

نتفاءل بالخير .. لنجده

قبل عامين تحديداً، ومع إقفال معبر نصيب الحدودي سيطر التشاؤم على مختلف أرجاء القطاع الصناعي الغذائي إذ كان من المتوقع أن يدخل القطاع في مرحلة صعبة نتيجة عدم قدرته على تصريف إنتاجه في ظل مجموعة من التحديات كانت عقيمة على الإصلاح طيلة سنوات طوال.

عامان مرّا، وما هي ”الصناعة والإقتصاد“ تعد ملفاً آخر حول الصناعات الغذائية، لتصطدم بواقع مدهش مفاده أن أكثر من الصناعيين عمدوا الى توسيع مصانعهم وضح استثمارات جديدة، اعتقاداً منهم أن السوق تشهد انخفاضات وارتفاعات، ولا بد في زمن الانخفاض من التجهيز ليكونوا على أهبة الاستعداد لإلتقاط الفرص في الوقت المناسب.

الخبر المفرح هذا، يرافقه تفاؤل شامل في مختلف أرجاء القطاع إذ لا تزال مفاعيل انتخاب رئيس الجمهورية وتغيّر التوجّه في التعاطي مع القطاع الصناعي تثبت مشاعر الاطمئنان لدى القيميين على القطاع.

أمامنا مستقبل، من المؤكد أن الصناعات الغذائية ستبقى سفيرة لبنان الى الخارج كما يحلو للبعض وصفها، فإنتاج الصناعيين اللبنانيين يطوف، وبحسب مدير عام بيماتيكا“ خالد بكري، في كل أرجاء الدنيا.

نعم، إنهم يستحقون وساماً، كما يعتقد عميد الصناعيين الغذائيين جورج نصرأوي. فهم مثابرون، شجعان، صبورون، يعشقون عملهم، متمسكون بوطنهم ومعه على السراء والضراء.

هم طموحون، وليس أي طموح بل طموح عالمي يجعلهم يفكرون بأسواق الصين التي اعتقد أنها لن تكون عصية عليهم، فهم عرفوا الطريق الى الأسواق الخارجية منذ زمن طويل، والتزموا بكل متطلباتها، وسعوا بقوة كي تسير عليها مؤسساتهم.

هم اذكياء، ففي ظل ارتفاع تكاليف إنتاجهم اختاروا التميّز من خلال الجودة، فخلقوا مختبرات في مصانعهم منذ عشرات السنين وحرصوا على ضم أبرز الكادرات البشرية الى فريق عمل مؤسساتهم. كما سلكوا خيار تعزيز هذه الجودة عبر استيفاء معايير شهادة الأيزو التي من شأنها أن تحدث خرقاً في المفاهيم السائدة في عملية الإنتاج وتقديم الخدمات، من خلال تحفيز الإداريين والمهنيين في القطاعين العام والخاص على ضرورة مواكبة المستجدات والمتغيرات العالمية السريعة المتلاحقة، وتشجيعهم على رفع مستوى الأداء وتحسين نوعية الخدمات وتخفيض تكاليف التشغيل، وتطوير إجراءات وأساليب العمل، وذلك من خلال تطبيق أدوات الجودة ومعاييرها، والتي استحقوا من خلالها نيل شهادة الأيزو الدولية“.

هم حقاً ناجحون، فنسبة البضائع اللبنانية المرفوضة في الخارج حققت انخفاضاً كبيراً في نسبة الرفض خلال السنوات الثلاث الأخيرة، ما يؤكد بأن صناعة لبنان الغذائية بخير.

هم ماهرون في التقاط الفرص، ففي حين تغيب الدولة عن دعم القطاع بشكل كبير، تؤكد الأرقام الإيجابية الكبيرة للدعم الذي قدمه وما زال يقدمه الاتحاد الأوروبي من خلال تمويل برنامج الجودة في وزارة الاقتصاد والتجارة، الذي نجح حتى الآن في دعم أكثر من 50 مصنعا غذائياً نجحت في تطبيق معايير سلامة الغذاء والتتبع الدولية وحصلت على شهادات الأيزو الدولية.

هم وغيرهم من الصناعيين أمل المستقبل. فكل المعطيات تشير الى أن القطاع الصناعي برمته أمام فرصة حقيقة للنهوض به إذ من المنتظر أن تعمل الحكومة على تحفيز القطاع عبر الحد من

التهرب ووقف الإغراق الذي تتعرض له الأسواق اللبنانية معتمدة مبدأ المعاملة بالمثل وتكافؤ الفرص وفرض إجراءات حمائية ودعم الأكلاف الإنتاجية وإقفال المؤسسات غير

الشرعية إضافة الى العمل على رفع الصادرات الى الأسواق الخارجية.

ورغم التفاؤل الكبير، فإن بعض القلق يسيطر على النفوس إذ إن أداء الحكومات

السابقة والطبقة السياسية التي لا تزال في الحكم لا يبشّر بالخير. لكن لا

خوف، فكل النجاحات التي حققتها الصناعات اللبنانية كانت بمجهود

فردى من الصناعيين ما يعني أن لا تراجع للقطاع، ليبقى المطلوب

في المرحلة الجديدة هو أن «نتفاءل بالخير لنجده».

آفاق نمو واسعة تعززها فرص استثمارية واعدة الصناعات الغذائية.. سفيرة لبنان الى العالم



السماة التنافسية العالية العائدة إلى الشهرة التي يكتسبها المطبخ اللبناني عالمياً، وذوق الصناعيين اللبنانيين وقدرتهم على الانفتاح، مكّنت قطاع الصناعات الغذائية من غزو الأسواق الخارجية في مختلف دول العالم. في الدول العربية، الأميركية، الأوروبية، الأفريقية وفي أي مكان في العالم تجد هذه المنتجات الموسومة بشعار «صنع في لبنان» تدغدغ حنين الجاليات اللبنانية التي أضحت لها الفضل الأكبر في نجاح القطاع وتوسّع رقعة انتشاره. وتشهد صادرات القطاع ازدياداً مضطرباً، إذ تتربّع في معظم الأحيان في المراتب الأولى في ترتيب الصادرات الصناعية اللبنانية إلى الأسواق الخارجية. ويعود نجاح الصناعات الغذائية في الأسواق الخارجية إلى عوامل متعددة، تأتي في طليعتها الجودة والتنوع اللتان أدتا إلى تنامي الطلب عليها في الأسواق الخارجية. كما أدت الأحداث الدائرة في سورية دوراً في نمو القطاع، وذلك نتيجة تضاؤل حصة الصادرات السورية إلى الأسواق الخارجية والتي تمت الإستعاضة عنها عبر رفع الطلب على المنتجات اللبنانية.

المرتبة الثانية بحصة وصلت إلى 10.4% في حين حلت أفريقيا بالمرتبة الثالثة.

مميزات تنافسية وفرص استثمارية

ويتسم قطاع الصناعات الغذائية بمميزات تنافسية تتمثل بتوفر اليد العاملة المتخصصة وذات الكلفة المنخفضة، وجود روابط وثيقة مع قطاع زراعي قوي ومتنوع، دعم مؤسساتي من الحكومة بحيث تتوفر مؤسسات للاختبار والبحث والتطوير (بما في ذلك 3 مختبرات) ومدرسة مهنية متخصصة في الصناعات الغذائية، وشهرة المطبخ اللبناني عالمياً.

ويتمتع القطاع، الذي بلغ حجمه مليار و100 مليون دولار من الناتج المحلي الإجمالي عام 2013، بفرص استثمارية شتى أشارت إليها المؤسسة العامة

صادرات الصناعات الغذائية اللبنانية تليها المشروبات والخل والمشروبات الروحية بنسبة 22.4%، فيما حلت الخضروات والفواكه المعلبة في المرتبة الثالثة بنسبة 14.8%.

تتجه النسبة الأكبر من صادرات الصناعات الغذائية نحو البلدان العربية (باستثناء بلدان الخليج) بنسبة 55.1% من مجموع الصادرات في العام 2015، حيث بلغت نسبة صادرات الصناعات الغذائية اللبنانية إلى سورية 35.1%، العراق 13% ومصر 3.8%. وسجلت نسبة الصادرات إلى دول مجلس التعاون الخليجي حوالي 18.4% من مجموع هذه الصادرات، وحلت السعودية في المرتبة الأولى بين هذه الدول باستيرادها بحو 8.5% من مجموع الصادرات الصناعية، تلتها الامارات 3.7% وقطر 3% وحلت أوروبا في

الساكر والحلويات في مقدمة الصادرات

ارتفعت صادرات لبنان من المنتجات الغذائية الصناعية من 422 مليون دولار عام 2012 إلى 548 مليون دولار عام 2015. وشكلت صادرات القطاع نسبة 20.7 في المئة من مجموع الصادرات اللبنانية في العام 2015 و36.5% من مجمل الصادرات الصناعية لعام 2015 إذ بلغ معدل النمو السنوي المركب للصادرات 11.2% بين عامي 2012 و2015. واحتلت صادرات الساكر والحلويات المرتبة الأولى إذ بلغت 37.4% من مجمل

المكسرات.. إعادة تشكيل ضرورية

وشدّت «إيدال» في دراستها على «ضرورة إعادة تشكيل وهيكله سلسلة تصنيع الفواكه المجففة والمكسرات لخلق قيمة أعلى، بحيث تصبح المحامص اللبنانية مورداً ثابتاً للأسواق الإقليمية بعد تحقيق متطلبات شهادة الجودة التي ينص عنها الاتحاد الأوروبي». فوفق أرقام الدراسة، يوجد في لبنان 42 محمصة لإعداد الفواكه المجففة والمكسرات، ومعظمها يتركز في شمال لبنان حيث يوجد 16 محمصة، وفي جبل لبنان حيث يوجد 14 محمصة. أما صادرات الفواكه المجففة والمكسرات لعام 2015، فقد بلغت نحو 126 مليون دولار.

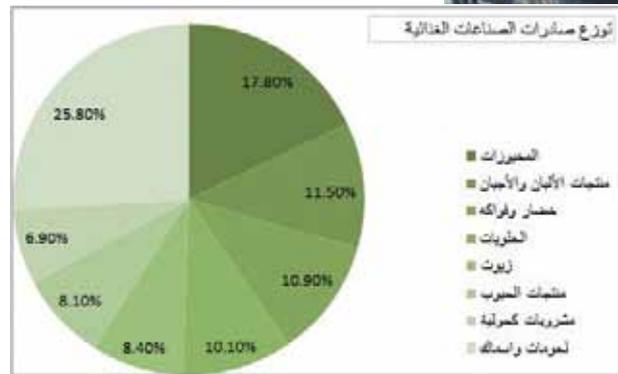
الكينوا.. صناعة ناشئة

ولحظت دراسة «إيدال» طلباً متزايداً على الحليب النباتي مثل حليب الصويا، حليب جوز الهند، حليب الشوفان وحليب اللوز. وبناءً عليه، ترى في هذا التوجه صناعة ناشئة. كذلك، إن الطلب العالمي على منتجات الكينوا أدى إلى ظهور منتجات جديدة في مجال إنتاج الكينوا، فبات هناك طلب على طحين الكينوا، رقائق الكينوا وحبوب الكينوا، وبالتالي ترى المؤسسة فرصاً للاستثمار في هذا المجال، خصوصاً أن إنتاج الكينوا عالمياً بلغ عام 2013 نحو 114 ألف طن.

مستقبل النبيذ:

طلب على النوعية الفاخرة

وإذ توقعت «إيدال» فرصاً استثمارية قيّمة في صناعة النبيذ، ربطت هذا النجاح بالتحول نحو إنتاج نبيذ عالي الجودة موجه إلى متذوقي النبيذ الراقى. وفي الواقع، تبلغ قيمة صناعة النبيذ اللبناني 41 مليون دولار، وتعتمد بنحو رئيسي على الصادرات. يشمل هذا القطاع 40 مصنع نبيذ، 21 منها في البقاع، وتنتج نحو 8.5 ملايين زجاجة نبيذ سنوياً، بحيث يسيطر مصنعو كسارة وكفريا على ما يقارب نصف قيمة الإنتاج. ويصدر النبيذ اللبناني إلى أكثر من 40 بلداً، وتشير الأرقام إلى أن 32% من صادرات النبيذ موجهة إلى بريطانيا و17% إلى فرنسا.



ويعتبر زيت الزيتون من بين المنتجات الغذائية الصناعية اللبنانية الأكثر شهرة، وهو يكتسب المزيد من الفرص في كل من الأسواق المحلية والعالمية، نظراً إلى جودته وأسعاره التنافسية. وفي عام 2015، بلغت صادرات زيت الزيتون 25.7 مليون دولار، بزيادة قدرها 27% عن مستويات 2014. وتذهب 21% من هذه الصادرات إلى الولايات المتحدة الأمريكية، تليها السعودية بـ 20%.

الألبان والأجبان.. فرص وإعادة ووفقاً لـ«إيدال» يحمل قطاع صناعة منتجات الألبان والأجبان فرصاً للصناعة العضوية. ولا سيما أن «اهتمام المستهلكين اللبنانيين بالصحة والعافية ينمو بسرعة، ما يخلق فرصاً جديدة لتصنيع منتجات الألبان العضوية، ولا سيما تلك التي تستهدف الأطفال.

واستورد لبنان عام 2015 ألباناً وأجباناً بقيمة 307 ملايين دولار، فيما صدر فقط بقيمة 7 ملايين دولار. تشير الدراسة إلى أنه يوجد في لبنان نحو 31 مصنع ألبان وأجبان تتركز في البقاع، حيث يوجد 17 مصنعاً، وجبل لبنان حيث يوجد 11 مصنعاً.



لتشجيع الاستثمارات في لبنان «إيدال»، عبر دراسة أعدتها بعنوان «فرص الاستثمار في قطاع الصناعات الغذائية لعام 2016».

ترى «إيدال» في دراستها أنّ فرص الاستثمار المتاحة في قطاع الصناعات الغذائية تندرج ضمن 5 مجالات رئيسية يمكن أن تحقق نمواً كبيراً في السنوات المقبلة، هي زيت الزيتون، منتجات الألبان والأجبان، الفاكهة المجففة والمكسرات، الأغذية المعلبة والنبيذ.

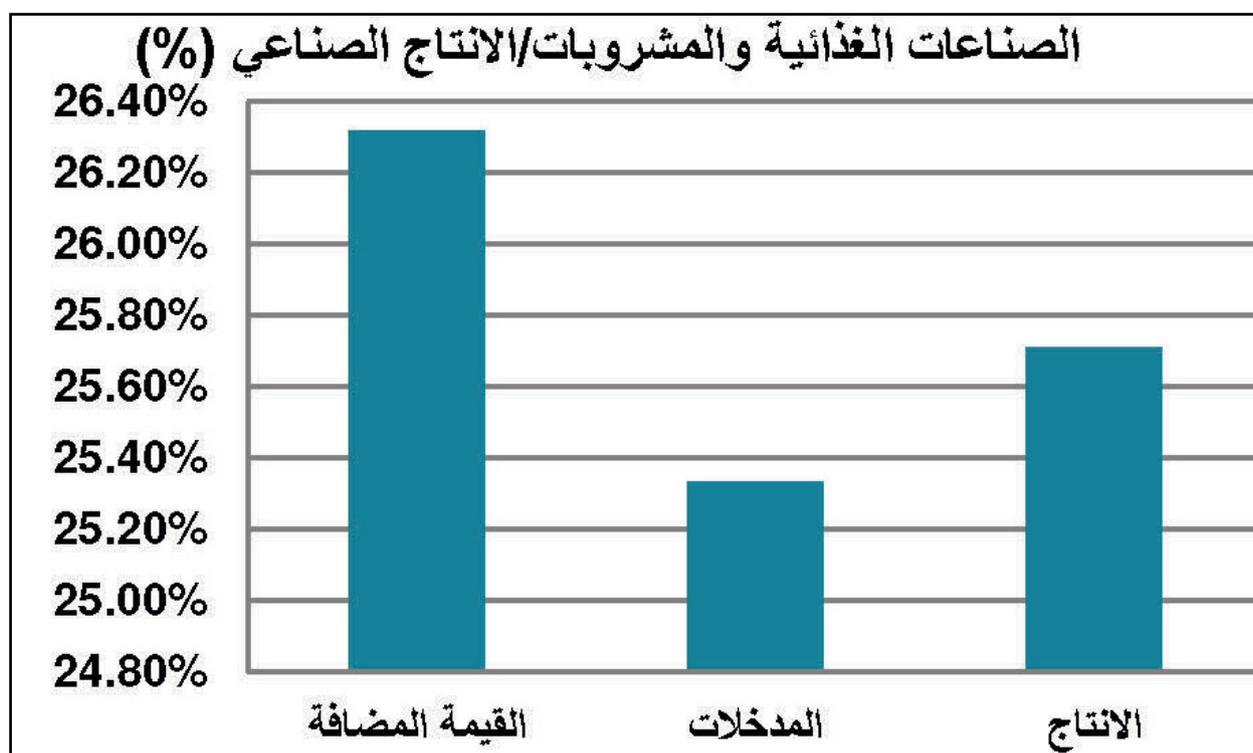
زيت الزيتون .. الأكثر شهرة

وتتوقع إيدال في دراستها وجود فرص نمو في إنتاج زيت الزيتون البكر الممتاز من أصناف جديدة من الزيتون، كما اعتبرت أن زيوت الزيتون بنكهة الأعشاب والتوابل المختلفة، مع تزايد شعبيتها، تمثل فرصة استثمارية جيدة في السوق اللبنانية.

الصناعات الغذائية والمشروبات

وفقا للنظام الجمركي المنسق، تدرج الصناعات الغذائية ضمن البنود الجمركية للفصول 4 والذي يتضمن البان واجبان ومنتجاتها، بيض طيور، عسل طبيعي، وغيرها من منتجات صالحة للأكل، وكذلك الفصول 15 وحتى الفصل 24 وهي تتضمن الشحوم والدهون والزيوت الحيوانية والنباتية، فضلا عن اللحوم والاسماك المحضرة والخضار والنباتات والفواكه والحبوب المصنعة والمشروبات والنبغ ومصنوعاته.

تعتبر الصناعات الغذائية والمشروبات من اهم الصناعات اللبنانية واكثرها استقطابا للرساميل الموظفة في الصناعة واليد العاملة الصناعية، ويقدر حجم الانتاج في هذه الصناعات باكثر من 1,7 مليار دولار وتبوات هذه الصناعات الصدارة لناحية عدد المؤسسات (18,2%) واليد العاملة (24,9%) والانتاج (25,7%) والقيمة المضافة (26,3%).



القيمة المضافة/الانتاج (%)	القيمة المضافة	المدخلات	الانتاج	القوى العاملة	القيمة (الف \$)
39%	687,748	1,060,705	1,748,453	20,604	صناعة المنتجات الغذائية والمشروبات
37%	73,976	126,640	200,616	3,009	محضرات الخضار والثمار والفواكه
18%	33,570	156,924	190,494	586	صناعة منتجات مطاحن الحبوب
47%	4354	4939	9293	189	صناعة المشروبات الروحية
76%	37,842	12,016	49,858	549	صناعة النبيذ
54%	192670	161187	353857	1760	المشروبات المرطبة والمياه
37%	345,336	598,999	944,335	14,511	غيرها من الصناعات الغذائية
38%	2,613,201	4,187,092	6,800,292	82,843	المجموع العام
	26.32%	25.33%	25.71%	24.87%	الصناعات الغذائية والمشروبات/المجموع %

عجز بين الإستيراد والتصدير في الصناعات الغذائية في العام 2016

نذكر هنا الى ان احصاءات استيراد وتصدير الصناعات الغذائية تشير الى ان لبنان يواجه منافسة كبيرة في المستوردات حيث بلغ العجز في الميزان التجاري في العام 2016 مليار و 367 مليون دولار اي بارتفاع نسبته 4,7 % مقارنة مع العام 2015 حيث بلغ العجز في الميزان التجاري مليار و 306 مليون دولار. وتجدر الاشارة الى أن قيمة صادرات الصناعات الغذائية خلال العام 2016 بلغت 491.1 مليون دولار مقابل 523,8 مليون دولار خلال العام 2015 اي بانخفاض ونسبته 6.3 %.

اما مستوردات الصناعات الغذائية خلال العام 2016 بلغت مليار و 858.1 مليون دولار مقابل مليار و 829.7 مليون دولار خلال العام 2015 اي بارتفاع ونسبته 1.6 %

ومن هذه الصناعات الغذائية نرى انه بالنسبة للدهون والزيوت بلغ العجز في الميزان التجاري 118.9 مليون دولار

اما بنسبة للخضار والنباتات والفواكه المصنعة كان هناك فائض في الميزان التجاري وقدره 19.8 مليون دولار.

اما المشروبات فقد بلغ العجز في الميزان التجاري فيها 53.6 مليون دولار.

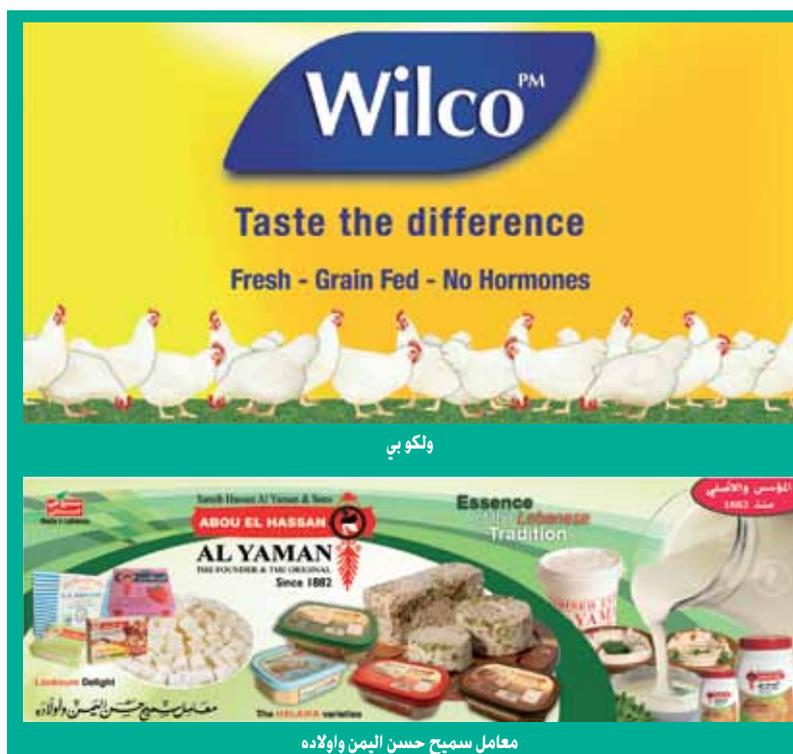
2016	2015	2014	2013	2012	صادرات الصناعات الغذائية (الف دولار)
6,205	7,421	8,883	9,389	8,925	4- صناعة الألبان، بيض طيور عسل وغيرها
39,338	33,669	32,780	36,531	30,804	15- دهون وزيوت
14,454	16,738	24,858	20,800	21,290	16- لحوم واسماك مصنعة
72,208	77,933	50,675	44,684	26,711	17- مصنوعات سكرية
36,126	38,038	51,401	40,525	40,947	18- كاكاو ومصنوعاته
38,924	49,514	46,515	38,666	39,193	19- مصنوعات من حبوب او دقيق
108,524	126,588	127,738	115,956	108,449	20- خضر ونباتات وفواكة مصنعة
88,570	72,234	83,147	71,027	51,837	21- مصنوعات غذائية منوعة
63,253	82,042	101,795	100,009	79,973	22- مشروبات
1,238	1,981	3,712	7,922	3,345	23- بقايا الأغذية
22,206	17,646	25,350	13,043	20,437	24- تبغ
491,046	523,804	556,855	498,553	431,913	المجموع

2016	2015	2014	2013	2012	مستوردات الصناعات الغذائية (الف دولار)
292,327	307,214	401,949	351,303	297,179	4- صناعة الألبان، بيض طيور عسل وغيرها
158,215	164,018	186,892	199,454	194,601	15- دهون وزيوت
103,807	99,877	116,359	114,341	102,465	16- لحوم واسماك مصنعة
202,870	176,423	164,853	169,064	162,981	17- مصنوعات سكرية
92,013	94,538	95,810	92,459	81,391	18- كاكاو ومصنوعاته
272,636	278,694	243,864	242,455	208,295	19- مصنوعات من حبوب او دقيق
88,734	86,638	88,566	89,839	73,184	20- خضر ونباتات وفواكة مصنعة
213,336	196,903	202,888	194,150	178,426	21- مصنوعات غذائية منوعة
116,886	124,892	132,014	124,232	144,379	22- مشروبات
143,352	123,667	142,732	112,578	112,632	23- بقايا الأغذية
173,925	176,882	225,097	270,905	338,940	24- تبغ
1,858,101	1,829,746	2,001,026	1,960,781	1,894,473	المجموع

تطور التبادل التجاري للصناعات الغذائية:

الميزان التجاري	النسبة %	مستوردات الصناعة الغذائية	النسبة %	صادرات الصناعة الغذائية	مليون \$
-1462.6	8.9	1.894.5	9.6	431.9	2012
-1462.2	9.2	1.960.8	12.7	498.6	2013
-1444.1	9.8	2.001.0	16.8	556.9	2014
-1305.9	10.1	1.829.7	17.7	523.8	2015
-1367.1	9.9	1.858.1	16.5	491.0	2016

بالمقارنة بين الاعوام 2012 و 2016 فقد ارتفعت قيمة الصادرات الصناعية الغذائية من 431.9 مليون دولار في العام 2012 الى 491 مليون دولار في العام 2016 . شكلت هذه الصادرات ما نسبته 9.6 % من اجمالي الصادرات اللبنانية في العام 2012 ، وصولا الى 16.5 % في العام 2016. في المقابل انخفضت قيمة مستوردات الصناعات الغذائية من مليار و 894.5 مليون دولار في العام 2012 الى مليار و 858.1 مليون دولار في العام 2016. شكلت هذه المستوردات ما نسبته 8.9 % من اجمالي المستوردات اللبنانية في العام 2012 وارتفعت الى 9.9 % في العام 2016.



ولكو بي

معامل سميح حسن اليمن واولاده



ميتكو

1-1 صناعة الدهون والزيوت

أ- الصادرات

ارتفعت قيمة صادرات الدهون والزيوت من 30.8 مليون دولار في العام 2012 الى 39.3 مليون دولار في العام 2016 وذلك بنسبة 27.6%.

تصدرت السعودية اسواق صادرات الدهون والزيوت عام 2016 بنسبة 17.8% تلتها الولايات المتحدة الاميركية بنسبة 14.1% ثم الامارات العربية المتحدة بنسبة 9.5% وهولندا بنسبة 8.2% والكويت بنسبة 8.1% وفرنسا بنسبة 7.1% والعراق بنسبة 6.5%.

ب- المستوردات

انخفضت قيمة مستوردات الدهون والزيوت من 194.6 مليون دولار في العام 2012 الى 158.2 مليون دولار في العام 2016 وذلك بنسبة 18.7%.

تصدرت اوكرانيا اهم موارد استيراد الدهون والزيوت في العام 2016 بنسبة 28.5% تلتها تركيا بنسبة 10.8% وماليزيا بنسبة 10.5% والسعودية بنسبة 10.3% وروسيا بنسبة 7.8% ومصر بنسبة 7.2%.

1-2 صناعة الخضار والنباتات والفواكه

أ- الصادرات

استقرت قيمة صادرات محضرات الخضار والنباتات والفواكه حيث كانت 108.4 مليون دولار في العام 2012 فاصبحت 108.5 مليون دولار في العام 2016 اي بفارق لا يذكر. فقد ارتفعت قليلا في السنوات 2013 و 2014 و 2015 ثم انخفضت الى نفس المستوى.

