشكل أو بالألوان أو بطريقة إمساك المنتج وهي التي تلفت نظر المستهلك، وأيضاً إن للتغليف أثراً بالغاً على نوعية الماركات الخاصة بالمنتجات مثل نستله وبوبنز أو السوادي الأخضر فأيضاً إن مثل هذه الماركات لا بد لها من أن تعتني بالتغليف وتقدم تغليفاً متميزاً وجيداً، لأن التغليف الجيد ينعكس إيجاباً على نوعية المنتج أيضاً، فالماركات التي تحترم نفسها لا تستطيع أن تعتمد تغليفاً رخيص الثمن أو يبدو غير متقن.

وعي المستهلك

والتغليف له أيضاً دور في توصيل المعلومات عن المنتج لأن المستهلكين أصبحوا أشد وعياً وبقظة وأصبح يهتم معرفة ما هي المكونات الموجودة داخل كل منتج.

ومن هنا فإن الماركات المحترمة تركز كثيراً على الصيغة والصفة والاسم الأساسي للمنتج. فالتغليف هو الذي يرشدك إلى النوع الذي تشتريه وتقدمه كهدية أو عكس ذلك، والتغليف يفرض عليك ماهية الوسيلة أو الهدف المرجو من هذا المنتج، وهذا سؤال نطرحه دائماً على الزبائن لدينا، بمعنى ما هي الرسالة التي تريدون إيصالها؟ فالرد أنت تريد أن تباع زجاجة زيت زيتون بخمسة آلاف أو تريد بيع زجاجة أخرى بعشرين ألف وطبيعي أن تستغرب الفارق في السعر فما هي الرسالة التي تريد توصيلها؟ هل تريد القول إن منتجي هذا هو من النوع الفاخر جداً أو أنه من المستوى التجاري العادي وبمتناول الجميع، وهذه كلها أمور مهمة جداً.

والأمر نفسه بالنسبة إلى الماركات الخاصة مثللاً في سبينس أو في الـ TSC تجد بضاعة بأسهم بينما هذه المنتجات يجب أن تكون أرخص سعراً من سواها والأمر نفسه فإن التغليف المخصص لها يختلف، والتغليف البسيط يوحى بأن السعر أرخص، والأمر نفسه مثللاً بالنسبة إلى هذا الكيس فيه نصف كغ ثمنه دولاران ونصف، بينما الكيس

الأخر من الماركة نفسها وفيه مائة غرام وثمانه أربعة دولارات لماذا؟ لأن ثمن التغليف هنا يضاف إلى سعر السلعة.

التغليف المستدام

ما أود قوله إن التغليف يؤثر بنسبة 75% على قرار المتسوق. ولكن لماذا الـ 75%؟ تجيب السيدة عطالله: مثلاً إذا وضعت لك هذا النوع من التغليف فإنك بنتيجة نوعية التغليف ستنظر إلى السعر. والتغليف هو الذي يؤثر عليك في اختيار المنتج الذي تريد شراؤه ويتأثر بالتغليف ونوعيته وشكله.

فالتغليف يجب أن يعكس هذا الأمر ولهذا نحن نركز كثيراً على التغليف المستدام، ولكن ما هو التغليف المستدام؟ هو أحياناً وبدلاً من أن تصمم هذه الكرتون وتصنع منها كمأ محدد من الكرتون فإنك تستطيع تصميمها بشكل يمكنك من تقليل الكمية المراد استخدامها بنسبة 20%.

والمقصود من التغليف المستدام، هو أن تأخذ بالاعتبار الحفاظ على البيئة بأن تقلص قدر المستطاع من استخدام كمية التغليف المراد تصنيعها واستخدامها، أو

أن تستخدم بقدر المستطاع مواد تغليف يمكن إعادة تدويرها مثل الكرتون والبلاستيك بأنواعه المطورة حديثاً من أجل إعادة تدويره.

وهناك أمر أريد أن أقوله بالنسبة إلى التغليف هي أنه مثل الثياب فكيف يجب على المرأة تغيير ثيابها من حين إلى آخر وتتماشى مع الموضة، فالتغليف أيضاً يجب أن يتغير من حين إلى آخر.

تجديد التغليف

وعما إذا كان هذا الأمر مكلفاً، أوضحت عطالله بالإيجاب، معتبرة ذلك: نوع من الاستثمار، ويجب هنا أن نؤكد معلومة وهي أن التغليف له ثمن وأحياناً يكون أغلى ثمناً من المنتج نفسه. فمثلاً زجاجة البيرة تكلف الصناعي أكثر من تكلفة المادة في داخلها، ولكن يمكنه بيعها من دون الزجاجة؟ وهنا سبق وأعطيتك مثال شركة بيبسي العالمية وهذه من أهم الشركات في العالم، فقد

غيرت نوعية التغليف والتعليب وكذلك السفن أب، كيف كانت وكيف أصبحت. ولهذا يجب أن يواصل الصناعي التغيير لكي يرضي احتياجات مجتمع ما انفك



يتغير وكما قلت لك إن كل الناس تهتم للموضة السائدة مثل الريجيم والدايت والحمية.

فالتغيير ان يستمر وهذا يشمل بطبيعة الحال التغليف لأنك إذا ما ذهبت إلى السوبرماركت ورأيت طريقة العرض فإنه يدخل أيضاً في باب التغليف ومن المؤكد أن هذا مغلف أكثر ولكن عليك أن تماشي الموضة العالمية فترى أن طريقة العرض في السوبرماركت تتجدد لتلفت انتباه المتسوق، وحتى الدخان يركز على شكل ونوعية التغليف وكذلك مواد التجميل حيث أنزلت إلى الأسواق مواد جديدة للرجال في مواد التجميل إذ تلاعبوا وغيروا في الألوان.

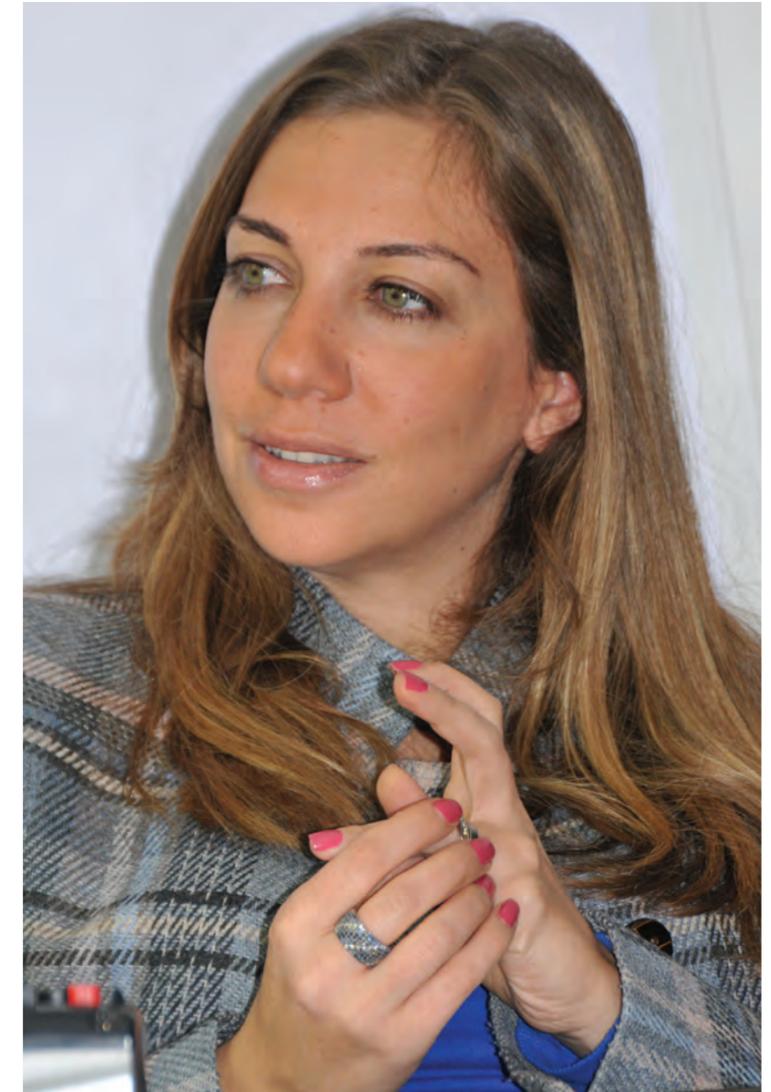
وهكذا فأن من أهم عوامل التسويق هو التغليف لأنك لا تستطيع أو بالأصح لأن العلاقة الوحيدة بين منتجك وبين المستهلك هو الغلاف.

مهمة ليبانباك

وحول مهمة مركز ليبانباك وما قدمه إلى الصناعة الغذائية، قالت عطالله: تم تأسيس المركز في تشرين الثاني 2008 أي منذ نحو خمس سنوات تقريباً، بدعم



مشترك من منظمة الأمم المتحدة، وطبعاً دعمتنا السفارة السويسرية كما دعمتنا جمعية الصناعيين. وفي الفترة الأولى لم يكن لدى الصناعيين هذا النوع من الوعي بأهمية التغليف وكانوا ينظرون إلى التغليف على أنه عبء إضافي في الأعباء المترتبة على الصناعة أو أنهم كانوا ينظرون إليه نظرة تقليدية وهي أنه فقط لحماية المنتج وسلامته أثناء النقل من مكان إلى آخر فكان واجباً علينا نحن كـ «ليبانبك» أن نقوم بحملة توعية كبيرة حول أهمية التغليف وقد أجرينا الكثير من التدريبات وورشات العمل والمؤتمرات حتى أننا أرسلنا عدداً من الصناعيين إلى معارض في



أي أنك إذا كنت تريد التصدير إلى أميركا ولم تضع الوزن بالـ "OZ" فالشحنة ترفض وتسبب لك خسائر فادحة لسبب بسيط جداً. ففي السابق كان يحصل الكثير من الرفض لمنتجاتنا لعدم مطابقتها للمواصفات وهنا يبرز دور ليبانبك، ونقول لهم كيف يصنعون الغلاف بالطريقة الصحيحة ونعلمهم كيف يكتبون المعلومات الصحيحة وأين يجب أن تكتب كل معلومة والمواصفات لها تفاصيل معينة يجب اتباعها بدقة.

فحوص مخبرية

وهناك مسألة أخرى في ما يتعلق بموضوع المواد الأساسية ليس أي نوع من البلاستيك يمكن حفظ الغذاء فيه وليس أي نوع من الكرتون يمكن حفظ الغذاء فيه فهناك اختبارات وفحوص مخبرية نقوم بها نحن في ليبانبك سواء في معهد البحوث الصناعية أو في مختبر الجامعة الأميركية أو نرسلها إلى الخارج حتى نتأكد من صلاحية هذه المواد الأساسية لملاسة الغذاء وأيضاً يخضع هذا الأمر للقوانين والمواصفات ونحن الآن في ليبانبك نعمل مع وزارة الزراعة والوزير يستعين بنا كليبانبك كي نضع قراراً يحدد أنواع الكرتون التي يصلح استخدامها لحفظ المواد الزراعية وأي نوع من البلاستيك يصلح لاستخدامه من أجل تغليف المنتجات الزراعية لأن هذه أيضاً يجب أن تخضع للرقابة، وللأسف في لبنان يستخدمون الكرتون عدة مرات لتغليف بعض المنتجات وهذا أمر ضار. ونحن بصدد إيجاد قوانين وتدريب الصناعيين بالإضافة إلى النصائح التي نقدمها لتحسين التغليف والتصميم من تصميم العلبة أو الشق الرئيس لتصميم تخطيطي خارجي.

وحول الكلفة التي تترتب على الصناعيين ومن يدفعها، أجابت عطالله: لقد انتهى دعم اليونيدو لليبانباك فنحن أصبحنا الآن نعتمد على أنفسنا والصناعي هو الذي يتحمل هذه التكاليف، وليس هناك دعم كما كان في البداية بمعونة اليونيدو لأن هدف اليونيدو كان تأسيس هذا المركز ويصل إلى مرحلة يغطي معها نفقاته من وارداته الذاتية.



LEBANON STUDENT STARPACK 2013

Award Ceremony & Exhibition

4th Edition

Organized by



23 APRIL 2013, 6:00 P. M.
UNESCO Palace-Beirut, Open Invitation

With an exceptional
performance by Jihad Akl

For more information, contact us: 01 481 974 info@libanpack.org www.libanpack.org





البركة

AL-BARAKA

للألبان واللاجبان

صنع في
لبنان



يوجد لبننة من حليب
الماعز الصايي 100%

عيحا - راشيا الوادي - تلفون : 08-591377 03-604807 03-403011
Aaiha - Rashaya Al-Wadi - Tel: 08-591377 03-604807 03-403011



شركة اليسا للصناعة والتجارة

صناعة مطاحن ومحامص البن والبهارات

Manufacturing of Grinders & Roasters For Coffee and spices



العنوان: الاوزاعي مدينة ناصر الصناعية - هاتف وفاكس : ٤٥٥٠٠١ (١) ٩٦١ + - خلوي : ٢٨٨٣٤٤ (٣) ٩٦١ +
ADDRESS: Ouzai - Naser Industrial area - Telefax: +961 (1) 455001 - cell : +961 (3) 288344

شريكة ومستشارة للشؤون الإعلانية في شركة «برانند سيل»

كارول أيوب:

لدينا استراتيجية لاعتماد التغليف والتسويق



تعتمد السيدة كارول أيوب في حوارها استراتيجية الخطوة خطوة لتوضيح فكرتها في صناعة تغليف المنتج وتسويقه في الأسواق المحلية والخارجية، وهي تعتبر لبنان متأخراً في هذا المجال في حين تراه متقدماً جداً في الدول المتطورة لذلك تعمل الشركة على معالجة الثغرات التي تعيق تطور هذا القطاع.

