

«الصناعة والاقتصاد»...

إضاءة ومواكبة للقطاع الصناعي

على مدى سنوات، ومنذ تأسيسها في العام 1994، بقيت «الصناعة والاقتصاد» مواكبة للقطاع الصناعي بكل فروعه، وهمومه، وحاجاته ومعاناته، بل واعداد ملفات بكل قطاعاته، خاصة وان الصناعة اللبنانية تشكل قرابة 18 بالمئة من الناتج المحلي أي 3.800 مليار دولار اميركي وفق تقديرات الاختصاصيين وقد كانت تمثل في العام 1999 قرابة 27 بالمئة من الناتج المحلي، ما يدل على تراجع هذا القطاع لغياب الدعم الحكومي من جهة وللتطورات الأمنية الإقليمية التي أثرت على تصدير الانتاج اللبناني إلى الدول العربية والاجنبية.

ولم تكتف المؤسسة بتغطية القطاع الصناعي اللبناني في اصدار مجلة «الصناعة والاقتصاد» بل واكبته بإصدار الدليل الصناعي الذي هدف إلى الترويج للانتاج الصناعي اللبناني والإضاءة على معاناة الصناعيين والعاملين في هذا القطاع لتكوين منهج مشترك يواكب شؤون القطاع وشجونه.

وركز الدليل الصناعي بطبعاته السبعة على نقاط هامة جداً لترويج الانتاج اللبناني الصناعي، أهمها:

1- إبراز النواحي التقنية التفصيلية للتعريف بالسلعة بحيث تم اعتماد التصنيف الدولي الموحد H.S.Code لتصنيف الصناعة اللبنانية بما يتيح معرفة جميع السلع التي تنتجها الصناعة اللبنانية وفقاً للتصنيف الدولي الموحد ويسهل انسيابها إلى الأسواق المحلية والخارجية. بالإضافة الى معرفة نسب الرسوم الجمركية للسلعة المطلوبة في لبنان وحوالي 130 دولة أخرى بالإضافة الى كمية الاستيراد والتصدير لهذه السلعة في لبنان.

2- الأسلوب النمطي الذي اعتمدته الدليل في إدراج المعلومات تحريرياً وإعلانياً مما جعل منه مرجعاً ومعرضاً صناعياً لبنانياً متنقلاً في اسواق العالم وذلك نتيجة لنشره على موقع الكتروني خاص باسم www.lebanon-industry.com مما يتيح للمعنيين التعرف بكل دقة الى صناعة لبنان.

3- خطة التسويق الشاملة التي وضعت لنشر الدليل مطبوعاً على الورق او على الموقع الالكتروني محلياً وخارجياً بحيث من المتوقع ان يزور هذا الموقع ما لا يقل عن 2 مليون زائر سنوياً بالإضافة الى 43 ألف مؤسسة محلياً وخارجياً معنية أيضاً بالصناعة اللبنانية.

كما عملت المؤسسة على انشاء المعرض الالكتروني الدائم للصناعات اللبنانية www.industriallebaneseexhibition.com الذي شكل نقطة تحول جذرية في مسار الترويج للصناعة اللبنانية حيث يشهد أكبر حشد للمصانع اللبنانية في معرض مهني وقطاعي يتيح للمؤسسات المشاركة فيه وعددها حوالي 400 مؤسسة صناعية عرض انتاجها بمختلف الاسواق المحلية والعربية والعالمية بأرقى وأحدث التقنيات.

قطاع الصناعات الغذائية، الذي نواكبه في هذا الملف الواسع والشامل، يعاني أسوة ببقية الصناعات من أزمة منافسة في الأسواق المحلية والعالمية، في ظل كلفة إنتاج مرتفعة من جهة، وغياب الدعم الحكومي من جهة ثانية، ما يجعل أسعار بعضها مرتفعة مقارنة مع المنتج الأجنبي، الذي يصل مدعوماً من دولته و«خفيفاً» على جيب المستهلك اللبناني.

ونؤكد في هذا الملف الذي يصدر بالتزامن مع معرض «هوريكا» للصناعات الغذائية، على عوامل الثقة بالصناعة اللبنانية، وهو ما كشفت عنه عشرات المقابلات التي أجرتها «الصناعة والاقتصاد» مع الصناعيين بحيث تم الإضاءة فيها على النجاحات التي حققها الصناعيون رغم تقصير الحكومات المتتالية في دعمهم.

ونشد هنا في هذا الملف على أهمية إيلاء هذا القطاع الاهتمام الذي يستحقه، فهو يفتح مجالات واسعة لفرص العمل والابتكار والإبداع، ويسهم في تطوير الزراعة كون الصناعات الغذائية مرتبطة بشكل كبير بالإنتاج الزراعي. ولا ننسى أن نلفت الانتباه إلى دور الصناعات الغذائية في جذب الاستثمارات المحلية والإقليمية والعالمية. في هذه المرحلة التي يمر بها لبنان والمنطقة سيستمر شعار «بتحب لبنان حب صناعتو»، وليس أمام الصناعيين اللبنانيين إلا الصمود لمواجهة المصاعب التي يعانون منها، فهم بالتأكد كطائر الفينيق الذي يخرج دائماً من بين الرماد ليخلق عالماً بابتكاراته ومنتجاته المتنوعة والغني.

32.1 % حصة قطاع الصناعات الغذائية من ناتج القطاع الصناعي العام

نعم لسلامة الغذاء .. نعم لتمييز الصناعات الغذائية



حل قطاع الصناعات الغذائية في أواخر عام 2014 نجماً على كل شاشات التلفزة وتصدر عناوين الصحف، ليس لأهمية الإنجازات التي سجلها صناعيوه بإبداعاتهم التي حملت شهرة المطبخ اللبناني إلى مختلف بلدان العالم، بل نتيجة لحملة شنتها وزارة الصحة للكشف على المصانع عرفت بـ«حملة سلامة الغذاء».

تعامل الإعلام مع هذه الحملة بطريقة قاسية جداً، وصفها المتابعون لشؤون القطاع بـ«الوحشية»، حيث أظهرت أن الفساد يعيش في كل زاوية من زواياه، وأن المواد التي يستهلكها الشعب اللبناني جُلّها تالفة وغير صالحة للاستخدام.

شغلت الحملة الأوساط الإقتصادية عامة والمعنيين بالشؤون الصناعية خاصة، لي طرح السؤال: لماذا نقدّم صورة مشوهة عن إنتاجنا اللبناني؟ المعلومات التي تم تداولها وصفها وزير الصناعة حسين الحاج حسن بغير الصحيحة وغير المنطقية، مؤكداً أن القطاع يصدر منتجات غذائية مصنّعة بقيمة 400 مليون دولار، لا تتعدى نسبة المرجعات منها 1% لسبب لا يتعلق بالجودة إنما لشروط تتعلق بالعلامة التجارية. وسأل الحاج حسن: «كيف للبنان تصدير منتجات غير مطابقة للمواصفات ويشتريها المستهلكون في الخارج».

تأثيرات الحملة السلبية على القطاع كبيرة وفقاً لما لحظته مجلة «الصناعة والإقتصاد» في لقاءاتها الكثيرة مع الصناعيين، الذين يجهدون للملئة هذه التداعيات محاولين استعادة ثقة كبار مستوردي العالم في القطاع.

الصناعيون ليسوا ضد الحملة على الإطلاق بل يرونها أكثر من ضرورية لإعادة تنظيم القطاع، وتحفظاتهم كلها تنصب على لوم الإعلام لطريقته في التعاطي مع الملف، لتبقى كلمة حق تقال: نعم لسلامة الغذاء، ونعم لتمييز الصناعات الغذائية.

أهمية القطاع

يحظى قطاع الصناعات الغذائية باهتمام دول العالم المتقدمة كافة لما يوفره من الفائدة التي تتكامل مع القطاع الزراعي بالإضافة إلى أهميته على الصعيد الإستراتيجي والأمن الغذائي ومساهمته في الإكتفاء الذاتي للدول.