تصدرت السعودية اسواق صادرات محضرات الخضار والنباتات والفواكه بنسبة 20.6% وتلتها الولايات المتحدة الاميركية بنسبة 8% ثم هولندا بنسبة 6.3% والعراق بنسبة 6.1% والمانيا بنسبة 6%، ثم الكويت بنسبة 5.7% وقطر بنسبة 5%.

ب- المستوردات

ارتفعت قيمة مستوردات محضرات الخضار والنباتات والفواكه من 73.2 مليون دولار في العام 2012 الى 88.7 مليون دولار خلال العام 2016 اي بنسبة 21.2%.

تصدرت الارجنتين اهم موارد استيراد محضرات الخضار والنباتات والفواكه بنسبة 55% تليها تايلاند بنسبة 12.1% ثم هولندا 6.6% والسعودية بنسبة 5.2% ثم فرنسا بنسبة 5.1% وسوريا وايطاليا ومصر بنسبة 4.9% لكل منها.

تجدر الاشارة كما ذكرنا سابقا الى انه بالنسبة لمحضرات الخضار والنباتات والفواكه كان هناك فائض في الميزان التجاري وقدره 19.8 مليون دولار.



3-1 صناعة المشروبات

تتضمن صناعة المشروبات مصانع المشروبات الروحية ومصانع النبيذ ومصانع المشروبات المرطبة والمياه.

التبادل التجاري للفصل 22: مشروبات وسوائل كحولية واخل

السنة	المستوردات		الصادرات		الميزان التجاري
	الوزن (طن)	القيمة (ألف \$)	الوزن (طن)	القيمة (ألف \$)	
2012	252,870	144,379	90,390	79,973	-64,406
2013	273,937	124,232	110,700	100,009	-24,223
2014	127,181	132,014	109,893	101,795	-30,219
2015	79,626	124,892	90,124	82,042	-42,850
2016	72,781	116,886	66,592	63,253	-53,633

■ في العام 2016 استأثر العراق 22 % من اجمالي صادرات صناعة المشروبات وتليه الولايات المتحدة الاميركية بنسبة 8 % ومن ثم هولندا بنسبة 7.3 % ويليها فرنسا بنسبة 6 % والاردن بنسبة 3.9 % والسعودية بنسبة 3.7 %.

■ اما بالنسبة للمستوردات في العام 2016 فقد استأثرت فرنسا بنسبة 16.5 % من مصادر المشروبات المستوردة في لبنان وتليها السعودية بنسبة 10.5 % والمانيا بنسبة 7.1 % والنمسا 6.2 % وايطاليا 3.3 %.

المصدر: - مديرية الجمارك اللبنانية



باتيسيري لوليتا

شركة ايسكو للصناعة والتجارة

FROM CARDBOARD, WE CREATE EXCELLENCE



Gemayel Freres s.a.l.
corrugated cardboard and packaging
Since 1929, Lebanon's Professionals' Packaging Partner

SINCE 1929 GEMAYEL FRÈRES SAL HAS PIONEERED THE CARDBOARD INDUSTRY IN LEBANON. OUR MANUFACTURING FACILITIES WERE BOMBED TWICE, WITH FAITH IN LEBANON AND IN ITS INDUSTRY WE HAVE REBUILT, TO BECOME ON MARCH 1998 THE FIRST CORRUGATED CARDBOARD AND PACKAGING COMPANY IN LEBANON AND THE REGION TO BE ISO CERTIFIED. OUR COMPANY IS BACKED BY MODERN TECHNOLOGY AND BY ITS LONG YEARS OF EXPERIENCE. COURTEOUS, COMPETENT, EXPERIENCED AND CREATIVE, OUR STAFF MEMBERS ARE READY TO LISTEN TO CUSTOMERS TO BECOME "THE" PRIVILEGED SUPPLIER. WE LOOK FORWARD TO THE FUTURE WITH CONFIDENCE, TO PROUDLY KEEP ON PRODUCING "MADE IN LEBANON" TO THE WORLD!

FROM CARDBOARD, WE GENERATE BEAUTY

Bickfaya's Industrial Park; Phone: 961 4 980122 Fax: 961 4 980 111 P.O.Box 111 Bickfaya, Lebanon
Beirut Contact Office, 311 SAIFI Bldg. 7th Floor, Tabaris Square; Phone: 961 1 203 000 - 961 1 203 323
www.gemayelfreres.com info@gemayelfreres.com



دعا الى وضع استراتيجية وطنية متكاملة لقطاع الصناعات الغذائية عيتاني: مستعدون للوقوف إلى جانب المستثمرين



ليس في لبنان فحسب، إنما في دول العالم كافة يحظى قطاع الصناعات الغذائية باهتمام متزايد لما يوفره من فائدة تتكامل مع القطاع الزراعي بالإضافة إلى أهميته على الصعيد الإستراتيجي والأمن الغذائي ومساهمته في الاكتفاء الذاتي للدول.

ويعتبر قطاع الصناعات الغذائية المساهم الرئيسي في الاقتصاد اللبناني، إذ شكّلت منتجاته عام 2011، ما يقارب 26,3 في المئة من إنتاج القطاع الصناعي وحوالي 2,2 في المئة من الناتج المحلي الإجمالي. كما أنه القطاع الأكثر توفيراً لفرص العمل من ضمن القطاع الصناعي، حيث يوفر نحو 20.607 فرصة عمل، أي ما يوازي نسبة 25 في المئة من اليد العاملة الصناعية.

تشكل هذه الأرقام مؤشراً قوياً على أهمية الدور الذي تضطلع به الصناعات الغذائية في الاقتصاد اللبناني كقطاع صناعي رئيسي يحقق نمواً سنوياً بمعدل 7 في المئة. ويجذب المستثمرين إذ يتمتع بميزات تنافسية تتمثل بتوفر اليد العاملة المتخصصة وذات الكلفة المنخفضة، ووجود روابط وثيقة مع قطاع زراعي قوي ومتنوع، ودعماً مؤسسياً من الحكومة عبر توفير مؤسسات للاختبار والبحث والتطوير (بما في ذلك 3 مختبرات) ومدرسة مهنية متخصصة في الصناعات الغذائية، إضافة إلى شهرة المطبخ اللبناني عالمياً.

وفقاً لمدير عام المؤسسة العامة لتشجيع الاستثمارات في لبنان «ايدال» المهندس نبيل عيتاني «أثبت القطاع، على مر السنوات، أنه يتمتع بمقومات عديدة جعلته يحقق قفزة نوعية في السنوات الأخيرة، ولاسيما خلال العام 2014 حيث سجلت صادراته معدلات قياسية معتمداً على السعي الحثيث من قبل القيميين على مؤسسات التصنيع الغذائي إلى مواكبة أحدث المواصفات والمعايير الدولية في الإنتاج والتوضيب. وأعلن أنه «رغم أزمة إقفال الحدود البرية التي انعكست تراجعاً محدوداً في حجم صادرات القطاع للعام 2015، شكّلت صادراته نحو 36,5 في المئة من إجمالي الصادرات الصناعية، بزيادة بلغت نسبتها 32 في المئة بين 2011 و2015.

ارتفاع حجم الإستثمار وإن كشف عيتاني عن أن «دراسة أعدتها إيدال عن القطاع بيّنت أن عدد مؤسسات هذا القطاع بات يشكل أكثر من 20,35 في المئة من مجموع المؤسسات الصناعية»، أعلن أن «حجم الاستثمار في القطاع ارتفع، بحيث وسع العديد من المصانع خطوط إنتاجه كما طوّر آلاته ومعداته، وأنشئت العديد من الوحدات الصناعية الجديدة مع إدخال إنتاج جديد إلى الأسواق مستندة إلى هذا الطلب». وأكد أن «مشاريع الصناعات الغذائية الجديدة كانت من بين المستفيدين الرئيسيين من حوافز وإعفاءات قانون تشجيع الاستثمارات». وقال: «منذ بدء العمل بهذا القانون في العام 2003، فاقت قيمة هذه المشاريع 107 ملايين دولار أميركي. ووفرت نحو 1340 فرصة عمل. وهنا لا بد من الإشارة إلى أنه من بين هذه المشاريع، أربعة استفادت من حوافز «ايدال» في توسيع منشأتها وخطوط إنتاجها خلال العامين الماضيين، فاق مجموع قيمتها الاستثمارية 72 مليون دولار وحدها».

الترويج والتسويق

وأكد عيتاني «أن قطاع الصناعات الغذائية يزخر بالفرص غير المستثمرة وبالمقومات الواعدة والجهوزية للنمو». وشدد على «أن تنمية القطاع مرتبطة

■ منذ بدء العمل بقانون

تشجيع الاستثمارات

في العام 2003، فاقت

قيمة المشاريع في قطاع

الصناعات الغذائية الـ 107

ملايين دولار ووفرت نحو

1340 فرصة عمل

اليوم أكثر من أي وقت مضى بالقدرة على ترويج وتسويق هذا الإنتاج الذي بات على مستوى عالٍ من الجودة، معتبراً أن الاستراتيجيات والطرق المتبعة حتى اليوم والتي تتمثل بالمشاركة في المعارض والنشاطات الدولية المتخصصة بموضوع الغذاء هي إحدى الطرق الصحيحة نحو تحقيق هذا الهدف، لكنها ليست الوحيدة». ورأى أن «تطوير الإنتاج والتوضيب والتقدم في موضوع مواكبة المعايير العالمية ومعايير سلامة الغذاء، إضافة إلى دراسة الأسواق المحتملة والانتقال من التسويق في المجتمعات الإثنية إلى التسويق في المجتمعات العالمية، كلها خطوات تدرج في إطار الاستراتيجيات الطويلة الأمد التي تعتمد على رؤية مستقبلية واضحة لكيفية المشاركة في هذه النشاطات وألية الدعم الحكومي والمجتمع الدولي. كما أنها تعتبر عناصر أساسية في سبيل تحقيق الهدف المنشود». ودعا «في هذا

■ يستمر العمل من أجل

تحقيق الأهداف المشتركة

بين ايدال ونقابة الصناعات

الغذائية ومنها الترويج لهذه

الصناعات وعولمتها وزيادة

صادراتها ومساعدة منتجاتها

في ولوج الأسواق العالمية

الإطار من تنسيق الجهود بين النقابة والقطاع العام لتكون الخطوات المتخذة أكثر فاعلية وتأثيراً».

المعارض الدولية

وشدّد عيتاني على أن «المؤسسة العامة لتشجيع الاستثمارات في لبنان «ايدال» لم توفّر أي جهد لدعم مشاركة الصناعات الغذائية اللبنانية في المعارض الدولية. وكان من نتائج هذا الدعم اتساع نسبة المشاركة من قبل الصناعات الغذائية اللبنانية في المعارض الدولية، فارتفعت نسبة المشاركة في معرض غلفود في العام 2010 على سبيل المثال لا الحصر من حوالي 30 عارضاً إلى 53 عارضاً في غلفود 2016. هذا فضلاً عن مبادرات أخرى لدعم صادرات هذا القطاع وتسهيل دخولها إلى الأسواق وأبرزها الجسر البحري للصادرات اللبنانية M.Leb الذي استحوذت صادرات الصناعات الغذائية عبره على نسبة 9 في المئة من مجموع البضائع المصدّرة».

وشدّد على «أن «ايدال» تتلقف كل مبادرة من شأنها أن تساهم في تطوير هذا القطاع وتعزيز مكانته وقدرته التنافسية على الصعيدين المحلي والدولي. وأعلن عن «استمرار العمل من أجل تحقيق الأهداف المشتركة مع نقابة الصناعات الغذائية ومنها الترويج لهذه الصناعات وعولمتها وزيادة صادراتها ومساعدة منتجاتها في ولوج الأسواق العالمية».

ودعا جميع المعنيين بالصناعات الغذائية، سواء من القطاعين العام والخاص، للنظر إلى هذه الصناعة كقطاع واعد، كما دعا إلى شبك الأيدي لوضع استراتيجية وطنية متكاملة لها تبدأ من تحسين الإنتاج والتوضيب وتنتهي عند التسويق والترويج.

وأعلن استمرار استعداد «ايدال» الكامل والمطلق للوقوف إلى جانب المستثمرين في هذا القطاع ومواكبة مشاريعهم وتسهيلها، إضافة إلى مواصلة المساعدة والمساندة في الترويج لما له من انعكاسات إيجابية على صورة لبنان في الخارج.

سوناكو .. 41 عاماً من التآلق في عالم الصناعات الغذائية

نصراوي: القطاع أمام مرحلة جديدة

موجة التفاؤل التي تعم القطاع الصناعي في الوقت الراهن من دون شك طاولت نصراوي، الذي أكد في حديث مع «الصناعة والإقتصاد» أننا «نقف اليوم أمام مرحلة جديدة في القطاع، فبعد أن كان اهتمام المسؤولين منصباً على قطاعي السياحة والخدمات في الماضي، يُلمس حالياً لدى المسؤولين نية لتنمية القطاع الصناعي، ولا سيما أن الخطاب الرئاسي تضمن في إحدى فقراته دعم القطاع، ما يدفعنا إلى تفاؤل كبير بالمستقبل».

وأكد أن «اتفاقاً عقد بين الصناعيين ووزير الصناعة د. حسين الحاج حسن يقضي بوضع خطة لإحياء القطاع عبر منح حماية له أسوة بالدول الأخرى التي تمنع الإغراق عبر تقديم حماية للمنتجات».

وقال: «أبدى الوزير د. الحاج حسن تفهماً كبيراً ونحن بصدد تحضير تقرير عن أهم الأسواق التي تغزق منتجاتنا. وهذا سيكون أمراً مفيداً ليس فقط للقطاع، إنما للدولة التي ستتمكن من زيادة مداخيلها. وكجمعية صناعيين شرحنا هذا الموضوع لرئيس الحكومة سعد الحريري».

وأضاف: «نشعر اليوم أن هناك تفاهماً واتفاقاً تاماً بين المسؤولين على إعادة النهوض بالبلد، وبدأنا نلاحظ دوران عجلة العمل في بعض الوزارات، حيث يتم التقيّد بتشريع القوانين. لكن إعادة تصويب مسار الأمور تحتاج إلى بعض الوقت وعلينا أن نمّح الفرص علناً نسير بالقطاع على الطريق الصحيحة».

ضرورة دعم القطاع

وشدّد نصراوي على «ضرورة دعم قطاع الصناعات الغذائية الذي يعتبر أحد أقوى القطاعات الصناعية التي تخلق فرص عمل والتي تقوي قطاعات أخرى ولا سيما القطاع الزراعي».

واعترى أن «الأزمة السورية حملت



يعتبر جورج نصراوي أحد الرواد في قطاع الصناعات الغذائية، فمعه سارت سوناكو الربيع على مر عشرات السنوات على طريق التقدّم والتوسّع، فحطّت رحالها في أكثر من 75 بلداً في العالم، حتى أصبح خبيراً في شؤون القطاع، لا بل مرجعاً حتى لمنافسيه الذين لا يبخل عليهم بالنصيحة. كيف ولا وهو عميد الصناعات الغذائية ويعتبر نفسه أول المعنيين بنجاح القطاع ولا سيما في الأسواق الخارجية التي من شأنها تلبية طموح الصناعيين اللبنانيين الذي يصفهم بالمقاومين إذ سمحت لهم مبادراتهم الفردية بتحقيق إنجازاتٍ قلّ نظيرها في ظل غياب دعم الدولة.

تداعيات سلبية كثيرة على القطاع، إذ إن إقفال المعابر الحدودية أدى دوراً أساسياً في تراجع حجم الصادرات. فمع إقفال المعابر ارتفعت كلفة نقل المنتجات إلى الأسواق العربية، ما رفع من أسعارها وأفقدتها جزءاً من قدراتها التنافسية».

ورأى أن «المصانع السورية التي أنشئت في لبنان كان لها أيضاً تأثير سلبي على القطاع، إذ إنها عملت من دون ضوابط ولم تخضع لرسوم أو ضرائب، كما استفادت من الثقة التي يوليها المستهلكون للصناعة اللبنانية، إذ إن بلد منشأ منتجاتها هو لبنان ما جعلها منافساً حقيقياً للمنتجات اللبنانية».

وأشار إلى أن «إقفال المصانع في سورية وانتقالها إلى دول أخرى كالأردن، تركيا ومصر جعل كلفة إنتاجها أدنى من الإنتاج اللبناني وبالتالي جعلها منافسة له ولا سيما أنها في بحث دائم عن أسواق للتصريف بعد فقدانها للسوق السورية».

وأعلن أن هذه العوامل أدت إلى تراجع الصادرات الصناعية اللبنانية بشكل كبير حيث تشير الإحصاءات إلى تراجع الصادرات خلال السنوات الثلاث الأخيرة حوالي المليار دولار.

ناقوس خطر

ودق نصرراوي ناقوس الخطر معتبراً أن استمرار الوضع على ما هو عليه يندرج بإقفال العديد من المصانع اللبنانية.

وشدّد على أن «الصناعيين يمكن أن يستعيضوا عن الأسواق الخارجية المفقودة بالسوق الداخلية إذا ما جرى الحد من الاستيراد وتمكنت المنتجات اللبنانية من تلبية حاجات السوق كافة».

وإذ أكد وجود فرص كثيرة للانفتاح على أسواق جديدة كسوق الصين وتركيا وأميركا اللاتينية، اعتبر أن «هذا الأمر يتطلب دعماً من الدولة ليتمكن الصناعيون من الاستمرار والتقدم».

تنظيم القطاع

واعتبر نصرروي أن «على الدولة تنظيم الضريبة على القيمة المضافة وتطبيقها

على جميع المؤسسات دون استثناء إذ إن القانون الذي لا يسري على المؤسسات التي لا يتخطى حجم أعمالها المئة ألف دولار خلق فوضى في السوق إذ يدفع التاجر إلى التعامل مع تلك الشركات بغية التهرب من هذه الضريبة».

وأشار إلى أن «وجود المنافسة في القطاع أمر طبيعي، فمع ارتفاع إنتاجية المصانع يكثر البحث عن أسواق التصريف التي يؤدي ضيقها إلى خفض الأسعار بهدف بيع المنتجات».

ورأى أن «قطاع السوبرماركت في لبنان يرفع حدة المنافسة في القطاع حيث يعتمد التجار وبسبب المنافسة بينهم إلى فرض مبلغ معين أو ثمن للرفوف ما يؤدي إلى تخفيض في الأسعار بين المصانع بهدف ضمان وجود منتجاتهم في الأسواق».

وفي حين دعا إلى «فرض قانون يحمي الصناعي وينظم عمل قطاع السوبرماركت في أن واحد»، كشف أن «نقابة الصناعات الغذائية استقدمت في الماضي خبيراً أوروبياً وجرّت دراسة القانون وألية تنظيم قطاع السوبرماركت وقدمته إلى وزارة الإقتصاد بهدف تنظيم القطاع، إلا أنه بقي في الأدرج».

وكشف أن «النقابة عملت على مشاريع قوانين كثيرة، إلا إن عدم الاستقرار السياسي في البلد وما نتج منه من شلل وخلل في أداء المؤسسات انعكس بشكل سلبي على جهودها».

صناعيون شجعان

وردّ النجاح الكبير الذي تشهده المصانع في القطاع إلى روح المبادرة والشجاعة التي يتمتع بها الصناعي اللبناني وقال: «الصناعي اللبناني يستحق وساماً فهو مقاوم ومقدام، إذ يخرج من السوق اللبنانية مشاركاً في معارض عالمية بزخم لإدراكه التام أن ضيق السوق اللبنانية وشدة المنافسة فيها لا تسمح له بتحقيق تطور ونمو يرضي طموحاته. وفعلاً فتحت تلك المعارض أفقاً واسعة أمامه وعزّفته إلى أسواق العالم ومكنته من تسويق إنتاجه».

وشدّد على أنه «خلال ترؤسه نقابة

أصحاب الصناعات الغذائية فتح المجال أمام القطاع كاملاً للمشاركة في المعارض العالمية المتخصصة تحت شعار المطبخ اللبناني الذي أحبه شعوب العالم واستهلكت منتجاته ما وضع القطاع على سكة من النجاح المستمر».

وإذ اعتبر أن «لبنان كان السباق في المنطقة العربية ككل إلى تصدير الطعام العربي والمطبخ اللبناني»، أسف لأن «بعض الدول التي كانت تشكل أسواقاً للمنتجات اللبنانية، عمدت إلى تصنيع وتصدير منتجات ذات هوية لبنانية مستفيدة من الثقة التي كرّسها القطاع باسم الصناعة اللبنانية».

وأشار إلى أن «هذا الأمر يقلص من حصة الصناعة اللبنانية في الأسواق الخارجية، ما يسلب الضوء على ضرورة اتباع خطوات لجأت إليها بعض الدول لحماية منتجاتها حيث عمدت وفقاً للقانون إلى تسجيل منتج واحد بإسمها ما يمنع طرح منتج آخر في السوق يحمل نفس الاسم». وأمل أن «تساعد وزارة الإقتصاد في الاستفادة من هذا القانون وتسجيل رسمياً منتج «الحمص بطحينية» كمنتج خاص بالدولة اللبنانية ولا سيما أن منافسين كثيراً وفي طليعتهم العدو الإسرائيلي لجأوا إلى تقليد هذا المنتج وبيعه في الأسواق الخارجية نظراً للطلب المرتفع عليه».

ولفت إلى «أنه في حال توفّر الدعم، يملك القطاع إمكانيات كثيرة لضخ فرص عمل في السوق ورفع الصادرات». وأشار إلى «وجود تحديات لم تعالج على مر السنوات وأبرزها كلفة معاملات التصدير التي تضعف من قدرات المنتجات التنافسية مقارنة مع المنتجات المصرية، الأردنية، والسورية التي تتمتع بدعم من الدولة». وشدّد على «أنه في الدول العربية ولا سيما الخليجية تتميز الصناعة بتدني كلفة إنتاجها وتوافر الدعم والبنى التحتية اللازمة للقطاع في حين يعاني الصناعي اللبناني من ارتفاع كلفة الاستثمار إلى حد كبير ما يقلص من حجم الاستثمارات في القطاع ويجعله متأخراً عن نظرائه في الدول تلك».

سولينو .. قصة نجاح سطرها شعار «البقاء للجودة» غدار: دائماً الإنفتاح على أسواق جديدة

إنها قصة نجاح سطرها الشركة اللبنانية لصناعة المأكولات الغذائية «سولينو»، بطلتها كانت منتجات عالية الجودة غزت أسواق مختلف الدول على مر 22 عاماً.

«البقاء للجودة» شعار عبّد طريق النجاح أمام «سولينو» التي أضحت اليوم إحدى أبرز الشركات الرائدة في قطاع الصناعات الغذائية في لبنان، إذ وضعت منذ إنطلاقها تقديم منتجات عالية الجودة هدفاً لها، وتمسكت بشعارها سنوات طوال وكرّسته عبر اتباع استراتيجيات تعزّز حرصها الدائم وسعيها نحو الأفضل في صناعة المنتجات ونسج العلاقات مع زبائنها.

لم توفر «سولينو» أي جهد إلا وبذلته في سبيل النجاح، فاستثمرت كل خبراتها من أجل إرضاء زبائنها، ولا سيما تلك التي اكتسبتها من خلال تواجدها القوي في الأسواق المحلية والخارجية، إضافة الى معرفتها بأصول وإجراءات التوزيع والشحن الخارجي.



وفقاً لمؤسس ومدير عام شركة «سولينو» عباس غدار «حرصت سولينو خلال عشرات السنوات للمحافظة على السمعة الطيبة، الأداء المتميز، الإبداع المستمر، والمعاملة الراقية في الأسواق من خلال التواصل الإداري المثالي مع فريق التصنيع ومواكبة الحداثة التي ساهمت في تقديم مستويات عالية من الجودة وإنتاج متنوع ما وضع الشركة على سكة النمو والتطور المستمرين».

عوامل النجاح

وقال غدار: «أفسح تطور مصنعنا المجال أمامنا لتقديم الأفضل وبأسعار مناسبة ما يسهل عملية استقطاب الزبائن ولا سيما أن حداثة المصانع توفر نسبة أمان عالية للمشغلين، تتيح مراقبة الجودة في جميع مراحل الإنتاج، وتساهم في تقديم إنتاج بمرونة كبيرة وأداء متميز».

وأضاف: «كما أن مراقبتنا الدقيقة كرسّت جودة إنتاج تتماشى والمعايير العالمية على مستوى الصناعة الغذائية، من حيث صحة ونظافة الإنتاج والمستوى العالي في الأداء الذي تتيحه خطوط الإنتاج المتطورة الى جانب قسم البحث والتطوير المتخصص في إيجاد الآليات المستحدثة في جميع مراحل الإنتاج».

وكشف «أن فريق عمل سولينو خضع لبرنامج متخصص في إرضاء الزبائن ما مكنه من اكتساب خبرة عالية قوامها الاعتماد على خلفية عالمية صناعية متطورة، مع الحفاظ على تقاليد الصناعة الوطنية اللبنانية والذوق اللبناني الأصيل والمتميز». ولفت الى أن «سولينو عملت على مواكبة شبه يومية لجميع الزبائن من خلال تطوير شبكة الموزعين المنتشرة محلياً وخارجياً، كما ضمنت تمثيلاً مشرفاً ومعاملة راقية للزبائن ذات السحب المحدود مع ذويهم في الشركات والمؤسسات الكبيرة عبر إنشاء شبكة مبيعات وتسويق سهلة ومرنة مع الوكلاء ونقاط البيع».

الأسواق الخارجية

وشدّد غدار على أن «الجودة العالية التي يتمتع بها إنتاج سولينو شرّعت أمامه الأسواق الخارجية، إذ ينتشر إنتاج

حرصت سولينو خلال عشرات السنوات للمحافظة على السمعة الطيبة، الأداء المتهيز، الإبداع المستمر، والمعاملة الراقية

سولينو في مختلف دول العالم وتأتي في طليعتها: اليمن، الجزائر، الأردن، أفريقيا، الكويت، سورية، مصر».

وأكد أن «سولينو تسخر دائماً كل إمكانياتها ليس لاقتناص الفرص المتوافرة فحسب، إنما لصنعها وبالتالي هي على استعداد تام لتوسيع شبكة زبائنها في مختلف دول العالم».

ولفت الى أن «سولينو لا تخطو أي خطوة عشوائية، بل تقوم بدراسات للأسواق وبناء عليها تتخذ قرارها بفتح فروع جديدة». كما أشار الى أن «واقع الدول العربية يتطلب تفكيراً ملياً وتريناً قبل الإقدام على أي خطوة ولا سيما أنه تقع على عاتق سولينو مسؤوليات اجتماعية وإنسانية تجاه موظفيها في الدرجة الأولى».

وفي رد على سؤال حول إمكانية توسيع شبكة الأسواق المستوردة لإنتاج «سولينو»، أكد أن «سولينو دائمة الإنفتاح على أسواق جديدة إذ تضع الشركة بشكل مستمر خططاً تجري في إطارها عمليات تفاوض وبناء علاقات تعاون مع مستوردين جدد».

إدارة الموارد البشرية

وأشار غدار الى أن «شركة سولينو تعير إدارة الموارد البشرية أهمية كبرى كونها من أهم وظائف الإدارة حيث إنها تركز

سولينو دائمة الإنفتاح على اسواق جديدة إذ تضع الشركة بشكل مستمر خططاً تجري في إطارها عمليات تفاوض وبناء علاقات تعاون مع مستوردين جدد

على العنصر البشري الذي يعتبر أثمن مورد لدى الإدارة والأكثر تأثيماً في الإنتاجية».

وشدّد على «أن إدارة الموارد البشرية تعني باختصار الاستخدام الأمثل للعنصر البشري المتوفر والمتوقع. وبالتالي تقدّم وتطور ونجاح سولينو يعتمد على مدى كفاءة، وقدرات، وخبرات كادرها البشري، لذلك نضع باستمرار الآليات الكفيلة بتفعيل قدراته بدءاً من التخطيط والاختيار والتدريب والحوافز والتقييم».