على المرء أن يكون ملماً بتفاصيلها وخصوصاً الخلاصة أو الـ DNA للصف والماركة، ونقوم بإجراء كل الفحوصات والأبحاث اللازمة لإيجاد الـ DNA الخاصة بالصف. وكل أمور التسويق تدور حول هذا الأمر،

في بداية الحوار تحدثت السيدة كارول أيوب عن دور التغليف في التسويق وعما إذا كانت لدى شركة «برانند سيل» استراتيجية لصناعة التغليف، واعتبرت التغليف جزءاً أساسياً في حياتنا المعاصرة، خصوصاً بعدما توسعت العلاقات التجارية وأصبح التغليف معها أمراً أساسياً لمساعدة هذه الماركة كي تظهر وتتميز عما سواها، في المراكز التجارية.

لا شك أن أول ما يلتفت المستهلك هو التغليف ومن ثم يعمد إلى النظر إلى ما هو موجود على التغليف من معلومات والتي تشكل هدفاً أساسياً وهو إيصال رسالة بالمعلومات الأساسية التي يريد المستهلك معرفتها حول السلعة أو الصف، وأحياناً هناك معلومات على التغليف تميزه ومن ثم يأتي الشكل والألوان وكلها تعبر مجتمعة عن شخصية هذا الصف أو ذلك.

ترابط التغليف والتسويق

ويتعتبر لبنان متأخراً في مجال التغليف المتقدم جداً في الدول المتطورة. هناك يدركون قيمة التغليف وينفقون عليه كما يجب. وإذا ما قمنا بجولة على المنتجات الأوروبية أو الأميركية ونظرنا إلى المنتجات اللبنانية نلاحظ الفارق بينها، ونحن نعرف لماذا لا يتطور التغليف لأنه يشبه التسويق والذي نحن متأخرون فيه أيضاً نسبة إلى غيرنا من الدول.

علينا إيلاء الأهمية الأولى للتغليف ومن ثم التسويق الذي هو الأساس في العالم كله، والاستشارة الاستراتيجية التي نقدمها نحن أهم ما فيها أن يكون لدى المصنّع ميزة تميز ما يقدمه إلى المستهلك وتكون متفردة وفريدة من نوعها، وأهم من هذا أن يكون هناك مستوى عال من الصدق حتى تتم العملية بشكل صحيح.

تأثير سلبي على الماركة.

وهكذا فإننا نعمل من الداخل بحيث أن هذا الصف يكون بحاجة إلى فحص دم ونحن نجري هذا الفحص للماركة من الداخل ومن الخارج مع المستهلك ومع الموظفين، ونكتشف أشياء كثيرة بنتيجة هذا الفحص وتظهر لنا كل الثغرات الموجودة وعلى أساسها نعمل على معالجة هذه الثغرات، ونشدد على الـ DNA الخاص بهذه السلعة، حيث نقوم بتقوية كل شيء من الداخل وبالتالي تتكون لدينا وحدة رؤيا ووحدة خطة ومن ثم نقوم بالعمل على المستهلك وهنا ندخل عملية التغليف.

نحن إذاً، نبدأ بالاستراتيجية ومن ثم نطبقها، وتطبيقها يتم على التسويق والعناصر، التي هي المنتج أو الصف، وثم التغليف والسعر والمكان والتوزيع والدعاية والتسويق.

وهناك ركيزة سادسة هي المستهلك أو ما يتعلق بالخدمات وهذه أمور مهمة جداً في عملية التسويق وكلها يجب أن تكون متناسقة بحيث أن لكل أمر منها دوره بدءاً من الدعاية إلى كل التفاصيل الأخرى المميزة للمنتج. والسعر هنا يعبر عما إذا كانت هذه السلعة موجهة إليك أم لا، وحتى التغليف يعبر عن استهداف المستهلك، فما هو موجه إلى الأطفال لا يمكن توجيهه إلى الكبار. ولديك مثال؟ عملنا على الاستراتيجية. فأنت تعلم كم هناك من الأصناف، وقد كان مهماً جداً أن نحدد اليوم ماذا يهم لأم وماذا يهم الطفل، وأن نجد في هذا المنتج ما يجذب كلا منهما، لأن هذا يشكل نوعاً من السندويتش الذي يأخذه الطفل معه إلى المدرسة، من المهم جداً أن يمكنه من الاستمرار وأن يعطيه الطاقة والحيوية خلال النهار المدرسي كله. وهذا الصف يجب أن يطمئن الأم بأننا لا نعطي الطفل أي شيء كان.

شروط التصدير

وعن نسبة الصناعيين الذين يستخدمون هذا التوجه، أعطت أيوب تقديراً تقريبياً بغياب أي إحصائيات: ففي لبنان بحسب تقديرها النسبة لا تتجاوز 15% ممن يستخدمون هذا الأسلوب، وهذه النسبة كبيرة أيضاً. وهناك نسبة 90% ممن

ليست لديهم النية لاعتماد هذه الطريقة، وحتى نستطيع النجاح في الأسواق العالمية ألسنا بحاجة إلى القدرة على التصدير ولبنان بلد صغير لا يكفي؟

وتابعت أيوب قائلة: أن أول شروط التصدير هو أن يكون المنتج مقبولاً ومتأقلاً، ونحن هنا نحتاج إلى خطة لأن المستهلك أصبح كثير التنقل وعلينا التنقل معه، ومن ثم علينا مراعاة الأمور الصحية، وعلى المواد الغذائية أن تراعي هذه الأمور.

في ضوء ذلك، يجب أن تتماشى الصناعة مع المتطلبات الجديدة، لأن المواد الأولية تتغير بشكل كبير. وهناك ضرورة لمراعاة قضية حماية البيئة، إضافة إلى أسباب عديدة يجب مراعاتها وإيلاءها الأهمية. ولكن أهم من كل ما تقدم هي الصورة التي يجب أن يظهر فيها الصف، وأحدهم أجرى دراسة على هذا الأمر وأطلق عليه تسمية «رجل المبيعات الصامت» في التسويق. فهو مندوب المبيعات الصامت للسلعة، وهذا يعبر عن أهمية الدعاية والإعلان التي تهتم هم التاجر.

ولديك أيضاً مواد المنتج الأولية، وهنا لديك دراسة حول مدى تأثير هذا الأمر الذي يبلغ 70% من عملية التسويق، وهو أي الإعلان يؤثر بنسبة 78% في قرار المستهلك، والدراسة أجريت في سورية حيث تبين أن 88% بلغ أثر التعبئة والتغليف على المستهلك. والعينة (الدراسة) كانت مهمة للأغلفة الصحية وبررت أن الغلاف يميز بين المنتجات. فالمستهلك على عجلة من أمره دائماً ويريد ما هو سهل عليه، وهذه



الأمر المعتمدة من تغليف وتسويق تسهل عليك حياتك وهكذا تستطيع اتخاذ قرارك بسرعة.

كلفة الدنتاج

وحول قدرة الصناعيين والقطاع الصناعي على تحمل كلفة هذا الأمر على السلع، توضح أيوب: من المؤكد أن الأمر له كلفة معينة ويجب أن يعتبرها الصناعي نوعاً من الاستثمار الذي سيرد له تكاليفه على مدى زمني بعيد، ومن ثم تأثير ذلك على الحجم الخاص بالمبيع، وهي ستعوض عليه لأنها ستعيد له عبر البيع أكثر وعندما يجري حساباته سيرى أن هذه الكلفة أخيراً ستعوض عليه بشكل أفضل وتفتح له مجالات جديدة.

وحول اقتراحها تعميم هذه الثقافة على الصناعيين، أكدت أيوب: إن ذلك من أضعف ما هو موجود لدينا، ورغم وجود أصناف جيدة جداً في مجال الصناعة الغذائية، بل ونحن نرى وجود ماركة جديدة في كل يوم وهي ماركات صغيرة أرتيزانية ويصنعونها منها بأعداد صغيرة.

نحن نعلم أن الصناعات الغذائية لدينا فيها هذا النفس من القدرات العالية ولكن ينقصها الخطة التسويقية. نتابع أيوب: الآن لدينا بعض الشركات التي بدأت باعتماد أسلوبنا، ولا تزال هناك شركات كثيرة بحاجة إلى هذا الأمر ولا بد من القيام بنشاطات معينة لتعميم ذلك، وهي متعلقة كثيراً بالحالة الاقتصادية.

Sabsaby For Industry & Trading



العنوان : طرابلس- دير عمار - لبنان الشمالي - هاتف : ٤٦١٤١٥ - ٤٦١٤١٦ (٦)
٩٦١ - فاكس : ٤٦١٤١٧ (٦) ٩٦١ - خلوي : ٦٦٦٧٣٣ - ٧٠٩٧٤٥ - ٣٦٧٦٧٣ (٣) - ٩٦١

ADDRESS: Tripoli - Dayr Amar - North Lebanon - Tel : 961 (6) 461415-
461416 - Fax : 961 (6)461417 - Mobile : 961 (3) 367673- 709745 - 666733
Email : ABED_SABSABY@HOTMAIL.COM

شركة سبسي للصناعة والتجارة

مراحل بخارية وكافة الانشاءات المعدنية



مجلس العمل اللبناني - أبوظبي يكرم حاكم مصرف لبنان



الصالح:

الخليج داعم أساسي
للاقتصاد اللبناني

د.سلامة:

الليرة بخير
رغم كل الظروف الصعبة

أقام مجلس العمل اللبناني ندوة اقتصادية للدكتور رياض سلامة، حضرها سلطان بن ناصر السويدي محافظ مصرف الإمارات المركزي، د. جاسم المناعي رئيس مجلس إدارة الصندوق العربي، فرح الخطيب الحريري القائم بأعمال السفارة اللبنانية في أبوظبي، خلفان الكعبي النائب الأول لرئيس مجلس إدارة غرفة تجارة وصناعة أبوظبي، وسفراء العديد من الدول العربية وحشد من رجال الأعمال الإماراتيين واللبنانيين، ورؤساء مجالس الأعمال في أبوظبي.

تحدث رئيس مجلس العمل اللبناني - أبوظبي سفيان الصالح عن انجازات د. سلامة ودوره الاساسي في تطوير وتحديث النظام المصرفي اللبناني. كما أشاد الصالح بأهمية العلاقات الخليجية اللبنانية وخاصة العلاقات الإماراتية اللبنانية، معلناً باسم مجلس العمل اللبناني وجميع أبناء الجالية اللبنانية في أبوظبي، عن خالص الوفاء وعميق الامتنان لدولة الإمارات العربية المتحدة و لقيادتها الرشيدة لكل ماقدمته للبنان .

ثم تحدث د. سلامة على استراتيجية مصرف لبنان المركزي قائلاً: «تتوخى استراتيجية المصرف المحافظة على الاستقرار في سعر صرف الليرة تجاه الدولار الأميركي بشكل أساسي، خصوصاً أن كل الإمكانيات متاحة لتحقيق ذلك من خلال أولاً: امتلاك مصرف لبنان موجودات بالعملات الأجنبية بلغت الـ 36 مليار دولار باستثناء الذهب، وثانياً:

امتلاك القطاع المصرفي اللبناني لودائع تساوي تقريباً حدود الـ 130 مليار دولار والتي توازي ثلاثة أضعاف الناتج المحلي، يضاف إليها 25 ملياراً ودائع المصارف اللبنانية العاملة في الخارج، لذلك فإن المصرف وفي هذه المرحلة الدقيقة التي يمر بها لبنان والمنطقة العربية بأسرها، يعمل على إعادة ضخ السيولة وتحريك السوق وحث المصارف على ممارسة سيولة مسؤولة مع القطاعات الاقتصادية في سبيل تخطي هذه المرحلة الصعبة والدقيقة.



جانبا من الحضور



مجلس العمل اللبناني مع سلامة في صورة تذكارية



..ودرع تكريمي لسلامة

وفي مداخلة من قبل د. جاسم المناعي، المدير العام رئيس مجلس إدارة صندوق النقد العربي، أشاد بمكانة مصرف لبنان ودوره الهام، قائلاً: «إن لدى المؤسسات المالية العربية ثقة كبيرة في لبنان، لذلك يستمر العمل على دعم اقتصاده. وفي ختام الندوة الاقتصادية قدم الرئيس سفيان الصالح درع الريادة والتميز إلى سعادة الدكتور رياض سلامة حاكم مصرف لبنان، «تقديراً لانجازاته وابداعاته في حماية وتطوير النظام المصرفي اللبناني».