وقائع أرقام أساسية

ويعتبر قطاع الصناعات الغذائية من المساهمين الأساسيين في الإقتصاد اللبناني. ففي العام 2010، ووفقاً لأحدث الإحصائيات المتوافرة، بلغت حصة هذا القطاع حوالي 32.1 % من ناتج القطاع الصناعي، وحوالي 3 % من إجمالي الناتج المحلي بحسب الإحصاءات الوطنية.

يوفر القطاع نحو 20.607 فرصة عمل، أي ما يوازي نسبة 24,9

% من اليد العاملة الصناعية، وبذلك يعتبر من القطاعات الأكثر توفيراً لفرص العمل من ضمن القطاع الصناعي.

وتعتبر النسبة الأكبر من المصانع في لبنان مؤسسات صناعات غذائية، وهي تشكل نسبة 18,2 % من إجمالي عدد المصانع. يتألف هذا القطاع بشكل رئيسي من مؤسسات عائلية صغيرة الحجم، توظف ستة عمال كمعدل وسطي.

تشكل صادرات القطاع نسبة 13,73 % من مجموع الصادرات اللبنانية، وقد نما حجمها بمعدل سنوي بلغ 12,13 % من العام 2008 وحتى العام 2013. وتتنجج النسبة الأكبر من صادرات الصناعات الغذائية نحو البلدان العربية (باستثناء بلدان الخليج) بنسبة 51 % من مجموع الصادرات. وقد حلت سوريا والعراق ومصر في المراتب الأولى على التوالي بالنسبة إلى استقطاب صادرات الصناعات الغذائية اللبنانية. وأتت دول مجلس التعاون الخليجي في المرتبة الثانية واستحوذت على 21,3 % من مجموع هذه الصادرات، وشكلت كل من السعودية والإمارات الوجهة الأبرز بين هذه الدول. وحلت أفريقيا في المرتبة الثالثة بحصة وصلت إلى 12,2 % مع تصدر أنغولا قائمة الدول الأفريقية المستوردة لمنتجات الصناعات الغذائية اللبنانية. وأتت أوروبا الغربية في المرتبة الرابعة، في حين استحوذت أميركا الشمالية وآسيا وأستراليا على جزء ضئيل من الصادرات.

ارتفع حجم الصادرات من الصناعات الغذائية بنسبة 36 % بين عامي 2012 و2013. وكان الارتفاع حجم هذه الصادرات إلى الدول العربية غير الخليجية الذي ارتفع بنسبة 68 % بشكل عام. وشهدت هذه الصادرات زيادة بنسبة 50 % إلى سوريا، وباتت

القيمة المضافة على مستلزمات الإنتاج وقد أصابت عديداً من مدخلات الإنتاج للصناعات الغذائية بينما هي معفاة في معظم الدول العربية التي اعتمدت القيمة المضافة. الرسوم الجمركية على بعض مدخلات الإنتاج وهي معفاة منها في معظم الدول العربية.

الرسوم غير المباشرة على المصانع وهي متعددة وتتراكم بحيث تؤثر تأثيراً ملحوظاً في كلفة الإنتاج.

وتشكل اتفاقات التبادل التجاري الحر الثنائية والجماعية إحدى المشاكل التي يعاني منها القطاع، حيث اعتمدت الحكومات المتعاقبة منذ 1990 وحتى الآن مبدأ الانفتاح المطلق فأخذت تسارع إلى عقد اتفاقات التبادل التجاري الحر مع دول أخرى ومع الدول الأوروبية ومع الجامعة العربية كل ذلك على أثر حرب أهلية دمرت إقتصاد لبنان ووضعت أصحاب كل الصناعات وفي مقدمتهم أصحاب الصناعات الغذائية في وضع صعب للغاية بدلاً من أن تترتب وتنكب على دراسة مصلحة المواطن المنتج أولاً. إن هذه الحكومات وقعت في خطأ اعتماد الاتفاقات التجارية هدفاً بحد ذاته بدلاً من أن تكون وسيلة تخدم مصالح المنتجين في لبنان، ما أفاد الدول المصدرة إلى لبنان ولم تفد صادرات لبنان إليها بشيء.

وتندرج أيضاً ضمن مشاكل القطاع إجراءات التقيد بالموصفات، وغياب استعدادات الحكومة اللبنانية لمساعدة المصدرين، إذ يبدو أن الحكومات المتعاقبة كانت تجهل الاستعدادات المطلوبة منها لتسهيل عمليات التصدير ومنها وجود مختبرات معتمدة (accredited) من مؤسسات اعتمد معترف بها دولياً (accreditation bodies) كي تعترف الدول المستوردة وخاصة الدول الأوروبية والولايات المتحدة وكندا بالشهادات الصادرة عنها.

دور الدولة

المطلوب اليوم من الدولة السير جنباً إلى جنب مع الصناعيين ودعمهم عبر فتح الباب على مصراعيه لتفعيل الصناعات الغذائية في لبنان لاستعادة دورها في توفير الغذاء السليم للمواطنين وإحلال هذه المنتجات محل المستورد منها والذي أصبح يناهز العشرة أضعاف المنتج المحلي.

ويستوجب هذا الأمر من الحكومة إعادة النظر في كل اتفاقات التبادل التجاري الحر الثنائية منها والجماعية حتى تخدم مصلحة المنتج اللبناني، إلغاء الرسوم الجمركية وضريبة القيمة المضافة على كل مستلزمات الإنتاج، توفير تسعيرة خاصة للمحروقات للقطاعات الصناعية والزراعية تعتمد الكلفة الفعلية يصل إلى حدود أسعار الدول المجاورة كسوريا ومصر، إعادة النظر في الرسوم الجمركية على كل المنتجات الغذائية المستوردة ورفعها إلى درجات تحمي الصناعات الغذائية المحلية حماية كافية خاصة في ظل ارتفاع سعر الطاقة الكهربائية والأيدي العاملة ورسوم الضمان الإجتماعي والرسوم المختلفة الأخرى في لبنان مقارنة مع الدول الأخرى، إضافة إلى الاستعجال في تجهيز المختبرات المحلية بالعدة والخبراء حتى تصبح معتمدة من مؤسسات اعتماد دولية.



هذه النسبة تشكل اليوم 52 % من مجموع صادرات الصناعات الغذائية إلى الدول العربية غير الخليجية. كذلك، ارتفعت هذه الصادرات إلى العراق بنسبة 242 %، وإلى مصر بنسبة 134 %، وإلى الأردن بنسبة 18 %. وهذا يدل على أنه، ورغم تأثير الأزمة السورية على الإقتصاد اللبناني، ارتفع الطلب على المنتجات اللبنانية من أجل تعويض التراجع في الصادرات السورية إلى هذه الأسواق.

أبرز التحديات

ويتميز قطاع الصناعات الغذائية في لبنان بمميزات تنافسية عالية تعود إلى الشهرة التي يكتسبها المطبخ اللبناني عالمياً، وذوق الصناعيين اللبنانيين وقدرتهم على الانفتاح على الأسواق الخارجية. إلا أنه في الوقت نفسه يعاني القطاع منذ عام 1990 من عدة مشكلات شلت مجموعها قدرته على المنافسة وبالتالي قدرته على التطور. ويشكل ارتفاع تكاليف الإنتاج أبرز هذه المشكلات، إذ تعد اليوم هذه الكلفة الأعلى بين الدول العربية، وهي في معظمها أن لم يكن كلها مفروضة من الحكومة اللبنانية وتتمثل بالتكاليف التالية:

كلفة الطاقة الكهربائية تزيد عن ضعف كلفتها للمنتجين في مصر وسوريا والسعودية والإمارات العربية المتحدة. كلفة المحروقات تصل إلى ثمانية أضعاف كلفتها في مصر والسعودية والإمارات وضعف كلفتها في سوريا. اليد العاملة وهي أربعة أضعاف ما هي في مصر وضعفين ما هي في سوريا.

الضمان الإجتماعي وهو ضعفاً ما هو في مصر وسوريا.