وقال: «لا نتوانى عن بذل أي جهد في إدارة وتنمية الموارد البشرية كونها ركناً أساسياً وعنصراً فاعلاً الى حد كبير في بناء أي استراتيجية تهدف الى تحقيق أهداف الشركة، ولذلك نستهدف باستمرار تعزيز قدراتنا التنظيمية، ونسعى بشكل متواصل الى استقطاب وتأهيل الكفاءات اللازمة والداعمة لنا في عملية مواكبة التحديات الحالية والمستقبلية».

وكشف عن إجراءات وخطوات كثيرة تتخذها سولينو في هذا المجال وأبرزها إفساح المجال أمام كادرها البشري لمواكبة التطور عبر الاطلاع على كل ما هو جديد، وإرسال المسؤولين الى الدورات التي تساعد في تنمية قدرة الموظف، إضافة الى الاتفاق مع بعض المنظمات التي تعتنى بالتنمية البشرية لزيارة مقر الشركة والتحدث إلى الموظفين وإطلاعهم على كل ما هو جديد ومفيد».

منتجات جديدة

ولفت غدار الى أنه «في العام 2017، تضع سولينو ضمن خطتها طرح منتجات جديدة في الأسواق وستكون كسابقاتها ذات قيمة غذائية كبيرة إذ تراعي معايير الجودة العالية والسلامة الغذائية من حيث صناعة المنتج وعملية التعبئة والتغليف التي تعزز جودته وتكرسها». وقلّل غدار من أهمية التحديات التي تواجه الصناعة في لبنان والعالم العربي، قائلاً: «أصبحنا نتمتع بمناخة تقينا من تداعيات هذه التحديات. كصناعيين لبنانيين عايشنا هذه التحديات وتخطيناها بنجاح وتمكنا من تحقيق نجاحات متعددة رغم صعوبتها».



MADE IN
LEBANON

كل طعمة قصة

منتج من
RINGO



Produced by:
SOLINO LIMITED CORPORATION S.A.R.L
Saïda-Tyr New highway Near Babilia Bridge

 07/420655

  ringo & van marcke chips

Youssef Khalil & Co

1981 since



Tala



Romy

Ghobeiry - Hassan kanj street
Bank Audi bldg 2nd floor
Hussein@youssefkhalil.com

Tel +9611543257-8
Mob +9613898605
Fax +9611543260



معامل «سميح حسن اليمـن وأولاده».. العـراقـة في صـناعـة الطـحـينة والحـلاوة

اليمن: لمكافحة التزوير

وشدّد على أن «عملية ضبط الجودة في صناعة الطحينة والحلاوة قد تكون أكثر تعقيداً مقارنة بصناعات أخرى، إذ إنها لا تزال تندرج ضمن الصناعات التقليدية، فالحداثة التي دخلتها فشلت في تقديم مستويات جودة عالية ونكهة جيدة، ما استدعى التمسك بطرق الإنتاج التقليدية التي شهدت على مر السنوات بعض اللمسات التحديثية».

غش المستهلكين

ولفت اليمن الى وجود تحديات كثيرة تواجه عمل الشركة ويأتي في طليعتها التزوير (انتحال صفة) الذي يتعرض له اسمها، حيث يعتمد البعض الى تقليد الماركات والعلامات التجارية التي تتميز بها، في محاولة منه لغش المستهلكين». وشدّد على «أن لهذه الممارسات تداعيات كثيرة على عمل الشركة، إذ إن المنتجات التي تحمل أسماء مزورة تعاني من انخفاض كبير في مستويات الجودة، وهذا ما يضع «معامل سميح حسن اليمن وأولاده» والاسم الذي جهدت سنين لبنائه في دائرة الخطر». وأعلن «أن الشركة تلاحق أولئك المزورين قانونياً».

طريق التوسّع

وأشار اليمن الى أنه «على الرغم من أن الأسواق عايشت في الفترة الأخيرة حالاً من الركود، فقد سلكت «معامل سميح حسن اليمن وأولاده» طريق التوسع إذ عمدت الى استقدام آلات جديدة بغية رفع إنتاجية مصانعها لمواكبة الطلب المتزايد في الأسواق».

واعتبر أن «الصناعة اللبنانية تملك امتيازات عدة تخولها المنافسة في الأسواق الخارجية، ولا سيما أن الجالية اللبنانية الموجودة في الخارج تتميز بتعطشها لإستهلاك المنتجات الغذائية اللبنانية». ولفت الى «وجود أمور إضافية تساهم في استمرارية الصناعة اللبنانية في الأسواق الخارجية، وأهمها شهرة المطبخ اللبناني».

زيارتنا الى تلك المعامل زوّدتنا بالكثير من دروس النجاح، إذ يجلس هناك مدير «معامل سميح حسن اليمن وأولاده» حسن اليمن ليتابع العمل بنفسه ويشرف عليه في كل مراحل، ويهتم بأدق التفاصيل ويتمدّد تفحص الإنتاج بنفسه لضمان تقديم أعلى مستويات الجودة ومعايير السلامة الغذائية للمستهلكين.

اندفاع دائم

أتقن حسن اليمن، من دون شك، أسرار النجاح على مر السنوات، إذ ردّ نجاح «معامل سميح حسن اليمن وأولاده» على مر 137 عاماً الى حبهم لصناعتهم وتوقهم إلى تحقيق الأفضل ما يجعلهم في حال اندفاع دائم لمراقبة العمل ومعالجة أي مشكلة أو خلل يعترض عملية الإنتاج».

واعتبر أن «هذا التوجّه جعل من منتجات «معامل سميح حسن اليمن وأولاده» عنواناً للجودة في لبنان والخارج، إذ إنها إضافة الى انتشارها في مجمل السوق اللبنانية، تتمتع «معامل سميح حسن اليمن وأولاده» بانتشار واسع في الأسواق الخارجية يتنوّع بين بريطانيا، فرنسا، ألمانيا، هولندا، بلجيكا، دول الخليج، الولايات المتحدة، كندا، وأميركا اللاتينية».

التزام بالجودة

وقال اليمن: «نحن ملتزمون على الدوام بتقديم مستويات عالية من الجودة لذلك نراقب عمليات الإنتاج عن كثب، ولا سيما أن إنتاج الطحينة والحلاوة يمر بمراحل متعددة تتطلب إجراءات متعددة من تعقيم واختبارات تضمن جودة المنتج. ولذلك عمدنا منذ عشرات السنوات الى إنشاء مختبرات داخل مصانعنا تضمن مطابقة إنتاجنا لأعلى معايير السلامة الغذائية».



سلكت «معامل سميح حسن اليمن وأولاده» طريق التوسع إذ عمدت في الفترة الأخيرة الى استقدام آلات جديدة بغية رفع إنتاجية مصانعها

هي أحد المصانع العريقة في صناعة الحلاوة والطحينة في لبنان،

ولها يعود الفضل في إدخال هذه الصناعة الى لبنان عبر أصحابها الذين اكتسبوا أصول هذه الصناعة من شمال اليونان،

فتناقلوها بين جيل وآخر. عام 1882، أبصرت «معامل سميح حسن اليمن وأولاده» النور، ومعها بدأت رواية نجاح تتعدّد فصولها عايشها المستهلكون في لبنان والخارج على مدى أكثر من قرن.

Samih Hassan Al Yaman & Sons

ABOU EL HASSAN



AL YAMAN

THE FOUNDER & THE ORIGINAL

Since 1882



TRADE MARK

The Most delicious **HALAWA** Varieties

ماركة مسجلة

Saida Branch
Al Makassed Bldg.
Riad Al Solh Str
Saida, South Lebanon
Phone: +961 7 222580
Fax: +961 7 223327

معامل سامح حسن اليمان وأولاده
E-mail: info@alyamanfactories.com
www.alyamanfactories.com

Zahlé Branch
Zahlé, Al Bikaa
Phone: +961 8 930796
Fax: +961 8 930797

YOUR PRODUCT HAS NEVER BEEN SAFER



INDUSTRIAL PLASTICS CO. S.A.
IPCO
T. 01 497 312 www.ipcolebanon.com

Industrial Plastics Co. has been keeping contents safe for over 50 years, from foodstuffs to agrochemical supplies to household cleaners. Visit our showroom to find the right containers for your valuable products.

**Innovative designs.
Modern solutions.
Three generations of expertise.**



شركة فريغو الاسكا التجارية والصناعية

Frigo Alaska Co. For Industry & Trade



المتن - الدورة

شارع الاخلط الصغير

بناية غرابيت اوهانيان

خليوي : ٢٩٢ - ٣٠٣٢٨٢ (٣) ٩٦١

هاتف : ٢٦١٦٠٩ (١) ٩٦١

فاكس : ٢٦٧٦١٤ (١) ٩٦١

E-mail: frigoalaska@hotmail.com

بيماتيك .. رغيّفكم الذي لا تمسه الأيدي خالد أحمد بكري: «للمغتربين» فضلٌ في نجاحنا



إنه نجاح قوامه الابتكار صنعته بيماتيك على مدى 60 عاماً، فمع الجد «الفرّان» المؤسس أحمد محمد بكري، بدأت مسيرة «بيماتيك» التي طاف إنتاجها في كل أنحاء العالم متسلحاً بجودة عالية في التصنيع وخدمات صيانة محترفة، جعلتا «بيماتيك» تحتل مركزاً كبيراً في صناعة معدات المخابز. أقدميتها في مجال صناعة الخطوط الآلية مكنتها من تبني شعار «رغيّفكم الذي لا تمسه الأيدي» الذي يشكل مدعاة فخر لها إذ أكدت عبره حرصها على مراعاة شروط السلامة الغذائية وقدرتها على تقديم الأفضل إلى مستهلكيها في الأسواق الداخلية والخارجية على حد سواء.

أنواع أفران الخبز العربي والإفريقي، الكرواسون والكعك والحلويات على أنواعها». واعتبر أن «حسن الإدارة ومتابعة أدق تفاصيل العمل مكن بيماتيك ليس من الحفاظ على كل النجاحات التي حققتها فحسب، إنما وضعها على سكة متواصلة من التطور والنمو في الأسواق الداخلية والخارجية على حد سواء». ولفت إلى أن «بيماتيك تستثمر كل خبرتها بهدف ضمان نجاح زبائنها، فتهتم بتفاصيل مشاريعهم كافة، إذ تستلمها من ألفها إلى يائها حيث تضع الدراسات وترسم الخرائط وتعمل على تقديم منتج مناسب لها». وكشف أن «بيماتيك تؤدي دوراً كبيراً في تأهيل الكادر البشري

وردّ رئيس مجلس إدارة شركة بيماتيك خالد أحمد بكري «نجاح الشركة إلى المغتربين اللبنانيين الذين يعود إليهم الفضل في انتشار صناعة الأفران اللبنانية في جميع الدول، إذ يعمدون إلى تأسيس مخابز للخبز اللبناني أينما وجدوا وهو ما يؤكد حنينهم وارتباطهم الدائم بوطنهم».

حسن إدارة

وأشار بكري إلى «أن انتشار «بيماتيك» العالمي يعود إلى عدة عوامل، بالإضافة إلى الجودة العالية تقدم بيماتيك خطوط إنتاج ممكنة بالكامل، ومروحة واسعة من المنتجات يقارب عددها 55 منتجاً تتوزع بين عجانات وقطاعات وخفاقات وجميع

«التشدد في تنفيذ القوانين لمنع أي كان من محاولة التحايل على القانون وبالتالي حماية براءة الاختراع التي تشكل نقاط قوة كبيرة للشركات وتساهم في تطورها وتوسعها». وشدد على أن «بيماتيك تعمل على مواكبة حاجات الأسواق بشكل مستمر، إذ يعمل فريق عملها بشكل دائم على إجراء دراسات للأسواق، كما يزور المعارض الدولية والعالمية لمواكبة أي تطور حاصل في مجال عمل الشركة».



انفتاح خارجي

وإذ أشار بكري الى أن «80% من إنتاج بيماتيك يجري تصديره الى الأسواق الخارجية»، أوضح أن «عمل بيماتيك في الأسواق الخارجية لا يقتصر على التصدير فقط، إذ تملك مصنعاً في مصر جرى تأسيسه لتلبية حاجات السوق المصرية التي تتسم بكبرها». وكشف أن «عمل المصنع هناك حقق نجاحاً لافتاً إذ جرى تجهيز 450 مخبراً يمكننا بالكامل خلال السنوات الست الأخيرة». وأعلن أن «لبيماتيك فرعاً في تركيا، حيث توجد صالة عرض وفريق عمل يهتم بخدمات ما بعد البيع وخدمات الصيانة». واعتبر «أن انفتاح بيماتيك على الأسواق العالمية يعني لها الكثير، إذ يوسع آفاق تطورها ونموها. فالسوق اللبنانية صغيرة نسبياً وعلى أي شركة تطمح إلى النمو أن تتخطاها لترفع من حجم مبيعاتها وتحقيق معدلات نمو أفضل». ورأى في هذا «الانفتاح أمراً مهماً جداً على الصعيد الإقتصادي، فاستمرارية الشركات ونموها ذات مفعول إقتصادي كبير إذ من شأنه خلق المزيد من فرص العمل والتقليل من نسب البطالة والحد من الهجرة».

وشدد على أن «توسع بيماتيك هذا يأتي كثمرة للسياسات التي تتبعها في التعامل مع زبائنها الذي يشكل نجاحهم دليلاً حياً على الجهود الكبيرة التي تبذلها حرصاً منها على نجاحهم وإيماناً منها أنهم بمثابة العمود الفقري الذي من شأنه إبقاء بيماتيك صامدة في وجه أي منافسات أو أزمات قد تعصف في الأسواق».

تفاؤل وانفراجات

وفي إطار حديثه عن أزمات المنطقة وانعكاسها على الإقتصاد اللبناني، لفت بكري الى أن «عام 2016 حمل صعوبات اقتصادية كبيرة تجلت بتراجع أعمال الشركات نتيجة إجماع الكثيرين عن زيارة لبنان والتواصل مع الشركات العاملة فيه». واستبشر بكري خيراً في عام 2017، معتبراً أن انتخاب رئيس للجمهورية أضفى أجواءً إيجابية على الصعد كافة، حيث لوحظ وجود انفراجات كثيرة تجلت بشكل كبير في إعادة التواصل مع الزبائن ولا سيما الخليج العربي واللبنانيين المغتربين.

حيث يتولى مهندسوها تدريب فريق العمل في المشروع على مدى أشهر للتأكد من قدرته على العمل بانتظام وحرفية تامة». وأعلن أنه «بهدف ضمان خدمات صيانة أفضل، تعمل «بيماتيك» على تزويد أصحاب المشاريع بقطع غيار مع المشروع ما يؤمن خدمات صيانة سريعة، وفي حال عدم وجود القطع اللازمة تعمل بيماتيك على تأمينها خلال فترة قصيرة بواسطة DHL الى جميع الدول».

شهادات جودة

واعلن بكري ان الشركة حائزة على شهادات جودة عدة أبرزها نظام الأمان للمعايير الأوروبية «CE Marking» وللمعايير المملكة العربية السعودية ((SASO وشهادة UL الأميركية إضافة الى شهادتي ايزو للمصنع والإدارة العامة». وإذ كشف أن «بيماتيك حاصلة على عدة جوائز وبراءة اختراع تتعلق بتصاميم القطاعات والخمارات والرقاقات والأفران»، أمل من الحكومة



مصنع بيماتيك في مصر

BIMATIC



المؤسس أحمد محمد بكري

للصناعة و التجارة **بيماتيك** ش.م.م

للمعدات و المخامير

مختصون في:

خطوط آلية لأنتاج خبز العربي

خطوط آلية لأنتاج خبز الشباتي و اللافاش و التورتيللا

خطوط آلية لأنتاج خبز الصحي التنور

معدات للمعجنات

معدات للحلويات

معدات للخبز الأفرنجي و الكعك

قطع غيار و سيور و شاشات لنقل الخبز و العجين



معدات للمعجنات



فرن دوار



عجانة أيطالية
سعة ٢٠٠ كيلو عجين



عرباية صاج



مكنة كعك



خط الي كومبكت ستانلس ستيل بالكامل
طاقة الإنتاجية من ٥٠٠-١٠٠٠ رغيف بالساعة
المساحة المطلوبة ٢م ٦٠ (١٢*٥م)

مؤسس ١٩٥٥

الشركة السباقية في تصنيع و تطوير المعدات و خطوط الأنتاج الأتوماتيكية للخبز العربي



لبنان - بيروت - كورنيش المزرعة - بربرير - قرب دار الأيتام | موقع الألكتروني: www.bimatic.com.lb | البريد الألكتروني: bimatic@bimatic.com.lb

BIMATIC

هاتف: 009611655776 | 009611653681 | فاكس: 009611653680

BIMATIC

ESSENTIAL...

In Every Season.

Water is among the first things you can not live without, all around the year. So, you better choose wisely the purest one as well.



The best tasting water in Lebanon:

- ✓ Suitable for your babies
- ✓ 4 million m² of private land
- ✓ Low in calcium, pure & natural
- ✓ Suitable for low sodium diets
- ✓ Helps fighting cellulitis

AquaVitali
As Pure As Water Can Get

Tel: +961 71 008727, +961 4 925173
E-mail: sales@aquavitali.com
www.aquavitali.com

Vacuum Bags .. ربع قرن من الريادة في عالم الطباعة والتغليف

إدمون جعجع: ملتزمون بالتطور

ومكنت شركة Vacuum Bags من احتلال موقع ريادي بين الشركات التي حملت القطاع الصناعي برمته نحو آفاق أوسع. ربع قرن مرت على تلك الإنطلاقة، التي لا تزال تشهد محطات تطور وتوسع يخطوها مالكا الشركة ادمون وانطوني



أنطوني جعجع

سليم جعجع في أحلك اللحظات على الصعيد الإقتصادي، في محاولة منهما للبقاء على أهبة الإستعداد لاقتناص أي فرصة تبرز من شأنها تعزيز تطور القطاع.



إدمون جعجع

كانت الانطلاقة مع خطوة شجاعة اقدم عليها كل من المرحوم الشيخ سليم جعجع والسيد ادمون جعجع في عام 1992، وأدخلت مفهوماً جديداً إلى الطباعة والتغليف على مستوى القطاع الصناعي في لبنان.

تألفت Vacuum Bags في عالم التعبئة والتغليف، على مدى أكثر من ربع قرن، في لبنان والشرق الأوسط، إذ جعلت من «مواكبة التطور» فعلاً مرادفاً لعملها على مر السنين، لتكون السبّاقة في إدخال كل جديد من مجال عملها إلى الأسواق.

كانت عاملاً مهماً في تكريس نجاحها، ما مكنها من بناء علاقات عمل وتعاون مع مجموعة كبيرة من المصانع اللبنانية التي تحتل موقعاً متقدماً في الأسواق اللبنانية كما العالمية.

وشدّد على أن «الحرص في استخدام أجود أنواع المواد الأولية وترشيد الصناعيين باستمرار الى أهمية هذه النقطة وانعكاسها على صحة المستهلكين أدى دوراً إضافياً في تعزيز نجاح Vacuum Bags».

ولفت الى أنه «وبغية الحفاظ على موقعها المتقدم في السوق في مجال عملها، تعتمد Vacuum Bags الى متابعة كل

ولو بعد حين». وأكد أن «ما يؤديه التغليف من دور فعال في الحفاظ على جودة المنتج وسعي الصناعيين المستمر نحو الأفضل وانفتاحهم على الأسواق العالمية دعم مسيرة Vacuum Bags ومكنها من التوسع، فبعد أن انطلقت في مصنع تبلغ مساحته 150 م2، تعمل اليوم في مصنع تقارب مساحته الـ9 آلاف مترمربع وتقدم مروحة واسعة من الإنتاج إلى زبائننا».

عوامل النجاح

وأشار جعجع الى أن «المصداقية التي أبدتها شركة Vacuum Bags في عملها

وفقاً لمدير عام Vacuum Bags ادمون جعجع فإن «Vacuum Bags» كانت أول من أدخل كيس vacuum الى السوق اللبنانية ووضع القطاع الصناعي على سكة التطور والحداثة في مجال التعبئة والتغليف، والتي أدت دوراً فعالاً في تعزيز جودة المنتجات وتكريسها».

إيجابيات كثيرة

استذكر جعجع في حديث مع «الصناعة والإقتصاد» تحديات وصعوبات كثيرة شابت انطلاقة vacuum bags إذ كان من الصعب إقناع الصناعيين بسلوك طريق جديدة تتطلب بعض المهارات وترفع من تكلفة الإنتاج». واعتبر أنه «رغم صعوبة المهمة لم ينجح اليأس في التغلغل الى أعماقه وأعماق شريكه المرحوم سليم جعجع آنذاك، فواظبا على تحقيق أهدافهما لإقتناعهما الكامل بأن اعتماد التغليف السليم والمتطور سيحمل إيجابيات كثيرة إلى الصناعيين إذ يرفع من حجم أعمال المصانع وأرباحها، وبالتالي فهي طريق لا بد أن يسلكوها



من الحدائثة يُتوقع أن تبدأ العمل في منتصف العام الحالي».

ورد «هذا التوسع في لحظة حرجة على الصعيد الإقتصادي، الى إيمان القيمين على Vacuum Bags بأن مواكبة التطور والبقاء على جهوزية تامة لمواكبة توجهات الصناعيين أساس ليس فقط في الحفاظ على دور Vacuum Bags في السوق، بل خطوة ضرورية للحفاظ على دور لبنان في هذا الإطار. فالصناعيون اللبنانيون المنفتحون على العالم ليس لديهم خيار إلا سلوك طريق الحدائثة وتغيّب لبنان عن دوره هذا يفسح في المجال أمام دول أخرى لأداء هذا الدور».

تحديات كبيرة

ولفت كل من ادمون وانطوني جعجع الى «وجود مجموعة كبيرة من التحديات تعمل Vacuum Bags على تخطيها ومعالجتها، ويأتي في طليعتها غياب الدعم عن القطاع الصناعي، وعدم توافر البنى التحتية في المدن الصناعية، وغياب اليد العاملة الكفوءة، وضعف السيولة في السوق نظراً لبعض السياسات التي تتبعها المراكز التجارية في لبنان».

وأعربا عن تفاؤلهم بمستقبل Vacuum Bags التي سارت على مدى 25 عاماً على طريق التطور والتوسع متخطية كل الصعاب، باذلة التضحيات لتبقى على أرض لبنان الذي تتمسك به وتقف معه في السراء والضراء، وبناء عليه لا بد أن تتابع عملها الذي يضطلع بدور أساسي في تعزيز نمو القطاع الصناعي ونجاحه.



الغذائية، وصناعة مواد التنظيف، صناعة الأدوية، وقطاعات أخرى تحتاج الى حفظ وتغليف».

استثمار جديد

وكشف انطوني جعجع أنه «وبغية مواكبة ارتفاع الطلب، سلكت Vacuum Bags طريق التوسع حيث استثمرت في شراء آلات تتمتع بمستويات عالية

تطور حاصل في مجال عملها عبر زيارة المعارض في مختلف دول العالم ولا سيما في أوروبا، أميركا، وتايوان، وتستقدم بناء عليه أحدث الماكينات». وكشف أن «هذه السياسات مكنتها من احتلال موقع ريادي في عملها ليس فقط على صعيد لبنان إنما على صعيد الشرق الأوسط ولا سيما أن قطاع الطباعة والتغليف مليء بالإبتكارات والإبداعات التي ترفع من قدرات الصناعيين التنافسية وتكرس نجاحهم».

وأعلن ان «هذه السياسة مكنتها من الانفتاح على الأسواق الخارجية فبنت شبكة زبائن تتوزع بين لبنان، الأردن، السعودية، قطر، العراق وأفريقيا». وكشف أن «هذه الشبكة تطاول قطاعات مختلفة كقطاع الصناعات



«عالية».. مياه من قلب الطبيعة اللبنانية أبو خليل: حققنا انطلاقة ناجحة



كان العام ونصف العام اللذين مرا على انطلاقة مياه عالية، كافيين لحجز مكان لها في السوق اللبنانية كما في الأسواق الخارجية على حد سواء، إذ ساهمت جودتها المرتفعة في تكريس ثقة الزبائن بها، ولا سيما أنها تتمتع بمميزات صحية وطعم لذيذ.

ثلاثة عوامل أساسية كرسّت مستويات جودة «مياه عالية» المرتفعة: - موقعها الجغرافي إذ إنها تنبع من قلب الطبيعة اللبنانية ومن أعلى ينابيع لبنان من جبل صغبين حيث تحيط بها محميات طبيعية ومشاعات شاسعة ما يؤدي بالتالي الى مياه طبيعية نظيفة ونقية بعيداً من التلوث - طبيعة الأرض التي تمنح «مياه عالية» غنى بالمعادن.

- تميزها بقيم غذائية مهمة جداً إذ إنها تحتوي على مستويات منخفضة جداً من الصوديوم الذي قد تؤدي زيادة معدلاته الى مشاكل صحية، كما أنها خالية من النيترات التي قد تؤثر على قدرة كريات الدم الحمراء على حمل الأوكسجين في الجسم.

المصنع بكامل طاقته الإنتاجية».

عبوة مميزة

وإذ أعلنت أبوخليل أن «مياه عالية» تقدم حالياً منتجات 330 مل، 500 مل، 1.5 ليتر، 2 ليتر، 6 ليتر، 10 ليتر، و19 ليتر»، لفتت الى أنها «راعت من خلال

حيازتها على حصة مهمة من السوق اللبنانية، تمكنت «مياه عالية» خلال فترة قصيرة من الانفتاح على الأسواق الخارجية». وكشفت أن «سعي «مياه عالية» للانفتاح على مزيد من الأسواق مستمر، إذ إنها تجري حالياً عمليات تفاوض إذا نجحت، سيعمل على ضوئها

طبيعة مياه عالية المميّزة هذه وجودتها المرتفعة ساهمتا، وفقاً لمديرة مياه عالية إيلان أبوخليل، في تحقيق انطلاقة ممتازة في الأسواق على الرغم من حرجة الواقع الاقتصادي وانتشار المضاربات في السوق. وأشارت أبوخليل الى أنه «إضافة الى



صناعتها وتصميمها لعبواتها أنماط الحياة الصحية وحماية البيئة. فالعبوة التي تتميز بمتانتها وقابليتها لإعادة التدوير، توجه تحية تكريم للمرأة من خلال شكلها المتعرج، في حين يراعي غلافها الإشارة الى نقاء وجودة المياه التي تحتويها».

وشدّدت على أن «انتاج العبوة يتم عبر آلية تضمن جودتها الى حد كبير ولا سيما أن هذه الجودة ستنعكس مباشرة على المياه التي تحتويها».

حادثة المصنع

وكشفت أبوخليل أن «مصنع مياه عالية يتمتع بمستويات تطور وحدائث عالية جداً ما يساهم بشكل فعال في الحفاظ على مستويات جودة عالية والالتزام بمعايير السلامة الغذائية». ولفتت الى أن «المصنع قد صمّم من أهم الماركات الألمانية وهو حديث بالكامل ويعمل آلياً من دون أن تمس اليد البشرية الإنتاج إلا بعد اتمام عمليات التغليف».



وشدّدت على أن «مياه عالية تضم كادراً بشرياً يضم خبرات وإمكانات كبيرة تجعله قادراً على ضبط عمليات الإنتاج وتقديم الأفضل إلى المستهلك».

وأشارت الى أن «هذا الفريق يبذل جهوداً كثيرة لضبط الجودة في مختلف مراحل الإنتاج، ولا سيما أنه تجرى تحاليل كيميائية وميكروبيولوجية داخل المصنع إذ إنه مجهّز بمختبرات حديثة الى حد كبير وتتمتع بمصادقية كبيرة».

مضاربات عشوائية

وأعلنت أبوخليل أن «أبرز التحديات التي يواجهها عمل الشركة تتمثل بالمضاربات الموجودة في السوق، إذ إن المنافسات سارت في المنحى الخطأ ما يستوجب تدخل الدولة للحد منها».