Scaffolding SAT - 12



Aluminium Scaffolding SMF 102



Fire Rated Wall Access Panel



Steel Access Panel



Wall Access Panel



Special Ceiling Access Panel



كشف النقاب عن أحدث تقنيات قطاع تغليف المواد الغذائية في العالم

دبي..

«غلفود» احتضن آلاف الزوار

من عام إلى آخر، وأضاف أن الشركة ملتزمة بطرح منتجات جديدة ذات مواصفات عالية الجودة. لافتاً أن «تتراباك» موجودة في بلدان عدة حول العالم. وتابع رزق أن الشركة أعلنت على هامش المعرض عن عدد من الإضافات المهمة التي تم إدخالها على مجموعة منتجاتها وذلك خلال مشاركتها في فعاليات معرض الخليج للأغذية «غلفود 2013». وتوفر آخر الإضافات المبتكرة للعملاء سرعة أكبر في تلبية الاحتياجات المتغيرة للمستهلكين مع الحد من تكاليف الاستثمار في معدات جديدة. وقال تشارلز براند، نائب الرئيس للتسويق وإدارة المنتجات لدى «تتراباك»: «تتطلب هذه الإضافات تركيز «تتراباك» على مفهوم الابتكار الذي يمنح العملاء المزيد من القيمة ويزيد من خيارات حلول التعبئة لديهم، فضلاً

استقطب معرض غلفود بدبي آلاف الزوار من كافة الجنسيات، وسط تظاهرة عالمية للعارضين الذين تجاوز عددهم 4200 عارض جاؤوا إلى دبي للإعلان عن منتجاتهم ولعقد الصفقات والبحث عن شراكات وأسواق جديدة. ويحتضن المعرض عشرات الآلاف من المنتجات من دول متعددة وسط أجواء تنافسية راقية. وتزداد نسبة إقبال العارضين على المعرض سنوياً بما يوازي 25% وهي نسبة غير مسبوقه في أي معرض من معارض الأغذية في العالم، حيث يعد «غلفود» أكبرها على الإطلاق وينافسه في ذلك معرض سيال بفرنسا. وقال روبن رزق مدير عام مبيعات شركة تتراباك المتخصصة في مجال معالجة وتغليف المواد الغذائية السائلة، إن «تتراباك» حريصة على المشاركة السنوية في معرض غلفود نظراً لأهميته المتزايدة

عن تعزيز كفاءتهم التشغيلية، ومنحهم القدرة على مواكبة التغيرات المستمرة لمتطلبات المستهلكين بسرعة أكبر. من جهته، قال حسام حسن رئيس المكتب التجاري الإكوادوري في دبي إن الشركات الإكوادورية حريصة على توسيع نشاطها حول العالم ولاسيما في منطقة الخليج انطلاقاً من دبي، وأن الإكوادور تسعى بقوة إلى دخول الأسواق الناشئة في الشرق الأوسط. وأضاف أن واردات الإكوادور من الإمارات ارتفعت بمعدل 188% خلال الفترة من 2009 إلى 2011 بينما ارتفعت صادرات الإكوادور إلى الإمارات بمعدل 87% خلال الفترة نفسها.

كما نمت صادرات الإكوادور بشكل مطرد منذ عام 2009، حيث ازداد معدل التجارة بين البلدين في الفترة الممتدة بين 2009 و2011 بنسبة 161.2 في المئة. وفي عام 2011 بلغ إجمالي صادرات الإمارات إلى الإكوادور 18.6 مليون دولار، في حين بلغ إجمالي الواردات غير النفطية لدولة الإمارات من الإكوادور 4.4 مليون دولار. وتعد حالياً منتجات السكر والحبوب والأسماك والخضروات والفواكه والمكسرات والأطعمة المحضرة أكثر واردات الإمارات من الإكوادور طلباً.

جوائز «غلفود»

وعلى هامش هذا المعرض، أقيم حفل تكريم الفائزين بجوائز «غلفود 2013» في دورتها الرابعة، في فندق ريتز كارلتون مركز دبي المالي العالمي، وذلك في ختام فعاليات اليوم الأول من معرض الخليج للأغذية (غلفود). حضر الحفل، الذي نظمه مركز دبي التجاري العالمي، حشد من كبار الشخصيات والمسؤولين وصانعي القرار في القطاع الغذائي، لا سيما من الشركات الفائزة بفئات الجوائز العشرين. وحكّم في عملية منح الجوائز لجنة مؤلفة من خبراء مستقلين عالميين. وكانت جوائز غلفود قد استقطبت هذا العام إطلاق فئة جديدة هي فئة «جائزة الطعام المحلي»، التي تكرم المنتجات التي يتم تصنيعها في الإمارات من

مكونات تُزرع في أرض الدولة. واعتبرت تريكي لوه، النائب الأول للرئيس في مركز دبي التجاري العالمي، أن معايير الجودة العالية التي اتسمت بها المشاركات في جوائز هذا العام، والاهتمام الواسع من القطاع بالمشاركة في الجوائز، كانا استثنائيين. وقالت: «من المثير للاهتمام أن نرى لاعبين إقليميين كباراً في قطاع المواد الغذائية والمشروبات يرفعون من مستوى التميز والابتكار في كل عام، لذلك من المهم أن نعمل على تكريم تلك الشركات نظراً لإسهامها في تطوير القطاع عبر إمكاناتها الإبداعية، وذلك في الوقت الذي يواصل فيه جلفود تبوؤ مكانته المرموقة كأكبر حدث تجاري في قطاع الأغذية والضيافة في العالم».

مشاركة «مسافي»

وشاركت «مسافي»، إحدى الشركات المختصة في قطاع المنتجات الاستهلاكية السريعة الحركة في المنطقة، في معرض غلفود، حيث عرضت مجموعتها من المنتجات من مياه معدنية ومحارم ورقية وعصير ومياه منكهة وأرز بسمتي. وقال نيكيل ديساي، مدير التسويق لفئة التجارة والمسؤولية الاجتماعية لدى مسافي: «يأتي قرار مشاركتنا في معرض غلفود نتيجة للنجاح الذي حققناه في دورات المعرض السابقة».

أمن الغذاء وسلامته

وعقد وزراء ومسؤولون حكوميون ورؤساء وفود تجارية رسمية من 20 دولة، اجتماعات عدة على هامش معرض الخليج للأغذية (غلفود). وتناولت الاجتماعات الموسعة والثنائية، قضايا الحاجات الغذائية الحالية والمستقبلية، إلى جانب مسائل الأمن الغذائي وسلامة الأغذية. وقد عُقدت الاجتماعات تحت شعار «قطاع الأغذية العالمي واحتياجات الأمن الغذائي والسلامة الغذائية». وشارك في أحد الاجتماعات راشد أحمد بن فهد، وزير البيئة والمياه الإماراتي، ووزراء ومسؤولون حكوميون



كمنهج وقائي يحميهم من خطورة الانجراف وراء الأهواء التي تجرهم نحو الإدمان والسقوط في شرك المروجين. وقال النقيب جمعة بلال السويدي إن إشادة زوار المعرض لجناح مكافحة المخدرات تدفعنا نحو الأمام وتجعلنا نمضي بقوة نحو إكمال المسيرة بنشر الثقافة التوعوية بين أفراد المجتمع كافة.

وتهدف المشاركة إلى نشر الثقافة الأمنية المتمثلة في توعية زوار المعرض بمخاطر المخدرات بأنواعها المختلفة وتقديم المشورة التوعوية إليهم وتوزيع بعض البروشورات والهدايا التذكارية للزوار، والتعريف بخط التواصل مع الإدارة العامة لمكافحة المخدرات عبر الرقم المجاني 800400400 لتقديم أي معلومة تفيد الإدارة والذي نتعامل معها بكل سرية.

ودبلوماسيون من الأرجنتين وتركيا ونيوزيلندا والمملكة المتحدة، إلى جانب مسؤولين إماراتيين آخرين.

أضرار المخدرات

تشارك الإدارة العامة لمكافحة المخدرات بالقيادة العامة لشرطة دبي ممثلة في قسم التوعية بأضرار المخدرات بمعرض الخليج للأغذية (غلفود 2013). وقال النقيب جمعة بلال السويدي رئيس قسم التوعية بأضرار المخدرات، إن المشاركة في المعارض المتنوعة والمؤتمرات وإلقاء المحاضرات التوعوية يُعد أحد أوليات إدارة التوعية والوقاية الذي يوصلها للهدف المنشود وهو الحد من انتشار المخدرات وتوعية المجتمع بشكل عام وفئة الشباب بشكل خاص بمخاطر المخدرات بأنواعها المختلفة، وبضرورة الالتزام بالوازع الديني

الجلبي للتبريد والحدادة ذ.م.م.

AL-HALABI Refrigeration & Steel L.L.C

Proud Of National Industry فخر الصناعة الوطنية



Dubai: (Main Office) Tel.: 04-2652002 Fax: 04-2699499
P.O Box 31029, Dubai, UAE



Sharjah Tel: 06-5598386 Fax: 06-5599004 P.O Box: 6889	Abu Dhabi Tel: 02-6424567 Fax: 02-6426399 P.O Box: 27820	Factory Tel: 06-5342318 Fax: 06-5342910 P.O Box: 6889(Shj)	Bahrain Tel: 01-7783190 Fax: 01-7879909 P.O Box: 75258	Oman(Muscat) Tel: +968 24614183 Fax: +968 24614182 P.O Box:17191-13
--	---	---	---	--

website: www.al-halabi.com ail: alhalabi@eim.ae



ORIENT CONTRACTING CO. L.L.C.
شركة الشرق للتعهدات ذ.م.م.



المكتب الرئيسي مصفح:
هاتف: 02/5543311 فاكس: 02/5543312 ص.ب.: 348 الامارات العربية المتحدة
المكتب الفرعي: ابو ظبي: هاتف: 02/62767761 فاكس: 02/6276691
فرع العين: هاتف: 03/7217919 فاكس: 03/7217918



مشروع حكومي لحصر الأضرار على مستوى القطر

محبك: إمكانيات الدولة كبيرة وستعوض كل متضرر

كشف وزير الاقتصاد والتجارة الخارجية السوري محمد ظافر محبك، إن الحكومة تعمل حالياً على مشروع حصر الأضرار في مختلف المناطق والمدن والمحافظات السورية للتعويض على المتضررين مبيناً أن التعويض سيكون عادلاً بالنسبة لكل من تعرضت ممتلكاته للأضرار والتخريب، وذلك وفق ضوابط معينة لم يستقر عليها الرأي النهائي بعد لتقدير أضرار كل على حدة.

مشيراً إلى أن هذا المشروع ورغم تكاليفه إلا أنه يقع ضمن إمكانيات الدولة التي وصفها بالكبيرة لمساعدة الأفراد السوريين على تجاوز الأضرار التي لحقت ومعاودة حياتهم السابقة قبل وقوع الأضرار عليهم وعلى ممتلكاتهم.

وزير الاقتصاد والتجارة الخارجية لم يحدد رقماً للتعويضات المزمعة، موضحاً أن الحكومة لا تستطيع تقديم رقم ولو تقريبياً لأن المسألة حالياً ما زالت ضمن نطاق حصر الأضرار وتقدير قيمتها مؤكداً في الوقت نفسه أن مبلغ التعويضات بات

كبيراً جداً ولكن الدولة بإمكانياتها قادرة على التعويض عن كل ضرر لحق بكل مواطن في سورية وبشكل عادل.

وعن المبلغ التقريبي للأضرار التي لحقت بالمواطنين السوريين وممتلكاتهم في مختلف المناطق السورية قال الدكتور محمد ظافر محبك: إن المبلغ ضخم جداً، ولكن تحديده برقم غير وارد كذلك في الفترة الحالية لأن الأضرار مستمرة نتيجة استمرار المجموعات الإرهابية المسلحة في تخريبها وإجرامها، مشيراً إلى أن حصر الأضرار وتقدير قيمتها مستمر حتى الآن عن طريق لجان مركزية يرأسها نائب رئيس مجلس الوزراء لشؤون الخدمات ووزير الإدارة المحلية، مبيناً أن التعويض عن الأضرار سيكون بالمرتبة الأولى للمشروعات السكنية والمساكن، إضافة إلى المشروعات الصناعية، منوهاً بالتعاون الوثيق القائم حالياً مع اتحاد غرف الصناعة لإحصاء الأضرار التي تعرض لها الصناعيون ومنشأتهم من خلال الثبوتات الرسمية اللازمة في

هذا المجال، بالتوازي مع إقامة دعاوى قضائية دولية أمام المراجع الدولية المختصة، حتى يتحمل من كان السبب في الأضرار التي تعرضت لها البنية التحتية الخدمية والصناعية والاقتصادية السورية، كامل المسؤولية عما قام به، مشيراً إلى أن هذه الدعاوى القضائية ستقدم باسم الحكومة ووزارة العدل واتحاد غرف الصناعة السورية، مؤكداً إمكانية أن يتقدم الكثير من الجهات في سورية بدعاوى قضائية مماثلة مثل الجهات المعنية بالإسكان والطرق والجسور والسكك الحديدية وسواها من المرافق الخدمية والاقتصادية العامة والخاصة في سورية، وعليه يتابع وزير الاقتصاد والتجارة الخارجية فإن كل هذه النواحي أخذت بالحسبان لأن حق الشعب السوري لن يضيع وستبذل الحكومة كامل جهدها في تحصيل حقه ممن تسبب بهذا الخراب والدمار.