الصناعات الغذائية

وفقاً للنظام الجمركي المنسق، تدرج الصناعات الغذائية ضمن البنود الجمركية للفصول 4 والتي تتضمن ألبان وأجبان ومنتجاتها، بيض طيور، عسل طبيعي، وغيرها من منتجات صالحة للأكل، وكذلك الفصول 15 وحتى الفصل 24 وهي تتضمن الشحوم والدهون والزيوت الحيوانية والنباتية، فضلاً عن اللحوم والأسماك المحضرة، والخضار والنباتات والفواكه والحبوب المصنعة، والمشروبات والتبغ ومصنوعاته. تعتبر الصناعات الغذائية والمشروبات من أهم الصناعات اللبنانية وأكثرها إستقطاباً للرسميل الموظفة في الصناعة ولليد العاملة الصناعية.

MANARA DAIRY
Ribou Ghnaim Dairy Farm
www.manaradairy.com
Rachwa Str. - Al Manara - West Beirut
Tel: 09/761134 - 03/190319

Make your test and taste the best

شركة ابراهيم واحمد ابوغنيم-المنارة

إرتفعت قيمة صادرات الصناعات الغذائية من 311.5 مليون دولار في العام 2009 إلى 556.9 مليون دولار في العام 2014 بما نسبته 78.8 %، فيما إنخفضت قيمة الصادرات اللبنانية الإجمالية في العام 2014 مقارنة بالعام 2009 بما نسبته 5 % وقد شكلت صادرات الصناعات الغذائية ما نسبته 9.1 % من إجمالي الصادرات اللبنانية في العام 2009 وارتفعت هذه النسبة الى 23.7 % في العام 2014. إرتفعت قيمة مستوردات الصناعات الغذائية من 1.341.8 مليون دولار في العام 2009 إلى 2.001.0 مليون دولار في العام 2014 بما نسبته 49,1 % فيما ارتفعت قيمة المستوردات اللبنانية الإجمالية في العام 2014 مقارنة بالعام 2009 بما نسبته 26.2 % وقد شكلت مستوردات الصناعات الغذائية ما نسبته 8.3 % من إجمالي المستوردات اللبنانية في العام 2009 وارتفعت هذه النسبة الى 9.8 % في العام 2014.

توّجتنا الطبيعة

نَمِيّة

شركة التنمية الزراعية-الحازمية

التبادل التجاري للصناعات الغذائية 2009 - 2014

على مستوى الفصول الجمركية، إستأثرت صادرات الخضار والنباتات والفواكه المصنعة في العام 2014 بما نسبته 22.9 % من صادرات الصناعات الغذائية، وتلتها صادرات المشروبات بما نسبته 18.3 % ومصنوعات غذائية متنوعة بما نسبته 14.9 %.

وعلى صعيد مستوردات الصناعات الغذائية عام 2014، كانت قيمة مستوردات الصناعات الغذائية عام 2014، كانت قيمة مستوردات مصنوعات من حبوب أو دقيق في المرتبة الاولى بما نسبته 12.2 % تلتها قيمة التبغ بما نسبته 11.2 % ومستوردات المصنوعات الغذائية المتنوعة بما نسبته 10.1 %

2014	2013	2012	2011	2010	2009	صادرات الصناعات الغذائية (الف دولار)
8.883	9.389	8.925	9.116	9.252	9.050	4 - صناعة الألبان، بيض طيور عسل وغيرها
32.780	36,531	30,804	21,454	22,712	18,877	15- دهون وزيوت
24.858	20,800	21,290	17,360	15,293	18,243	16- لحوم واسماك مصنعة
50.675	44,684	26,711	30,560	25,951	24,697	17-مصنوعات سكرية
51.401	40,525	40,947	32,173	29,075	17,928	18- كاكاو ومصنوعاته
46.515	38,666	39,193	39,998	42,477	31,157	19- مصنوعات من حبوب أو دقيق
127.738	115,956	108,449	118,472	96,965	90,099	20- خضر ونباتات وفواكه مصنعة
83.147	71,027	51,837	38,031	28,610	29,625	21- مصنوعات غذائية متنوعة
101.795	100,009	79,973	77,816	61,090	50,190	22- مشروبات
3.712	7,922	3,345	4,523	2,697	2,431	23- بقايا الاغذية
25.350	13,043	20,437	20,932	22,077	19,236	24- تبغ
556.855	498.553	431.913	410.434	356.199	311.533	المجموع

2014	2013	2012	2011	2010	2009	مستوردات الصناعات الغذائية (الف دولار)
401,949	351.303	297.179	299.498	272.266	253.474	4 - صناعة الألبان، بيض طيور عسل وغيرها
186.892	199,454	194,601	173,501	128,312	131,599	15- دهون وزيوت
116.359	114,341	102,465	89,299	91,473	73,451	16- لحوم واسماك مصنعة
164.853	169,064	162,981	176,001	142,663	104,719	17-مصنوعات سكرية
95.810	92,459	81,391	72,653	74,136	62,886	18- كاكاو ومصنوعاته
243.864	242,455	208,295	187,335	164,888	145,573	19- مصنوعات من حبوب أو دقيق
88.566	89,839	73,184	74,803	62,577	55,874	20- خضر ونباتات وفواكه مصنعة
202.888	194,150	178,426	153,653	129,169	120,051	21- مصنوعات غذائية متنوعة
132.14	124,232	144,379	184,851	170,054	138,933	22- مشروبات
142.732	112,578	112,632	82,346	78,502	71,785	23- بقايا الاغذية
225.097	270,905	338,940	270,155	228,308	183,431	24- تبغ
2,001,026	1,960,781	1,894,473	1,764,093	1,542,348	1,341,776	المجموع

تطور التبادل التجاري للصناعات الغذائية

القيمة (مليون \$)	صادرات الصناعات الغذائية	نسبتها من اجمالي الصادرات %	مستوردات الصناعات الغذائية	نسبتها من اجمالي المستوردات %	الميزان التجاري للصناعات الغذائية
2009	311.5	8.9	1341.8	8.3	-1030.3
2010	356.2	8.4	1542.8	8.6	-1186.6
2011	410.4	9.6	1764.1	8.8	-1353.7
2012	431.9	9.6	1894.5	8.9	-1462.6
2013	498.6	12.7	1960.8	8.2	-1462.2
2014	556.9	16.8	2001.0	9.8	-1444.1