وتمنت على الدولة «الوقوف الى جانب الصناعيين والسعي الى تنظيم القطاع بحيث توقف عن العمل المصانع التي لا تعمل ضمن المعايير الصحية، إذ إن هذه المعامل تشكل خطراً على الصناعة التي تقدم مستوى معيّناً من الجودة».

وفي رد على سؤال، أكدت أن «وعي المستهلكين لجودة المياه المعدنية



ودعمتها معنوياً ومادياً».

وشدّدت على أن «مياه عالية ملتزمة بالنجاح ومتفائلة بأن المرحلة المقبلة ستزخر بالتقدم، ولا سيما أنها ستبقى دائماً متمسكة بالحفاظ على الجودة التي تقدمها، وستسعى إلى بناء أفضل العلاقات مع زبائننا وهذا من دون شك سيجعل طريقها نحو التطور والنمو سالكة».

والقدرة على التفريق بين منتج وآخر يتطلب حملات توعية توضح للمستهلكين أن المياه المعدنية ليست كلها واحدة، بل لكل منها مميزات تميّزها عن غيرها وتعطيها قيمة غذائية مختلفة».

وأشارت الى أن «مياه عالية تعتمد سياسة تأخذ على عاتقها أداء دور فعال تجاه مكونات المجتمع، وفي هذا الإطار رعت العديد من النشاطات الرياضية



ALIYA **عالية**
Water from the Heart of Lebanese Nature
ماء من قلب الطبيعة اللبنانية



www.drinkaliya.com
Aliya Drinking Water

Flows from the
Heart of
Lebanese Nature

Free from Nitrate
Almost Free from Sodium



T. +961 (0)5 465 222 M. +961 (0)3 021 028

Licensed under decree no. 1561/1 dated on 12/8/2015 from the Ministry of Public Health, Lebanon.

TANNOUR BREAD ROTATING DRUM OVEN

Following a healthy diet is a necessity and trend nowadays, and Farhat knew well how serve the portion of the society that cherish this. Hence, Farhat innovated a line for the production of different types of healthy Tannour bread: Whole wheat Tannour, Gluten Free Tannour, Oat Tannour, Barley Tannour, and Multi Grain Tannour.

Designed by a group of experienced engineers, this high-end production line was manufactured to be cost effective with minimum gas consumption, maximum efficiency, and flawless mechanical operation.



شركة فرحات لمعدات المخابز... نجاح قوامه الابتكار فرحات: منتجات جديدة قريباً

ومن دون شك، عوامل كثيرة وقفت خلف نجاح «شركة فرحات لمعدات المخابز»، يبقى أهمها وفقاً لمدير عام الشركة عصام فرحات «معرفة حاجات السوق ومواكبتها» حيث لفت الى أن «الشركة لم تعتمد يوماً الى مراقبة نظرائها في القطاع لتقدم منتجاتهم نفسها، بل سلكت طريقاً أخرى فابتكرت أفراناً قادرة على مواكبة حاجات الشعوب المختلفة حول العالم». وقال: «طريقنا هذه لم تكن سالكة بالكامل بل شابتها تحديات وتعقيدات، إذ إن عملية إجراء الدراسات وتصميم الأفران مكلفة الى حد كبير ولا سيما أنه بعد تنفيذها وتجربتها وطرحها في السوق تعمل شركات أخرى على تقليدها ما يجعلنا غير قادرين على التحكم بالأسعار». وكشف أن «شركة فرحات لمعدات المخابز نالت براءة اختراع عن منتجين: فرن يعمل على الغاز بمبدأ *infra red*، ويقدم خبزاً صحياً ويساهم في توفير الغاز الى حد كبير، وفرن آخر يعمل على الهواء المضغوط والغاز ويقدم خبزاً رقيقاً».

قدرات فنية وتقنية

وشدّد فرحات على أن «شركة فرحات لمعدات المخابز إضافة الى تقديمها مروحة واسعة من المنتجات، تملك القدرة الفنية والتقنية لإنتاج أي فرن مختص بالخبز المسطح إذ تضم ضمن كاردها البشري فريقاً من أهم المهندسين في لبنان قادراً على تصميم، تنفيذ وتجربة، وتقديم أي منتج تحتاجه السوق». واعتبر أن «الشركة تحتل مركزاً متقدماً في السوق العالمية، إذ تتميز بقدرات تنافسية كبيرة تتجلى بالجودة العالية المقترنة بالسعر المناسب، إضافة الى أنها قادرة على تقديم خطوط إنتاج كاملة الى زبائنها». وأعلن أن «الشركة تقدم خدمات الصيانة لزبائنها في مختلف أنحاء العالم، عبر فريق من الفنيين المحترفين، إضافة الى أن أفرانها تحتوي على خدمة اختيارية بحيث يتم وصل الفرن على الإنترنت ما يمكن الشركة من التحكم بصيانتها عن بعد».



تعتبر «شركة فرحات لمعدات المخابز» إحدى الشركات الرائدة في عالم صناعة الأفران ليس على صعيد لبنان فحسب، إنما على صعيد العالم أجمع، إذ ساهم الابتكار في تمكينها من تحقيق خطوة نوعية مكنتها من صنع أفران لمختلف شعوب العالم، فغدت إحدى الشركات اللبنانية التي طافت بإسم لبنان في معظم أصقاع العالم. أضحت «شركة فرحات لمعدات المخابز» على مر سنوات عملها، محط ثقة الشركات العالمية، إذ تمكنت ونظراً للجودة العالية التي تتمتع بها وثقة الزبائن التي أكتسبتها من التعامل مع شركات عالمية تأتي في طليعتها «موندو فريزاتا» في الأرجنتين.



ولا سيما أن الكفاءات اللبنانية تلجأ إلى الهجرة مباشرة بعد إنهاء دراستها في ظل انخفاض معدلات الرواتب والأجور مقارنة بمثيلاتها في الدول العربية».

إمكانيات كبيرة

ورأى فرحات أن «غياب الاستقرار الأمني يضعف الثقة بلبنان، حيث نلاحظ في بعض الأحيان هواجس لدى المتعاملين معنا متعلقة بعدم قدرتنا على الإيفاء بالتزاماتنا نتيجة حدوث اهتزازات أمنية».

وفي رد على سؤال، أكد فرحات أن «لدى الشركة قلق من المستقبل المليء بالتحديات، لكنها تبده بسعيها المتواصل إلى تصميم منتجات جديدة والانفتاح نحو المزيد من الأسواق».

وتمنى على الحكومة دعم القطاع الصناعي إذ إنه يتمتع بإمكانات كبيرة لا بد من تعزيزها واستغلالها».



توسيع شبكة الزبائن

وشدّد فرحات على أن «شركة فرحات لمعدات المخابز تعمل بشكل مستمر على توسيع شبكة زبائنها، فهي إضافة إلى أنها كانت من أوائل الذين اتبعوا آليات التسويق عبر الإنترنت، تعمل اليوم على المشاركة في أهم المعارض العالمية في ألمانيا، تركيا، موسكو، لاس فيغاس، وإيران».

ورأى أن «مشاركة الشركة في هذه المعارض على قدر عالٍ من الأهمية إذ تحتاج شركة فرحات لمعدات المخابز كشركة موجودة في الشرق الأوسط إلى أن تعرض للأجانب، بشكل مباشر وحي، أفرانها التي تنتج خبزهم الخاص». وأوضح أن «هذه الخطوات ساهمت في تعزيز حضورها عبر العالم، إذ تمتد شبكة زبائنها بين الولايات المتحدة، كندا، فنزويلا، البرازيل، غانا،...».

وإذ كشف أن «الشركة تضع خطة مطلع كل عام، تحدد بناءً عليها الأفران التي ستنتجها خلال العام»، أعلن أن «الشركة تعمل حالياً على إطلاق منتجين جديدين لخبز الصاج والخبز الصحي الخاص بمتبعي الأنظمة الغذائية».

منافسون أجنب

وفي إطار حديثه عن المنافسة، أشار فرحات إلى أن «صناعة أفران الخبز اللبناني تشهد منافسات كبيرة إذ إن منافسين أجنب دخلوا إلى القطاع ويقدمون منتجات تملك قدرات تنافسية كبيرة كون تكلفة إنتاجهم أقل من تكلفة إنتاج المصانع اللبنانية في ظل غياب أي دعم للصناعي اللبناني من قبل الدولة».

ولفت إلى أن «غياب الدعم للصناعيين في ظل ارتفاع تكلفة الأراضي الصناعية وغياب البنى التحتية واليد العاملة الكفوءة تضع مبيعات القطاع في حال من التدهور المستمر وتضع القطاع الصناعي ككل في مسار تراجع متواصل».

واعتبر أن «الشركة تبقى بعيدة نسبياً عن المنافسة، إذ إن مجال عملها تخطى أفران الخبز اللبناني، لكن يبقى عملها يواجه بعض التحديات وأبرزها غياب اليد العاملة الكفوءة».

DOMO®

Hot Choco LIGHT

38 cal
per cup



MEPTICO
Since 1974

Zouk Mosbeh Industrial Zone, Badanaa Street | P.O.Box. 30729 Idarat El-Metr, Lebanon
T: +961 9 220886/7, +961 9 238066/7 F: +961 9 220888 | www.meptico.com





البقاعي
Al Bekai



منتجات شركة سينيقي التجارية

المخازن الكبرى .. الأولى في لبنان من حيث عدد الفروع

شهادة: متمسكون بلبنان

هي معادلة ذهبية جعلت شركة المخازن الكبرى تعيش عصراً مزدهراً وتترع على عرش الصدارة في قطاع السوبرماركت في لبنان، اذ ان صوابية رؤية مالكا ورئيس مجلس إدارتها وليد شحادة، جعلته يدرك حاجة الزبون للسلعة الصحيحة بالسعر المناسب والمكان الأقرب.

مشى وليد شحادة عكس الإتجاه، واستثمر في سابقة من نوعها في مناطق جافاها المستثمرون، في القرى والأحياء وشوارع بيروت الداخلية. سارت الرياح بما تشتهي سفن شحادة، حيث اثبت اقدام الزبائن الكثيف على فروع الشركة صحة رؤيته، ما وضع الشركة على طريق متواصل من النمو، حتى اصبحت تحتل المركز الأول لناحية عدد الفروع في لبنان والتي تبلغ 39 فرعاً.



آلية ادارة الفروع

وعن كيفية ادارة شبكة الفروع، اعلن شحادة ان «الإدارة المركزية تضم ادارة عمليات ومشتريات وتسويق ومحاسبة وغيرها من الإدارات. لكن العمل الأهم يبقى في ادارة العمليات التي تدير عمل مدراء المناطق الذين بدورهم يكونون مسؤولين عن عدد من الفروع». ولفت الى ان «العملية الإدارية قد تكون معقدة

**انتشار شركة المخازن
في القرى حيث المنافسة
ضعيفة او شبه معدومة
منحها زخماً وقوة**

وفقاً لمدير العمليات في شركة المخازن الكبرى وضاح شحادة «انتشار شركة المخازن في القرى حيث المنافسة ضعيفة او شبه معدومة، اعطاها زخماً وقوة اذ قدمت المخازن لزبائنها أولئك السعر الأفضل والجودة العالية مقترنة بخدمة زبائن ممتازة، ما اكسبها ثقتهم وولائهم.

لبنان وارد ولكن عبر منح امتيازات تجارية».

ارضاء الزبون

واعتبر شهادة ان ابرز التحديات اليوم تكمن في ارضاء الزبون الذي اصبح على قدر عال من الذكاء اذ سافر وجال حول العالم واصبح من الصعب إرضاءه. وقال: «حاجات الزبائن تطورت ومواكبتها قد تكون صعبة في ظل معضلة اساسية يعيشها لبنان الا وهي الهجرة. فاليوم خيار الهجرة يحتل المراتب الأولى في خيارات خريجي الجامعات ما يحتم على الدولة البحث جدياً عن سبل لتأمين حياة كريمة لهؤلاء داخل وطنهم بغية استثمار قدراتهم وكفاءاتهم في الشركات العاملة فيه لا سيما ان بصماتهم طبعت نجاح الكثير من الشركات العاملة في العالم العربي».

واكد ان «التراجع الاقتصادي الذي شهده لبنان اثر بشكل كبير على عمل المخازن لا سيما ان اللبناني يقلص تلقائياً نفقاته في حالات عدم الإستقرار، الا ان طبيعة عمل المخازن وانتشارها ابقيا ارقام المبيعات مقبولة نسبياً اذ لا تزال تحتل المركز الثاني في لبنان من حيث حجم المبيعات».

تجاوب حكومي

ورحب شهادة بالتجاوب الحاصل بين الحكومة والتجار والذي يتجلى بإبدائها التعاون معهم في مختلف المجالات. وجدد الدعوة لكل السياسيين «لإبلاء القطاع الصناعي والتجاري الدعم اللازم عبر تخفيض الضرائب المفروضة عليهما لأنه يحمل ايجابيات شتى على الصعيد الإقتصادي». ودعا الى «وضع شروط معينة لمن يريد العمل في القطاع حتى لا تتكرر بعض التجارب التي حصلت بحيث اقلقت بعض السوبرماركت نتيجة مضاربات معينة».

وكشف ان «شركة المخازن اسست اكااديمية المخازن الكبرى في خلد منذ 3 سنوات وتضم اساتذة وطلاب راغبين في تعلم المهنة». ولفت الى ان «الأكاديمية خرّجت دفعة من الطلاب في الآونة الأخيرة».

تسير شركة المخازن على خطة توسعية بحيث

سيصل عدد فروعها الى 100 فرع في عام 2022

من الزبائن الذين كانوا يكوّنون افكار خاطئة عن المخازن اذا استهلكوا مواد غير مصنعة او معبأة بشكل جيد».

وقال: «واجهتنا بعض المشاكل من هذا النوع، وكان رأي مدير عام الشركة السيد وليد شحادة ان تطرح المخازن منتجات تحمل إسمها عبر التعاون مع انجح المصانع في لبنان والعالم».

واضاف: «خطوتنا هذه، والتي رافقها شعار «أنا اثق بمنتجات المخازن»، تكلفت بالنجاح نظراً لجودة المنتجات المطروحة في قطاعات مختلفة كالمعلبات والسكر والرز والحبوب ومواد التنظيف».

واعلن انه «فيما بعد خطونا خطوة أكثر تقدماً في هذا المجال، اذ رأينا ان تخفيض تكلفة التعبئة والتغليف ستقلص السعر المقدم للزبون وستكون أكثر تلبية لحاجاته، وبناء عليه طرحنا سلع ومنتجات «الأوفر» حيث قدمنا منتجات عالية الجودة الى حد كبير بأسعار منخفضة تعد من أفضل الأسعار في السوق، ما ساهم في رفع القدرات الشرائية للعائلات اللبنانية».

خطط توسعية

وكشف شحادة عن وجود خطط توسعية لشركة المخازن داخل لبنان، واعلن ان «شركة المخازن تسير على خطة بحيث سيصل عدد فروعها الى 100 فرع في عام 2022». و اشار الى ان «التوسع خارج

أسست شركة المخازن

اكاديمية المخازن الكبرى

في خلد منذ 3 سنوات

وتضم اساتذة وطلاب راغبين

في تعلم المهنة

ولكنها دون شك ناجحة وذلك بفضل مهنية الكادر البشري الذي تضمه الشركة».

واذ اعلن ان «المخازن تضم 750 موظف كلهم من اللبنانيين»، قال: «ندرك تماماً واجبنا تجاه وطننا ونحن متمسكون به وبأبنائه. ونحن نفخر بسياستنا الحريصة على توظيف اللبنانيين، اذ نرفض ان نلعب دوراً في معاناة اللبنانيين وهجرتهم، انطلاقاً من ايماننا بأن لبنان لا يمكن ان يبني الا بجهود أبنائه».

منافسة صحية

وعلى رغم ان شهادة وصف المنافسة في القطاع بالشديدة، اعلن عن رضاه عنها اذ رأى انها تصب في النهاية في مصلحة المستهلك الذي يطمح للجودة العالية والسعر المناسب.

كما اعتبر ان «هذه المنافسات تضع حداً لجشع التجار، لا سيما ان المجال لم يعد مفسوحاً امامهم لتحقيق ارباح كبيرة، فالمستهلك اصبح على دراية تامة بمعدلات الاسعار وبناء عليه اصبحت المنافسة تقتصر على الخدمة والتنظيم الداخلي ومواقع الفروع».

وشدد على ان «المنافسة لا تقلق شركة المخازن، بل هي مؤثر صحي سيدفع القطاع للمضي قدماً نحو الأفضل».

واشار الى ان «هناك نقابة لأصحاب السوبرماركت لكنها غير فاعلة». وكشف انه كان قد طالب في السابق في ان يكون هناك نقابة تعمل بالتنسيق الكامل مع الوزارات المختصة، اذ ان مجال العمل في القطاع جد دقيق ومهم لإرتباطه بصحة المواطن». وقال: «للأسف النقابة معطلة لكن هناك مباحثات تجري بين بعض المنافسين الكبار في القطاع حول هذا الموضوع، ونأمل الوصول الى نتائج ايجابية لأنه في نهاية الأمر ستصّب في مصلحة المستهلك اللبناني».

التعبئة والتغليف

وفي حديثه عن اتجاه المخازن للتعبئة والتغليف، اشار شحادة إلى أن «المخازن كانت أولى الشركات التي سلكت هذا الطريق بغية تأمين معدل رضى اعلى



المخازن الكبير



التوفير حـد بيتك
Savings at your door!



Al-Zarif	01/ 365 324
Aramoun	05/ 812 902
Bchamoun	05/ 813 826
Al-Semkanieh	05/500 420
Daraya	07/ 242 630
Chehim	03/ 731 831
Ketermeya	07/ 971 223
Al-Debbieh	07/ 995 620
Barja	07/ 921 283
Aley Pessine	05/ 553 158
Bhamdoun	05/ 262 601
Baalbak	08/ 372 955
Jeb Jennine	08/ 663 010
Taalabaya	08/ 506 103
Tripoli Al-Kondor	06/ 214 430
Tripoli Al-Sakafa	06/ 431 620

Hamra	01/348 465
Verdun	01/ 786 382
Ras Beirut	01/ 745 256
Cheyah	01/ 559 075
Basta	01/ 662 761
Sabra	01/ 851 402
Mar Elias	01/ 315 678
Al-Msaitbeh	01/ 376 510
Abi Haidar	01/ 310 114
Awkar	04/ 541 982
Broumana	04/ 860 312
Aley El Malaab	05/ 559 920
Falougha	05/ 530 894
Chtoura	08/ 544 227-8
Ferzol	08/ 950 527
Tripoli Al-Maarad	06/ 442 522

Khaldeh	05/ 801 140-1
Kabr Chmoun	05/ 410 227
Manassef	05/ 720 493
Nabatieh	07/ 530 915



Where
Quality
&
Value
Meet

Ramleh El-Bayda	01/ 801 597
Mar Elias	01/ 311 347
Opening Soon	01/ 311 348
	01/ 311 349

37 فرع في
خدمتكم

f Coop - Al Makhazen

coopmakhazen

www.uccm.com.lb





حلباوي إخوان
Helbawi Bros.

- Beirut - Lebanon
- +961 3 220 893/6
- +961 1 556 056/8
- Fax: +961 1 556 059
- Helbawi Bros
- Helbawi Bros
- helbawi@helbawibros.com
- www.helbawibros.com



Ghandour

Est. 1857

Originality

... is our speciality

غندور

تأسست عام 1857

الإبداع هو اختصاصنا



Website: ghandour-lb.com

Email: info@ghandour-lb.com

«سينيق التجارية»... مصدرك الموثوق للتموين بقاعي: «مصادقيتنا» اساس نجاحنا

عشق التحدي ومواجهة الصعاب جعل مدير عام شركة سينيق التجارية محمد البقاعي يخوض غمار احد اصعب المجالات تعقيداً وانتشاراً في لبنان، اذ تنشط «سينيق التجارية» في الأسواق اللبنانية والخارجية كإحدى أبرز الشركات العاملة في الإنتاج، التصدير وتجارة المفرق والجملة.

مع البقاعي تسير «سينيق التجارية» على طريق التطور والتوسع بعد ان نجحت في حجز مكان مرموق لها في قطاع التجارة. دون شك، عبّدت مصداقية البقاعي طريق نجاحها اذ كانت كفيلة بتكريس ثقة الزبائن بها فأكسبتها ولاءهم وجعلتها، اضافة الى المعرفة التسويقية والخبرة العميقة، المكان الأمثل القادر على تلبية حاجات التجار والأفراد.



الجودة في تصريف زبائننا».

جذب المستهلك

ورأى البقاعي ان «عاملين اساسيين يجذبان المستهلك الى سوبرماركت «سينيق التجارية» العاملة تحت اسم «البقاعي»، هما السعر والوقت. فالمستهلك اللبناني ذكي، ففي حين يريحه تأمين كمية كبيرة من المواد الاستهلاكية في مكان واحد ما يوفر

الخدمات والمنتجات واكثرها جودة على الإطلاق، ما جعل «سينيق التجارية» بمثابة رقم صعب في السوق». وقال: «نؤمن ان رضا زبائننا قد يكون السبيل الوحيد لإستمراريتنا، فنستثمر كل خبراتنا في سبيل ارضاءهم عبر تكريس تعامل مهني محترف معهم من قبل فريق عمل الشركة الذي يضع كل خبرته والتنوع الموجود في «سينيق التجارية» اضافة الى اعلى مستويات

وفقاً للبقاعي «ستبقى «سينيق التجارية» متمسكة بالمصداقية التي ابدتها على مر سنوات تجاه زبائننا، اذ انها حمتها في ظل المضاربات العشوائية الموجودة والطرق غير الشرعية التي يتبعها البعض لكسب الزبائن».

ولفت الى ان «فريق العمل لدى الشركة من تجار ومفتشي اغذية ومتخصصي كيمياء وبيولوجيا وباعة وتقنيين يحرص على الإستمرار في تقديم افضل

عليه جهداً ووقتاً، هو حساس تجاه السعر لا سيما ان سياسة «سينيق التجارية» تستهدف الشريحة المتوسطة الدخل والتي تشكل 70 % من النسيج اللبناني».

وفي حين اشار الى ان «هذه السياسة مكّنت «سينيق التجارية» من تغطية أكثر من 90 % من حاجة الميني ماركت في الأسواق اللبنانية»، شدد على ان «تجربة سينيق الناجحة في الأسواق الداخلية افسحت المجال امامها للتوسع في الاسواق الخارجية، ان بنت الشركة شبكة تصدير واسعة تقدم لها السلع والعلامات التجارية». واذ كشف ان هذه «الشبكة تتوزع في مختلف دول العالم، لفت الى ان «الشركة تولي في هذا الإطار، ضمان الجودة والالتزام بالتسليم بالوقت المحدد اهمية قصوى نظراً لإيمانها بدورها في اضافة ميزة قوية لها في سوق التصدير التنافسية، وبناء عليه يتم شحن جميع الطلبات بحسب جدول اداري تنظيمي يمكّن العملاء من الحصول على البضائع في الوقت المحدد».

علامات تجارية

وكشف البقاعي ان «اسباب كثيراً دفعت «سينيق التجارية» للدخول في مجال التعبئة وطرح علامات تأتي في طبيعتها المنافسات العشوائية والسبل الملتوية التي يسلكها بعض التجار في عمليات التسويق لبضائعهم».

واعلن ان «سينيق التجارية تقدم سلعاً تحت إسمي منارة شتورة و البقاعي». ولفت الى «منارة شتورة هي العلامة التجارية للسلع الجاهزة للتوزيع محلياً وخارجياً، وتضم هذه العلامة التجارية منتجات طعام شاملة مصنعة محلياً من أفضل المكونات، وتتم تعبئتها وتخزينها وفقاً للمعايير الدولية لتجهيز الأغذية. وتضم المنتجات متبل الباذنجان والحمص، الشرايات المركزة، ماء الورد والزهر، الكبيس على انواعه، الكشك، اللبنة البلدية، وورق العنب، دبس الرمان، المعلبات، الطحينة، المربيات، مايونيز، وزيت الزيتون...».

وكشف ان «البقاعي تشمل ايضاً عدداً

تؤمن «سينيق التجارية»

ان رضا زبائنها قد يكون

السبيل الوحيد لإستمراريتها،

فتستثمر كل خبراتها في

سبيل ارضاءهم عبر تكريس

تعامل مهني محترف معهم

كبيراً من المنتجات التي تضم الحبوب، البوظة، السكر، خضار يابسة، مكسرات، مواد تنظيف، محارم،...».

خطوة توسعية

ووجد ان «عمل شركة سينيق يواجه مجموعة من التحديات، فإضافة الى المضاربات يعاني السوق من حالة من الفوضى بسبب ضعف السيولة عند التجار، وهذا امر يخلق حالة من البلبلة والقلق للشركات في ظل بعض الممارسات».

واعتبر ان «الوضع الاقتصادي المتراجع في عام 2016 لم ينعكس على «شركة سينيق» ان تمكنت من تسجيل نمو في مبيعاتها قارب الـ 7%». وردّ هذا التقدّم الى «الجهود المضاعفة التي تبذل في الشركة لمتابعة كافة تفاصيل العمل ومعالجة الثغرات لتقديم الخدمات بشكل افضل».

واعلن انه «خلال العام الحالي ستشهد «سينيق التجارية» خطوة توسعية تتمثل بإنشاء مركز للجملة سيشمل

بنت «سينيق التجارية»

نجاحها على اسس متينة

تتمثل بالإلهام والإنسجام

مع السوق كما المسؤولية

والمصداقية التي اعطتها

قدرات تنافسية عالية

سنوكنها من المحافظة على

نجاحها على مر السنوات

المقبلة

صاله كبيرة، وسيقدم اسعاراً وخدمات أفضل للزبون، وهذا سيعزّز موقع الشركة الريادي في السوق وبين الزبائن».

الثقة بالصناعة

وكشف البقاعي ان «الصناعة اللبنانية تتمتع بثقة المستهلكين في الأسواق الخارجية ولا سيما في الدول العربية اذ انها تتمتع بجودة عالية ونكهة جيدة تجعلها مطلباً لمستهلكين كثر». ولفت الى ان «سينيق التجارية لحظت هذه المسألة من خلال العلامات التجارية التي تطرحها في الاسواق والتي تحمل اسم الصناعة اللبنانية».

واعتبر ان «ايجابيات حملة سلامة الغذاء فاقت الى حد كبير السلبيات التي حملتها للشركات». ورأى ان «الحملة ساهمت في تنظيم العمل في السوق والحد من الغش والتزوير وسلّطت الضوء على السبل الملتوية التي يتبعها البعض في عمله وتحمل ضرر للمستهلكين». و اشار الى ان «سيئات الحملة تمثّلت بالحملات الإعلامية التي رافقتها والتي خلقت بلبلة وتشويش لدى المستهلك تجاه المؤسسات والمصانع».

وشدّد على ان «الحملة خلقت نوعاً من الصدمة في الأسواق سرعان ما انتهت، لكن الأهم ان الإيجابيات لا تزال موجودة حتى اليوم».

نجاح مستقبلي

وعبّر البقاعي عن تفاؤله بمستقبل «سينيق التجارية» اذ استطاعت على مر السنوات توسيع وتطوير رقعة اعمالها بفضل الخبرات التقنية وعملية التطوير المستمرة للسلع والبضائع المعروفة بتنوعها وخضوعها لمراقبة الجودة والاسعار في الداخل والخارج، وبالتالي بنت نجاحها على اسس متينة تتمثل بالإلهام والإنسجام مع السوق كما المسؤولية والمصداقية التي اعطتها قدرات تنافسية عالية ستمكّنها من المحافظة على نجاحها على مر السنوات المقبلة».