ويشير محبك إلى أن الحكومة ستصرف كذلك تعويضات لمن تضررت مساكنهم نتيجة تخريب المجموعات الإرهابية المسلحة، حتى يتمكنوا من ترميم مساكنهم والعودة إليها، ولاسيما أن الكثير منهم يقيم في مراكز الإيواء والإغاثة التي رتبته الحكومة في المدارس وسواها من أماكن الإقامة الجماعية، وهي مرافق تحتاج إليها الدولة في عمليات خدمية أخرى ولاسيما المدارس.

ويشير محبك في حديثه إلى أن الحكومة في سياق مشروعها ستقوم بحصر جميع الأضرار التي لحقت بالمواطنين وممتلكاتهم مهما كبر هذا الضرر أو صغر، لتقديم يد العون إلى المواطنين في تأكيد جديد على التزام الحكومة بالمواطنين من خلال تأمين كل مستلزماتهم وتحملها كل مسؤولياتها في هذا المجال.

وعن كلفة تأهيل العقارات والمساكن التي تضررت من إجرام وتخريب المجموعات الإرهابية المسلحة، قال وزير الاقتصاد والتجارة الخارجية: إن الكلفة غير محددة حتى اللحظة، بالنظر إلى أن الأضرار لم تحصر بمبلغ ولو تقريبياً، مع الأخذ بالحسبان عدم دقة أي رقم يطرح حالياً لهذه المسألة، لكون الأضرار لا تزال رقماً يدور ارتفاعاً.

منح القروض للصناعيين مرهون بالتزام الحكومة وزارة الصناعة: لا اعتماد رسم حماية الصناعيين ومنتجاتهم

يبدو أن حل المشكلات والصعوبات التي يعاني منها القطاع العام الصناعي مرهون بالتزام الحكومة بتقديم كل أشكال الدعم الممكنة للصناعة السورية بما يمكنها من زيادة طاقتها الإنتاجية والتصديرية بشرط أن يترافق هذا مع ضرورة التعاون والتكامل بين الحكومة وغرف الصناعة ولاسيما في ظل الظروف الراهنة.

وزارة الصناعة وجهت كتاباً إلى وزارة المالية شرحت فيه جملة من الحلول والمقترحات اعتبرتها الأساس لدعم هذا القطاع ودعم المنشآت الصناعية ولاسيما أن هذه المقترحات قد تمت مناقشتها مع أعضاء غرفة صناعة دمشق وريفها والتي شملت عرضاً لواقع القطاع الصناعي ومقترحات ومطالب الصناعيين. وقد تجلّى أبرزها بضرورة وضع آلية جديدة لحماية الصناعة والوطنية تجاه المستوردات من المواد الجاهزة التي لها مثل في الصناعة الوطنية والقادمة من الدول الموقع معها اتفاقيات تجارة حرة، من خلال تكليف بائعي المنتجات المستوردة بنسبة ضريبية أعلى من بائعي المنتجات والعمل جدياً على إعادة منح القروض للصناعيين وتخفيض الفوائد إلى 8% هذا بالإضافة إلى أهمية تمويل الاعتمادات لمستوردات الصناعيين بالقطع الأجنبي وتشجيع تأسيس مصارف التمويل الاستثماري المتناهي الصغر لخلق فرص عمل في المناطق الريفية والنائية.

مع التأكيد على تخفيض الرسوم الجمركية على جميع المواد الأولية للصناعات النسيجية التي رسمها الحالي 5% فما فوق والتي تشكل 40% من المنتج النهائي.

والسعي لإصدار مرسوم لإعفاء الصناعيين من الغرامات والفوائد المترتبة عليهم بموجب المادة 47 من القانون 8 لعام 2008 المتعلقة بإبلاغ مديرية حماية الملكية عن أي تعديلات

وزارة الصناعة السورية: 240 مليون دولار خسائر

قدرة وزارة الصناعة في سوريا الأضرار التي لحقت بمنشآتها الصناعية لغاية نهاية العام الماضي بنحو 40,5 مليار سورية (420 مليون دولار بحسب سعر الصرف السائد).

ونكرت صحيفة «الوطن» السورية، أن التقرير الأخير الصادر عن وزارة الصناعة أظهر أن القيمة الإجمالية لمجموع الأضرار

المباشرة وغير المباشرة لهذا القطاع، تقدر بنحو 40,5 مليار سورية.

وأوضح التقرير أن «الأضرار المباشرة بلغت 26,7 مليار ليرة (280 مليون دولار) فيما قدرت الأضرار غير المباشرة بحدود 13,7 مليار ليرة (140 مليون دولار)». وذكر أن القيم المذكورة هي قيم «تقديرية» نظراً لصعوبة إحصاء كامل الأضرار في بعض المنشآت

الصناعية التي «تقع ضمن مناطق ساخنة مثل محافظة حلب وادلب ودير الزور».

وبحسب الأرقام التي أوردتها الوزارة فإن مؤسسة «حلج وتسويق الأقطان» نالت القسط الأوفر من الخسائر حيث بلغت 13 مليار ليرة سورية (138 مليون دولار) تلتها المؤسسة النسيجية حيث بلغت أضرارها المباشرة 11 مليار ليرة (117 مليون دولار).



تتم على الشركة أو صاحب العلاقة.

إضافة إلى إصدار صك تشريعي يقضي بإلغاء كافة رسوم التأخير الواردة في المادة 155 من القانون 8 لعام 2007 الخاص بالعلامة التجارية علماً أنه:

فيما يخص البند 3 فقد صدر قانون حماية الصناعة الناشئة، والذي يضع في طياته آلية معينة لحماية الصناعة الوطنية متفق عليها دولياً وينطبق على آليات الحماية المنصوص عليها في منظمة التجارة العالمية والعربية، وقد تم إعلام الحكومة بذلك حتى يصار إلى اعتماد رسم للحماية وفق ما نصت عليه المادة الثالثة والعشرون من القانون المذكور.

وفي سياق متصل أوضحت الوزارة في كتاب لها أنها كانت قد اقترحت على الحكومة ضرورة اعتماد رسم حماية للصناعيين لحماية منتجاتهم بسبب الحاجة لموارد مالية ذات صلة بالتحقق من استيفاء الشروط المطلوبة للحماية حيث طالبت بأن يكون هناك رسم مقداره 25 ألف ليرة سورية لحماية منتج واحد للطلب المقدم من منشأة صناعية واحدة تحقق نسبة (25%) من الإنتاج المحلي الإجمالي لهذا المنتج.

ورسم آخر مقداره (50 ألف ليرة سورية) لحماية منتج واحد للطلب الذي تقدمه أكثر من منشأة صناعية مجتمعة بحيث تحقق نسبة (25%) من الإنتاج المحلي الإجمالي لهذا المنتج.

تملك بيت في لبنان



على أجمل بقعة بين البحر والجبل
للاستعلام المهندس جوزف مهنا
هاتف: ٠٣/٣٦٥٢٥٦
أو السيد جورج فواز - الشارقة -
ملحمة الضيافة
أرضي: ٠٠٩٦١٧٠٢٩٢٩٠٩
متحرك: ٠٠٩٧١٥٠٦٣٢٠٨٤١
أو في لبنان: ٠٠٩٦١٧٠٢٩٢٩٠٩

Karam Al Dhiyafah Rest.

Al Dhiyafah Meat Shop

مطعم كرم الضيافة
Karam Al Dhiyafah Rest.

ملحمة الضيافة
Al Dhiyafah Meat Shop



ملحمة الضيافة
ت: 06-5561800 ف: 06-5561811
aldhiyafah.meatshop@live.com - جنب مركز شرطة البحيرة
ص.ب.: 22406 - الشارقة - الإمارات العربية المتحدة

مطعم كرم الضيافة
ت: 06-5567050



دفع عجلة التنمية الاقتصادية مرهون بتنفيذ سياسات الإصلاح الاقتصادي لماذا لا يستثمر العراق في قطاعه الصناعي؟

السنوات الماضية واستيعاب ربع الصدمة، إذ كان من الطبيعي أن يكون هذا الهم هو هما وطنيا خالصاً، فستراتيجية إصلاح الاقتصاد العراقي وانتشاله من أوضاعه المركبة، تبقى في المقام الأخير هدفاً يفترض أن يظل هاجساً للقوى الوطنية والمخلصين، بينما لا يشكل ذلك المعطى هدفاً يحظى بأولوية لغيرهم، فسياسة التعجيز والأضعاف والاتكا، هو الأمر الأكثر حضوراً في المشهد العراقي، لأن هذا سيكون مدخلاً للقبول بالوصفة التقليدية لصندوق النقد الدولي في الخصخصة وتخفيض الدعم، أو الذهاب إلى الاستدانة المشروطة، وعدم القدرة على زيادة إنتاج النفط من دون تدخل الشركات النفطية العملاقة الأميركية والبريطانية وغيرها. وأشار إلى أن التأخر المتعمد في النهوض بالاقتصاد العراقي من أزمته وركوده، تستوجب وقفة مجتمعية وطنية سوا، من ذوي الاختصاص أم من القائمين على الأمر في السلطات التنفيذية.

من التذبذب بين الوفرة والندرة، ومن الاهتمام إلى الإهمال بسبب حقبة من الحروب والعقوبات الاقتصادية، إلى جانب افتقار الإدارات الصناعية إلى استخدام وسائل التدريب التقني والفني والإداري بما يعزز قدراتها ورفدها بكل مفردات المهارة الحديثة. وألمح إلى أن من الأسباب الأخرى ورا، تراجع القطاع الصناعي هي حدوث حالة من التسرب للكثير من الخبرات الفنية المتقدمة التي كانت تعمل في هذا القطاع، نحو قطاعات أخرى لا تمت بصلة إلى تخصصاتها، سوا داخل أو خارج البلاد، بالرغم من إنفاق مبالغ مالية كبيرة على تلك الكوادر والكفاءات لتطويرها وصقل مهاراتها على مدى سنوات عديدة. وأوضح: كان مفترضاً أن تتم إعادة النظر الشاملة بأوضاع الاقتصاد العراقي بعد سنوات طويلة مابين اقتصاديات الحرب والحصار، والتدمير والنهب والفساد، وكان متوقفاً أن يكون هذا مبكراً عندما انكشف غبار

جاذبة للاستثمار الخارجي. ونوهت إلى أهمية إحداث إصلاحات إدارية واجتماعية وإعادة هيكلة قانون الاستثمار من جديد وتطويره، وخلق ثقة بين الدولة والمواطن على وفق متطلبات تجربة الاستثمار الحديثة في بلادنا، وضرورة القيام بتعديلات لقانون الاستثمار المرقم 13 لسنة 2006 بما يخدم العمل الاستثماري في العراق. من جانبه قال التدريسي في الجامعة المستنصرية إياد العامري إن من أهم الجوانب التي من الممكن أن ينجح فيها الاستثمار هو القطاع الصناعي، مما يتطلب تحديد الصفات العامة لهذا القطاع المتمثلة بغياب الاستراتيجية والتنظيمية الموحدة التي تجمع الخطوات والقرارات المتخذة لتنمية القطاع الصناعي في اطر زمنية ضمن كميات تسويقية رقمية محددة. وأضاف إن غياب التماسك الوثيق بين تلك الروابط أسهم في تراجع القطاع الصناعي بمختلف نشاطاته، لاسيما بعد مرور هذا القطاع بفترات

وبينت أن تبني منهج الاستثمار بشتى أنواعه كوسيلة فاعلة في إحداث تغييرات جذرية وسريعة في العراق الجديد، لاسيما بعد أن مر الاقتصاد العراقي بحقبة طويلة تميزت بطولها مقارنة بالفترات التي شهدت حدوث تطورات تكنولوجية وفكرية، في حين بقي الاقتصاد الوطني يستخدم التكنولوجيا وأفكار ونظريات قديمة نتيجة الحصار المادي والمعنوي وعدم توفر إمكانية مواكبة تلك التطورات. ولفتت إلى أن الموضوع يتطلب اتخاذ عدد من الإجراءات، منها دراسة واقع القطاعات الصناعية والزراعية والسياحية والنفطية والخدمية، على أساس أن العراق يملك أماكن دينية مقدسة وأثاراً حضارية عريقة، وأحداث ترابط وتشابك بين هذه القطاعات الاقتصادية، الأمر الذي يتطلب ثبات أسعار صرف العملة المحلية (الدينار) والحد من حالات التضخم ودعم وتشجيع الاستثمار الداخلي كخطوة لإيجاد مشاريع

سعر الصرف الحقيقية عند مستويات تنافسية، مهم جداً في هذا الصدد مقترن بمساندة سياسة مالية ونقدية غير توسعية من أجل تقليص معدلات التضخم المرتفعة التي يعاني منها الاقتصاد العراقي والتي تسهم في رفع تكلفة الإنتاج، ومن ثم التأثير على سعر الصرف الحقيقي، فضلاً عن الاستفادة من برامج الإصلاح الاقتصادي لعدد من الدول العربية كالسعودية وغيرها، وإنشأ شبكات فاعلة للضمان الاجتماعي وتطويرها للتخلص من الآثار السلبية المرافقة لتنفيذ برامج الإصلاح الاقتصادي وإعادة الهيكلة. وزادت أن تحقيق الاندماج مع الاقتصاد العالمي شرط أساس ليكون اندماجاً متوازناً بشكل لا يتم على حساب التفريط بالمصالح الاقتصادية الوطنية، مع وجود نظم ملائمة للموارد البشرية، وتعد مشكلة الفساد الإداري من أكبر المشكلات التي يواجهها الاقتصاد العراقي في المؤسسات الحكومية على وجه الخصوص.