مياه تنورين-الحازمية



شركة حلباوي اخوان-الرويس

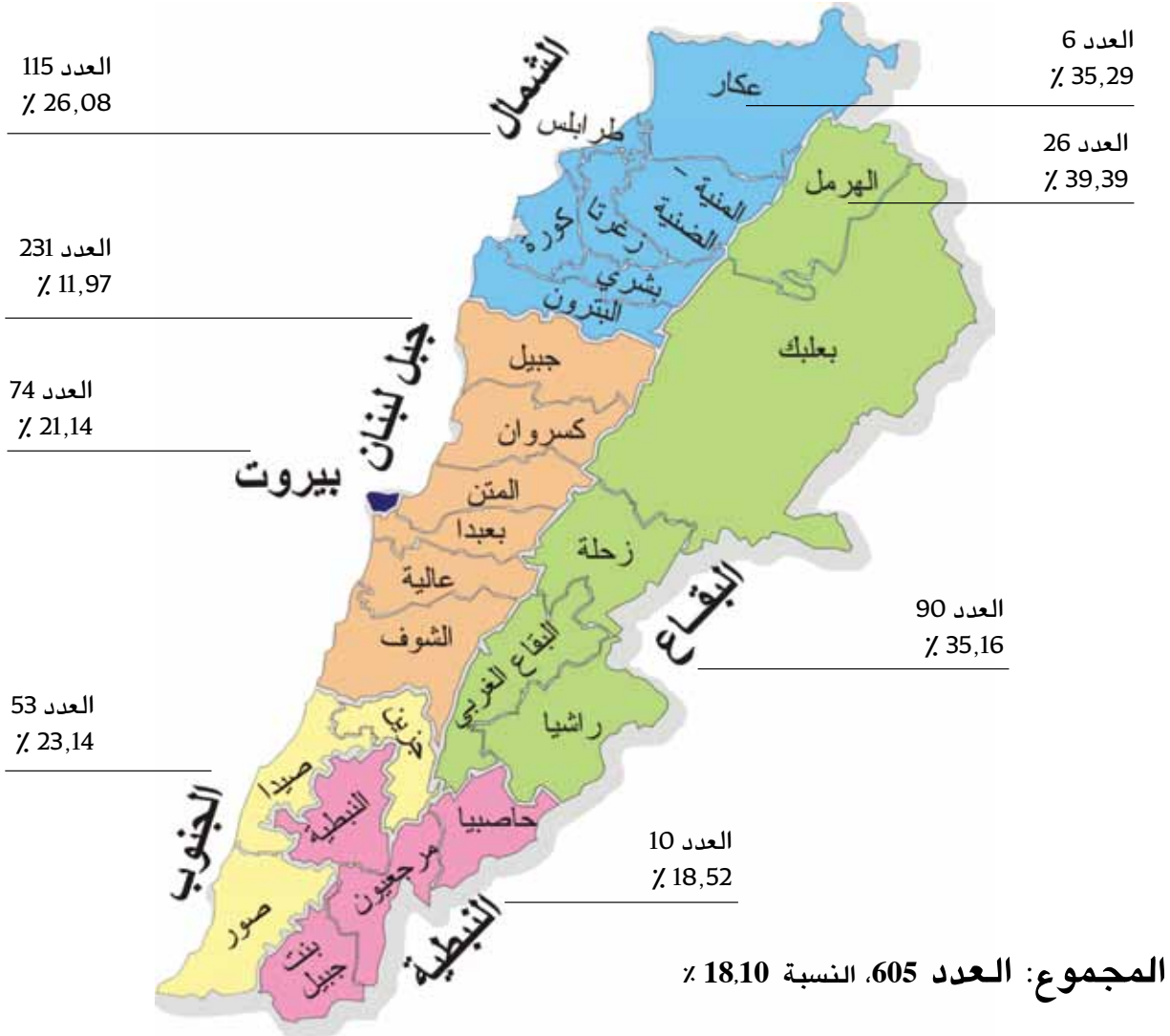


شركة القيسي-جدرا

دليل الصادرات والمؤسسات الصناعية اللبنانية

تجدر الإشارة هنا أنه وحسب جدول الإحصاء الصناعي وفقاً لنتائج الطبعة الثامنة من « دليل الصادرات والمؤسسات الصناعية » فإن عدد مصانع الصناعات الغذائية في لبنان هو 506 مصانع موزعة كالاتي حسب المحافظات:

توزيع المصانع الغذائية على المحافظات حسب العدد والنسبة المئوية



عدد السلع المنتجة في المصانع الغذائية:

نذكر هنا أن هذه المصانع الغذائية تنتج 222 سلعة أي بنسبة 21.12 % من مجموع السلع التي تنتجها الصناعة اللبنانية والبالغ عددها 1065 سلعة حسب الإحصاءات.

هذا الإحصاء الذي أجرته شركة دليل الصناعي D/I/C يشمل المؤسسات التي يعمل فيها 8 عمال وما فوق وتنتج بشكل نمطي.

www.lebanon-industry.com

www.madelebanon.com

بن نجر C A F E NAJJAR



وين في لبناني،

في نجر



SALTEK®

BAKERY EQUIPMENT

Reinventing Breadmaking™



P.O.Box 166 Ain Aar, Lebanon
Mazraat Yashouh, Industrial Zone
T +961 4 925 111 • T+961 1 242 628 • F+961 4 925 111 ext: 148
sales@saltek.com.lb • www.saltek.com.lb



www.facebook.com/salteksal



www.youtube.com/saltekLebanon

اعتبر أن «القطاع الصناعي» ضحية أساسية لتطبيق اتفاقيات التجارة الحرة

البساط: لتحويل «سلامة الغذاء»

إلى ورشة عمل حقيقية



يتخبط قطاع الصناعات الغذائية منذ نشأته في كم هائل من المعوقات والمشاكل، تتنوع ما بين ارتفاع تكاليف الإنتاج وصعوبة التصدير وتشابك الصلاحيات بين الوزارات المعنية والإشكالات القانونية، إلا أن هذا الأمر لم يمنعه يوماً من التطور وغزو الأسواق الخارجية وتكريس أفضل سمعة عن المطبخ اللبناني. «الصناعة والإقتصاد» سلطت الضوء في حديث مع نقيب أصحاب الصناعات الغذائية اللبنانية منير البساط على أهمية القطاع الذي يصدر إلى أكثر من 75 بلداً في العالم، لتكشف عن أبرز التحديات التي يواجهها والمعاناة التي عاشها من جراء الحملات الإعلامية التي رافقت حملة فساد الغذاء التي قامت بها وزارة الصحة مؤخراً.

الأخرى، من دون التفاوضي عن حجم الدعم المباشر، وغير المباشر الذي تتمتع به إقتصادات هذه الدول على حساب الإقتصاد اللبناني.

وأضاف: «قد يكون قطاع الصناعات الغذائية من أقل القطاعات المتأثرة بهذا الواقع، إلا أننا لا بد أن نلاحظ أن بعض المنتجات اللبنانية لم يعد بالإمكان تصديرها لخسارتها للكثير من ميزاتاتها التفاضلية بالمقارنة مع المنافسين الإقليميين».

وتابع: «يطالب الصناعيون بدون كلل بإعادة النظر في معظم اتفاقيات التجارة الحرة الثنائية الموقعة، خصوصاً في القطاعات التي تعتمد على الطاقة والمحروقات بشكل مكثف، سواء من طريق فرض رسوم لمنع الإغراق، أو إنشاء صندوق لدعم كلفة المحروقات التي يتكبدها الصناعي اللبناني، وإطلاق برامج فاعلة لدعم الصادرات اللبنانية وتعزيزها، بالإضافة إلى إنشاء وتحديد مناطق صناعية جديدة، تتمتع بالبنية التحتية اللازمة لإطلاق صناعات جديدة».

رئيسي يعود إلى انعدام تكافؤ المنافسة بين الطرفين، خاصة من ناحية الدعم التي تحظى به القطاعات الصناعية في الدول الأخرى، في مقابل شبه غياب رسمي كامل عن رسم أي سياسة صناعية واضحة المعالم، أو حتى أية محاولة دعم للصناعة اللبنانية للاستمرار والصمود.

وقال: «بشكل عام، القطاع الصناعي كان ضحية أساسية لدى بدء تطبيق إتفاقيات التجارة الحرة، سواء العربية أو الثنائية، حيث أدى إغراق الأسواق إلى اضمحلال وضمور العديد من القطاعات الصناعية، وتدهور أعمالها، نظراً إلى الفرق الشاسع في الأكاليف التشغيلية بيننا وبين الدول

اعتبر البساط، خلال اللقاء، أن «الصناعات الغذائية من أعرق وأقدم الصناعات في لبنان، حيث يعود بعضها إلى القرن التاسع عشر وبدايات القرن العشرين». وإذ أعلن البساط أن «القطاع يحتل المرتبة الأولى بين القطاعات الصناعية الأخرى من حيث القيمة المضافة المحلية، والقوى العاملة والاستثمارات»، ورأى أن أهميته تكمن في تكامله مع القطاع الزراعي، المصدر الأول والأساسي للمواد الأولية المستخدمة من قبل هذا القطاع، مع ما يؤمن ذلك من استقرار وتنمية للمجتمعات الريفية والقروية، وتمسكها بأرضها وعاداتها وتقاليدها. وأضاف: «للقطاع علاقة مباشرة مع صناعات أخرى مكمله مثل قطاع التغليف بشتى أنواعه (كرتون، بلاستيك، زجاج...)، بالإضافة إلى قطاعات كثيرة أخرى (التصميم، والتسويق، والشحن...)».