Tony's Food .. مصنع جديد به معايير عالمية

شرفان: نفتقد للحد الأدنى من المقومات

لا بأس بها من السوق ولا سيما السوق الشعبية التي تهتم Tony's Food والمصانع المماثلة الى حد ما». واعتبر أن «ما يزيد من انتشار هذه المصانع هو حساسية السوق اللبنانية تجاه الأسعار، فمع رداءة الوضع الاقتصادي تهرع الناس نحو المنتج الأرخص، على الرغم من أنها اليوم أصبحت أكثر إدراكاً لأهمية شهادات الجودة».

منتجات جديدة

وكشف شرفان عن أن «Tony's Food تعمل على طرح منتجات جديدة ستبصر النور مع بدء المصنع الجديد بالعمل»، وشدد على أن «طرح هذه المنتجات يتم وفقاً لدراسات وأبحاث وزيارات للمعارض ومواكبة حاجات السوق». وشدد على «أن ردود الفعل تجاه منتج الطحينية الذي طرح العام الماضي من قبل Tony's Food كانت جيدة ولا سيما أنه يتمتع بجودة عالية ومميزات خاصة، ما سمح لـ Tony's Food بالتواجد في السوق الى جانب الشركات العريقة العاملة في هذا المجال».

حق المواطن

وشدد شرفان على «دور اللبنانيين في بناء البلد ودعاهم للتخلي بالصبر»، وشدد على «ضرورة إيلاء السياسيين الاهتمام اللازم للمؤسسات التي تساهم في دعم اللبنانيين وتقويتهم». وسأل: «كيف يرضى البعض ألا يأخذ الشعب اللبناني حقه في وطنه؟ إن كان الشعب يدفع الضرائب، لماذا حال الطرقات سيئة والكهرباء مفقودة والمياه الصحية غير موجودة؟»

وقال: «فليصلح السياسيون أوضاع البلد، ويأخذوا ما يريدونه»، وتوجه بتحية خاصة إلى فخامة رئيس الجمهورية وإلى الحكومة متمنياً عليها إحداث فرق في الحياة السياسية والاقتصادية.

التقينا شرفان، الذي يعرض التحديات ويغوص فيها من دون أن يتشأم بل يحافظ على تفاؤله. فوفقاً له، اليأس علامة الاستسلام الذي لا تحويه ثقافته، فهو مقتنع أن البؤس يجلب البؤس، والقوة تجلب القوة ليبقى التفاؤل هو الأفضل.

معايير عالمية

وكشف شرفان أن «مصنع Tony's Food الجديد يتمتع بمعايير عالية جداً من الحداثة ويراعي معايير السلامة الغذائية والشروط اللازمة لنيل شهادات الجودة». وشدد على أن «إتمام المصنع يتطلب جهوداً ضخمة ولا سيما في ظل التحديات التي يواجهها القطاع والتي تتمثل بافتقاده للحد الأدنى من المقومات المتعلقة بالمياه والكهرباء». واعتبر أن «تقديم جودة عالية وضمن استمرارية المصانع عمل جبار يقوم به الصناعيون الذين يدفعون تكاليف إنتاجهم مضاعفة. فهم يعملون على تعقيم المياه ويجهزون مصانعهم بمختبرات من أجل ذلك، كما أنهم يدفعون تكلفة توليد الطاقة في مصانعهم مرتين، إذ تتوزع هذه التكلفة بين الدولة وأصحاب المولدات التي تتطلب تكاليف صيانة دائمة تضاف الى تكاليف صيانة المصانع الدورية».

وأشار الى أن «ما يجعل الأمور أكثر سوءاً هو شعور الصناعي بأنه وحيد وسط هذه الدائمة من التحديات والصعوبات إذ لا توجد بيئة حاضنة من الدولة لهذه الاستثمارات التي تغرق أيضاً في بحر من الإهمال والتقصير والبيروقراطية حيث تحتاج أبسط المعاملات الى وقت طويل وجهد كثير لإتمامها».

حال فوضى

ولفت شرفان الى «وجود حال كبيرة من الفوضى في السوق اللبناني ولا سيما بعد الهجمة التي شهدتها القطاع من قبل النازحين السوريين الذين يعملون من دون أي ضوابط قانونية وينالون حصة



مع مرور السنوات، يثبت الصناعيون اللبنانيون صلابتهم في وجه الأزمات، ويبرهنون أنهم يستحقون لقب «المقاومين» عن جدارة. فرغم حراجه الوضع الاقتصادي وحدّة التحديات التي تواجه القطاع هم مستمرين بضخ الاستثمارات فيه، واضعين إياه على سكة متواصلة من النمو والتوسع في لبنان والخارج.

إنه طوني شرفان صاحب شركة Tony's Food، الذي لا يزال منذ عشرات السنوات يقود مسيرتها بنجاح وسط تألق دائم وتميز في لبنان والخارج. فهو مالك للرؤى المستقبلية البعيدة المدى، وواضع استراتيجيات التطور والتوسع. كيف لا، وهو الذي يعرف حق المعرفة أن عدم التقدم في العالم الصناعي يعني التراجع الى الوراء والإفساح في المجال أمام المنافسين لإقصائك عن السوق. في مصنعه الجديد، الذي لم تنته أعماله بعد



اطلبها من المحلات

والسوبرماركت

طحينة
باب أول



MADE IN
LEBANON

☎ 09-44 50 59

f Tonys Food

www.tonysfood.com

ولكو بي ام.. مسيرة متواصلة من التطور والنمو

بطرس: لرفع الرسوم على المنتجات المستوردة

واعتبر مدير التصنيع في شركة ولكو بي ام وليم بطرس في حديث مع «الصناعة والإقتصاد» أن المشروع يبشّر بمرحلة جديدة في عمل ولكو بي، إذ يتمتع بحداثة عالية وإنتاجية كبيرة جداً». وإذ لفت بطرس الى «أن القدرة الإنتاجية لمصنع العلف في كفرحزير تبلغ 55 طناً من العلف في الساعة، فيما سيبلغ حجم إنتاج المزرعة 200 ألف فروج»، كشف أن «عمل ولكو بي ام سيرتكز في البداية على السوق اللبنانية ولا سيما أن عراقيل كثيرة تعترض عمليات التصدير والوصول الى الأسواق الخارجية وخصوصاً الأوروبية».

خط إنتاج جديد

وأعلن بطرس أن «ولكو بي أم ومن خلال مصنعها الجديد، ستدخل مجال صناعة منتجات الدجاج من ناغتس، كورن بلو، اسكالوب، وكرسبي...». وأشار الى أن «متابعة دقيقة سترافق عمليات إنتاج هذه الأصناف بغية تقديم منتجات عالية الجودة إلى المستهلكين الذين من المتوقع أن تنال ثقتهم لا سيما أنها مطبوخة بالكامل وخالية من السالمونيلا». وأشار الى أن «ولكو بي ام كرّست خلال السنوات الماضية وجودها في الأسواق بقوة من خلال حفاظها على جودة إنتاجها والتي كرّستها بالتفرد بخيار تربية الدجاج على المواد النباتية من دون استخدام أي مضافات حيوانية كطحين السمك، ما مكّنها من تقديم إنتاج عالي الجودة وذي معايير صحية أفضل».

**ستدخل ولكو بي أم ومن
خلال مصنعها الجديد، مجال
صناعة منتجات الدجاج
من ناغتس، كورن بلو،
اسكالوب، وكرسبي**



لا تزال شركة ولكو بي ام، وكما عهدتها زياتنها على مر عشرات السنوات، تسير على طريق التوسع والنمو، إذ اتخذت خطوة توسعية نموذجية مطلع العام الحالي تمثلت بتنفيذ مشروع جديد سيشكل نقلة نوعية لها على صعيد آلية عملها وأنتاجيتها. ويتميز مشروع ولكو بي بضمه لثلاثة مشاريع متكاملة تضم معمل للعلف ومزرعة ومسلخ. ويتمتع مشروع المسلخ الجديد بسمات كثيرة إذ إنه صديقاً للبيئة ويضم محطة لتكرير المياه المبتذلة تنتج مياه لري الأراضي المحيطة. كما يحوي محطة لتكرير الأوساخ الناتجة عن عمليات الإنتاج، بحيث تحولها الى «طحين لحم» الذي يعد أحد أبرز مكونات طعام الحيوانات».

وأكد على أن «لكوبي ام تواصل طريقة تحديث وتحسين تربيتها للدجاج، إذ ستعمل قريباً وفقاً لخطة تمنع استخدام المضادات الحيوية في أي مرحلة من مراحل الإنتاج. كما أن مسلخها الجديد سيكون ثاني مسلخ في لبنان يلجأ إلى آليات تبريد دون استخدام المياه، ما سيقضي على أي احتمال للغش ويخفض من نسب البكتيريا في المنتجات».

ضبط الجودة

وشدّد على أن «لكوبي ام حاصلة على عدة شهادات عزّزت ثقة المستهلكين بها، إذ كانت قد نالت في مجال الإدارة شهادة الأيزو 9001 كما أنها تعمل لاستيفاء الشروط لنيل شهادة BRC وهي أعلى معدلات شهادات الجودة في العالم، وبذلك ستكون من الشركات القليلة التي نالتها في لبنان والوحيدة في قطاع الدواجن واللحوم».

وأوضح «أن ولكوبي ام تعتمد إلى فحص إنتاجها في مختبر مركزي لديها يضم 4 أقسام تتعلق بفحص البكتيريا الخاصة باللحوم، سموم متأتية من الحبوب، المياه، والفيروسات».

وأشار إلى أن لـ «لكوبي ام اهتماماً كبيراً بالبيئة إذ انها تعمل وسط آلية تتفادى عبرها التلوث البيئي، وهي حائزة على جائزة من الاتحاد الأوروبي المتوسطي وكنتيجة لذلك حصلت على تمويل لمحطة تكرير الأوساخ الصلبة من البنك الدولي».

واعتبر أن «لكوبي ام تتمتع بمسؤولية تامة تجاه مجتمعها إذ تنفذ مشاريع عديدة بالتعاون مع البلديات كما تدعم العديد من الجمعيات الناشطة في الوسط الاجتماعي».

لا أذان صاغية

لفت بطرس إلى «وجود تحديات تواجه عمل ولكوبي ام بشكل خاص وقطاع الدواجن بشكل عام. وأعلن أن «لقطاع الدواجن مطالب كثيرة رفعتها نقابة مربّي الدواجن منذ مدة إلا أن الفراغ الرئاسي وما رافقه من خلل في عمل مؤسسات القطاع العام نتيجة نسبة الشغور الكبيرة في مرافق الدولة وشلل

ولكوبي ام تواصل طريقة تحديث وتحسين تربيتها للدجاج، إذ ستعمل قريباً وفقاً لخطة تمنع استخدام المضادات الحيوية

العمل الحكومي عطّل البحث في هذه المطالب». وشدد على أن «القيمين على القطاع طالبوا بمضاعفة الرسوم الجمركية على المنتجات المستوردة، وشرحوا مراراً وتكراراً أن الدول التي أرست مفهوم حرية التجارة العالمية تخلّت عنه وأصدرت قرارات برفع الرسوم الجمركية على المنتجات الأجنبية ولا سيما البرازيلية، لكن ما من أذان صاغية ولا تزال الأسواق اللبنانية مفتوحة أمام منتجات الدجاج الأوكرانية والبرازيلية».

وشدّد على «وجود نوع من اللغط في صلاحيات الوزارات حيث تتداخل بين بعضها البعض ما يعيق الوصول إلى قرار في وضع معيار لأمر مهمة تتعلق بسلامة الغذاء».

وقال: «هناك عدة جهات مسؤولة عن القطاع، كوزارة الزراعة والصناعة والإقتصاد والصحة وليبنون، وهذا التعدّد يعيق التوصل إلى قرارات ضرورية للقطاع على الرغم من أن النقابة قدمت اقتراحات عديدة».

وأضاف: «لا مفر من السير على خطى الدول الغربية، حيث لا تسير الأمور بهذا الشكل إذ هناك جهة واحدة مسؤولة عن قطاع الدواجن من ألفه إلى يائه، ما يمكنها من تنظيم القطاع ومعالجة مشاكله بشكل كامل من دون

لـ «لكوبي ام» اهتماماً كبيراً بالبيئة إذ انها تعمل وسط آلية تتفادى عبرها التلوث البيئي، وهي حائزة على جائزة من الاتحاد الأوروبي المتوسطي

معوقات أو عراقيل». كما أوضح أن «النقابة طلبت من التنظيم المدني السماح للمزارعين ببناء مزارع في المناطق الزراعية في مساحات تفوق نسبتها النسبة الموضوعة حالياً (4%)، كما طالبت بإرساء مساحات معينة بين المزارع المبنية». وأعلن أن «النقابة تبحث مع وزارة الزراعة رفع الحظر عن الشركات اللبنانية في الأسواق الأوروبية على صعيد قطاع الدواجن ولا سيما أن هذه الشركات تتبع معايير تضاهي المعايير الأوروبية في عملها». واعتبر أن «المشكلة تكمن في العراقيل التي تضعها الدول وتتعلق بما تطرحه من عدم ثقة في قدرة الدولة اللبنانية على مراقبة كامل الإنتاج الحيواني في لبنان».

منافسة قاسية

واعتبر بطرس أن «المنافسة التي تشهدها الأسواق قاسية، ولا سيما في ظل الغش الذي يطال المستهلك عبر تزويد المنتجات المجلدة وبيعها على أنها طازجة». ودعا إلى «تشديد الرقابة في الأسواق إذ إن هناك قرارات واضحة صادرة عن وزير اقتصاد سابقين تمنع هذه الممارسات».

وإذ أشار إلى أن «المنافسة في الأسواق الداخلية قوية جداً، ففي حين هناك شركات تتمتع بحضور قوي سجل القطاع دخول مزارعين ومسالخ جدد في الآونة الأخيرة»، أعلن أنه «في السنوات العشر الأخيرة وبسبب دخول المنتجات المجلدة إلى السوق، أقفل ما يزيد عن 125 مزرعة في عكار وحدها». وأعلن «أن قطاع الدواجن سلك طريقاً من التطور إذ إن أصحاب المزارع أدخلوا تطورات كثيرة على المزارع والمسالخ ما سمح للكثيرين بالحصول على شهادة الأيزو وجعل المسالخ الموجودة في لبنان تتمتع بمعايير عالمية». وردّ هذا التطور إلى حدة المنافسة في الأسواق، إذ إن المزارعين رأوا أن عليهم اللحاق بركب التطور خوفاً من أن يجدوا أنفسهم خارج دائرة المنافسة».

LDI .. السبّاق في تكريس جودة القطاع الغذائي كاخيا: لوقف الممارسات الخاطئة

منذ تأسيسه، عرف مصنع LDI كأحد المصانع البارزة في لبنان التي تؤدي دوراً هاماً في تكريس جودة المنتجات الغذائية، إذ كان المصنع الأول في لبنان الذي يقدم براميل متخصصة في تخزين هذه المنتجات، تتمتع بمعايير جودة عالمية تخولها دخول أسواق العالم كافة. اليوم وبعد ما يقارب الأربع سنوات على انطلاقة عجلة العمل، يتخذ مصنع LDI خطوة نوعية في مجال صناعته، إذ كان السبّاق في لبنان إلى طرح براميل قادرة على تخزين النفايات الصلبة والخطرة الخاصة بالمستشفيات والمستوصفات ومصانع الأدوية. وتكمن أهمية هذه الخطوة في حيازة LDI على UN Certificate لنقل هذه النفايات، وإمكانية تصديرها إلى أوروبا وأميركا عقب تعبئتها بحرص كبير يمنع تسرب أي مواد خطرة منها.



وضع LDI خطة تسويقية جرت وفقها زيارة المصانع والشرح عن أهمية هذه البراميل في تعزيز جودة المنتجات الغذائية». ولفت إلى أنه «في حين أبدت الكثير من المصانع تجاوباً كبيراً واتخذت خطوات جدية بنت عبرها علاقات تعاون مع LDI، لا تزال هناك مصانع تعمل بعيداً من شروط السلامة الصحية».

واعتبر أن «انخفاض كلفة البراميل المصنعة في لبنان مقارنة بالبراميل المستوردة ضمن نجاح LDI في الأسواق على الرغم من وقوف قطاع الصناعات الغذائية في وجه تحدّي أساسي يكمن في لجوء بعض المصانع إلى استخدام براميل مستعملة، وفي بعض الأحيان يتم استقدامها من مصانع الدهان».

ودعا الدولة إلى التشدد في مراقبة عمل المصانع للحد من هذه الممارسات التي تحمل أخطاراً كبيرة على صحة المستهلكين وقد تضعف الثقة بالقطاع الصناعي الغذائي والمنتج اللبناني الذي عرف على مر السنوات بجودته العالية.

LDI المصنع الأول في لبنان الذي يطرح براميل قادرة على تخزين النفايات الصلبة والخطرة الخاصة بالمستشفيات والمستوصفات ومصانع الأدوية

وإذ لفت إلى أنه «على صعيد البراميل الخاصة بالمصانع الغذائية، يستخدم LDI مواد أولية مرخصة من الوكالة الفدرالية الأمريكية»، أشار إلى أن «LDI يقدم براميل بسعات مختلفة تتراوح بين الـ30 والـ60 والـ120 والـ160 ليتر».

وشدّد على أن «LDI يؤدي دوراً كبيراً في تطور ونمو قطاع الصناعات الغذائية ولا سيما أن إنتاجه مطابق للمواصفات العالمية وبالتالي قادر على دخول الأسواق كافة حتى المتشدّدة في معايير السلامة الغذائية».

ممارسات خاطئة

وأعلن كاخيا أنه «منذ انطلاقة المصنع،

ووفقاً لمدير مصنع LDI انطون كاخيا «أولى LDI منذ نشأته عام 2013، المعايير الصحية اهتماماً كبيراً وهو يعمل في هذا الإطار بشكل مستمر على إطلاق منتجات تساهم في الحفاظ على صحة المستهلكين وتجنبهم أي أضرار ناتجة من ممارسات خاطئة».

وكشف أن «LDI زاروزارات الصحة والبيئة والصناعة وأطلعها على أهمية المنتج ولا سيما أن المستشفيات والمستوصفات ومصانع الأدوية في لبنان لم يسلكوا هذه الطريق بعد على الرغم من الأخطار التي تحملها الأوساخ الصلبة الناتجة من عملها على صحة الإنسان لإحتوائها على مواد كيميائية مسرطنة».

أفضل المواد الأولية

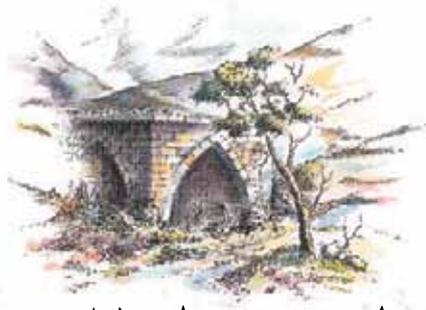
وشدّد كاخيا على أن «LDI ومنذ تأسيسه يحرص على استخدام أفضل المواد الأولية في صناعته بغية تقديم إنتاج عالي الجودة لإدراكه التام لأهمية التخزين في تقديم منتجات عالية الجودة وصحية إلى المستهلكين».



Mtein, Main Road
Tel: 961 4 296901/2/3
Fax: 961 4 296904
E-mail: tony@ldi-lb.com



cool breeze and rustling leaves,
falling asleep under an oak tree,
fresh aromas filling the air, cut
grass and the buzzing of bees,
the spiciness of afternoon,
biting into freshly-picked
peach, delicate and ripe, that
light aftertaste when you
wake up from a delicious
dream, your heart beating,
faster and louder, that
moment when you feel
love. This is the taste
of Chardonnay.



عسل جبل الشيخ®

JABAL EL SHEIKH HONEY®

هيدا عسل لبناني
وع طبعنو



Food Safety
ISO 22000
SAI GLOBAL



ISO 22005:2007
Food Safety
Traceability
SAI GLOBAL

مياه الرحيق .. 17 عام من السير على طريق التميّز

دياب: لتنظيم القطاع



**تولي مياه الرحيق عمليات
التعقيم واجراء الفحوصات
المخبرية اهتماماً خاصاً
فإضافة الى الفحوصات
اليومية التي تجريها داخل
مختبرات الشركة، تقوم
بإرسال عينة من إنتاجها
لفحصها لدى ابرز الجهات
المختصة في لبنان**

يتميّز مصنع مياه الرحيق بتجهيزات كاملة على قدر عالٍ من التطور، إذ أنه لتأمين صحة وسلامة المنتج، تتبّع الشركة المعايير العالمية ISO 22000، كما تقوم الشركة بتطبيق نظام HACCP بحيث تتحقق صحة وسلامة الغذاء من خلال مراقبة وتحليل المخاطر البيولوجية والكيميائية والفيزيائية خلال تأمين ونقل المواد الأولية، وتحضير معالجة المياه، التصنيع، والتوزيع حتى استهلاك المنتج.

وكشف مدير «شركة الرحيق لتوزيع المياه» علي دياب أن «مياه الرحيق تولي عمليات التعقيم واجراء الفحوصات المخبرية اهتماماً خاصاً إضافة الى الفحوصات اليومية التي تجريها داخل مختبرات الشركة، تقوم بإرسال عينة شهرياً من إنتاجها لفحصها لدى ابرز الجهات المختصة في لبنان وفي طليعتها معهد البحوث الصناعية ومختبرات الجامعة الأميركية».

وإذ شدد على أن «مراعاة معايير السلامة الغذائية الى حد كبير كرّست ثقة الزبائن بها»، لفت الى أن «ما عزّز ثقة المستهلكين بمياه الرحيق أكثر، هو سعي «الرحيق» المستمر للتواصل مع زبائنها

الحرص على تقديم منتج عالي الجودة، جعل «شركة الرحيق لتوزيع المياه» تسير على طريق التميّز، حيث أولت طوال سنوات عملها اهتماماً دقيقاً لكافة مراحل الإنتاج، فقدمت منتج عالي الجودة اكسبها ثقة زبائنها وولاءهم. كيف لا، وهي

التي واكبت على مر 17 عاماً كل تطور في عالم صناعة المياه المعدنية، واستقدمته الى مصنعها انطلاقاً من حرصها على مراعاة إنتاجها اعلى معايير السلامة الغذائية.

والوقوف عند ابرز ملاحظاتهم، حيث يقوم فريق عمل مختص في الشركة بالإتصال بالزبائن بغية القيام بإحصاءات حول نسبة رضى الزبائن عن المنتج والاساليب التي تعتمدهما الشركة في التعامل معهم لا سيما على صعيد المندوبين». وأكد ان «هذه الامور مجتمعة حافظت على استمرارية مياه الرحيق التي لا يمكن ان تتم دون ولاء زبائنها لها».

أجواء السلبية

وسيطرت الأجواء السلبية على تقييم دياب لعمل مياه الرحيق خلال عام 2016، إذ انه في ضوء المنافسات غير الشريفة والمضاربات عانت الشركة كثيراً واضطرت لبذل جهود مضاعفة للحفاظ على حصتها في السوق في ظل انتشار الفوضى في القطاع وسط غياب اي دور للدولة في ضبطه ودعم الصناعيين».

وقال: «مياه الرحيق تراعي كل شروط السلامة الغذائية ولا تقدم لزبائنها الا المنتج الأجد، لذلك تعاني من اكلاف انتاج مرتفعة، في حين المصانع غير الشرعية لا تخضع للضرائب، وبالتالي قادرة على تقديم منتج منخفض السعر يمكنها من حيازة حصة معينة من السوق».

فوضى كبيرة

ولفت دياب الى «ان هذه الفوضى تستدعي تدخلاً سريعاً لتنظيم القطاع وإقفال المصانع التي فتحت عشوائياً». وان اعتبر «أن

حملات دعائية

وكشف دياب ان لا وجود لخطط توسعية في المستقبل القريب، إذ ان مصنع الرحيق على قدر عالٍ من التطور وهو المصنع الأول في لبنان الذي يقوم بتعبئة المياه في عبوات متعددة تضم الـ0.3 ليتر، و0.5 ليتر، و1.5 ليتر، و2 ليتر، و6 ليترات، و10 ليترات، و19 ليترًا».

وشدد على ان اهتمام «شركة الرحيق في عام 2017 سينصب على الحملات الدعائية التي تسلط الضوء على الجودة التي تتمتع بها مياه الرحيق، بغية توعية المستهلكين على ضرورة التأكد من جودة منتج المياه المعدنية قبل استهلاكه».



Al Rahik

- مرخصة من قبل وزارة الصحة العامة
- بموجب مرسوم جمهوري رقم 3740
- وقرار رقم 1/677 باستثمار بيع مياه للشرب
- ISO 22000
(Certified Management System)

خدمة الزبائن 07 / 435811 - 03 / 716961

المبيعات والتوزيع 71 / 343934

Email: alrahik_water@hotmail.com - Facebook: [AlRahikWater](https://www.facebook.com/AlRahikWater)

Website: www.alrahikwater.com

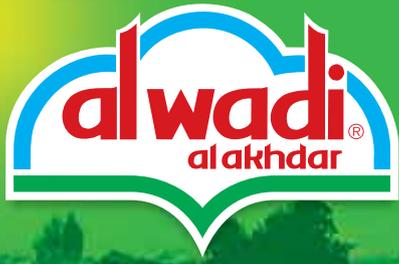


Indomie®

Instant Noodles



الطعم الأصلي ما يتغير



كرم الطبيعة
في كل بيت



Join us on
Facebook

www.alwadi.com

Multi-national Business Co .. 3 عقود من التطور

القيسي: المنافسة الصينية أبرز التحديات



سارت (Sart) Multi-national Business Co.، على طريق النجاح خلال ثلاثين عاماً، إذ عملت على مر ثلاثة عقود بكفاءة واحتراف ساهما في حجز مكان مرموق لها في السوق ووضعها على سكة متواصلة من النجاح لم تعرف الانقطاع منذ عام 1996.

فبالرغم من الصعوبات الاقتصادية التي تعصف بالعالم والمنطقة والتحديات الاقتصادية التي يواجهها لبنان، شقت MBC طريقها في مجال صيانة الموازين الإلكترونية. وتمكنت الشركة منذ بداية انطلاقها من الفوز بثقة الزبائن ما ساهم في تطورها من حيث أعمال الصيانة وخدمة ما بعد البيع، إضافة إلى دخول سوق التجارة عبر الاستيراد وأخذ وكالات من شركات أجنبية، وتسجيل ماركات تجارية في وزارتي الصناعة والإقتصاد والتجارة والحصول على شهادات من مصلحة

يتعدى عدد الشركات العاملة في القطاع الـ10 شركات، نعاني بشكل أساسي من المنافسة وتحديداً الصينية التي تملك قدرات تنافسية عالية لجهة الأسعار».

وشدّد على أن «تراجع القدرة الشرائية لدى شريحة كبيرة من اللبنانيين من جراء التراجع الاقتصادي الذي شهده لبنان، جعل من المنتجات الصينية، المتدنية السعر والجودة، منافسة حقيقية لمنتجاتنا ولا سيما أننا نعاني من ارتفاع تكاليف الإنتاج في لبنان بنسب كبيرة». وكشف أن «عامل الوقت ساهم في تخفيض حدة هذه المنافسة إذ سمح للزبائن بلمس الفوارق الكبيرة في الجودة، ما حسن ظروف وجود منتجاتنا في الأسواق وحزّك الطلب عليها تصاعدياً».

وأشار إلى أن «الشركة تقدم خدمات ما بعد البيع إلى زبائنها عبر فريق عمل محترف قادر على اكتشاف الأعطال ومعالجتها في وقت قياسي».

وأمل القيسي أن «يحمل العهد الجديد بوادر تفاؤل توحى بأن لبنان متجه نحو الأفضل ولا سيما على الصعيد الاقتصادي لعل الأسواق تشهد راحة ما وتنتهي حال الركود التي لازمتها طويلاً».

حماية الملكية الفكرية ما ميّز منتجاتها وأعطاه قدرات تنافسية عالية لناحية المواصفات والجودة.