يرى عدد من الأكاديميين أن تصحيح مسار الاقتصاد الوطني ودفع عجلة التنمية نحو الأمام ورفع مساهمة القطاعات غير النفطية ك (القطاع الصناعي والزراعي والسياحي) في الناتج المحلي الإجمالي، يأتي كنتيجة حتمية لتنفيذ سياسات إصلاح اقتصادي إداري وإعادة الهيكلة بالمستوى المطلوب. وبحسب الخبرة الاقتصادية بوزارة الصناعة والمعادن إخلاص جبار ناصر فإن المطلوب هنا هو تنفيذ حزمة متكاملة من السياسات الاقتصادية والمالية والنقدية الكلية المرتبطة بتنفيذ برنامج استثماري واسع لرفع معدلات النمو الاقتصادي وزيادة مستويات تشغيل الأيدي العاملة، وكذلك تشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي سوا، كان المباشر أو غير المباشر من أجل رفع معدلات تشغيل الموارد المحلية، عبر إجراء إصلاحات إدارية ومالية شاملة. وأضاف: إن تنفيذ سياسات تستهدف

Shamco International- SI



ابوظبي - الامارات هاتف: 6672834 - 02 - 4191723 - 050 فاكس: 6672833 - 02 ص.ب.: 6402 ابوظبي

E. Mail: chart@emirates.net.ae



مصرفيون: اندماج المصارف الصغيرة

ضمان بقائها في خارطة الاقتصاد العالمي

بشكل مستمر. وكانت بغداد قد شهدت انعقاد الملتقى الاقتصادي والمصرفي الذي دعا الى توأمة المصارف الخاصة مع العربية والعالمية بهدف تنمية القطاع الاقتصادي والمصرفي في البلاد». ويعتبر قانون المصارف المرقم 94 لسنة 2004 بشكل عام، من القوانين المتطورة في العالم، إلا انه قد كثرت الملاحظات حوله من الجهات التي يشملها هذا القانون، بسبب عدم وضوح بعض مواد والملاسات التي تثيرها، فيما طالب عدد كبير من المصارف بضرورة تعديله ليواكب عمليات التطور الذي تشهده المصارف العالمية.

يذكر انه بالرغم من انتشار المصارف الأهلية في العراق والتي وصلت إلى أكثر من 30 مصرفاً، إلا أن هذه المصارف لم تلعب دوراً محورياً في العملية التنموية الاقتصادية في العراق بسبب صغرها إضافة إلى ابتعاد المؤسسات الحكومية على التعامل معها بسبب تلوّك بعض المصارف الأهلية في عملها.

العالم بجدية العمل المصرفي العراقي متابعاً «ان المصارف العراقية قد عززت رؤوس أموالها وفق البيانات المالية لـ 2012 وان البنك المركزي قام بتغطية الاعتمادات التي تفتحها المصارف ما يشجع البنوك العالمية بالتعامل مع المصارف المحلية بدعم البنك المركزي ضمن تسهيل التزامات هذه المصارف تجاه البنوك العالمية.

من جانبه قال الخبير الاقتصادي فاروق الرمضاني «يجب ان يحدد البنك المركزي المصارف الرصينة التي تساهم في عملية التنمية الاقتصادية عن غيرها التي بحاجة الى تعزيز قدراتها وخبراتها عن طريق الدمج.

واضاف الرمضاني: ان المصارف العراقية تسعى بكل جهدها لمسايرة التطورات لكن المسألة لا تقتصر عليها فقط فالعلاقات الدولية مهمة جداً فالعراق بالوقت الحاضر يعد قوة اقتصادية لها ثقلها في العالم. وأشار الى ان الطاقة الكهربائية ضرورية جداً لتطور المصارف العراقية من خلال الحاجة الى اجهزة تعمل عليها

قال مختصون في الشأن المصرفي ان اندماج المصارف الصغيرة في ما بينها يضمن لها البقاء، والمنافسة في خارطة الاقتصاد العالمي مشيرين الى ان الدول المتطورة تسعى بالوقت الحاضر الى تأسيس مصارف عملاقة عن طريق اتحاد مؤسساتها المصرفية لتكون بمثابة كبار اللاعبين في مضممار العمل المصرفي.

وأفاد رئيس رابطة المصارف الأهلية عبد العزيز الحسون بان: «الجهاز المصرفي في البلاد يتكون من مجموعة كبيرة من المصارف الصغيرة التي لا تستطيع ان تواكب التطورات التي يشهدها القطاع المصرفي في دول العالم المتطورة» لافتاً الى ان الطريق الامثل للنهوض بواقع هذه المصارف الصغيرة يستدعي ان تندمج فيما بينها، مبيناً ان المصارف العالمية قد قطعت مراحل متقدمة في تعاونها حيث ظهرت بنوك عالمية كبرى نتاجاً للاندماج.

واضاف الحسون: «لاشك ان المصارف المحلية تحتاج الى بعض الوقت لإقناع

كيف ستواجه هيمنة التكتلات الاقتصادية العالمية الصناعة العربية والعولمة



ونتيجة لذلك، بدأت الشركات الكوكبية تفرض وجهة نظرها في التعامل مع الدول النامية، لدرجة أن المصالح العليا للدولة، بتعبيرها السياسي، بدأت تتراجع أمام المصالح الاقتصادية للشركات الكوكبية (التنازل عن جزء من السيادة الوطنية. وهكذا انقلبت المعادلة: ففي الأصل كان النفوذ الاقتصادي والسياسي لدولة معينة هو مفتاح إلى أسواقها بما يحقق الأرباح للشركات التي تحمل جنسية تلك الدولة. أما الآن فإن الشركات الكوكبية هي التي تحكم أوضاع كل دولة وتزن احتمالات وحجم الأرباح التي تتحقق للشركات التي تمد نشاطها إليها.

العولمة والتصنيع

في مجال الصناعة، يتجلى طابع العولمة بشكل واضح ودقيق في تطورها، وفي أنماط الانتاج خلال العقود الأخيرة، بفضل الموجات المتلاحقة من الاختراعات العلمية والاستخدامات التكنولوجية والتقدم السريع والدائب في

مجال البحث والتنمية.

فقد ضاعفت هذه الانجازات والتطورات الهائلة من القدرات البشرية وقوى الإنتاج، وأتاحت الفرصة بالدرجة الأولى للشركات متعددة الجنسية لأن تقطف ثمارها وتسخرها في مشاريع عملاقة تغطي دولاً وقارات.

وفي ظل هذه الظاهرة فإن التطور الدائب في عملية التصنيع أفضى إلى عولمة أسواق السلع والخدمات والتكنولوجيا والمال ومراكز الانتاج وكذلك العمالة الماهرة. كما قادت هذه الظاهرة إلى تعميق التقسيم العالمي للعمل على أساس مزيد من التخصص والميزات النسبية، وتوسيع الارتباطات والتحالفات عبر الحدود الوطنية، وإقامة أنظمة كونية للمعلومات والاتصالات.

وهذه العولمة، وما ارتبط بها ونجم عنها من تأثيرات، وضعت البلدان النامية أمام تحد كبير، وأبرزت من جديد أهمية البحث في خيارات التصنيع بهدف استمرار النمو ومشاريع البناء الوطني في مواجهة المنافسة الحادة الشاملة

التي تلف العالم. وإزاء ذلك يبرز خيارات خياران أساسيان أمام البلدان النامية: - الخيار الأول: هو الانصياع والتلاؤم مع متطلبات القوى الاقتصادية المهيمنة (الشركات متعددة الجنسيات)، والانخراط في مشاريع التبعية الكاملة لها. وهي سياسة غير حميدة وتعود بالضرر على مصالح البلدان النامية. - الخيار الثاني: قوامه الاعتماد على عناصر القوة والميزات النسبية واختيار التكنولوجيا الملائمة لموارد البلد وحاجاته أو لمجموعة بلدان (كالبلدان العربية).

العولمة إذن حقيقة اقتصادية لا تملك البلدان النامية إنكارها ولا رفضها بل محكوم عليها أن تقربها وتتهياً للانخراط فيها من موقع الفعل والمشاركة والا دفعتها آليات الإقصاء إلى مزيد من التأخر والتخلف. فما هو موقع العالم العربي اليوم؟ وهل من سبيل أمامه لدفع هذه التحديات خاصة في مجال التكنولوجيا والصناعة كركيزتين من أهم مقومات وركائز التنمية والتقدم؟

إن الصناعة العربية التي نمت وترعرعت بقصد إخراج الاقتصاد العربي من دوره التقليدي مصدراً لمواد أولية ومستورداً لسلع نهائية، لم تستطع، بعد أكثر من خمسة عقود، أن تتوصل في نهاية المطاف إلى كسر هذا الوضع أو التقليل منه، بل بالعكس أدت إلى تفاقمه وزيادته. فالصناعة التي أقيمت بغرض دعم الاستقلال الاقتصادي واستهدفت الوفاء بالحاجات المحلية بدلاً من استيرادها، والتي كان يفترض أن تكون عاملاً إيجابياً في تحسين ميزان المدفوعات عن طريق تنوع القاعدة وتوسيعها وتدعيم الاكتفاء الذاتي، أصبحت من أهم النشاطات التي تلتهم القطع الأجنبي. إذ لجأت إلى العلم الخارجي ليس فقط لتستورد منه أهم استثماراتها من آلات ومعدات رئيسية، بل أيضاً دراساته الأولية والسلع نصف المصنعة وقطع الغيار، مع أنه كان بالإمكان تصنيع عدد منها محلياً. وبدلاً من دعمها للاستقلال الاقتصادي عملت على تكريس التبعية نحو الخارج، وبالتالي تكريس صناعة قاصرة عن

■ قادت هذه الظاهرة إلى تعميق التقسيم العالمي للعمل على أساس مزيد من التخصص والميزات النسبية

قيادة الحركة التنموية. وقد انتهت هذه الصناعة، إلى أن تصبح قطرية عملت أساساً، ولا تزال، للسوق المحلية الضيقة، ولم تعمل للتصدير ودخول المزاخمة الدولية والتخصص في إنتاج يستطيع أن يجابه المزاخمة الدولية في الغالب الأعم. يضاف إلى ذلك، إنها صناعة لا تزال مستمرة في إنتاج السلع الاستهلاكية التركيبية والنصف مصنعة بدلاً من السلع الرأسمالية المصنعة. ولم تستطع تأمين الاستهلاك الكامل من السلع الأساسية للمستهلك العربي، ولا تزال غير قادرة على استجلاب واستيعاب وتطويع التقانة الحديثة والاستفادة منها الاستفادة الايجابية المرجاة.

أما في مجال التبادل التجاري فيعزو المحللون الاقتصاديون ضعف التبادل التجاري بين الأقطار العربية إلى عدة عوامل هيكلية أهمها: ضعف مستوى التصنيع، التخلف الفني، السياسات الحمائية الجمركية وغير الجمركية، ضعف مستوى المنافسة وضيق الأسواق المحلية، تشابه الإنتاج وضعف التنوع في الصادرات، اختلال ميزاني التجارة والمدفوعات، ضعف القطاع، تخلف البنية التحتية في ميدان النقل والمواصلات، اختلاف السياسات الاقتصادية العامة. فهل من سبيل لرفع ومواجهة مجمل هذه التحديات التي ينتمي أكثرها إلى «جذر التنمية الصناعية» في ظروف تحرير التجارة واشتداد المنافسة، قبل أن ننقل إلى قضية التنمية الصناعية ومستقبل الصناعة العربية؟

يجيب الكثيرون على هذا التساؤل: بأنه يبدو جلياً أن تشكيل خارطة الاقتصادية الدولية في اتحادات جهوية عملاقة، تجيزها وتتيحها اتفاقية منظمة التجارة العالمية WTO، لا يترك



Tel 00917 2 6269200 Fax 00971 2 6269400 P.O.Box 26902 Abu Dhabi - U.A.E
Tel 0033 5 62737490 Fax 0033 5 62737491 31000 TOULOUSE - FRANCE

للدول العربية سوى الانخراط في حركة التجارة العالمية من موقع المنافسة الفاعلة وخاصة في مجال النشاط الصناعي.