الإتفاقيات الثنائية

ولفت إلى أن «القطاع الصناعي بشكل عام يعاني من خلل كبير في الميزان التجاري مع معظم شركاء لبنان التجاريين، وبسبب

**يواجه القطاع تحديات
جديدة تحول دون تقدمه
وازدهاره أهمها انعدام
الإستقرار السياسي
والأمني الداخلي**

سلامة الغذاء

وتطرق البساط إلى حملة سلامة الغذاء التي قامت بها وزارة الصحة مؤخراً، فأكد أن التزام النقابة بشروط سلامة الغذاء التزام قديم وجدي منذ تأسيس النقابة عام 1996، وأعلن عن تطلعات النقابة إلى توقيع مذكرات تفاهم واتفاقيات دولية ومحلية لتنظيم ورشات وحلقات تدريب ومؤتمرات حول سلامة الغذاء.

وقال: «في هذا الإطار، وقعت نقابة أصحاب الصناعات الغذائية اللبنانية و«مؤسسة التميز للتعليم والريادة» مذكرة تفاهم. ومن شأن هذه المذكرة فتح الباب واسعاً أمام الارتقاء بقدرات الصناعات الغذائية اللبنانية لمواكبة التطورات والمستجدات العالمية في مجال جودة وسلامة الغذاء».

ولفت إلى أنها «ترتكز على إدارة مسبقة للمخاطر وعلى إيجاد حلول تمنع استمرار حصول الأخطاء وحالات عدم المطابقة، بحيث تتكامل من خلاله جهود أصحاب الصناعات الغذائية مع جهود وزارة الصحة من أجل ضمان صحة وسلامة المستهلكين وأمنهم الغذائي بطريقة مسؤولة وقابلة للقياس».

وشجع أصحاب الصناعات الغذائية اللبنانية على المبادرة الفورية إلى طلب الإفادة من خدمات التدقيق والتقييم الخارجي على أنظمتها وفقاً للشروط والمتطلبات القانونية والتنظيمية والفنية والصحية الخاصة بعملهم، والتي ستشكل أساس وجوهر المعايير التي ستعتمد في عملية التدقيق والتقييم على أنظمة جودة وسلامة الغذاء النافذة لديهم. كما طلب منهم التواصل والإتصال الشفاف مع مورديهم وموزعيهم ومع جميع المتدخلين في سلسلة الإمداد والتوريد لضمان سلامة تلك السلسلة وتنقيتها من أي شوائب تضر بصحة المستهلك، وتنعكس بالتالي سلباً على أصحاب الصناعات الغذائية أنفسهم.

وتمنى البساط على وزير الصناعة حسين الحاج حسن المبادرة إلى إكمال مسيرة حملة سلامة الغذاء وتحويلها إلى ورشة عمل حقيقية ينخرط جميع الفرقاء المعنيون في غمارها.

نقابة أصحاب الصناعات

الغذائية ملتزمة بشروط

سلامة الغذاء التزاماً

قديماً وجدياً منذ تأسيسها

عام 1996

بالمنتجات اللبنانية بشكل عام، ومنتجاتنا بشكل خاص. إذ إننا نشارك، و بشكل فاعل وأساسي، سواء كعارض أو كزائر في 3 محطات رئيسية: معرض GULFOOD في دبي، الإمارات العربية المتحدة، HORECA في بيروت، لبنان، و SIAL أو ANUGA في مدينة باريس، فرنسا، أو مدينة كولونيا، ألمانيا، حيث يتم اللقاء خلال هذه المعارض، مع جميع المصدرين والموزعين الأساسيين في معظم بلدان العالم، والاطلاع على المستجدات والإبتكارات المتقدمة في هذه الصناعة.

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

ارتفاع الصادرات

وإذ لفت البساط إلى أن «القطاع حقق أرقاماً قياسية العام الماضي مسجلاً نسبة 17% من مجمل الصادرات الصناعية بمجموع 520 مليون دولار وبنمو بلغ 13% مقارنة مع العام 2013، رد زيادة هذه الأرقام إلى عدة أسباب أهمها: المبادرة الفردية للصناعيين اللبنانيين في تحديث وتطوير مصانعهم وهذا تجلّى أيضاً في حجم الآلات الصناعية المستوردة في الأعوام الأخيرة، والجودة والنوعية التي أصبحت ميزة معروفة للصناعات اللبنانية كالصناعات الغذائية والمجوهرات والطباعة على سبيل المثال، وانتشار الإغتراب اللبناني الذي كثيراً ما شكل المستهلك الأساسي والسفير الأفضل للتعريف بالمنتج اللبناني».

تحديات جديّة

وشدّد على أن «القطاع يواجه أيضاً تحديات جديّة تحول دون تقدمه وازدهاره، أهمها انعدام الاستقرار السياسي والأمني الداخلي ما يحول دون المزيد من الاستثمارات والتوسع، ومن دون أن ننسى الوضع الإقليمي غير المستقر، والذي كانت له انعكاساته المباشرة على القطاع، خصوصاً في ما يتعلق بالشحن والتكاليف الإضافية التي يتكبدها الصناعي لتأمين سبل أكثر ضماناً وأماناً لإيصال منتجاته إلى الأسواق التصديرية، ولا ننسى أيضاً المشاكل العضوية التي يعاني منها القطاع الصناعي بشكل عام من ارتفاع الأكاليف التشغيلية إلى مستويات قياسية».

واعتبر أن «ردة الفعل الأولى لأي صناعي لبناني تجاه المصاعب التي يواجهها لا بد أن تكون خطوة إلى الأمام، مع المزيد من المثابرة والإصرار على تعزيز المكاسب التي تحققت من اتساع الأسواق وارتفاع حجم الأعمال، لذا، فالخطط اللازمة للتوسع وزيادة الإنتاجية جاهزة بانتظار الظروف الملائمة لتنفيذها».

ترويج المنتج

وأشار إلى أن «اللبنانيين يتبعون عدة طرق للتعريف عن منتجاتهم وتأتي في مقدمها الاشتراك في المعارض الدولية، والتي تشكل محطة أساسية في التعريف



SOLUTIONS PACKED WITH SUCCESS

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



www.unicarton.com

Ghazir, Lebanon - Industrial Area **P.O.Box** 1662 Jounieh - Lebanon **t** +961 9 925 560 +961 9 926 092 **f** +961 9 920 435



Sonaco s.a.r.l.

Gherfine - Lebanon

Tel: +961 9 623777

Fax: +961 9 623888

P.O.Box : 70070 Lebanon

sonaco@alrabih.com.lb www.alrabih.com.lb



find us on [facebook](#)

follow us [twitter](#)

follow us [Instagram](#)

«الإعلام نسف كل ما بنيناه من سمعة جيدة للمطبخ اللبناني»

نصراوي: أمام القطاع مستقبل مظلم

خبرته التي قاربت الـ 40 عاماً في قطاع الصناعات الغذائية جعلته عالماً بأمور القطاع وهواجسه، ليكون جورج نصراوي قد استحق لقب عميد الصناعات الغذائية عن جدارة.

عام 1975 بدأت رحلته في القطاع مع تأسيس مصنع الربيع لإنتاج الطحينة والحلاوة، ولأن السوق اللبنانية صغيرة وضع نصراوي آنذاك نصب عينيه هدف التصدير إلى الخارج، فجرت الرياح بما اشتهت سفنه. فالمصنع الذي بدأ بإنتاج صنفين شهد تطوراً كبيراً، وينتج اليوم ما يزيد عن 120 منتجاً غذائياً، يصدر إلى أسواق أفريقيا وأوروبا والولايات المتحدة وأميركا اللاتينية وأستراليا والخليج وإلى أي مكان يسكنه مستهلك للأكل اللبناني والشرق اوسطي.



النقابة تطالب منذ سنوات بهذه الحملة وتطالب بوضع نظام موحد لإنتاج سليم تتبعه كل المصانع، إذ إن غياب الرقابة على مر السنوات فتح المجال أمام عدد من المصانع للعمل من دون مراقبة وضوابط، ما أثر سلبياً على سمعة الإنتاج.