وسمح التطور الذي شهدته MBC لها بتخطي الحدود اللبنانية، إذ أشار مدير MBC وسيم القيسي إلى أن «MBC بدأت بالتوسع في عام 2012 نحو دول الخليج عبر تعيين موزعين لها». وإن لفت إلى أن «الشركة قامت مؤخراً بالتوجه نحو جنوب أميركا الذي يشهد فيه القطاع الصناعي حالياً نشاطاً بارزاً»، أعلن أن «الشركة تمكنت في هذا الإطار، من عقد اتفاق مع أكبر شركتي تصنيع موازين في الأرجنتين لتصبح بناءً عليه وكلياً حصرياً لهما في الشرق الأوسط». كما كشف أن الشركة أصبحت عضواً في الجمعية الدولية للوزن والقياس NTEP/TDA.

المنافسة الصينية

وفي إطار حديثه عن التحديات التي تواجه عمل MBC، قال القيسي: «ليس خافياً على أحد ما يعانيه القطاع الصناعي من صعوبات متنوعة وعديدة وسط غياب دعم الدولة كما غيره من القطاعات الاقتصادية الأخرى». وأضاف: «بالرغم من قلة عدد الشركات المتخصصة في مجال الموازين حيث لا

Electronic Scale موازين إلكترونية

High Technology At Your Service

General Features:

- > Electronic scale with built-in printer.
- > Easy to use.
- > Helping and operating guides standing on screen.
- > Interactive menus.
- > 4 simultaneous sellers.
- > 60 shortcuts to products (30+30).
- > Sum of weighable and non-weighable items.
- > Constant queries of the total amount of sales.
- > Pre-packing function.
- > Data storage protected against power outages.
- > Backlit LCD display of large size and high-tech.
- > Customizable advertisements and legends.
- > Access in user/manager mode.

SYSTEL®



**Made in
Argentina**



• THERMAL PRINTER

- >> Thermal printer mounted on a strong stainless steel structure in order to have more printing endurance.
- >> Printing Speed: 100 mm/s
- >> Works with receipts and labels
- >> **OPTIONAL WEIGHING SYSTEM**
Connection to external Load cell or platform scale
- >> Activated by keyboard with user log alternated with internal load cell

• DISPLAY



• SCALE REPORT NX

- Backlight LCD Display
- Thermal Printer
- Network Connectivity



SOLUTIONS FOR CONTROL SYSTEMS

KRETZ

كرامبل .. جودة عالية وتطور مستمر

اسكندر: متفائلون رغم التحديات

المنتجات وخفض قدراتها التنافسية».

أسواق جديدة

ولفت اسكندر الى أن «التراجع الذي شهده الاقتصاد اللبناني العام الماضي أرحى بظلاله على القطاع الصناعي ما أدى الى أزمة في تصريف الإنتاج ووضع بعض المصانع في حال حرجة أدت الى صرف قسم من الموظفين لديها». وشدد على أن «شركة كرامبل حافظت على إنتاجيتها من خلال الاندفاع نحو أسواق جديدة ولا سيما الأسواق العربية إضافة الى بعض الأسواق العالمية ما ساعدها في الحفاظ على المستوى المطلوب لأعمالها لضمان استمراريتها وتخطي الأزمة بأقل خسائر ممكنة».

جهود الصناعيين

وفي رد على سؤال عن وجود خطط توسعية لعام 2017، شدد اسكندر على أنه «رغم الأزمات المتلاحقة في المنطقة والتي ترسم صورة ضبابية للمستقبل، نتمسك بالأمل لتخطي المعوقات وعدم الاستقرار في الأسواق من خلال الحفاظ على جودة الإنتاج ولا سيما أن هذه الجودة تبقي الصناعي اللبناني في طليعة المصدرين رغم شدة المنافسات». وأمل اسكندر من «العهد الجديد إرساء جو من الاستقرار إذ يؤدي دوراً فعالاً في تحسين وتعزيز نمو القطاع الصناعي». وأعرب عن تفاؤله بالمستقبل ولا سيما أن «كرامبل دائمة التطلع الى أسواق جديدة»، واعتبر أن النجاح سيكون حليف القطاع المستمر «فعلى الرغم من كل التحديات تمكّن القطاع من حجز مركز مرموق له في الأسواق الخارجية بفضل جهود الصناعيين اللبنانيين الذين لم يتوانوا يوماً عن السعي نحو التطور ولم يتوقفوا يوماً عن البحث عن السبل المؤدية إليه فأتى نجاح الصناعة اللبنانية وتألّفها في الأسواق الخارجية ثمرة لذلك».

شكّلت الجودة العالية والتطور المستمر عاملين أساسيين ساهما في نجاح وتألّق شركة «كرامبل لصناعة الشوكولا والحلويات» على مدى عشرات السنين، إذ يحرص القيمون على الشركة على استخدام أجود أنواع المكونات الأجنبية والأوروبية بهدف تقديم إنتاج عالي الجودة الى المستهلك، وقادر على ولوج الأسواق الخارجية عبر تمتعه بقدرات تنافسية كبيرة تمكنه من ربح تحدي المنافسات وتكريس حضوره في الأسواق.



كلفت الإنتاج الناتجة من ارتفاع كلفتي الطاقة واليد العاملة، إضافة الى ارتفاع أسعار المواد الأولية». وأمل من «الدولة دعم القطاع الصناعي عبر تأمين طاقة نظيفة بكلفة متدنية والعمل على تحسين ظروف اليد العاملة اللبنانية للحد من هجرة الشباب وتسهيل الاستعانة باليد العاملة الأجنبية لسد الفراغ الناتج من نقص اليد العاملة اللبنانية». كما دعا «الدولة الى تخفيض الضرائب والرسوم على المواد الأولية، حيث إنها تؤدي أيضاً دوراً في رفع أسعار

في حديث مع «الصناعة والإقتصاد»، غاص مدير شركة كرامبل لصناعة الشوكولا والحلويات عادل اسكندر في سرد قصة نجاح الشركة التي غزت الأسواق الداخلية كما الخارجية. واعتبر اسكندر أن «ما مكن «كرامبل» من التميز في صناعة الشوكولا إضافة الى الجودة العالية والنكهة المميزة هو الاهتمام بالجمالية التي تضفي على المنتج رونقاً يجعله محبوباً لدى المستهلكين». ورأى أن «مواكبة التطورات الحاصلة في الأسواق العالمية في مجال صناعة الشوكولا ساهم في إعطاء زخم وقوة للشركة». وكشف أن «الشركة توكّب هذه التطورات عبر حضور المعارض الدولية في جميع أنحاء العالم للإطلاع على المواد والمنتجات الجديدة».

حافظت «كرامبل» خلال

عام 2016 على إنتاجيتها

من خلال الاندفاع نحو

أسواق جديدة ولا سيما

الأسواق العربية

ارتفاع كلفة الإنتاج

وأشار اسكندر الى «وجود تحديات كبيرة تواجه القطاع الصناعي في ظل ارتفاع

Crumble

CRUMBLE: SWEET INVENTIONS!

كرامبل: باقة من الإبتكارات الحلوة!



Phone/ Fax: +961 4 918856
+961 4 930067
+961 4 930068

Mobile: +9613 305807
email: info@crumble-lb.com
www.iskco-crumble.com

ألبان شامات .. منتجات طبيعية 100 % حنا: خيار «التفرد» ضمن نجاحنا

طعم تقليدي

وفقاً لحنا كان «التفرد خياراً اتخذته وتمسك به على مر ربع قرن، فقدم منتجات تميّزت بجودتها العالية وطعمها التقليدي ما ساهم في نيله حصة جيدة من السوق ضمن استمرارية المصنع وتطوره».

وشدّد على ان «ألبان شامات تعمل بشكل مستمر على توسيع شبكة زبائنها بطريقة منظمة تتوافق وإنتاج مصنعها». وقال: «لم نسلك يوماً طرقاً ملتوية بغية رفع مبيعاتنا وتوسيع دائرة زبائنها، بل إن بناء العلاقات مع الزبائن تحكّمه حسابات دقيقة حول قدرة المصنع على تلبية احتياجاتهم إذ إن إنتاج شامات يتمتع بمعايير معينة تشكل خطأ أحمر في سياسة ألبان شامات لا يجوز المس به».

وأضاف: «نؤمن بأن لزبائنا دوراً أساسياً لضمان تواجدنا في الأسواق، لذلك نبني وإياهم علاقات أساسها المصداقية والالتزام، وما يساعدنا أكثر في صون هذه العلاقات هو إشرافنا المباشر على أدق تفاصيل العمل والتعاطي مباشرة معهم ما يمكننا من الوقوف عند أبرز ملاحظاتهم ورؤيتهم لإمكانية تطوير المنتجات وتقديم الأفضل إليهم».

فوضى ومنافسات

وإذ كشف عن أن «ألبان شامات تقدم أنواع منتجات متعدّدة إلى زبائنها من ألبان وأجبان وشكليس»، أعلن «أن ألبان شامات تسير على طريق متواصلة من التطور وستعمل في هذا الإطار على توسيع مصنعها في فترة قريبة بهدف مواكبة حاجات السوق وتلبية الطلب المتزايد عليها».

وأعلن أن «أبرز التحديات التي يواجهها عمل شامات تتمثل بالفوضى والمنافسات غير المشروعة التي يقوم بها بعض المزارعين الذين لا ينتمون إلى القطاع».

ودعا الدولة إلى تنظيم القطاع الصناعي وحمايته إذ إن بعض الممارسات الخاطئة قد تسيء إلى سمعته وتكسر عامل الثقة التي جهد الصناعيون عشرات السنين لبنائها.

انتعاش اقتصادي

واعتبر حنا أن «عام 2016 كان عاماً صعباً للغاية إذ عايشنا الأسواق حال ركود شديدة أثرت في عمل المؤسسات بشكل كبير». وشدد على أن انتخاب رئيس للجمهورية وتشكيل حكومة أنعشا الأسواق بعض الشيء، ما يبشّر بأننا تخطينا الأوقات الحرجة على الصعيد الإقتصادي».

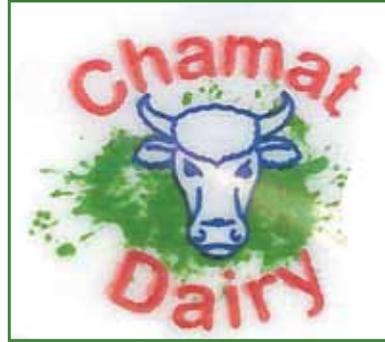
وعبر عن تفاؤله بمستقبل عمل ألبان شامات على الرغم من التحديات التي تواجهها، إذ إن المصداقية التي بنتها ألبان شامات وثقة الزبائن التي اكتسبتها لا بد أن يقودا نجاحها مهما صعبت الظروف وكثرت التحديات.



سارت ألبان شامات بثقة في قطاع صناعة الألبان والأجبان في لبنان منذ انطلاقتها عام 1992، كيف لا، وهي التي حرصت على تقديم منتجات طبيعية 100 % إلى زبائنها إيماناً منها بأن المستهلك يستحق الأفضل، وأن لا بقاء في السوق إلا للجودة الأعلى.

يروى مدير ومؤسس ألبان شامات غابي حنا خوضه لغمار الصناعة بعد أن كان موظفاً في أحد المطاعم والذي أقفل مع اندلاع الحرب الأهلية. يستذكر أيام الحرب وظروفاً شتّى دفعته إلى العمل في القطاع الصناعي حيث اكتشف شغفه به، وجهوزيته لمواجهة التحديات التي يحملها، وقدرته على الإيفاء بالتزاماته تجاه التجار الذين يولونه الثقة ويحرصون للحفاظ على أفضل العلاقات معه.

ألبان وأجبان شامات



شامات - شارع الحارة - تقاطع كنيسة مار تقلا

هاتف: ٩٦١٧٠٥٠٥٧٥٢

يحفظ تحت ٦ درجات مئوية



المكونات: حليب بقر - ملح - مجبنة

صنع من الحليب المبستر الطبيعي كامل الدسم

صنع في
لبنان

شامات - جبل لبنان

MADE IN
LEBANON



مكي لتجهيز الأفران وإنتاج خطوط الخبز اللبناني .. عنوان الجودة

مكي: نتميز بتقنياتنا المتطورة

العمل على تقديم الدعم التقني لهم عبر خدمات ما بعد البيع وخدمات الصيانة كافة، عبر فريق من الفنيين الذين يتمتعون بخبرات كبيرة تمكّنهم من معالجة أي خلل أو عطل بسرعة قياسية».

تميز القطاع

وأشار مكي الى «أن عوامل كثيرة ساهمت في ازدهار قطاع الصناعات الغذائية في الأسواق الخارجية والداخلية على حد سواء، إذ إن منتجات القطاع أثبتت على مر السنوات تميزها من خلال الجودة العالية التي تتمتع بها ومذاقها الذي يدغدغ حنين المغتربين اللبنانيين في الأسواق الخارجية ويجعلها من خياراتهم المفضلة لدى المستهلك».

ولفت الى أن «أحد أهم أسباب تميز القطاع وحدائته هو تبادل الخبرات بين الصناعيين اللبنانيين بمبادرات فردية منهم، ما يؤكد إيمانهم بعمل القطاع وإصرارهم على تخطي التحديات التي تواجهه والمضي قدماً نحو مزيد من النجاح».

واعتبر أن «للأزمة السورية انعكاسات على عمل القطاع تتأرجح بين الإيجابية والسلبية. ففي حين ساهم إقفال الحدود البرية في تراجع صادرات القطاع مقارنة بالسنوات السابقة، ارتفع الطلب الداخلي على منتجاته، ما أدى دوراً في تعزيز إنتاجية المصانع».

غياب الدعم

وشدّد مكي على وجود جملة من التحديات تواجه القطاع تتمثل في غياب الدعم الذي يساهم في رفع تكلفة الإنتاج، فمع وجود الضرائب المرتفعة وارتفاع تكلفة تأمين الطاقة الكهربائية ترتفع كلفة الإنتاج وتضعف قدرات الصناعي اللبناني التنافسية».

كما لفت الى أن «الصناعة اللبنانية تعاني من نقص في الكفاءات التقنية، وانعدام وجود البنى التحتية الأساسية

ساهمت الجودة العالية في تعبيد طريق النجاح أمام «مكي لتجهيز الأفران وإنتاج خطوط الخبز اللبناني»، على مر 25 عاماً. إذ شرع الحرص على تقديم أعلى مستويات الجودة أبواب الأسواق الخارجية أمامها، فوجدت موطناً لها في دول الإمارات، عمان، السعودية، قطر ودول الخليج العربي والدول الأفريقية والأوروبية.

التميز في سوق مشبعة بإنتاج من مختلف الدول».

وأضاف: «الأفران التي نقدمها متميزة لجهة التقنيات المتطورة المستخدمة والتي تتميز بالبساطة والبعد من التعقيد، إضافة الى صنعها من مادة الستانلس ستيل واستخدامنا لأجود أنواع القطع، ما يعطي الأفران متانة وعمراً مديداً بعيداً من الأعطال».

وأعلن أن «مكي لتجهيز الأفران وإنتاج خطوط الخبز اللبناني» تقدم لزبائنها مروحة واسعة من المنتجات تتضمن خطوط إنتاج آلية لإنتاج الخبز العربي، خطوط آلية لإنتاج خبز لافاش والتورتيللا، خطوط آلية لإنتاج خبز التنور الصحي، وخطوط آلية لإنتاج خبز الشباتي». ولفتح الى أن «هذه الأمور مجتمعة مكنتها من منح كفاءات لزبائنها، إضافة الى

انفتاحها الخارجي هذا ضمن استراتيجيتها، إذ أشار مدير «مكي لتجهيز الأفران وإنتاج خطوط الخبز اللبناني» نجيب مكي، الى أن «هذا الانفتاح وضعها على طريق التطور والتوسع. فمع ضيق السوق اللبنانية ومحدوديتها، كان هذا الانفتاح ضرورياً لتعزيز عمليات الإنتاج وتوزيعها».

آليات عمل دقيقة

وشدّد مكي على أن «القيمين على «مكي لتجهيز الأفران وإنتاج خطوط الخبز اللبناني» أدركوا أهمية تقديم أعلى مستويات الجودة لحجز مكان لها في السوق، ولذلك وضعوا آليات عمل دقيقة وواضحة تحرص على مراقبة عمليات التصنيع في مراحلها كافة». وقال: «هذه الإستراتيجية لم تسمح لنا بالصمود في وجه المنافسات فقط، بل مكنتنا من



تؤازر «مكي لتجهيز الأفران وإنتاج خطوط الخبز اللبناني» زبائنها عبر خدمات الصيانة التي يقدمها فريق من فنيين يتمتعون بخبرات كبيرة تمكّنهم من معالجة أي خلل او عطل بسرعة قياسية

تفاؤل كبير

وعبر مكي عن تفاؤله بمستقبل القطاع الصناعي على رغم وجود تحديات كثيرة، اذ ان القطاع اثبت على مر عشرات السنوات وفي أحلك الظروف، صلابته وقدرته في مواجهة الأزمات حيث تمكن من تحقيق نمو لافت وادخال الحداثة الى المصانع وغزو الأسواق الخارجية في ظل غياب اي دعم يُذكر من الحكومات المتعاقبة التي تغاضت عن أهمية القطاع.

كما أبدى تفاؤلاً كبيراً بمستقبل عمل «مكي لتجهيز الأفران وإنتاج خطوط الخبز اللبناني» التي تمكنت منذ انطلاقتها من كسب ثقة الزبائن وولائهم، فتطورت وتوسعت، ودون شك ستتابع سلوك هذا الطريق لا سيما في ظل العمل على استراتيجيات توسعية تعزز تطورها وتقدمها.

في الاسواق الخارجية». وكشف عن خطط توسعية لـ«مكي لتجهيز الأفران وإنتاج خطوط الخبز اللبناني» في الخارج، في المستقبل القريب تسمح بتوسيع شبكة الزبائن وذلك عبر المشاركة في معارض ومنح وكالات خارجية.

لإنشاء المصانع وسط ارتفاع كلفة تمويل الرأسمال التشغيلي وغياب الحماية للإنتاج الوطني، وضآلة حجم التمويل الصناعي من مجمل التسليفات، إضافة الى ارتفاع كلفة التصدير عبر المرافئ اللبنانية».

إجراءات داعمة

واستغرب مكي غياب الدعم على الرغم من أهمية القطاع ودوره على صعيد الإقتصاد الوطني وقدرته على ضخ فرص عمل في السوق وبالتالي الحد من البطالة وتخفيف آثارها الإجتماعية».

وشدّد على «ضرورة وضع رسوم جمركية عالية على المنتجات المستوردة من الخارج وفرض قيود مالية وتقنية تحد من دخولها الى السوق اللبنانية ومنافسة الإنتاج الوطني».

كما رأى «وجوب تخفيض كلفة التصدير ولا سيما عبر المرافئ اللبنانية بهدف زيادة قدرات الإنتاج اللبناني التنافسية

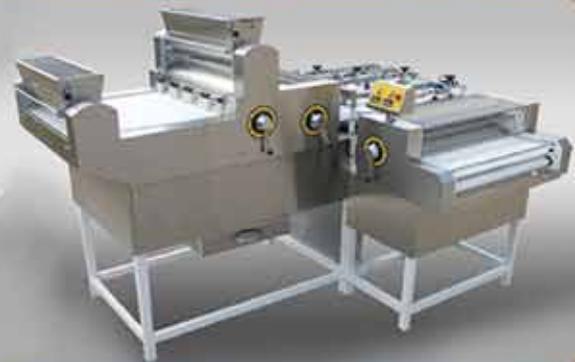



BASTERMA BEDO



Phone | +961 1 261439
Mobile | +961 3 428890
Address | Bourj hammoud near the municipality
Factory | Basterma House Company Sad el Bouchrieh
E-mail: yousef.b.saleh@hotmail.com

makki bakery Equipments



«الحلّة».. 20 عاماً من الجودة

مصطفى طيارة: ننافس بثقة

منافسات شديدة

وإن أشار مصطفى طيارة إلى أن الأسواق تشهد منافسات شديدة، لفت إلى أن «هذه المنافسات لم تخرج عن إطارها الصحي إذ تعتمد الجودة والتزام المعايير الصحية أساساً لها». وكشف أن «لا خشية من هذه المنافسات إذ تقدم «وافكو ليمتد» إنتاجاً عالي الجودة إلى حد كبير وبالتالي تملك قدرات تنافسية كبيرة تمكنها من حجز مكان لها في السوق».

وأشار في رد على سؤال إلى أن «الشركة تخوض هذه المنافسات بثقة وفرح إذ تعتبر أنها ستحمل إيجابيات عديدة إلى المستهلك، حيث تشغل المواد الغذائية، وتحديداً اللحوم المبردة ومن ضمنها المرتديلا ومشتقاتها، حيزاً كبيراً من لائحة المنتجات الاستهلاكية المطلوبة على أوسع نطاق. فهذه المنتجات شديدة الحساسية ويتطلب إعدادها وتصنيعها وتغليفها عناية مركزة ونظافة عالية، ومن شأن هذه المنافسات تشكيل دافع للمصنعين للالتزام بالمعايير المطلوبة».



الجودة العالية والمذاق الشهي جعلنا «وافكو ليمتد» في صدارة الشركات العاملة في مجال صناعة المرتديلا ومشتقاتها على مدى أكثر من 20 عاماً، إذ وفقاً لمدير المبيعات والتسويق مصطفى طيارة «تراعي الشركة إلى حد كبير معايير الصحة والسلامة العالمية، إذ حرصت على التواصل مع عدة شركات أجنبية مصنعة، ووقع اختيارها على واحدة من أفضلها، وهي حائزة على iso 9001 و iso 22000 لتولي مهمة تصنيع مرتديلا «الحلّة» بأنواعها المتعددة، وفق أعلى معايير الجودة والنوعية والنظافة، كل ذلك تحت إشراف كامل من فريق عمل جدي جرى إنتدابه من قبل الشركة للتأكد من حسن سير العمل».

وكشف أن «جمعية المبرات الخيرية تتولى الإشراف الشرعي على الإنتاج بجميع مراحل، بدءاً من الذبح مروراً بالتصنيع ولغاية توضيب المنتجات وإعدادها للشحن وفق معايير الشريعة الإسلامية. الأمر الذي أثبت فاعليته على مدى السنين السابقة».



مياه شفا.. من قلب الطبيعة إلى قلبك

شمص: مزيد من الإنفتاح في 2017

وفقاً لشمص «تتميز مياه شفا بعملها وفقاً لمعايير مميزة، حيث لا تخضع للتكرير بل تخرج مباشرة من المصدر الى العبوة لتصل الى المستهلك، ما يجعلها غنية بالمعادن الى حد كبير وذات مزايا صحية عالية جداً».

مسيرة جيدة

وأعرب شمص عن رضاه الكبير على «مسيرة مياه شفا على مدى السنوات الخمس التي تلت نشأتها، إذ إن لها تواجداً في مختلف الأسواق اللبنانية، حيث تتمتع بحصة أساسية من سوق البقاع، إضافة الى سوق بيروت والشمال والجنوب إضافة الى المتن وكسروان».

ولفت الى أن «السوق الرئيسية لمياه شفا تعتبر السوق الخليجية إضافة الى السوق الأوروبية ولا سيما أن العبوة صممت بشكل مميز لتلائم ومتطلبات الزبائن هناك».

وكشف أن «عبوة شفا تم تصميمها من قبل فريق خاص أخذ بعين الاعتبار معايير عدة».

خطط توسعية

وأعلن شمص عن «خطط توسعية جديدة في عام 2017، حيث سيتم ضخ استثمارات جديدة في الشركة بغية توسيع المصنع وتكبير أسطول التوزيع».

وشدّد على أن «الهدف من هذه الخطة هو الانفتاح على أسواق جديدة في الخارج وتكبير التوزيع المحلي». وقال: «قدرة المصنع حالياً كافية لتلبية حاجات السوق اللبنانية، لكن للدخول الى أسواق جديدة ولا سيما السوق السعودية نحتاج أن نكون على استعداد دائم لمواكبة الطلب مهما تعاضم وعدم الخروج من السوق نتيجة ضعف إنتاجيتنا حتى لا نفقد ثقة المتعاملين معنا».

التحدي الأكبر

ورأى شمص أن «التحدي الأساسي أمام مياه شفا يبقى في إقناع المستهلكين بالجودة العالية التي تتمتع بها في ضوء المنافسات غير الشريفة والمضاربات التي تشهدها السوق».

وأشار الى أنه «في ضوء المضاربات الحاصلة، تحاول مياه شفا الالتفات بشكل أكبر نحو الأسواق الخارجية لتعزيز تواجدها هناك».

وكشف أن «مياه شفا حائزة على شهادة الجودة ISO:22000 وشهادة الإدارة الصحية ISO:9001 وشهادات تثبت ممارساتها الصحية والصناعية الصحية GHP و GMP، إضافة الى الـ HACCP». وأعلن أن «مصنع مياه شفا صديق للبيئة حيث تعمل مولدات الكهرباء على المازوت والطاقة الشمسية في آن واحد».

وأعرب عن تفاؤله بمستقبل مياه شفا ولا سيما أن عمليات توسيع المصنع تعد بمزيد من التقدم والنمو خلال المرحلة المقبلة».



ساهم «التميز» في وضع مياه الشفا منذ انطلاقتها قبل 5 سنوات على درب النجاح والتوسع، إذ تمكنت خلال فترة قصيرة من حيازة حصة رئيسية من الأسواق الداخلية والوصول الى الأسواق الخارجية حيث لقيت قبولاً واسعاً من المستهلكين مهدّ لخطط توسعية ستجد طريقها إلى التنفيذ خلال العام الحالي.

متسلحاً بخبرة والده التي تفوق ربع القرن في مجال تعبئة المياه، يعمل مدير شركة شفا محمد شمص على إيصال مياه شفا الى الموقع الذي تستحقه في السوق، فأيمانه بتقديم منتج عالي الجودة، متميز لناحية العبوة، مراعاة لشروط السلامة الصحية يجعله على يقين من نجاح كبير ينتظره في لبنان والخارج».



حلويات السلطان .. 30 عاماً من النجاح جابر: فروع جديدة في 2017

إنها مسيرة متواصلة من النمو والتطور سارتها «حلويات السلطان» منذ عام 1986، مقدمة لزيائنها أفضل أنواع الحلويات العربية والإفريقية ما أكسبها ثقتهم وولاءهم وحجز مكاناً مرموقاً لها في الأسواق».

الأكثر طلباً في الأسواق». واعتبر أن «المنافسة في القطاع جيدة ومن شأنها دفعه نحو مزيد من التطور وتقديم جودة أفضل إلى المستهلكين».

غياب الدعم

وكشف جابر عن «أن عمل الشركة يواجه تحديات عديدة تتمثل بارتفاع تكاليف الإنتاج والتي زاد من حدتها غياب البنى التحتية ولا سيما الكهرباء والمياه، قي ظل غياب أي دعم من الدولة». وأعرب عن تشاؤمه من مستقبل العمل إذ إن غياب الدولة عن أداء دورها الأساسي في دعم القطاعات الاقتصادية يحد من تطوّر الشركات ويعرض استمراريته في ظل الأزمة الاقتصادية للخطر».

عزّز مصداقيتها معهم وسمح لها بالتوسع في السوق اللبنانية التي تتواجد فيها عبر 3 فروع».

2016 .. عاماً مفصلياً

واعتبر جابر أن «عام 2016 كان عاماً مفصلياً لحلويات السلطان إذ شهدت تطويراً كبيراً في فرع النبطية إضافة إلى تطويرات كثيرة في المعمل في ميفدون والمستودعات». وكشف عن «خطة توسعية تشمل فتح فروع جديدة في عام 2017، إضافة إلى إدخال أصناف جديدة إلى خطوط الإنتاج». وشدد على أن «هذه الخطة توضع وفقاً لدراسة للسوق تحدّد نقطة تمرکز الزبائن والمنتجات

عملت حلويات السلطان على مر 3 عقود على ضبط معدلات الجودة عبر استخدام أجود أنواع المواد الأولية ما مكنها من تقديم إنتاج مرع لمعايير السلامة الغذائية حاز على ثقة المستهلكين بجدارة. وأشار مدير حلويات السلطان محمد جابر في هذا الإطار إلى أن «حلويات السلطان وبهدف الحفاظ على جودة إنتاجها تحرص على التعامل مع أفضل الموردين الحائزين على شهادات جودة تثبت مصداقيتهم في الأسواق».