صعوبات الصناعة العربية

انتقل العالم الصناعي مع نهايات القرن العشرين إلى ما يسمى اصطلاحاً (ما بعد الصناعي)، أي المجتمع المتطور التقانات الإلكترونية والمعلوماتية والنظم المرتبطة بها. بينما لا يزال الوطن العربي في بداية المجتمع الصناعي. ومن أجل ردم الفجوة أو حرق المراحل، تبرز أمام العالم العربي خيارات عدة. إذ يمكنه من حيث المبدأ أن يختار إستراتيجية صناعية وتقانية تتخلص في استكمال ثورته الصناعية بصرف النظر عن الثورة العلمية في مجتمع (ما بعد الصناعي). لكن تبني خيار كهذا هو غير واقعي نظراً إلى اندماج الوطن العربي اقتصادياً (إنتاجاً واستهلاكاً) في الاقتصاد العالمي، وتبعيته لنمط الاستهلاك الغربي المادي عموماً.

وثمة خيار ثان وهو أخذ العالم العربي بإستراتيجية علمية وتقانية تقوم على حرق المراحل والقفز مباشرة إلى مرحلة المجتمع (ما بعد الصناعي)، القائم تحديداً على التقانات الجديدة الإلكترونية والمعلوماتية وتقانات المواد الجديدة ومصادر الطاقة الحديثة، والتقانة الحيوية. إلا أن مثل هذا الخيار يبدو مستبعداً في الظروف الراهنة على الأقل. وتظهر المفارقة واضحة بين ضعف التقانة وتخلفها وتبعيتها الخارجية في البنية الصناعية العربية من جهة، والتغذية الذاتية للتطور التقاني الانفجاري في البنية الصناعية العلمية من جهة أخرى.

أما الخيار الثالث، فيقودنا في الواقع إلى البحث عن خيار آخر يقفز فوق سلبيات الخيارين السابقين. مع الافتراض أساساً وقبل كل شيء أن أي حديث عن البدائل لا بد وأن ينطلق من افتراض وجود سياسة عربية واحدة في مجال اعتماد إستراتيجية عربية للتنمية الصناعية في مواجهة العولمة



الاقتصادية واحتمالاتها. إذ أنه بدون هذا الافتراض فلا مجال ولا داع على الإطلاق للحديث عن هذا المستقبل. ويكون ذلك ضمن منظومة عربية قومية للعلوم والتقانة تستوجب مصلحة العرب جميعاً إحداثها فوراً لدعم القدرة العربية على مواجهة العولمة وعالم التكتلات العملاقة. وبالتالي فإن إستراتيجية التصنيع المنشودة في ظل العولمة وأثارها لا بد وأن تستهدف رفع القدرة التنافسية للصادرات الصناعي إلى الأسواق الإقليمية والدولية من خلال استخدام فاعل للتكنولوجيا الملائمة، وتقليص كلفة الإنتاج، وذلك ببناء المؤسسات والقدرات العربية الكفيلة بتوفير المهارات اللازمة لاستيعاب التكنولوجيا وتكييفها بحسب حاجات الإنتاج ومتطلبات المنافسة في الأسواق الخارجية. ويستدعي ذلك أن تبادر الدول العربية إلى إقامة كتل اقتصادية جهوي يكون أصلب عوداً في مواجهة شروط والزامات العولمة، وفي التعامل مع هيمنة التكتلات الاقتصادية العالمية شريطة أن يقترن ذلك باعتماد جملة أهداف إستراتيجية عربية، والعمل على توفيق الأوضاع القطري على أساسها، وأيضاً شريطة أن تتوفر الإدارة السياسية أولاً وأخيراً.

والتقانة التي تستند إليها، يتخلص في: التحول من النقل الشامل إلى النقل الانتقائي مع توفير الإمكانيات للتنفيذ المحلي، وبناء إمكانيات تساهم في توفير المدخلات التقانية المطلوبة لمشاريع التوسع والتحديث في الصناعة العربية، والسعي التدريجي نحو السيطرة على اختيار مصادر معدات الإنتاج وإحراز إمكانيات مكاملتها. وتجدر الإشارة هنا إلى أن مقولة: أن الدول الصناعية والشركات المتعددة الجنسيات - خلافاً لما يذهب إليه البعض - لا ترغب ضمناً في أحداث نقل حقيقي للتقانة إلى الدول النامية، قد طرحت في بعض الأحيان على نحو غلبت المبالغة. إذ من الممكن، من جهة أولى، أن تستمر الدول والجهات الموردة المعارف العلمية والتقانية في حيازة مركز متفوق على الرغم من نقلها تقانات معينة، بل قد يعد نقلها لتلك التقانات أحد الأسباب الرئيسية في احتفاظها بمثل هذا المركز. ومن جهة ثانية، فإن الارتقاء التقاني المتدرج للدول النامية يشكل أحد دعائم اقتصاد السوق الذي تعمل ضمنه معظم الجهات المولدة والمسوقة للتقانة. وأخيراً، فإن اعتماد النظرة الدينامية في تحديد علاقة العالم العربي التكنولوجية بالعلم يقودنا إلى الملاحظة بأن مستقبل هذه العلاقة لن يكون استمراراً لحاضرنا الراهن.

عموماً فإن أهم ما ينبغي أن تسعى الصناعة العربية إلى إحرازه في سعيها لتطوير ذاتها وبناء وتجديد قاعدة العلوم



We are the Specialist in Construction



Sharjah - Tele:06-5507787 FAX:06-5507797 P.O.Box:28912
Dubai - Tele:04-2658111 FAX:04-2658118 P.O.Box:92388
Ajman - Tele:06-7467441 FAX:06-7467452 P.O.Box:18966
Email : Info@alqabdah.com - www.alqabdah.com

Building your vision

Providing Constructive Solutions Since 1997

**Faster
Stronger
Elegant**

Turnkey Projects,
Residential buildings
Villas, Warehouses

Fulfilling Stakeholder
Expectations



Relax as we complete
your project the
way you want it



Barek Engineering Co. LLC

P.O. Box 41364, Suite No.102
Khalidiya Zayed 1st Street, Abu Dhabi, United Arab Emirates
Tel: 00971 2 6580002, Fax: 00971 2 6580003
Email: barek@eim.ae, www.barek.ae

Structured on planning and performance

مفاوضات

كشفت الحكومة المصرية عن استكمال المفاوضات مع صندوق النقد الدولي التي بدأت في نوفمبر/تشرين الثاني الماضي لحصول مصر على قرض ميسر بقيمة 4.8 مليارات دولار، وأن مصر تسعى للوصول إلى اتفاق بشأن القرض لما له من انعكاس إيجابي على الاقتصاد المصري.

الخطوط

تخطط شركة طيران الخطوط الجوية الكويتية المملوكة للدولة شراء نحو 40 طائرة من نوع إيرباص وبوينغ ونقل عن مصدر حكومي كويتي قوله إن الخطوط الكويتية ستباشر خلال الشهرين المقبلين تأجير طائرات تضاف إلى الخدمة، حتى الانتهاء من دراسة العروض المقدمة من أكثر من شركة لشراء عدد من الطائرات.

نمو

بلغ معدل نمو اقتصاد قطر العام الماضي 6.2% بقيمة بلغت 341.12 مليار ريال (ما يفوق 93 مليار دولار)، مقارنة بالعام السابق الذي بلغ فيه الناتج المحلي الإجمالي 321.07 مليار ريال (88 مليار دولار)، ونمت قطاعات البناء والتمويل والتصنيع بنحو الثلث، ومن المتوقع أن تواصل نموها خلال العام الجاري.

إفراج

أكدت تونس إن البلاد بحاجة لنموذج اقتصادي جديد لانتشال خمس السكان الذين يعيشون في الفقر، وقالت في كلمة بالمنتدى الاجتماعي



اهتمام قطري بأمن المعلومات المالية

نظم المجلس الأعلى للاتصالات وتكنولوجيا المعلومات في قطر مؤتمرا للأمن المعلوماتي لدى القطاع المالي، وسط حضور لمسؤولين وخبراء ومتخصصين في المجال داخل وخارج البلد.

أكد المشاركون في المؤتمر على ضرورة الرفع من مستويات التنسيق بين مؤسسات القطاع الحكومي ونظيره الخاص لمواجهة تحديات "الأمن المعلوماتي" التي تتعاظم بالتوازي مع التطور السريع الذي يشهده قطاع تكنولوجيا المعلومات. في حين تشير التقديرات إلى أن قطر سجلت نحو 850 حالة اختراق مؤكدة للأصول الإلكترونية خلال العام الماضي.

وقال المدير التنفيذي لمركز قطر للاستجابة لطوارئ الحاسبات (كيوسيرت) خالد الهاشمي إن الهجمات الإلكترونية في القطاع المالي لا تفرق بين أحد، إذ تؤثر على كل من الشركات الكبرى والأفراد على حد سواء. وخلال افتتاحية المؤتمر أوضح الهاشمي أن التقدم التكنولوجي الذي تشهده كافة القطاعات وفي مقدمتها القطاع المالي قابل زيا في الأنشطة الخبيثة والاحتمالية. وأشار إلى أن هذه الوضعية تظهر الحاجة الماسة إلى ضرورة التنسيق لمواجهة هذه التحديات التي تتنامى يوما بعد يوم. وشدد في الآن ذاته على أهمية توفير نظم الإنذار المبكر، وآلية تبادل معلومات الرصد الاستباقي، والبحوث التطبيقية، علاوة على توفير برامج التوعية المصاحبة، وبرامج التوعية بأمن القطاع المالي، وقال إن ذلك كفيل بإحداث شبكة خدمية قوية وأمنة للمعلومات بالقطاع المالي.

من جهتها بينت الخبيرة في مخاطر أمن المعلومات بالمجلس الأعلى للاتصالات مريم السندي أن كيوسيرت استجاب لـ 850 حالة اختراق لأمن المعلومات على مستوى الدولة خلال العام 2012، منها 6% فقط شملت القطاع المالي.

وأضافت أن هذا العدد يبقى قليلا بالمقارنة مع ملايين المحاولات الأخرى التي تم إحباطها من قبل الجهات ذات الاختصاص، مشيرة إلى أن ذلك يعكس حرفية وجاهزية هذه الجهات لتوفير فضاء معلوماتي آمن.

العالمي أن الهدف المرسوم هو إخراج مليوني تونسي من دائرة الفقر في غضون السنوات الخمس المقبلة.

ميزانية

أقرت السلطة الفلسطينية موازنة للعام الجاري بقيمة 3.8 مليارات دولار رغم اتهامات الكتل البرلمانية والنقابات للحكومة بالتفرد في إعدادها. وقالت إنها أصدرت «تعليمات باستقبال أي ملاحظات من الكتل البرلمانية والنواب وكل الجهات لأخذها بعين الاعتبار، وإجراء التعديل القانوني إذا اقتضت المصلحة العامة ذلك».

اتفاق

اتفق البنكان المركزيان في السودان وجنوب السودان، في ختام مفاوضات جرت في الخرطوم، على فتح حسابات لكل منهما في الدولة الأخرى للاعتمادات المالية. كما اتفق الجانبان على تشجيع البنوك التجارية التابعة لهما على فتح فروع لها في الدولتين.

رفض

كشفت مسؤول عراقي أن سلطات بلاده رفضت طلبا مصريا بوضع وديعة بقيمة أربعة مليارات دولار في البنك المركزي المصري، بغرض دعم الاقتصاد الذي يواجه صعوبات كبيرة. وأضاف المسؤول أن وضع ذلك المبلغ الكبير ينطوي على مخاطر كبيرة، مضيفا أن المباحثات بين البلدين مستمرة بشأن وديعة بمبلغ أقل.

إحباط

بعد محاولات لبيع المصرف

التجاري الوطني الليبي لجهة أجنبية، أحبط المؤتمر الوطني العام والجهات الحكومية ذلك على اعتبار أن البلاد ليست بعوز إلى تمويل خارجي وبإمكانها ضخ المليارات في قنوات البلاد المالية.

مهبر

تفقد وزير النقل والمواصلات المصري حاتم عبد اللطيف والقنصل العام السوداني بمصر أيمن زكري الأعمال الإنشائية الجارية في ميناء قسطل السبري بين مصر والسودان والمقرر تشغيله الشهر المقبل بتكلفة 47 مليون جنيه (سبعة ملايين و609 آلاف دولار).

موافقة

وافق البنك المركزي المغربي على اطلاق التراخيص الأولى لإنشاء البنوك الإسلامية في البلاد ابتداءً من شهر أكتوبر المقبل، بعد أن تشكل لجنة علمية تتكون من خبراء وعلماء دين لمراقبة منتجات البنوك التشاركية «الإسلامية»، والوقوف على مدى مطابقتها لمقاصد الشريعة الإسلامية.