وقال: «وزير الصحة وائل أبوفاور مشكور على حملته التي من شأنها تحسين نوعية الإنتاج ورفع الصادرات. لكن الفساد اليوم موجود في أكبر الدول الصناعية وليس فقط في لبنان، ويحارب من خلال القوانين من دون الإعلام. يحق للوزارة الكشف على أي مصنع كان ومراقبته واتخاذ إجراءات صارمة بحقه وحتى إصدار أحكام يشرف على تنفيذها القضاء. وما حصل هو أن الحملة أتت أشبه بحملة إعلامية نسفت كل ما بنيناه خلال عشرات السنوات على صعيد تكريس صورة مشعة وسمعة جيدة للمطبخ اللبناني».

وأضاف: «بدا في الإعلام وكأن القطاع كله فاسد، وفي الواقع تلقت النقابة

رفع حجم صادراتها إلى حد كبير. وفي حين كانت الصناعات الغذائية اللبنانية تسجل النجاح تلو الآخر، توجهت الدول العربية نحو اتباع سياسات دعم وتشجيع للصناعة ما مكنها من تصنيع منتجات غذائية شكلت منافساً للإنتاج اللبناني».

ويصف نصراوي في حديث مع «الصناعة والإقتصاد» هذه المنافسة «بالشرسة جداً، فإضافة إلى رؤوس الأموال الهائلة المستثمرة في القطاع، تعمل القوانين في الدول العربية على دعم القطاع وتنميته».

ورأى أن قطاع الصناعات الغذائية يعاني من التباطؤ في حجم الصادرات، في حين تشهد مصانع القطاع المزيد من التطور والتوسع».

معوقات وتحديات

ولفت نصراوي إلى أن وجود العديد من المعوقات والتحديات الناتجة من القوانين في لبنان، والتي كان آخرها حملة سلامة الغذاء. وشدد على أن

خبرته ورؤيته الثاقبة، جعلته من أوائل المؤسسين لنقابة الصناعات الغذائية التي ترأسها لسنوات طويلة وأسس فيها لجنة المعارض التي كان لها دور بارز في زيادة حجم صادرات القطاع. وفقاً لنصراوي، كانت المصانع اللبنانية السباق في تصدير المنتج الغذائي المعلن إلى العالم العربي والدول المحيطة بلبنان. وتمكنت من التوسع نحو الدول الأوروبية والأميركية فأوصلت المنتج اللبناني إلى معظم الدول التي تتواجد فيها الجاليات اللبنانية.

وتحت إسم «المطبخ اللبناني» الذي ابتكرته نقابة الصناعات الغذائية كان عدد ضئيل من أصحاب مصانع الغذاء يزورون الأسواق الخارجية، وتمكنوا من خلال النقابة تعريف الأجانب إلى منتجات المطبخ اللبناني عبر المشاركة في المعارض، والتواصل مع الجالية اللبنانية إضافة إلى انتشار المطاعم اللبنانية في دول العالم.

رفعت مساعي صناعي الغذاء هذه الطلب على المنتجات اللبنانية، وساهمت في

نعمل على إقرار بعض القوانين التي من شأنها تخفيض كلفة الإنتاج بهدف رفع الصادرات

عن كُتُب ويتمكن الصناعي عبر التواصل المباشر من خلق شبكة اتصالات مع الزبائن».

ورأى نصرأوي أن «الصناعيين اللبنانيين يدركون جيداً أهمية هذه المعارض، إذ شارك في معرض غلف فود الأخير في دبي 47 صناعياً في حين لم يتمكن آخرون من المشاركة بسبب ضيق المساحة في الجناح اللبناني». وقال: «هذه المشاركة الكبيرة تدل على وعي الصناعيين وسعيهم نحو تطوير عملهم، ففي عام 1978 كنت أمثل لبنان وحدي في المعارض العالمية المتخصصة ولأنها كانت تجربة ناجحة إذ تمكنت من خلق شبكة زبائن في الأسواق الخارجية، عملت بعد استلامي للنقابة على تأسيس لجنة المعارض وبدأنا نأخذ زملاءنا الصناعيين إليها. أذكر جيداً أننا كنا 4 صناعيين فقط في أول مرة شاركنا في معرض، ولكن مع مرور الوقت وتحقيق النجاحات ارتفع حجم المشاركة وهذا طبعاً كان له انعكاس مباشر على حجم صادرات القطاع. مع العلم أن أكثر دول العالم تتحمل نفقات المشاركة دعماً وتشجيعاً للصناعة مما ينعكس إيجاباً على زيادة الصادرات».

مستقبل القطاع

وفي رد على سؤال حول تفاؤله بمستقبل القطاع، قال نصرأوي: «لسنوات خلت كنا متفائلين جداً، إنما اليوم وبعد تداول السياسة بالإقتصاد وما له من انعكاسات على طريقة إدارة الأمور في البلد أصبح لدينا علامة استفهام». وأضاف: «التصدير عبر البر مكلف جداً وأشبه بمعجزة في بعض الأحيان، في حين يواجه التصدير عبر البحر مشاكل». هذه الأمور تعيق مجيء المستثمرين كما تدفع المستثمرين اللبنانيين إلى التروي قبل وضع أي استثمار في القطاع. نأمل أن يتم انتخاب رئيس للجمهورية وتصبح طريقة التعاطي مع الأمور أكثر سلاسة، ويسود جو من الثقة بين المسؤولين والصناعيين. إذا حصل هذا التقارب في وجهات النظر طبعاً سيقوى القطاع، ولكن حتى هذه اللحظة برأيي أمام القطاع مستقبل مظلم».

وأضاف: «كما نعمل مع الحكومة على إقرار بعض القوانين التي من شأنها تخفيض كلفة الإنتاج عبر تقليص الرسوم الجمركية بهدف رفع الصادرات». وتابع: «جهودنا لرفع صادراتنا لن تلقى النجاح المطلوب إذا لم تقابل بتجاوب من الدولة. وأتمنى ألا يحصل هذا، فعدم تجاوب الدولة يعني المزيد من تراجع الصادرات والمزيد من تراجع القطاع الذي يعتبر من أكثر القطاعات حيوية إذ إنه يرتبط بشكل مباشر بالقطاع الزراعي وبالتالي يشغل عدداً كبيراً من اليد العاملة في لبنان. على الدولة أن تأخذ بعين الاعتبار هذا الأمر وتعطي القطاع المزيد من التسهيلات. فالقطاع يعاني باستمرار نتيجة التعاطي غير المناسب في الكثير من الأمور وكان آخرها خضوع كل المستوعبات الداخلة إلى لبنان للخط الأحمر فكان من جراء هذا التدبير تأخير المستوعبات في حرم الجمرات لفترات تصل إلى أكثر من 25 يوم مما تسبب بإنقطاع المواد الأولية لعدد من المصانع وزاد من كلفة الإنتاج».

تطور دائم

ولفت نصرأوي إلى أن القطاع كان في تطور دائم ولا يزال، إذ إن الصناعيين وكونهم من المصدرين قد تابعوا على مر السنوات تطور المواصفات العالمية للغذاء إضافة إلى التطور الحاصل في عمليات التصنيع، وتمكنوا من تسجيل نجاحات عديدة. فمتابعهم هذه للمواصفات وتجديد الآلات مكنتهم من تصنيع إنتاج ذي جودة عالية، ما أكسب منتجاتهم قدرات تنافسية عالية». واعتبر أن مشاركة الصناعيين في المعارض شرعت أمامهم أبواب الأسواق الخارجية كونها تختصر الطريق بينهم وبين المستوردين. فهذه المعارض مركز لقاء يتعرف فيها المستوردون إلى المنتج

العديد من ردود الفعل من الخارج، وتباطأت المسحوبات إلى الخارج. طبعاً، النقابة وجمعية الصناعيين زارتا الوزير أبوفاعور، واطلعتاه على هذا الواقع، وإذ شددتا على أهمية مضيه في الحملة، أكدتا ضرورة إبعاد الإعلام عن هذه القضية».