وشدّد على أن «حلويات السلطان حرصت على بناء أفضل العلاقات مع زبائنها والوقوف عند آرائهم والأخذ بأي ملاحظات قد تساهم في تحسين وتطوير المنتجات، ما



حلويات السلطان



Nabatieh: 00961 7 761418 - Beirut: 00961 1 840195 - Sayed Hadi Blvd.: 00961 1 552538
www.alsultansweet.com - info@alsultansweet.com - P.O.Box.: 270



أبناء خير الدين كوجو .. 89 عاماً من الثقة كوجو: عدم الإستقرار أبرز التحديات

التي يشهدها القطاع، إذ إن سياستها تأخذ بعين الإعتبار الأزمات الإقتصادية التي يشهدها لبنان بين الحين والآخر.

لا خطط توسعية

وكشف كوجو أن «المؤسسة تتحفظ على أي خطط توسعية في الوقت الحاضر، ولا سيما أن التراجع الاقتصادي الذي نتج من الفراغ الرئاسي في لبنان ألقى بظلاله السلبية على عملها خلال السنتين الأخيرتين».

وفي إطار حديثه عن التحديات التي تواجه عمل الشركة، لفت الى أن «الإجراءات التي تشهدها عملية استيراد المواد الأولية تعد بمثابة المعرقة ولا سيما لجهة الفحوصات داخل مرفأ بيروت»، واعتبر أن «أبرز التحديات يتمثل بحالات عدم الإستقرار التي يشهدها لبنان بين الحين والآخر والتي تلقي بظلالها على عمل الشركات في القطاعات أجمع».

89 عاماً مرت ولا تزال مسيرة مؤسسة «أبناء خير الدين كوجو للصناعة والتجارة» (ألبان المراعي) مستمرة، كيف لا، وقد بقيت الجودة العالية رفيقتها الدائمة على مر عشرات السنين. إجراءات عديدة يتخذها القيمون على عمل المؤسسة بغية ضبط معايير الجودة خلال عمليات الإنتاج، حيث يخضعون المنتج لفحوصات دورية لدى المختبرات المختصة في مراحل متعددة منها. وفي هذا الإطار، لفت مدير مؤسسة «أبناء خير الدين كوجو للصناعة والتجارة» خالد كوجو الى أن «المؤسسة تتوخى أعلى معايير السلامة الغذائية حيث تلتزم الشروط المفروضة كافة من الوزارات المختصة، ما يبعث جواً من الإطمئنان لدى زبائننا الذين يولونها الثقة والولاء، حيث يواظبون منذ عشرات السنوات على استهلاك منتجاتها».

تميز رغم المنافسات

وشدّد كوجو على أن «المؤسسة ومنذ انطلاقتها عام 1928، حرصت على تقديم منتجات عالية الجودة وما استمراريتهما وتطورها على مر كل تلك السنوات إلا دليلاً واضحاً على مسلكها هذا». وأشار الى أن «المؤسسة تمكنت من التميز في ظل المنافسات الكثيرة

KOUJOU
كوجو

محضر غذائي من الحليب المجفف والزيت النباتي

Food Preparation from Milk Powder & Vegetable Oil



Since 1928

منذ ١٩٢٨

إنتاج شركة

أبناء خير الدين كوجو للصناعة والتجارة

شارع البراد - صيدا لبنان - خليوي: 961 3 989861 - 961 3 828694

Produced by

Sons of Kheireddine KOUJOU

for Industry & Trade

Al Barrad Street - Saida - Lebanon - Mob.: 03 / 828 694 - 03 / 989861

ديراني
غروب

مصنع أحمد محمد سليمان الديراني واخوانه

Ahmad M.S Al Dirani & Bros. Factory

من خيرات بلادي وخبرة اجدادي

A complete range of high quality

Vegetables Pickles In Jars - Vegetables In Cans - Tomato Specialties and Sauce - Tahina And Halawa - Molasses, Syrups And Flower Essences - Canned Foods - Jams - Fruits In Cans - Olive Oil - Olive - Dates Fruits - Pudding & Cake - Instant powder - Jello & Custard - Thyme Mix - Spices & Herb.



Ahmad M.S. Al Dirani & Bros. Factory Kasarnaba-bekaa-Lebanon

Tel.:+961 8 911 400 Fax:+961 8 911 323 Email:Info@ahmaddirani.com

www.ahmaddirani.com

«بحر لصناعة الأفران» .. أعلى معايير السلامة الغذائية

بحر: مزيد من التوسع عام 2017

والحلويات والكاتو، وأفران طبقات لخبز الباغيت والكعك والحلويات والكاتو، غرف تخمير، خمارات صناعية، أفران معجنات، جميع معدات الأفران، عجانات، خفاقات، وقطاعات».

قدرات تنافسية عالية

وأشار بحر إلى أن «النجاح الذي حققته شركة بحر يعني لها الكثير إذ بذلت جهوداً في سبيل تذليل العقبات ومواجهة التحديات التي صادفتها ولا سيما في ظل غياب أي دعم من الدولة الأمر الذي يرفع من تكاليف إنتاجها إلى حد كبير».

واعتبر «أنه على الرغم من ارتفاع كلفة الإنتاج لا تزال الأفران اللبنانية تتمتع بقدرات تنافسية عالية إذ إن الصناعة اللبنانية في هذا المجال تفوقت على نظيرتها التركية والسورية نظراً للجودة التي تتمتع بها إذ يتم اعتماد قطع ومواد أولية من مصدر أوروبي».

ولفت إلى أن «هذه الجودة سمحت لشركة بحر بالإنفتاح على مجموعة من الأسواق الخارجية في أفريقيا، الخليج، استراليا، أميركا الجنوبية، كندا وأوروبا». وشدد على أن «شركة بحر بنت على مر أكثر من ثلاثة عقود علاقات عمل وثيقة مع زبائنها، ولا سيما أنها تقدم لهم خدمات صيانة على مدار الساعة عبر فريق من التقنيين والفنيين، يتمتع بخبرة كبيرة تخوله تقديم الدعم السريع للزبائن ومعالجة أي خلل يطرأ».

سعي نحو الأفضل

وكشف بحر عن أن «مجموعة من الصعوبات تواجهها شركة بحر لدى استيراد المواد الأولية لصناعتها ما يضعها في خطر عدم الإلتزام بمواعيدها ويهدد مصداقيتها مع زبائنها وبالتالي يعرض الإسم الذي بنته على مر السنوات للخطر».

وفي إطار تقييمه لعمل الشركة خلال عام 2016، أشار إلى «أن التراجع الاقتصادي الذي ترجم كركود شهادته الأسواق أثر على عمل الشركة، لكنها لم تتوان عن السعي نحو الأفضل لتحقيق المزيد من التطور والنمو، ولهذا لا تزال تحافظ على تفاؤلها بتحقيق المزيد من النجاح». وأعلن أن «شركة بحر ستعمل في عام 2017 على خطة ستنتفتح بموجبه على مزيد من الأسواق عبر افتتاح صالات ومكاتب في انحاء مختلفة من العالم».

على رغم ارتفاع كلفة الإنتاج لا تزال الأفران اللبنانية تتمتع بقدرات تنافسية عالية إذ إن هذا الهجال تفوقت على نظيرتها التركية والسورية



ضمنت الجودة نجاح شركة بحر لصناعة الأفران، على مدى 32 عاماً، وشرعت أمامها أبواب الأسواق الخارجية التي أضحت مقراً لما يقارب الـ 75% من إنتاجها، إذ أشار مدير شركة بحر سامي بحر إلى أن «مراعاة بحر غروب لمعايير السلامة الغذائية حيث تعتمد انواع ستانلس ستيل خاص بالغذاء وقطع أولية تؤمن عمراً مديداً لآلاتها من الأفران، مكنها من اكتساب ثقة الزبائن وولاءهم».

ولفت إلى أن «هذه الثقة ضمنت استمرارية الشركة وساهمت في توسعها ولا سيما في خطوط إنتاجها حيث تقدم أنواعاً متعددة من الأفران بهدف مواكبة طلبات الزبائن المختلفة والمتنوعة في كلا الأسواق، الداخلية والخارجية». وأعلن أن «إنتاج الشركة يضم خط معدات آلي لإنتاج الخبز العربي، وخطاً آلي لإنتاج خبز التنور والشوفان والتورتيليا، وأفراناً دوارة لخبز الباغيت والكعك

Automatic Pita Line

Automatic Tanour Line

Rack Oven

Pizza & Pastry





«المحمصة» .. 22 عاماً من الجودة في صناعة المكسرات

قبيسي: لضبط الأسواق

أبصرت شركة المحمصّة النور عام 1995، مطلقاً مسيرة نجاح متواصلة على مر ما يقارب الـ 22 عاماً كرّستها عدة عوامل تأتي في طليعتها الخبرة التي مكنت القيميين على الشركة من تقديم إنتاج عالي الجودة بأسعار مناسبة جعلت «المحمصّة» تحتل مركزاً مرموقاً بين الشركات العاملة في مجال صناعة المكسرات.

ودعا الدولة الى ضبط الأسواق والحد من هذه الممارسات التي تضع الشركات العاملة في القطاع في دائرة الخطر. وتمنى على الدولة تقديم الرعاية والدعم للقطاع الصناعي عبر وضع خطة تحد من عبء الضرائب المفروضة عليه وتسهّل عمل الشركات عبر تبسيط إجراءات الإستيراد والتصدير.

خطط تطويرية

وشدّد قبيسي على «وجود خطط تطويرية وتوسعية للشركة لكن تنفيذها يبقى رهن الانفراجات السياسية في لبنان والمنطقة، إذ تتحفّظ الشركة على ضخ أي استثمارات جديدة في عملها خوفاً من أي خطوة غير محسوبة تهدّد استثماريتها ونجاحها».

«المحمصّة تمكنت رغم هذه الصعوبات من المحافظة على مستوى مبيعات جيد بفضل جودة منتجاتها وثقة زبائننا».

عدم تنظيم

ولفت قبيسي الى وجود تحديات كثيرة تواجه عمل الشركة وتأتي في طليعتها الفوضى وعدم التنظيم الذي يشهده القطاع، حيث تعمل شركات عديدة بشكل غير قانوني وتتهرب من الضرائب ما يمكنها من تقديم إنتاج بسعر أفضل وقادر على المنافسة في الأسواق».

وفقاً لمدير شركة المحمصّة حسين قبيسي «قام عمل شركة المحمصّة وخلال أكثر من عقدين، على سياسة أخذت بعين الإعتبار مسائل شتى أبرزها الإدارة السليمة وبناء علاقات مع الزبائن عمادها الصدق والشفافية ما أكسبها ثقتهم وولاءهم وضمن تطورها واستمراريتها».

وأشار الى أن «المحمصّة تشق طريق نجاحها وسط صعوبات كثيرة زادت حدتها خلال السنوات الأخيرة، حيث حمل التراجع الإقتصادي انعكاسات سلبية كثيرة على المؤسسات العاملة في لبنان»، وأكد أن

Al.Mahmasa.Co

For General Trading



Add: Lebanon - Al-Nabatieh - Zebdin
Mob: 00961 3 614192 - Tel: 00961 7 767076
E-mail: hkkobeissi@gmail.com
Website: Al.Mahmasa.com

افقران القصر

افقران

القصر



شركة افقران القصر بجميع فروعها (المنية- الزاهرية- علماء- بخعون- العبدية)
فاكس - تلفون: 06/461626 - 03/144202



Patty Shop: 33 عاماً من الخبرة والتميز في تزويد المواد الأولية لصناعة الحلوى

إبراهيم صفير: لحماية الصناعة المحلية

واكتساب حصة أكبر من السوق المحلية والخارجية».

معايير عالية

وكشف صفير أن «منتجات Patty Shop تتمتع بمعايير سلامة غذائية عالية تضاهاي المعايير الأجنبية ما شرّع أمامها أبواب الأسواق الخارجية»، وأعلن أن «Patty Shop تقدم إضافة الى حشوات قوالب الحلوى والشوكولاته المبتكرة والمتميزة بنكهات البندق واللوز والفسق الحلي، والفول السوداني والسمسم، نوعين من عجينة السكر لتلبس قوالب الحلوى وهما العجينة البيضاء المستخدمة في مناسبات الأعراس والعجينة الملونة التي ارتفع الطلب عليها في السنوات الأخيرة بشكل كبير إذ تستخدم لإضفاء جمالية على تصاميم قوالب الحلوى الى جانب عجينة الورد المستخدمة للتصاميم الثلاثية الأبعاد».

وكشف أن «Patty Shop تتحضر لنيل شهادة الأيزو حيث ستقدم على إدخال تطويرات الى مصنعها وتوسيعه بغية استيفاء الشروط كافة».

أهمية دعم القطاع الصناعي

وشدّد صفير على أن «القطاع الصناعي اللبناني يملك إمكانيات كبيرة تمكنه من تسجيل معدلات نمو عالية مع توسع كبير الى الأسواق الخارجية في حال توفّر له الدعم اللازم من خلال حماية الصناعة المحلية».

تتمتع منتجات Patty Shop

بمعايير سلامة غذائية

عالية تضاهاي المعايير

الأجنبية ما شرّع أمامها

أبواب الأسواق الخارجية



منذ تأسيسها في العام 1984، احتلت شركة Patty Shop موقعاً ريادياً في مجال تزويد المواد الأولية المستخدمة في صناعة الحلوى مثل حشوات قوالب الحلوى والشوكولاته وعجينة السكر لتلبس القوالب ليس فقط في لبنان، إنما على صعيد الشرق الأوسط وأفريقيا. وحرصت منذ تأسيسها على بناء أفضل العلاقات مع عملائها ونالت بجدارة ثقة المستهلكين ورضاهم.

المنتجات المستوردة بقدرات تنافسية أفضل ونوعية عالية».

ولفت الى أنه «بناء عليه، خطت Patty Shop باتجاه التصنيع عبر إنشاء مصنع على مستوى عالٍ من الحداثة يخول الشركة تقديم منتجات تضاهاي بجودتها المنتجات الأجنبية، ما ساعدها على المحافظة على ولاء عملائها

ان حرص Patty Shop على تقديم الأفضل دفعها إلى خوض غمار القطاع الصناعي بعد أن كانت قد عملت ما يقارب الـ21 عاماً كوكيل لشركات فرنسية وأوروبية بارزة. فوفقاً لمؤسس ومدير شركة Patty Shop، السيد إبراهيم صفير «لاحظ القيمون على الشركة أنه بإمكانهم تصنيع قسماً كبيراً من



Patty Shop

Since 1984

A CHEF'S WISE CHOICE



St Georges Centre, Adonis, Lebanon
T: +961 9 217 973/4 F: +961 9 217 347
info@pattyshop-lb.com
www.pattyshop-lb.com



«الأيزو» دليل داغغ لسير القطاع إلى الأسواق العالمية

إستراتيجية الجودة..

ضرورة كرّسها الإيمان بأهمية التميّز

يتمسك قطاع الصناعات الغذائية، يوماً بعد يوم، بإستراتيجية الجودة أكثر فأكثر، إيماناً منه بأنها لم تعد ترفاً أو اختياراً يمكن التخلي عنه بل أصبحت ضرورة لا بد من تطبيقها في ضوء المتغيرات الدولية التي شهدتها العالم، وزيادة التحديات التي تواجهها الصناعات المحلية نتيجة لزيادة المنافسة العالمية، وفتح الأسواق الدولية وسقوط الحواجز أمام حركة السلع.

من دون شك، ساهم طموح الصناعيين في توسيع آفاق أعمالهم وتحقيق المزيد من الانفتاح على الأسواق الخارجية في تعزيز هذا المسار، لا سيما أن مفتاح النجاح في الأسواق الداخلية و الأجنبية هو إرضاء المستهلكين الذين أضحو أكثر اهتماماً بالجودة.



مدير شركة عون فود امين عون يستلم درعاً عقب نيل الشركة شهادة الايزو 22000



مدير شركة حلويات الشرق الفاخرة وفيق جابر يستلم درعاً عقب نيل الشركة شهادة الايزو 22000



مدير عام شركة منتوجات الضيعة فادي طنوس يستلم درعاً عقب نيل الشركة شهادة الايزو 22005



مدير شركة هاشم اندستري اند تريدينغ غروب سامر هاشم يستلم درعاً عقب نيل الشركة شهادة الايزو 22000



مدير عام مصانع معنوق عبد الحليم كاراتجي يستلم درعاً عقب نيل الشركة شهادة الايزو 22000



مدير شركة سوناكو الربيع جورج نصر اوي يستلم درعاً عقب نيل الشركة شهادة الايزو 22000

للمشاركة في «مبادرة دعم الصناعات الغذائية» التي أطلقتها وزارة الاقتصاد والتجارة- برنامج الجودة بالتعاون مع نقابة أصحاب الصناعات الغذائية وبالتنسيق مع جمعية الصناعيين اللبنانيين. وتضمنت هذه المبادرة تقديم الدعم الفني الاستشاري والتدريبي لتطبيق نظام إدارة سلامة الغذاء، ولتطبيق نظام التتبع Traceability System لأول مرة في لبنان، وهو أحد أسس الحوكمة الرشيدة والشفافية في العمل. وقد نجح 19 مصنعاً من أصل 20 في الحصول على شهادة الايزو الدولية ISO 22000، كما نجحت 9 مصانع غذائية من أصل 10 في الحصول على شهادة الايزو الدولية ISO 22005.

منذ عشرات السنين عرفت الصناعة اللبنانية الطريق جيداً نحو التميّز، إلا أنها سلكت في الآونة الأخيرة طريقاً الى الجودة أكثر دقة وتعقيداً، فطبقت النظم الحديثة لها ونال قسم من مصانعها شهادة الايزو 22000 و22005 ما يشكل دليلاً دامغاً على الإهتمام الكبير الذي توليه لهذا الشأن ويؤشر الى تعزيز ثقافة الجودة لدى العاملين في القطاع وإعطاء ميزة إضافية للمنتج اللبناني تزيد من قدرته التنافسية في الأسواق الخارجية.

30 مصنعاً غذائياً ينالون شهادة الأيزو

وكان في السنوات الأخيرة، قد جرى اختيار 30 مصنعاً



مدير شركة جبال لبنان (عسل جبل الشيخ) حسين قضماني يستلم درعاً
عقب نيل الشركة شهادة الأيزو 22000



مدير شركة معامل لافلوكس الصناعية (بمامة) وائل عطايا يستلم درعاً
عقب نيل الشركة شهادة الأيزو 22000



مدير شركة جونيت للصناعة والتجارة جان اسطفان يستلم درعاً
عقب نيل الشركة شهادة الأيزو 22000



مدير عام شركة شركة غاردينا غراند دور نقولا ابو فيصل يستلم درعاً
عقب نيل الشركة شهادة الأيزو 22005

وتدريبهم وتطوير قدراتهم وزيادة إخلاص وارتباط العاملين في المؤسسة وبمنتجاتها وأهدافها.

رفع الأرباح

ومن شأن الأيزو زيادة الإنتاج ورفع أرباح الشركة من خلال الحد من تكلفة الإنتاج وتقليل نسبة التلف والعيب في المنتجات وخفض المسترجعات والأخطاء الإنتاجية وزيادة المبيعات الحد من الإهدار في المواد ووقت العامل. كما تمكن الشركة من تحليل المشكلات التي تواجهها وتجعلها تتعامل معها من خلال الإجراءات التصحيحية والوقائية وذلك لمنع مثل تلك المشكلات من الحدوث مستقبلاً عبر التوثيق ووضع خطة عمل ونظام رقابة وتفتيش تساهم في ربط أقسام المؤسسة كافة ويجعل عملها متناسماً وجماعياً، إضافة إلى الارتقاء بمهارات وقدرات العاملين والمهندسين والإداريين داخل الشركة وتطوير مستواهم وتعليمهم كيفية تحديد وترتيب وتحليل المشاكل وتجزئتها إلى أصغر حتى يمكن السيطرة عليها.

توجّه نحو الأفضل

إن سير القطاع على طريق الجودة وعمل الدولة على دعمه في مساره هذا، يبشّر بأن القطاع متوجه نحو الأفضل عبر مواكبته لتوجهات الأسواق العالمية وحرصه على اقتناء مفاتيح النجاح والتي تأتي شهادة الأيزو في طليعتها، ما سيجعلها هدفاً للكثير من المصانع في المستقبل القريب.

ويشير هذا التوجّه إلى أن القطاع مقبل على المزيد من الانفتاح والتطور، إذ إن من شأن شهادة الأيزو مساعدة القطاع على طرح منتجاته في الأسواق العالمية والداخلية ولا سيما أن بعض المؤسسات والشركات تشترط على مثيلاتها الأخرى المتعاملة معها الحصول على شهادة الأيزو الدولية للجودة. فشهادة الأيزو تعتبر الخطوة الأولى لإرضاء الزبون وتعتبر المدخل إلى دول الاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة الأمريكية وكندا، فالحصول على هذه الشهادة يعطي المؤسسة التي حصلت عليها الحق في دخول هذه الأسواق الضخمة، عبر منحها ميزات تنافسية.

تعزيز الثقة

وتؤدي الأيزو دوراً هاماً في رفع معدلات الثقة بين القطاع والمتعاملين معه، إذ تساهم في تحسين صورة الشركات لدى المستهلك والمورد ولاسيما عندما يكون المورد والزبون يتعاملان مع بعضهما للمرة الأولى أو بعيدان عن بعضهما جغرافياً، كما هي الحال عادة في مجال التصدير. كما تحسّن الأيزو جودة التصميم والسلع وتلبية متطلبات ورغبات الزبون ورضاه عن منتجات الشركة أي منتجات عالية الجودة وبسعر مقبول.

ويعزّز دور الأيزو هذا، مساعدتها في رفع مستوى أداء الشركات وتحقيق الكفاءة وتحسين سمعة المؤسسة عبر تحفيز موظفي الشركة على العمل ورفع الروح المعنوية لديهم وتشجيعهم

"A l'occasion de son vingt-cinquième anniversaire,
"Gardenia Grain D'Or" a émis une collection de nouveaux timbres".

25^{ÈME} ANNIVERSAIRE





شربات صافي



منذ أكثر من 50 سنة وبونجوس تفتخر بتقديم أفضل منتجات الألبان والأجبان. إن منتجاتها مصنوعة من حليب البقر الصافي 100٪ وهي خالية من أي مواد حافظة. تقدم بونجوس مجموعة واسعة ومتنوعة من أطيب وأجود المنتجات كاللبننة والكريموليه واللبن والموزاريلا والجبن الأبيض. بون جوس مضمونها صافي.

بصراحة
100%
طبيعي



تقنيات
مزارع

قلبا نقي

بكل بيت،
بيتنا.



قرطاس .. 90 عاماً مرت ولا تزال المسيرة مستمرة

الحاماتي: نثق بصلاصة منتجاتنا في وجه المنافسات

وما بين المحافظة على الجودة، وصقل خبرات الكادر البشري، والتواصل مع الزبائن تتوزع اهتمامات قرطاس. فهي تدرك أن مثلث النجاح لا يبني من دون أحد هذه الأركان. فجودتها هي لغة تواصلها مع زبائنها، في حين يشكل كادرها البشري جنوداً مجهولين يكدون للحفاظ على سبب استمراريتها الأساسي، وهو رضا زبائنها الذين لم تتوان يوماً عن الوقوف عند آرائهم والأخذ بملاحظاتهم من أجل تقديم الأفضل لهم.

ومع مدير التسويق والمبيعات في قرطاس جاك الحاماتي غاصت «الصناعة والاقتصاد» في عوامل نجاح شركة قرطاس، وتوسّعها في الأسواق الخارجية وسبل محافظتها على أعلى مستويات الجودة طيلة سنوات طوال شهد لبنان خلالها أزمات كثيرة طاولت اقتصاده وعمل شركاته ومؤسساته بتداعيات سلبية كثيرة.

أعلى مستويات الجودة

وفقاً للحاماتي « بقيت الجودة العالية رفيقاً دائماً لقرطاس على مر 9 عقود، وبناء عليه أضحت المحافظة على مستوياتها عالية واتباع معايير السلامة الغذائية ثقافة راسخة في سياسة الشركة، وأولوية لدى فريق عملها الذي يدرك حجم المسؤولية الملقاة على عاتقه فصحة المستهلكين واسم الصناعة اللبنانية بمثابة «أمانة» حملتها قرطاس من جيل إلى جيل، وهي أثبتت أنها جاهزة للمحافظة عليها ووصونها». وشدد على أن عوامل

كثيرة تمكّن قرطاس من تقديم منتجات بجودة عالية تأتي في طليعتها حداثة مصنعها الذي يميّز بقدر عالٍ من التطور يتوافق ومعايير ISO 22000.

وأكد أنه «على مدى عشرات السنوات وحتى اليوم لم تستخدم قرطاس إلا أفضل المواد الأولية في عمليات التصنيع وتعمل وفقاً لبرامج سلامة غذاء عبر اختيار دقيق للموردين والمواد الأولية التي يقدمونها». وشدد على أن «كل هذه الأمور ساهمت في تمكين قرطاس من تقديم منتج عالي الجودة وجعلها من الرواد في قطاع الصناعات الغذائية».

منتجات متنوعة

وكشف الحاماتي عن أن «طرح أي منتجات جديدة يأتي نتيجة دراسة يجريها فريق العمل للسوق، ويحدّد مكان النجاح من



**على مدى عشرات
السنوات وحتى اليوم
لم تستخدم قرطاس إلا
أفضل المواد الأولية في
عمليات التصنيع**

بقيت «قرطاس» السبّاقة في مجال عملها واحدى ابرز الشركات الرائدة في لبنان في صناعة المواد الغذائية على مدى تسعة عقود من الزمن وطافت باسم لبنان في مختلف دول العالم لتسطّر قصة نجاح لشركة كان للتطور والتوسع على موعد دائم معها. فمنذ انطلاقتها، سارت على طريق متواصلة من النمو عززتها مواكبة حاجات الزبائن وبناء أفضل العلاقات معهم والمحافظة على ثقتهم عبر تقديم منتجات عالية الجودة نالت ثقتهم وولاءهم.



خلالها ويقف عند آراء المستهلكين التي تبقى العامل الأهم في نجاح أي منتج في الأسواق».

وأعلن أن منتجات قرطاس تضم المربيات، الفول والحمص، والبابا غنوج، الحمص بطحينة، ماء الزهر وماء الورد والحلاوة والطحينة والكبيس وزيت الزيتون، وخضاراً متنوعة من بامية وملوخية وبازيلا ...

وأشار إلى أنه وبهدف مواكبة حاجات الزبائن في الأسواق بشكل أكبر، طرحت قرطاس منتجات مناسبة لمرضى السكري والراغبين في تنفيذ حميات غذائية كالحلاوة والمربيات من دون سكر وتضم مربى المشمش والتين والفريز والأبوصفير والسفرجل .

وإن اعتبر أن للجالية اللبنانية وشهرة المطبخ اللبناني لهما الفضل في انتشار قطاع الصناعات الغذائية في معظم أصقاع العالم، لفت إلى أن شبكة زبائن قرطاس في الأسواق الخارجية تتوزع بين أميركا الشمالية، أستراليا، أوروبا، الدول العربية والأفريقية والشرق الأوسط.