توقعات

أعلنت دراسة مصرفية عن توقعاتها بأن يحقق اقتصاد الامارات نمواً حقيقياً بنسبة 3.3% خلال العام الجاري، وذلك نتيجة ارتفاع الانفاق الحكومي وبقاء اسعار النفط قوية ونمو معظم القطاعات غير النفطية خاصة في امارة دبي، حسبما نشرت وكالة الأنباء الإماراتية.

إعلان

أعلن مجلس الغرف



شل ستسحب من مشروع غاز سعودي

قالت أربعة مصادر مطلعة بصناعة النفط إنه من المتوقع أن تنسحب شركة رويال داتش شل قريبا من مشروع مشترك للتنقيب عن الغاز انطلق منذ سنوات في منطقة الربع الخالي بالسعودية، وذلك بسبب خلافات مع الحكومة السعودية على شروط تطوير المشروع.

وقال مصدر بقطاع النفط في الخليج إن شل ترغب في الانسحاب من الربع الخالي منذ فترة، و"قررت الآن اتخاذ هذه الخطوة لكنها لم تصبح رسمية بعد".

وقد تمسكت الشركة الهولندية البريطانية طويلا بمشروعها المشترك مع شركة أرامكو السعودية بعدما اكتشفت كميات ضئيلة من الغاز في منطقة كيدان، إلا أن الكلفة المرتفعة نسبيا وضعف العائد من تطوير المشروع في ظل تحديد السلطات السعودية بيع الغاز في سعر ثابت -لا يشكل سوى جزء يسير من كلفة الإنتاج- كلها عوامل دفعت شل لهذه الخطوة.

وتصر شركة أرامكو الحكومية على شراء الغاز من الشركات الدولية بسعر 0.75 دولار لمليون وحدة حرارية بريطانية في وقت يشتري عملاء من شرق آسيا الغاز بسعر 17 دولار لمليون وحدة حرارية، وهو ما يجعل عمليات التنقيب عن الغاز في السعودية أمرا غير مغر لشركات النفط العالمية.

وفي العام الماضي أقر الرئيس التنفيذي لشركة أرامكو خالد الفالح بالتحدي الذي تمثله أسعار الغاز المنخفضة في السعودية، قائلا إنها لا تجعل لبعض مكامن الغاز الأكثر صعوبة في منطقة الربع الخالي جدوى اقتصادية.

وكانت ثلاث شركات أجنبية على الأقل توقفت عن البحث عن مكامن ذات جدوى اقتصادية للغاز تحت الكثبان الرملية التي تغطي جنوبي شرقي المملكة، فقد انسحبت في العام الماضي كل من إيني الإيطالية ورييسول الإسبانية من عمليات تنقيب بدون جدوى عن الغاز في منطقة الربع الخالي، وقبلها تخلت شركة توتال الفرنسية في 2008 من مشروع الغاز في كيدان بفعل ضعف النتائج المسجلة.

السعودية عن تنظيم الملتقى الاقتصادي السعودي السوداني يومي 13 و14 بالعاصمة الرياض، وذلك بالتعاون مع الاتحاد العام لأصحاب العمل السوداني وبمشاركة واسعة من ممثلي القطاعين العام والخاص في البلدين، حسبما نشرت صحيفة الرياض السعودية.

بنوك

حقق 19 مصرفاً في الامارات، صافي إيرادات من الفوائد والتمويل الإسلامي، المتأثية من قروض وسلفيات الأفراد فقط خلال عام 2012، بلغ 38.9 مليار درهم، تشكل 64% من إجمالي إيراداتها عن العام نفسه، وذلك بحسب ما ذكرته صحيفة الإمارات «اليوم».

إعمار

قال رئيس مجلس إدارة شركة إعمار الإماراتية محمد العبار في حديث مع مجلة «أربيان بيزنس» إن الشركة تدرس خطط بناء أطول برج في العالم بطول كيلو متر في آسيا. ومن المنتظر أن يكون السبرج الجديد الذي تعتمزم إعمار بناءه أعلى من برج المملكة القابضة المقرر بناؤه في مدينة جدة.

ودائع

تخيم حالة من القلق على الأوساط المصرفية في لبنان، جراء الأزمة المالية التي تعصف بالدولة المجاورة قبرص بسبب تضخم نظامها المصرفي. وأثارت خطة الإنقاذ التي فرضها الاتحاد الأوروبي على قبرص المخاوف على وضع البنوك اللبنانية الموجودة في الجزيرة.



ركود في معدلات النمو الغربي.. والصين في صعود

صدمة الاقتصاد الدولي في 2013 مستمرة

تظل معدلات البطالة مرتفعة في الكثير من أنحاء العالم، مع استمرار الأوضاع المالية في حالة هشّة.

افتراض أساسي

وتستند تنبؤات تقرير «أفاق الاقتصاد العالمي» إلى افتراضين أساسيين على مستوى السياسات: الأول، هو أن صناعة السياسة في أوروبا سيتخذون سياسات من شأنها العمل على تيسير الأوضاع المالية بالتدريج في اقتصادات منطقة اليورو الضعيفة. ومع قيام البنك المركزي الأوروبي مؤخرا بالدور المنوط به، فإن الأمر أصبح حسب رؤية التقرير مرهونا بتحريك صناعة السياسة لتفعيل «آلية الاستقرار الأوروبي»، والبدء في إقامة اتحاد مصرفي وزيادة الاندماج المالي. أما الافتراض الثاني فهو أن صناعة السياسات في الولايات

يرجح تقرير صندوق النقد الدولي أن تظل معدلات البطالة مرتفعة في الكثير من أنحاء العالم في عام 2013 مع استمرار الأوضاع المالية في حالة هشّة، وتشير اسقاطات تقرير «أفاق الاقتصاد العالمي» الصادر عن صندوق النقد الدولي في أكتوبر/تشرين أول 2012 إلى احتمال حدوث تحسن تدريجي في النشاط الاقتصادي العالمي مقارنة بالمعدلات المخيبة للآمال نسبيا في أوائل العام نفسه، ويتوقع التقرير ارتفاع معدل النمو في الناتج المحلي الإجمالي العالمي إلى 3.5% في عام 2013 مقارنة بتوقع بلغ 3.2% لعام 2012. ويتوقع التقرير استمرار تباطؤ الناتج في الاقتصادات المتقدمة مع بقاءه قويا نسبيا في العديد من اقتصادات الأسواق الصاعدة والاقتصادات النامية. كما يرجح أن

6% . ويتوقع التقرير أن تسجل الصين معدلا للنمو الاقتصادي يبلغ 8.2% في عام 2013 مقارنة بنحو 7.8% متوقعة في العام الماضي، بينما تسجل الهند معدلا يبلغ 5.9% مقارنة بنحو 4.5% متوقعه للعام الماضي، ويرتفع النمو بشكل ملحوظ في البرازيل ليسجل 3.5% في عام 2013 مقارنة بنحو 1% فقط في العام الماضي. وتسجل المكسيك معدلا يبلغ 3.5% وهو ما يقل عن معدل النمو المسجل في العام الماضي والمقدر أن يكون قد بلغ 3.8% وهو أمر منطقي في ظل الترابط الاقتصادي القائم بين الاقتصادين المكسيكي والأميركي، إذ أن دورة الأعمال والدورة التجارية فيهما تكاد تتطابق.

أما في توقعاتها لنمو الاقتصاد العالمي فقد أشارت منظمة التعاون الاقتصادي والتنمية OECD، وهي المنظمة التي تضم 34 بلدا من البلدان الصناعية أو الصناعية الجديدة، في تقريرها «أفاق الاقتصاد» إلى أن الاقتصاد العالمي ربما يكون بمقدوره التحول لانتعاش

اقتصادي التي تعاني من مشكلات في سداد ديونها السيادية وتشمل اليونان وإيرلندا والبرتغال وإيطاليا وأسبانيا). وتخلص تلك المراجعة إلى أن منطقة اليورو سوف تسجل معدلا سلبا للنمو الاقتصادي يبلغ 0.2% في عام 2013 مع توقع أن تكون قد سجلت معدلا سلبا أيضا في عام 2012 بلغ 0.4%.

وتتوقع مراجعة تقرير «أفاق الاقتصاد العالمي» توسع النشاط الاقتصادي في اليابان خلال عام 2013 ليسجل 1.2% وهو ما يقل عن معدل النمو المتوقع في عام 2012 والذي من المتوقع أن يكون قد بلغ 2%.

نحو طاعد

أما النمو في بلدان الأسواق الصاعدة والدول النامية فسوف يعود لاستجماع قواه ويسجل 5.5% في عام 2013 مقارنة بنحو 5.1% متوقعة في عام 2012، وعلى ذلك فإن النمو لن يعود للمستويات القوية التي سجلها خلال عامي 2010 و2011 حينما كان يزيد على

وعلى أية حال، فإن مراجعة للتقرير الذي صدر في أكتوبر/تشرين الأول 2012 تمت في أوائل يناير/كانون الثاني 2013 أسفرت عن الاحتفاظ بنفس التوقع لنمو الاقتصاد الأميركي في حدود 2% في عام 2013 مقارنة بمعدل نمو يتوقع بلوغه 2.3% في عام 2012 وبشرط اتخاذ السياسات الملائمة كما سبق الذكر، أي يخلص صندوق النقد الدولي إلى أن النمو الاقتصادي الأميركي في العام الحالي سيشهد انخفاضا في معدله مقارنة بالنمو المسجل في العام المنصرم.

كما أسفرت مراجعة الصندوق عن توقعه بانخفاض معدل النمو الاقتصادي في منطقة اليورو، بالرغم من أن التصحيحات الهيكلية التي اتخذت على مستوى بلدان المنطقة والاستجابة القوية للسياسة الأوروبية في مواجهة أزمة منطقة اليورو قد خفضت من حدة الأزمة وحسنت الأوضاع المالية فيما يتعلق بالديون السيادية في بلدان الهامش الأوروبي (أي البلدان الضعيفة



UNIMARINE TECHNICAL SERVICES L.L.C

Steel Fabrication & Construction - Pipe Fabrication & Erection - Mechanical Works
Thermal Insulation & Cladding - Ship Repairs - Blasting & Painting - Scaffolding



P.O. Box: 3634. Ras Al khaimah.
U.A.E. - Tel.: +971 7 2668241
Fax: +971 7 2668682
P.O. Box: 112904. Abu Dhabi.
U.A.E. - Tel.: +971 2 4419144
Fax: +971 2 4419184
Email: unimarineadmin@
unionholding.com
website: wwwustrak.com



اقتصاد دولي

متردد وغير متساو بين أجزائه المختلفة خلال العامين 2013 و 2014. وأشارت المنظمة إلى أن هناك قرارات حاسمة بسياسات محددة تعد مطلوبة للتأكد من التغلب على مأزق السياسة المالية في الولايات المتحدة وللتأكد من أن استمرار عدم الاستقرار في منطقة اليورو لن يجر العالم مجددا إلى دائرة الركود.

وأوضح المدير العام لمنظمة التعاون الاقتصادي والتنمية أن الاقتصاد العالمي لم يخرج من دائرة الخطر بعد، فأزمة المنحدر المالي الأميركية يمكنها في حال تحققها أن تجرف الاقتصاد العالمي الضعيف أساسا نحو الركود، بينما الفشل في حل أزمة منطقة اليورو يمكنه أن يقود إلى صدمة مالية كبرى وانكماش الاقتصاد العالمي. ولهذا يرى مدير عام المنظمة أنه على الحكومات أن تستخدم كافة الأدوات الموضوعية تحت تصرفها من أجل التحول نحو تدعيم الثقة وإعطاء دفعة للنمو والتشغيل، في الولايات المتحدة وأوروبا وفي كل مكان آخر في العالم.

وتشير توقعات المنظمة إلى أن معدل نمو الناتج المحلي الإجمالي في دولها سوف تبلغ نحو 1.4% في عام 2013. وفي تفصيل ذلك أعرب تقرير المنظمة عن توقعه بأنه إذا ما استطاعت الولايات المتحدة أن تتغلب على أزمة المنحدر المالي فإنها ستسجل معدلا للنمو في الناتج المحلي الإجمالي يبلغ 2% في عام 2013، بينما يتوقع أن يسجل معدل النمو في اليابان 0.7%. فيما ستظل منطقة اليورو تعاني من الركود وسوف تسجل معدلا معتدلا من التراجع في النشاط الاقتصادي يبلغ 0.1%.

أما في دول الاقتصادات الصاعدة، فإنه بعد مستوى للنشاط الاقتصادي يقل عن التوقعات في عام 2012، فإن النمو الاقتصادي بدأ يستعيد عافيته بتضافر مزيج من السياسات المالية والنقدية في هذه البلدان، وهي السياسات التي حاولت عبرها أن توازن الأثر السلبي لضعف الطلب الخارجي على منتجاتها. وفي هذا المقام، فمن المتوقع أن تسجل الصين معدل نمو يبلغ نحو 8.5% في



العالمي وأجزائه المختلفة خلال العام الحالي، فإن التقريرين يشيران إلى عدة نتائج متفق عليها: أولا، إن النمو الاقتصادي في الدول المتقدمة سوف يستمر على ضعفه، فهو بين ركود كما في منطقة اليورو أو يسجل معدلات نمو اقتصادي موجبة ولكنها أقل مما تم تسجيله في العام 2012 خاصة في الولايات المتحدة الأميركية واليابان. أما في دول الأسواق الصاعدة فهناك اتفاق على أن معدلات النمو ستتحسن مقارنة بالمعدلات المسجلة في العام الماضي، إلا أنها لن تعود للمعدلات القوية المسجلة خلال عامي 2010 و 2011 في أغلب هذه البلدان.