واعتبر أن ارتفاع كلفة الإنتاج في الصناعة من التحديات الكبرى التي تواجه الصناعيين، ورأى أن استمرار لبنان في التصدير على الرغم من ارتفاع أسعار منتجاته يعود إلى الاسم الذي بناه الصناعيون في الأسواق على مر سنوات طويلة». وأوضح أن كلفة الإنتاج في لبنان هي الأعلى بين الدول العربية والدول المحيطة. فإضافة إلى كلفة اليد العاملة المرتفعة، هناك تكلفة المحروقات حيث يضطر الصناعي إلى أن يولد الكهرباء لمصنعه إضافة إلى كهرباء الدولة. كما أن هناك الكثير من المنتجات التي تستورد بهدف إعادة التصنيع وتكون غير معفية من الرسوم الجمركية على عكس الدول العربية». وشدد نصرأوي على «أن الاضطرابات التي تشهدها الدول العربية أثرت سلباً على حجم الصادرات إليها، لكن الصناعيين عوّضوا هذا التراجع بالانفتاح على الدول الأجنبية، حيث أصبح هناك طلب على المنتج اللبناني في الولايات المتحدة وأميركا اللاتينية وكندا والعديد من الدول الأوروبية».

صورة المنتج اللبناني

وكشف نصرأوي أن النقابة وجمعية الصناعيين لا تقفان مكتوفتي الأيدي تجاه هذا الواقع. وقال: «ندرك أننا اليوم بحاجة إلى القيام بصدمة إيجابية لنستطيع المحافظة وتحسين صورة المنتج الغذائي اللبناني. وفي هذا الإطار، أخذت جمعية الصناعيين مبادرة عبر دعوة، على حسابها الخاص، كبار المستوردين في العالم لزيارة معرض الصناعات الغذائية في لبنان ليطلعوا على الوجه الإيجابي للصناعات الغذائية اللبنانية. كما ستنظم لقاءات لهم مع الوزراء المعنيين بموضوع سلامة الغذاء، وزيارات إلى المصانع بهدف استعادة ثقتهم».

CHATEAU
KSARA



WITH ROOTS IN THE EARLIEST DAYS OF LEBANON'S WINE MAKING HISTORY
THIS IS THE ORIGINAL STORY OF A WINE
THAT BECAME A LANDMARK



شركة حلباوي اخوان ش.م.م. Helbawi Bros. Co. s.a.r.l.

البهارات - المأكولات الجاهزة والحبوب على انواعها - استيراد وتصدير



العنوان: حارة حريك - شارع الرويس الرئيسي - ص.ب : ٢٤/١٧ - برج البراجنة - هاتف : ٥٥٦٠٥٨ (١) ٩٦١ - تليفاكس : ٥٥٦٠٥٩ (١) ٩٦١
خلوي : ٢٢٠٨٩٦/٩٥/٩٣ (٣) ٩٦١

Address: Haret Hryk – Rwaiss Street – P.O.Box : 24171/ – Borj el barajneh – Tel : 961 (1) 556058
Telfax : 961 (1) 556059 – Cell : 961 (3) 220896 /95/ 93

E-mail : helbawi@helbawibros.com



أبدى تخوّفه من تراجع صادرات القطاع في العامين المقبلين عطايا: أماننا مرحلة من المنافسة القوية

بالنسبة إلى أي صناعي اليوم هو ألا تموت روح التحدي في قلبه، إذ إن هذه الروح تمكنه من مواجهة الصعاب وتثبيت قدميه في الأسواق وتعطيه الشجاعة لخوض أي معركة تنافسية وربحها. وقال: «على مر السنوات شكونا من المنافسة السورية، السعودية والمصرية ولكن اليوم بدأنا نشعر بوجود منتجات تركية تغزو أسواق المنطقة العربية والخارجية. وفي الواقع، هذا أمر مقلق، فالصناعات التركية قد تشكل منافساً عملاقاً لصناعتنا إذ إنها تنتج من قبل شركات تتمتع بدعم كامل من الدولة بكل ما للكلمة من معنى».

وتابع: «من الضروري أن نفهم كصناعيين السوق المحيطة بنا وكيفية التعامل معها لكي نتمكن من تكييف أنفسنا والمحافظة على وجودنا، وإذا كنا غير قادرين على التكيف علينا اتخاذ قرارات إما بتغيير صناعتنا عبر التحول إلى صناعات أخرى أو بنقل مصانعنا إلى مكان آخر».

وأضاف: «ليس هناك خيار إلا الصمود، ليس أمام الصناعي سبيل للخلاص إلا العمل لإيجاد مخارج تضمن استمراره، فهو يختلف في ذهنيته عن الأفكار الاقتصادية البحتة. الصناعي يشتري عقاراً ما وينشئ مصنعه عليه ويجهزه بأحدث التقنيات ويباشر العمل وقد يمتد عمله لسنوات، لكن عندما يقرر البيع لن يجد من يشتري مصنعه ويضطر إلى بيع العقار من دون المصنع وبالتالي تكون خسارته كبيرة».

قطاع واعد

ورأى عطايا أن «قطاع الصناعات الغذائية في لبنان من القطاعات الواعدة جداً إذ إنه القطاع الوحيد الذي يسجل منذ أربع سنوات نمواً في صادراته». وإذ تمنى بقاء ارتفاع الصادرات على الوتيرة نفسها، أبدى تخوفه من تراجع قد يحصل في عامي 2015 و2016. وقال:



«إذا فقدنا التفاؤل لا يبقى أماننا كصناعيين إلا خيار الموت»، هكذا رد عضو مجلس الإدارة في جمعية الصناعيين ومدير عام شركة «اليمامة» عدنان عطايا على سؤال «الصناعة والاقتصاد» عن مدى تفاؤله بمستقبل القطاع. ليعيد إلى أذهاننا ما قاله رئيس جمعية الصناعيين السابق نعمة افرام في «يوم الصناعة اللبنانية» حين وصف الصناعيين بـ«خط الدفاع الأخير عن الاقتصاد الوطني».

لم يكن الحديث مع عطايا كما غيره من الصناعيين، فهو يشبههم في قصة نجاحه وغزوه للأسواق الخارجية لكنه بطبعه لا يهوى البكاء على الأطلال، إنه الصناعي المقدم الذي لا يمنعه تشاؤمه من العامين المقبلين من الدعوة إلى العمل الدؤوب والحفاظ على روح التحدي الموجودة في قلب كل صناعي لبناني لكي لا يخرج من حلبة المنافسة ويبقى هو هو الصناعي المبدع الساعي نحو الأفضل.

يواجهون أي مشكلة أو يتعرضون لأي نكسة».

وأضاف: «علينا أن نفهم جيداً أننا نعمل في قطاع صناعي غذائي في دولة اسمها لبنان، تتمتع بخصوصية، علينا تقبلها واحترامها والعمل من ضمنها. نحن لسنا بعيدين عن الدولة وعلاقتنا جيدة بها ومن هذا المنطق أعتقد أنها جاهزة لمساعدتنا والوقوف إلى جانبنا».

روح التحدي

واعتبر عطايا أن التحدي الاساسي

وفقاً لعطايا، فإن الحديث المطول عن المعوقات التي تواجه عمل الصناعي اللبناني ولا سيما تلك المتعلقة بارتفاع تكاليف الإنتاج «أصبحت وراءنا»، إذ يرى أنه مضت عشرات السنوات على تعداد هذه المسائل والمطالبة بمعالجتها من دون جدوى فالحل ليس بيد الصناعيين كما أنه يفوق قدرات الدولة. وأشار إلى أن كل ما يتمناه الصناعيون من الدولة اليوم هو أن تمشي معهم جنباً إلى جنب وتكون شريكاً لهم تدافع عن مصالحهم وتقف إلى جانبهم عندما

سلامة الغذاء

كون هذه القروض ليست مريحة وسهلة للمؤسسات الصغيرة والمتوسطة».

وشدد عطايا على أن «الإعلام الحق ضرراً بالغاً بالقطاع، وهذا لمسناه خلال مشاركتنا الأخيرة في معرض غلف فود في دبي إذ كان لافتاً للنظر ما أصبح يملكه الناس من انطباع سيء عن المنتج اللبناني، كما لاحظنا من خلال حديثنا مع التجار هناك أن الاسم اللبناني لم يعد ذو قيمة مضافة على رفوف السوبرماركت».