توفيق بين السعر والجودة

واعتبر الحاماتي أنه «ومن دون شك، يتأثر عمل قرطاس بالمنافسات الموجودة في الأسواق والتي يلجأ في ظلها البعض إلى تخفيض الأسعار بنسب كبيرة، فهناك واقع يجب الوقوف عنده وهو وجود شريحة من المستهلكين حساسة تجاه الأسعار، لكن قرطاس تملك ثقة بأن منتجاتها التي تتمتع بجودة عالية، وتعبئة وتغليف مميزين، قادرة على الصمود في وجه المنافسات وحجز مكان مرموق لها في الأسواق». وفي رد على سؤال حول كيفية التوفيق بين السعر والجودة العالية، قال: «من دون شك، يأتي السعر ضمن أولويات شريحة من المستهلكين، لكن هناك شريحة أكبر تشكل الجودة بالنسبة إليها أمراً مهماً جداً. كما أن قرطاس تتميز بسعر يتناسب وجودة المنتجات ولهذا نجد إقبالاً كبيراً عليها. وربما يلجأ المستهلك في بعض الأحيان إلى شراء منتجات أدنى سعراً لكن وبحكم متابعتنا للأسواق سرعان ما يعاود استهلاك منتجاتنا، وهذا دليل على الثقة الكبيرة التي يوليها للشركة».

مستقبل أفضل

واعتبر الحاماتي أن «عام 2016 كان عاماً صعباً على الصعيد الإقتصادي، إلا أن شركة قرطاس اكتسبت مناعة ضد هذه الأزمات فعلى مر 90 عاماً تعايشت معها وخبرتها وتعلم جيداً كيفية التعامل مع الواقع اللبناني غير المستقر». وأمل الحاماتي أن يحمل العهد الجديد معه أملاً بمستقبل



صناعي أفضل ولا سيما أن الصناعيين يلحظون اهتماماً لافتاً من الجهات المعنية بقطاع الصناعة الذي بقي مهملاً ومهمشاً على مدى السنين السابقة. وأعرب عن تفاؤله بمستقبل القطاع الصناعي ولا سيما أن الصناعيين اللبنانيين عرفوا بتضحياتهم وشجاعتهم وتمتعهم بروح المبادرة، ولا يعد تواجدهم في المعارض الدولية والعالمية من دون دعم من الدولة إلا خير دليل على ذلك، فهم تواقون إلى النجاح ولا بد للقطاع الصناعي من أن يستمر معهم.



ALL NATURAL

Master



Ferzol - Lebanon
T: +961 8 952222 - F: +961 8 950 333
E: info@masterchips.com

Junet



SIMPLY NATURAL

ISO 22000
BUREAU VERITAS
Certification



Telfax: 08 803900
www.junetlb.com

mpress

ARUBA.. صناعة لبنانية تغزو أسواق العالم

هاشم: «السلامة الغذائية» في صلب ثقافتنا

الإيمان بالعمل الصناعي والحرص على تقديم أعلى مستويات الجودة مكنّا شركة «هاشم اندستري» من احتلال مركز ريادي في قطاع الصناعات الغذائية، إذ سارت منذ تأسيسها عام 2008 على طريق متواصلة من النمو والتطور جعل ماركة «Aruba» التي تحملها منتجاتها في كل بيت في لبنان والعالم ولا سيما أنها تقدم أكثر من 200 صنف من بودرة الحلويات والعصير ومستلزمات الطبخ، بهدف تلبية حاجات المستهلكين مهما تنوّعت واختلفت.



وكندا وأستراليا وأميركا اللاتينية وأفريقيا». وأعلن أن «الشركة تفتتح على هذه الأسواق عبر مشاركتها الدائمة في معارض دولية في ألمانيا وفرنسا ودبي، إضافة الى اختيارها بشكل سنوي لمعرض يقام في بلدان مختلفة قد تفتح أبواب أسواق جديدة أمامها». واعتبر أن «الثقة بالصناعة اللبنانية موجودة الى حد كبير في الأسواق ولا سيما العربية التي يفضل فيها المستهلكون الإنتاج اللبناني نظراً لجودته العالية ونكهته المحببة». وأشار الى أن «هذه الثقة تبرز أيضاً في المعارض حيث يحرص الزوار على التعرف إلى الشركات اللبنانية والتعامل معها».

أعلى معايير السلامة

وأعلن هاشم أنه «في إطار سعيها الدائم للوصول الى أعلى مستويات الجودة، دخلت «هاشم اندستري» في برنامج QUALEB الذي اختار 30 مصنعا لتقديم الإستشارة لهم من أجل الحصول على شهادة الأيزو 22000 للجودة والنوعية وكان النجاح حليفها، فعملت مرة أخرى مع البرنامج نفسه لتتال جائزة الأيزو 22005 والتي تمكنها من تتبع أصنافها في أسواق

وفقاً لمدير شركة هاشم اندستري سامر هاشم «تمكنت الشركة من تحقيق نجاح منقطع النظير في لبنان والخارج نظراً لعدة عوامل تأتي في طليعتها الجودة العالية التي قدمتها، والتغليف اللافت والجديد من نوعه في السوق. إضافة الى النكهات الطبيعية والسعر المناسب». وكشف أن «سياسة الشركة تأتي ثمرة لدراسات تجريها على الأسواق بهدف الوقوف عند أبرز متطلبات الزبائن وتحديد إمكانيات النجاح في مختلف المجالات». وشدد على أن «هذه السياسات مكنّت هاشم اندستري من تحقيق توسّع كبير على صعيد المنتجات التي تقدمها، فبعد أن انطلقت في عملها عبر تصنيع 15 صنفاً، ها هي اليوم تطرح أمام المستهلكين 200 صنف من الحلويات، والعصير، ومستلزمات الطبخ».

انفتاح خارجي

وإذ لفت هاشم الى أن «للشركة حصة كبيرة من السوق اللبنانية تقارب الـ40%، شدّد على أن «جودة منتجات Aruba شرعت أبواب الأسواق الخارجية أمام «هاشم اندستري» إذ تصدّر Aruba اليوم الى أكثر من 25 بلداً في الخليج وأوروبا وأميركا



الى طرح عدة منتجات جديدة في مجال الحلويات، كما أنها ستتابع انفتاحها على الأسواق الخارجية إذ تطمح لوصول منتجاتها الى مختلف دول العالم ولا سيما أن هناك أسواقاً كبيرة لم تصلها بعد كسوق اليابان وسوق الصين».

منافسات غير شريفة

وشدّد هاشم على أن «Aruba تملك قدرات تنافسية عالية تمكّنها من المنافسة بنجاح في الأسواق الخارجية بغض النظر عن سعرها». وكشف عن «وجود منافسات غير شريفة داخل الأسواق اللبنانية»، وشدد على أن «هذه المنافسات لا تقلق «هاشم اندستري» إذ إنها تثق بأن البقاء في السوق هو للجودة الأفضل ولا بد للمنتج الجيد من أن يفرض نفسه». وأشار الى «غياب المنافسة الأجنبية داخل الأسواق اللبنانية، إذ إن الشركات اللبنانية قد تمكّنت من تلبية حاجات السوق قاطعة الطريق على وجود منافسين اجانب».

أسواق صعبة

وإذ رأى هاشم أن «أبرز التحديات التي تواجه عمل «هاشم اندستري» تتمثل بإرتفاع كلفة الإنتاج»، اعتبر أن «التواجد في الأسواق بقوة لم يعد سهلاً كما في الماضي، إنما يحتاج الى إعلان قوي ودائم على وسائل مختلفة ما يرفع الكلفة أيضاً». وأعلن أن «المواصفات التي تفرضها الدول لدخول المنتجات الى أسواقها تجعل العمل أصعب، ولا سيما في ظل صعوبة استيراد المواد الأولية التي تحرص «هاشم اندستري» أن تكون مطابقة للمواصفات وذات جودة معينة».

تقدم ملحوظ

وأشار هاشم الى أنه «في عام 2016 حققت «Aruba» تقدماً ملحوظاً في الأسواق الداخلية كما الخارجية»، وأعرب عن «تمسكه بالتفاؤل الذي يعد عاملاً أساسياً وضرورياً لتحقيق أي تقدم في المستقبل».



العالم حيث يمكنها معالجة أي مشاكل تصادفها». وشدد على «أن الحفاظ على الجودة وأعلى معايير السلامة الغذائية ثقافة راسخة ضمن سياسات الشركة ما دفعها الى مواصلة الطريق التي سلكتها حيث نالت شهادة FSC 22000 لتكون بذلك المصنع الأول في لبنان الذي يملك أعلى شهادات سلامة غذائية».

وإذ أكد أن «هذه الشهادات من شأنها رفع تكاليف الإنتاج»، اعتبر أنها «على المدى الطويل تؤدي دوراً فاعلاً في الحد من النفقات عبر سماحها بتنظيم العمل داخل المصنع أكثر وتخفيض نسبة الأخطاء خلال العمليات الإنتاجية وبالتالي تقي من تراجع المبيعات».

ضبط الجودة

وشرح هاشم «أن عمليات ضبط الجودة في مصنع Aruba تتم عبر قسم خاص يهتم بهذا الشأن، ويتولى تقديم دورات تدريبية للموظفين بشكل دوري، إضافة الى إجراء فحوصات للإنتاج بشكل أسبوعي في مختبرات الشركة ومعهد البحوث الصناعية».

وكشف أن «حادثة مصنع الشركة تؤدي دوراً أساسياً في ضبط جودة الإنتاج ولا سيما أن المصنع ممكن بالكامل بحيث لا تمس الأيدي البشرية الإنتاج في أي مرحلة من المراحل».

خطط توسعية

وأشار الى أن «هاشم اندستري تتواجد في السوق الداخلية عبر فريق عمل يضم مندوبي مبيعات يوزعون مباشرة على آلاف نقاط البيع في كل الأراضي اللبنانية». ولفت الى أنه «إضافة الى التصدير عبر وكلاء أو مورّعين، تعمل «هاشم اندستري» على التعاون مع شركات أخرى عبر صناعة منتجات مماثلة لأصنافها بحيث لا تملك تلك الشركات إمكانية لتصنيعها». وكشف أن «هذا النشاط يشكل نسبة ملحوظة من حجم عمل الشركة». وأكد «وجود خطط توسعية لـ«هاشم اندستري» إذ ستعمد



*No Aspartame,
No Saccharine*

Sweetened with Sucralose



Aruba Sugar Free drinks
are suitable for diabetics



Light

Vitamin C

1 Calorie 0% Fat 0% Sugar



حلويات الشرق الفاخرة

AL-SHARQ SWEETS

Nabatieh, Lebanon
Sabbah Street, Hamadani Bldg., Al-Sharq Sweets
Mob: 961 3 633 967 - 961 79 112 212
Tel: 961 7 769 759 - Fax: 961 7 769 739
e-mail: jaberwafic@yahoo.com
alsharqsweets@gmail.com



حلويات الشرق .. جودة عالية عززتها الأيزو 22000

تقدم اليوم «حلويات الشرق» ما يقارب الـ100 صنف من الحلويات العربية والإفريقية والشوكولا، تنتجها داخل مصنعها الذي يتمتع بحدائثة عالية وتطور يضمن ضبط مستويات الجودة خلال عمليات الإنتاج الذي يخضع لفحوصات مخبرية ورقابة دقيقة». مكن هذا التطور، إضافة الى حرفية ومهنية فريق العمل، حلويات الشرق من حجز مكان مرموق لها في السوق عززته في عام 2015 عبر نيل شهادة الـISO 22000، والتي تشكل دليلاً دامغاً على حرصها لتقديم إنتاجٍ مراعي لمعايير السلامة الغذائية.

الأسواق الخارجية

وكشف مدير حلويات الشرق وفريق جابراً أن «جودة المنتجات شرعت أبواب الأسواق الخارجية أمام حلويات الشرق التي تصدر إنتاجها اليوم الى عدة دول». ولفت الى أن «الحلويات العربية ذات المنشأ اللبناني، موجودة في الأسواق الخارجية إنما بشكل خجول نظراً لارتفاع تكلفة إنتاجها». وأشار الى أن «حلويات الشرق تدرس عدة خيارات تتمحور حول إمكان إنشاء فروع في الخارج، إلا أنها تتردد كون أساس نجاحها يعتمد على اليد العاملة الفنية التي تحتاج الى إجراءات قانونية وتكاليف للتواجد في الدول الأجنبية وبالتالي تتخذ كل الإجراءات اللازمة لضمان تواجد قوي وطويل المدى في تلك الأسواق». واعتبر أن «ثقة زبائن حلويات الشرق بها يجعلها تتخطى الأزمات بنجاح، إذ إنه وعلى الرغم من حراجة الوضع الاقتصادي في عام 2016 وما حمله من تداعيات على الشركات العاملة في لبنان، حافظت على المستوى نفسه من الإنتاجية والمبيعات.



سلكت حلويات الشرق مع تأسيسها عام 2007، طريق التميز من خلال تقديم إنتاج عالي الجودة، متنوع، ذي نكهة مميزة، وسعر مناسب، نال ثقة المستهلكين ما أعطاها زخماً وقوة سمحت لها بالتوسع والنمو.

عامل أساسي وقف خلف نجاح حلويات الشرق على مر 10 سنوات، تمثل بالخبرة الواسعة التي امتلكها القيمون على الشركة، والتي مكنتهم من ضمان استمراريته عبر خطوات توسعية أثمرت افتتاح 5 فروع في لبنان.





ودعا الى «تشكيل لجنة طوارئ صناعية تولى الإهتمام اللازم لمشاكل القطاع حيث تدرس وتطرح العلاجات اللازمة، فللقطاع الصناعي أهمية كبرى على الصعيد الإقتصادي ومن شأن حمايته الحفاظ على فرص العمل المطروحة من قبله، والحد من تفاقم البطالة وارتفاع معدلات الهجرة».

وقال: «القطاع الصناعي يتمتع بإمكانيات كبيره تخوله تحقيق معدلات نمو عالية وطرح الكثير من فرص العمل، لكن المشكلة تكمن في اقصاءه عن دائرة اهتمام المعنيين في حين تتميز الصناعة الأخرى بدعم كامل ما يرفع من قدراتها التنافسية بشكل كبير ويساهم في خروج الإنتاج اللبناني من دائرة المنافسة».

وشدّد على «ضرورة ضبط الجودة في القطاع الصناعي ومراقبتها بهدف تعزيز الثقة بالقطاع بالأسواق اللبنانية والخارجية». واعتبر أن «هذا الأمر يستلزم وضع مجموعة من المعايير للجودة المطلوبة، ومراقبة إنتاج المصانع ومطابقته لهذه المعايير، وبالتالي تفرز المصانع بين مطابق للجودة وغير مطابق، بحيث يتم وضع آلية لمساعدة المصانع غير المطابقة وإمدادها بالدعم اللازم من يد عاملة ودراسات وقروض ومختبرات لتحسين إنتاجها».

وأعرب عن تفاؤله بمستقبل عمل حلويات الشرق، مبدياً تمسكاً بالقطاع الصناعي ولبنان ككل، معتبراً أن «خيار القيميين على حلويات الشرق كان منذ البداية العمل في لبنان والتمسك به مهما كثرت التحديات وزادت حدتها».



وأعلن أن «حلويات الشرق ستسلك طريق التوسع قريباً حيث سيتم استقدام خط إنتاج جديد من شأنه زيادة الإنتاجية وتحسينها».

طموح عالي

ولفت جابر الى أن «حلويات الشرق تتابع كل تطور حاصل في العالم على صعيد صناعتها عبر متابعة أهم المعارض الدولية في الدول العربية والأوروبية، فتطلع على كل جديد في عالم المواد الأولية الخاصة بصناعتها كما تواكب كل تطور على صعيد المعدات بهدف رفع قدراتها التنافسية في الأسواق».

وأوضح أن «حلويات الشرق تولى الإهتمام بالبيئة أهمية كبيرة حيث بادرت الى العمل ضمن برنامج ممول من البنك الدولي بهدف التوفيق بين العمليات الإنتاجية والمحافظة على البيئة عبر تنظيم الصرف الصحي ومجاري المياه واتباع عمليات الفرز الذاتي للنفايات وزرع الأشجار الحرجية في محيط المصنع».

تحديات شتى

واعتبر جابر أن هناك «مجموعة كبيرة من التحديات تواجه عمل حلويات الشرق وتتمثل بإرتفاع تكاليف الإنتاج في ظل غياب دعم الدولة وافتقاد القطاع الصناعي لأدنى المقومات».

منتجات الضيعة .. محط ثقة المستهلكين في لبنان والعالم طنوس: جودتنا سلاحنا في مواجهة المنافسات

شَرَعَتْ أبواب الأسواق الخارجية أمام منتجات الضيعة، حيث تصدّر إنتاجها اليوم الى مختلف دول العالم». وأشار الى أن «منتجات الضيعة انفتحت على الأسواق الخارجية عبر اشتراكها في أهم المعارض الدولية والعالمية المتخصصة في مجال الصناعات الغذائية في فرنسا، ألمانيا ودبي». وكشف أن «منتجات الضيعة تتحضّر لإطلاق منتجات جديدة كالزعتز والبهارات والحبوب، ومن المنتظر أن تنال ثقة الزبائن كما سابقاتها وتساهم في توسيع آفاق عمل «منتجات الضيعة»، ولا سيما في ظل سعيها المستمر إلى الانفتاح على أسواق جديدة عبر تكثيف مشاركتها في المعارض ونسج علاقات تعاون مع رجال أعمال ووكلاء في الأسواق الخارجية».

ارتفاع تكاليف الإنتاج

واعتبر طنوس أن «أبرز التحديات التي تواجه عمل «منتجات الضيعة» تتمثل بإرتفاع تكاليف الإنتاج مقارنة مع الدول الأخرى ما يقلص من القدرات التنافسية للمنتجات اللبنانية». ورأى أن «ممارسات الشركات أثبتت أن البقاء في الأسواق هو للجودة الأفضل، وهذا ما يبرّر استمرار توسع الصناعات الغذائية اللبنانية في الأسواق على الرغم من غياب دعم الدولة، كما يبشّر بأن أمام «منتجات الضيعة» والقطاع الصناعي الغذائي ككل آفاقاً واسعة للتطور والنمو». ورأى أن «الأزمات التي يشهدها لبنان والعالم تحمل تداعيات سلبية كثيرة على عمل الشركات إذ تضعف الأسواق وتحد من الطلب فيها وهو ما يشعل حدة المنافسات التي يلجأ من خلالها البعض الى ممارسات غير مشروعة تضر بالقطاع وتضرب الثقة به والتي جهد طيلة سنوات لبنائها».

وفقاً لنائب مدير عام الشركة المهندس سايد فادي طنوس «تشكل هذه الشهادات دليلاً واضحاً على مراعاة «منتجات الضيعة» لأعلى معايير السلامة الغذائية ما يساهم في تقوية قدراتها التنافسية وتعزيز ثقة زبائنها بها». وإن كشف أنه «بهدف الوصول الى مستويات عالية من الجودة تحرص «منتجات الضيعة» على استخدام أجود أنواع المواد الأولية»، أعلن عن «متابعة دقيقة لتواكب عمليات الإنتاج في مصنع منتجات الضيعة بهدف ضبط أداء فريق العمل الذي يعتبر عاملاً أساسياً في نجاح الشركة». وأعلن عن «وجود مختبرات داخل المصنع تتولّى فحص الإنتاج والتأكد من خلوه من البكتيريا والفيروسات ومراعاته لمعايير السلامة ومعدلات الجودة التي تتبعها الشركة قبل طرحه في الأسواق».

وأشار الى أنه «إضافة الى حرصها على تقديم أعلى مستويات الجودة، أعطت المصادقية التي تمارسها «منتجات الضيعة» في عملها زخماً لها في الأسواق، ومكنتها من بناء شبكة زبائن واسعة توليها اهتماماً كبيراً، إيماناً منها بأن زبائنها هم عماد نجاحها وأساس استمراريتها في الأسواق».

انفتاح خارجي

ولفت طنوس الى أن «هذه العوامل

**شَرَعَتْ الجودة العالية
والمصادقية أبواب الأسواق
الخارجية أمام «منتجات
الضيعة» حيث تصدّر إنتاجها
اليوم الى مختلف دول
العالم**



منذ انطلاقتها عام 2000، سلكت «منتجات الضيعة» طريق النجاح متسلحة بخبرة ورثها مؤسسها فادي طنوس عن والده، وبجودة عالية كرّست تواجدها القوي في الأسواق رغم المنافسات الشديدة. على مر 17 عاماً، بقيت الجودة ريفيقاً دائماً لمنتجات الضيعة التي لم يوفر القيمون عليها أي جهد أو سعي في سبيل تكريسها، فكانت النتيجة أن نالت منتجات الضيعة عام 2015 شهادة الأيزو 22005، التي لم تكفّ بها بل ضاعفت جهودها بغية الاستحصال على شهادة الـ FTA الأميركية.



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

بن معتوق .. النكهة واكثر 57 عاماً من النجاح في لبنان والعالم

عن «خطط وضعت للعام 2017 للدخول الى دول شرق أوروبا حيث يتواجد أسواق كبيرة جداً».

وأعلن السيد جركجي أن «مصانع معتوق تفتتح على الأسواق الخارجية عبر التعامل مع موزعين يتمتعون بمواصفات معينة أبرزها امتلاكهم لشبكة توزيع، ومستودعات ملائمة».

وكشف أن «مصانع معتوق تتابع كل تطور في عالم صناعتها عبر زيارة أهم المعارض واستقدام كل ما هو جديد وتقديمه إلى المستهلك»، ويتمثل آخرها في ايجاد طرق جديدة للتحميص بهدف المحافظة على خواص حبوب البن بمختلف أنواعها، إذ أن طريقة التحميص تلعب دوراً أساسياً في اظهار مذاق البن سواء كان مذاقاً يشبه طعم الشوكولاتة أو طعم الفاكهة». كما أعلن أن «مصانع معتوق تقدم لزبائننا منتجات متعددة تتضمن قهوة خالية من الكافيين».

منافسة مشروعة

وإن لفت السيد جركجي الى أن «مصانع معتوق تحوز على نسبة جيدة من السوق اللبنانية»، أعلن أن «المنافسة بين الشركات اللبنانية في القطاع لا تزال ضمن أطرها المشروعة حيث يعمل كل فريق وفق السبل التي يراها مناسبة للمحافظة على موقعه في السوق».

ورأى أن «أبرز التحديات التي تواجهها مصانع معتوق تتمثل بإرتفاع أسعار البن إذ إن السوق اللبنانية حساسة الى حد كبير تجاه أي ارتفاع في الأسعار، وبالتالي فإن الارتفاعات التي قد تحصل عالمياً سيكون على المصنع تحملها، ما سيرفع بشكل تلقائي من تكاليف إنتاجه». واعتبر أن «طبيعة المستهلكين تختلف بين دولة وأخرى، حيث يتمتع المستهلكون في الدول الأميركية والأوروبية بوعي أكبر من أولئك في بلدان الشرق الأوسط وأفريقيا، إذ يقيمون النكهة بشكل أفضل ولديهم قوة شرائية أعلى».

على مر 57 عاماً، شكّلت الجودة العالية عاملاً أساسياً كُرس من خلاله اسم «بن معتوق» في الأسواق، إذ يحرص القيمون على «مصانع معتوق» على انتقاء أفضل حبات البن من مناطق بعيدة عن التلوث والإزدحام، ولا تستخدم فيها المبيدات التي أثبتت الدراسات أنها تحوي مواد مسرطنة ومضرة على المدى الطويل.

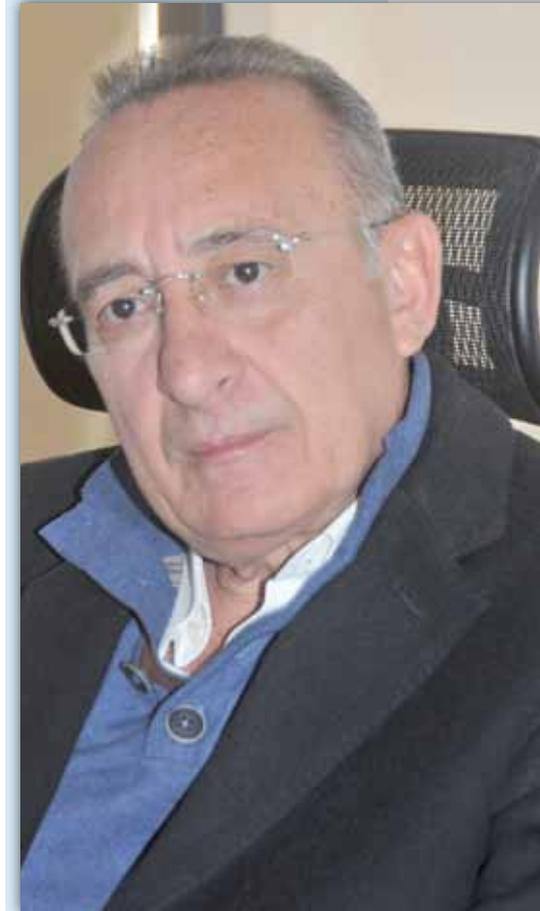
كما كشف مدير عام مصانع معتوق السيد عبد الحليم جركجي عن «إجراءات أخرى صارمة تُتبع لضبط معايير الجودة والنوعية، وتتمثل بإخضاع المواد الأولية لعدة أنواع من الفحوصات قبل الموافقة على شحنها أياً كان مصدرها البرازيل، أثيوبيا، غواتيمالا، الهند، أو كولومبيا. إضافة الى جهود فريق العمل داخل المصنع حيث يتم فحص الإنتاج للتأكد من مطابقته للمواصفات العالمية واللبنانية».

واعتبر المدير العام أن «هذا الحرص ومتابعة كافة التفاصيل بشكل دقيق، مكن مصانع معتوق من نيل شهادة الجودة ISO 22000:2005 خلال العام 2015، والتي من دون شك ستعزز ثقة الزبائن به أكثر».

انتشار واسع

وكشف السيد جركجي أن «السمعة الطيبة التي عرف بها بن معتوق على مدى عشرات السنين، مكّنته بعد افتتاح المصنع عام 2007 من الدخول الى أسواق كثيرة كالعراق وسوريا والأردن والسعودية والإمارات وقطر وعمان والبحرين ومصر والسودان وليبيا. إضافة الى تواجده في أوروبا الغربية والشمالية في السويد، ألمانيا، بلجيكا، فرنسا، النمسا، وبريطانيا، وأميركا الشمالية والخ ...»

وإن اعتبر أن «الطلب سيبقى متزايداً على القهوة لكونها مشروب مهم لأكثر شعوب العالم ويتخذ الطلب عليها منحى تصاعدياً حتى في المناطق التي لا تعرف تاريخياً بشربها للقهوة»، كشف أيضاً



في عام 1960، كانت انطلاقة «بن معتوق» من العازارية في وسط بيروت مع محمود معتوق. أكثر من نصف قرن من النجاح من، انتقل خلاله «بن معتوق» من لبنان الى بريطانيا ومن ثم الى ألمانيا، ولا يزال يسير على طريق التطور والنمو حيث يتواجد اليوم في 26 دولة حول العالم، ويقف عند أعتاب خطة من المتوقع أن تحمل له المزيد من الانفتاح في عام 2017.

معتوق

MAATOUK®

1960

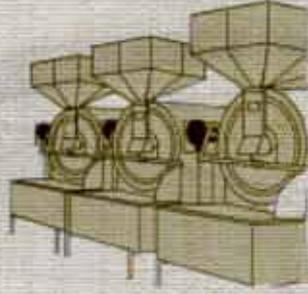
النكهة و أكثر...

www.maatouk.com

Certified System
Food Safety
ISO 22000
SAI GLOBAL



HANDPICKING
the beans



ROASTING
them with love



GRINDING
them with care

until we reach the
perfect blend made of

100%
بن أرابيكا

100%
Arabica Beans



بیسکویٹ
کاریم

karim
Biscuit



Mob: +961 3 394105 - Tel: +961 6 540836 / 7

Fax: +961 6 540839

info@karimbiscuits.com / r_t_rabih@yahoo.com

www.karimbiscuits.com