عام 2013 (مقارنة بنحو 7.8% حسب بيانات صينية أولية في عام 2012)، كما يتوقع أن يستجمع الناتج المحلي الإجمالي قواه الدافعة في العام 2013 في كل من البرازيل والهند وإندونيسيا وروسيا وجنوب أفريقيا. ووفقا لتقرير منظمة التعاون الاقتصادي فإن أسواق العمل سوف تظل ضعيفة في عام 2013، وسوف يبقى نحو 50 مليون شخص في دول المنظمة يعانون من البطالة، مع توقعها بارتفاع معدلات البطالة مقارنة بالعام المنصرم. وأيا كانت الفروق بين التوقعات المسجلة حول معدلات نمو الاقتصاد

توتر

في مواجهة عودة التوتر إلى منطقة اليورو، وجد البنك المركزي الأوروبي نفسه مجددا تحت الضغط للتحرك خلال الاجتماع الشهري المتعلق بسياسته النقدية، لكن هوامش المناورة التي يملكها باتت ضيقة جدا. وقال خبير اقتصادي إن الأزمة في قبرص، من شأنها أن يكون لها تأثير سلبي كبير على الثقة في منطقة اليورو.

تركيز

عزا رئيس منظمة تنمية التجارة الإيرانية حميد صافدل سبب التراجع الكبير في التبادل التجاري بين بلاده ودولة الإمارات إلى أن طهران أصبحت تركز على الاستيراد من الدول المنتجة مباشرة، دون الحاجة لوساطة من دولة أخرى.

إختيار

بدأت في جنيف عملية اختيار مدير عام جديد لمنظمة التجارة العالمية خلف الفرنسي باسكال لامبي الذي تنهى ولايته الثانية نهاية أغسطس/ آب المقبل. وذكرت مصادر في المنظمة أن السلسلة الأولى من إجراءات الانتقاء التي يفترض أن تؤدي إلى توافق حول مرشح ستستمر حتى 9 أبريل/ نيسان.

توزيع

بدأت منظمة الصليب الأحمر الدولي توزيع مواد غذائية للفقراء في أوروبا بشكل لم يسبق لها مثيل من حيث الكمية منذ الحرب العالمية الثانية، وذلك بسبب تأثير الأزمة الاقتصادية في بلدان



دراغي يحذر إيطاليا من التراجع عن الإصلاحات

حذر رئيس البنك المركزي الأوروبي ماريو دراغي إيطاليا من التراجع عن الإصلاحات المالية وإجراءات التقشف التي اعتمدها العام الماضي. واستبعد إقدام المركزي الأوروبي على تخفيف شروطه بشأن برنامج لشراء السندات الحكومية، رغم النتائج غير الحاسمة في الانتخابات التي جرت في إيطاليا الأسبوع الماضي.

وأوضح دراغي في مؤتمره الصحفي الشهري الدوري اليوم أن القواعد التي يعمل بها البنك ظلت كما هي ولم تتغير، مشيرا إلى أن «الكرة بالكامل في ملعب الحكومات». وأضاف إن أسواق المال ارتدت إلى ما كانت عليه قبل الانتخابات الإيطالية، وأضاف أن برنامج البنك لشراء السندات الحكومية كان «داعما فعلا للغاية».

وقال إنه يتعين الأخذ في الاعتبار أن الكثير من الإصلاح الهيكلي الذي تطبقه إيطاليا سيستمر. وتابع قائلا: أن طريق الإصلاح الهيكلي هو السبيل الوحيد للنمو الاقتصادي، معتبرا أن إيطاليا بحاجة إلى الاعتماد على الترشيح المالي بها بصورة كبيرة. وأوضح أن ذلك سيسهم في إعطاء إيطاليا المصدقية في أسواق المال.

من جهة أخرى أبقى المركزي الأوروبي أسعار الفائدة دون تغيير بمستواها القياسي المتدني عند 0.75%. يأتي ذلك رغم خفض البنك توقعات نمو اقتصادات منطقة اليورو، حيث رجح انكماش الاقتصاد في المنطقة بأكثر مما كان يتوقع في نهاية 2012. وهو ما دفع دراغي للقول إن البنك يدرس خفضا جديدا للفائدة في الفترة المقبلة. وكانت المخاوف قد ثارت بشأن التوقعات لمنطقة اليورو في أعقاب الجمود السياسي في إيطاليا بسبب فشل أي حزب سياسي في تحقيق فوز يضمن له تشكيل الحكومة الجديدة في الانتخابات التي جرت الشهر الماضي. ويتوقع البنك الآن انكماش اقتصادات منطقة اليورو بنسبة 0.4% في العام الحالي، في حين كان يتوقع سابقا انكماشاً بمعدل 0.3% من إجمالي الناتج المحلي.

أوروبية، مما أدى إلى انزلاق الكثير من العائلات في دوامة الفقر. وقد أصبحت المنظمة توزع مواد غذائية في نحو عشرين بلدا عضوا في الاتحاد الأوروبي.

مؤشر

ظهرت بيانات اقتصادية أميركية تحسن ثقة المستهلك في الاقتصاد الأميركي بصورة مفاجئة خلال الشهر الجاري مقارنة بالشهر السابق. وارتفع المؤشر الصادر عن جامعة ميتشغان ومؤسسة طومسون خلال الشهر الحالي إلى 78.6 نقطة متجاوزا كل توقعات المحللين.

اتفاقيات

اختتم الرئيس الصيني شي جين بينغ جولة شملت عدة دول أفريقية بزيارة لجمهورية الكونغو برازافيل حيث تم إبرام 11 عقدا لتنفيذ مشروعات بالبنية التحتية، وتعهد بتعميق التعاون بين بلاده والقارة. وركزت الزيارة التي شملت تنزانيا وجنوب أفريقيا في الأساس على الجانب الاقتصادي.

مباحثات

قال رئيس الوزراء التركي رجب طيب أردوغان إن بلاده تتباحث مع أكراد العراق بشأن بنود شراكة في مجال الطاقة، وهي المرة الأولى التي تعلن فيها أنقرة رسميا تفاوضها مع كردستان العراق حول مشروع طاقة، مما قد يفاقم التوتر القائم بين تركيا والعراق.

تراجع

قال رئيس جمهورية

أفريقيا الوسطى الجديد ميشال جوتوديا إن حكومته ستراجع عقود التعدين والنفط التي وقعت في عهد الحكومة السابقة، وأوضح جوتوديا أنه سيطلب من الوزراء المعنيين "النظر فيما إذا كانت الأمور سارت بشكل سيئ في محاولة للتدقيق في العقود".

شراء

كشفت شركة طوكيو غاز اليابانية عن موافقتها على شراء حصة نسبتها 25% من أصول نفط وغاز بمنطقة بارنيت شال في ولاية تكساس الأميركية مقابل 485 مليون دولار من شركة كوكيسيلفر ريسورسيز الأميركية. وقالت الشركة اليابانية إنها ستنشئ مشروعا مشتركا مع كوكيسيلفر.

تجميد

قال وزير الطاقة التركي تاندر يلدرم اليوم إن بلاده قررت تعليق مشاريع الطاقة مع عملاق الطاقة الإيطالية إيني بسبب مشاركة الأخيرة في عمليات التنقيب عن المحروقات قبالة سواحل قبرص وهي منطقة موضع نزاع بين أنقرة ونيقوسيا. وأضاف يلدرم أن قرار التعليق يشمل المشاريع التي تنفذها إيني حاليا في تركيا.

تجريب

حلقت الطائرة بوينغ 787 دريملاينر في رحلة تجريبية تهدف لإثبات أن نظام البطارية ليثيوم أيون الجديد يفي بمعايير السلامة، وذلك في خطوة مهمة لاستئناف الطائرة رحلاتها المتوقفة



البطالة بفرنسا في أعلى مستوى منذ 1999

سجل معدل البطالة في فرنسا أعلى مستوى في أكثر من 13 عاما في الربع الأخير من 2012 مما يبرز التحديات التي تواجهها الحكومة للوفاء بتعهداتها بكبح جماح البطالة بنهاية العام، حسبما وعد الرئيس الفرنسي فرانسوا هولاند. ودفعت البيانات الرسمية التي صدرت عن مكتب الإحصاء الوطني الفرنسي باريس إلى الدعوة مجددا إلى التحرك على المستوى الأوروبي لحفز النمو الاقتصادي، في وقت يظهر ثاني أكبر اقتصاد في منطقة اليورو مؤشرات متزايدة على الضعف.

وبلغ معدل البطالة مستوى 10.6% مرتفعا للربع السادس على التوالي في اقتصاد انكمش بنسبة 0.3% في الثلاثة شهور الأخيرة من 2012.

وبهذه الزيادة بلغ معدل البطالة أعلى مستوياته منذ الربع الثاني من العام 1999 كما أنها أحدث الأنباء السيئة لحكومة أقرت بأنها لن تتمكن من الوفاء بالمستويات المستهدفة للنمو والعجز في موازنة هذا العام.

وبينما تتزايد البطالة بشكل مطرد في فرنسا منذ منتصف العام 2011، كان الشباب الأكثر تضررا من الأزمة. وبلغ عدد العاطلين في الفئة العمرية من 15 إلى 24 عاما أكثر من الربع وتحديدا ما نسبته 25.7% بزيادة قدرها 3.4 نقاط مئوية عن الفترة نفسها من عام 2011.

وارتفاع البطالة يسبب حرجا للرئيس الفرنسي الذي وعد في حملته الانتخابية العام الماضي بالعمل على وقف ارتفاع البطالة بنهاية العام الجاري، غير أنه عاد واعترف الاثنين الماضي بأن الوفاء بهذا الهدف في مناخ من ركود النمو وتزايد حالات إغلاق المصانع "سيكون أمرا صعبا".

ومؤخرا تراجعت باريس عن معدلات النمو وعجز الموازنة المستهدفة للعام 2013، معتبرة أن الظروف الاقتصادية الصعبة التي تمر بها فرنسا ومنطقة اليورو برمتها تحول دون تحقيق ذلك.

منذ شهرين. واستغرقت الرحلة التجريبية ساعتين، وقالت بوينغ إنها جرت وفق الخطة الموضوعة.

مراقبة

مرت إدارة الطيران الاتحادي الأميركية بإغلاق أبراج المراقبة الجوية في 149 مطارا صغيرا بسبب خفض الإنفاق في الموازنة الأميركية. وقالت الإدارة في بيان إن أربعين برجاً آخر كانت تواجه أيضا خطر الإغلاق ستبقى مفتوحة، إما بسبب أهميتها أو لأنها تتمتع بموازنة مستقلة.

مبيعات

أعلنت مجموعة فولكسفاغن الألمانية أكبر منتج سيارات في أوروبا أن مبيعاتها العالمية في العام الماضي قفزت بنسبة 11.2% لتصل إلى 9.07 ملايين سيارة. وتعد المبيعات، التي أعلنتها المجموعة الألمانية قبل انطلاق معرض أميركا الشمالية الدولي للسيارات في مدينة دييترويت الأميركية.

تقرير

كشف تقرير صدر أن شركة سامسونغ إلكترونيكس الكورية الجنوبية اعتلت المرتبة الثالثة بين شركات التكنولوجيا في العالم من حيث القيمة السوقية عام 2012. وسامسونغ التي تعد أكبر منتج في العالم للهواتف الذكية وأجهزة التلفزيون المسطحة ورقائقي الذاكرة جاءت بعد شركتي أبل وأولا وغوجل ثانياة الأميركيةيتين.



Gulf Industrial Services Company

Electro - Mechanical

Fire and Security -
Serving the Oil & Gas Industry

- Fuel complexes and oil tanks
- Water pumping stations and related piping works
- Sewerage and storm water pumping stations
- Water Filtration Plants
- High and low voltage systems & Cable Laying
- Associated Switchgear and Transformers
- U.P.S. Systems
- Operation and Maintenance of HV & LV Substations
- Fire & Security: Hazard Analysis, Surveys & Consultancy
- Ultrasonic smoke detector cleaning and calibration
- Halon, FM200 and CO2 filling station
- Room integrity testing
- Agent/Representative of Several International Renowned Companies
- Airconditioning Systems Maintenance & Installation
- Repair and maintenance of diesel engines, generators, boilers and compressors

Head Office
P.O.Box 46625
Abu Dhabi
U.A.E.
Tel: 00971-2-6265750
Fax: 00971-2-6265710
Email: gisco@giscoauh.ae; gm@giscoauh.ae
Website: www.gisco-uae.com



Dubai Branch
P.O.Box 9082
Dubai
U.A.E.
Tel: 00971-4-3373506
Fax: 0071-4-3378353
Email: gisco@giscoauh.ae