وأبدى تخوفه من «أن يكون ما يسمعه الصناعيون مؤشراً على سوء الأمور حيث سيصبح من الصعب الحفاظ على ثبات الصادرات التي إن تراجعت سنكون بحاجة إلى سنوات عديدة وسياسات طويلة الأمد لاستعادة الثقة المفقودة بها».

وختم عطايا قائلاً: «أمامنا مرحلة من المنافسة القوية، سننتهي لها ونكون جاهزين لمواجهة المنافسة. وعلى الرغم من التوقعات السلبية لا يزال التفاؤل يسيطر علينا. نحن متفائلون بلبنان رغم كل المتاعب والصعاب. فوطننا بالنسبة لنا غالٍ كثيراً».

وإذ شكر عطايا وزير الصحة وائل أبوفاور على حملة سلامة الغذاء التي قام بها معتبراً أنها تساعد الصناعيين وتفتح آفاقاً واسعة أمامهم، تمنى على أبوفاور تحويل الحملة إلى عمل مؤسساتي عبر إنشاء دائرة للرقابة الدائمة في وزارة الصحة يستمر عملها على مدار السنة.

وقال: «معالي وزير الاقتصاد السابق ياسين جابر قام بحملة ماثلة ولكن أنتهت بعد تركه الوزارة. نحن كصناعيين مع الحملة رغم تحفظنا على الإعلام القاسي الذي رافقها، وقبل الحملة كنا مع القرار رقم 1/950 الذي يراقب سلامة مصانع الغذاء والتزامها معايير السلامة العامة والصحة والنظافة والبيئة».

وأضاف: «المطلوب اليوم التعاطي برحمة مع الملف، فالقطاع يضم 1000 مؤسسة صناعية، حوالي 7% منها فقط صناعات كبيرة والباقي صناعات صغيرة ومتوسطة، تعتمد على أرباحها لكي تتوسع وتتطور، وبالتالي فإن إصلاح بعض الأمور فيها قد لا يكون سهلاً على رغم وجود القروض المصرفية المدعومة،

«في البداية كنا نصدر إلى الولايات المتحدة، أوروبا، أستراليا وبلاد الانتشار اللبناني في الخارج لنصل إلى اللبنانيين والشرق أوسطيين الذين يعيشون خارج لبنان. من دون شك، المنتج اللبناني يتمتع بميزة تفضلية في دول مجلس التعاون الخليجي والشعب العربي يحبه وينظر إليه بكل إيجابية لكن علينا الاعتراف أننا أصبحنا نواجه منافسة من البلدان المجاورة ولا سيما من السعودية وتركيا».

وأشار إلى أن «تأخر المصانع اللبنانية في معالجة المشاكل التي تعترضها إضافة إلى طريقة التعاطي مع الملفات قد يكون السبب». ولفت إلى أنه «منذ 10 أو 15 عاماً كانت تشكل الحلاوة والطحينة اللبنانية 90 % من حجم السوق في اميركا وكندا وأستراليا وأوروبا وبلاد حيث ألتنتشار اللبناني أم اليوم فهي بحدود 50 % حيث حل مكانها منتوجات سوري وسعودية و...، ورد السيد عطايا السبب الى عدم التكامل بين القطاع العام والصناعيين والمختبرات والجامعات لحل مشكلة عامة مثل السلمونيلا».



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 S.A.L. 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



Made in Lebanon



OJAMCO

Printing & Packaging Industry

للطباعة والتغليف

Sleeves and Vacuum Bags



Bakery Bags and Rolls



Label Bags and Packaging Solutions



Metallised and Aluminium Bags



Ojamco Bldg.-Al Nahr St.-Bauchrieh-Industrial City-Lebanon

Tel.: +961 1 688219-+961 1 681190 -Cell.: +961 3 015292

Fax: +961 1 684872-P.O.Box: 90 -519

ojamco@ojamco.com.lb-www.ojamco.com



«أوجمكو».. 43 عاماً من التّألق في عالم الطباعة والتغليف

جويس جمّال: الصناعي اللبناني مثابر ومشروع نجاح يتحدى الصعوبات

على صعيد الصناعات الغذائية، تداولت «أوجمكو» صناعة وطباعة مواد التغليف لقطاع الألبان والأجبان، المحامص، الأفران، الدواجن، العصير، المياه، والحلويات.

ولم يقتصر دور «أوجمكو» على اعتماد جميع المعامل الصناعية والمراكز التجارية طريقة تغليف المنتج المتطورة والتصدير الى الخارج بتغليف مميز، بل كان لها دوراً بارزاً أيضاً في ادخال تقنيات متطورة لمكننة صناعة المواد الغذائية والاستهلاكية وزيادة انتاجها بالاضافة الى معامل متكاملة لتغليف الالبان والاجبان والعصير والمياه والحلويات تتميز بزيادة سرعة الانتاج.

حماية المنتج

أكّدت عضو مجلس إدارة جمعية الصناعيين اللبنانيين ومديرة شركة أوجمكو جويس جمّال أن «أوجمكو» تعمل باستمرار على متابعة كل جديد في قطاع صناعة الطباعة والتغليف لإدراكها مدى أهمية هذا العمل. فالطباعة والتغليف جزء هام ومكمل لجميع السلع، حيث تلعب دوراً أساسياً في جميع الصناعات دون استثناء، وتتمثل أهميتها بتشكيلها حلقة وصل ما بين المنتج والمستهلك وعنصر أساسي في تمكين المنتج من المنافسة في الاسواق العالمية باعتبار أن التغليف السليم يعكس الواجهة الاولى للسلعة التي يتلقاها المستهلك وبالتالي تكون بمثابة إعلان واضح للدلالة عن المنتج حيث تكون أول ما يلتفت انتباه المستهلك. كما أنها عامل أساسي في المحافظة على جودة المنتج الى حين وصوله الى المستهلك واثناء فترة التخزين حيث تقوم العبوة باحتواء وحماية المنتج الغذائي مما قد يتعرض له من مخاطر واضرار».



على مدى أكثر من أربعين عاماً، لمع إسم شركة «أوجمكو» في عالم الطباعة والتغليف حيث أحدثت الشركة التي أسسها السيد ادمون جمّال عام 1972 إنتفاضة في القطاع عبر إدخال أفكار جديدة من خلال تتبع أحدث الابتكارات في عالم الطباعة والتغليف عبر زيارة المعارض المختصة في أوروبا، الصين وأميركا. وتمكنت «أوجمكو» من لعب دور مميز وأساسي في عملية تسويق المنتج بمظهر راق من خلال تطويرها صناعة التغليف عبر الافكار التي طرحتها في السوق المحلي والخارجي، اذ عمدت الى ادخال تصاميم جديدة لتحسين التغليف في لبنان والمنطقة كونه يعكس صورة جميلة وراقية للمنتجات اللبنانية في الخارج.



دور فعال

واذ اشارت جمال الى انه «على رغم اهمية الطباعة والتغليف في تسويق المنتج، لم يكن من السهل على «أوجمكو» إقناع المستهلكين باتّباع أساليب طباعة وتغليف جديدة كونها ترفع من كلفة الانتاج وتحتاج في معظم الاحيان الى استثمارات كبيرة في شراء آلات، اكدت ان الصناعيين الذين اتبعوا اساليب التغليف الحديثة لم يتراجعوا عنها يوماً». وقالت: «كما ذكرت قد يحتاج التغليف الى استثمارات جديدة، لكن من دون شك هذا الاستثمار سيكون له مردود كبير، اذ يمكن للعبوة المساهمة في القدرة التنافسية للسلعة عن طريق تخفيض تكلفة العبوة في اطار التكلفة الكلية للسلعة اضافة الى المحافظة على جودة المنتج ومن شأن ذلك تنمية المبيعات سواء على المستوى المحلي او التصدير».

وشدّدت على ان «قطاع الطباعة والتغليف لعب دوراً فعالاً في زيادة الصادرات اللبنانية الى الاسواق الخارجية، فتميّزه بالرقى والجمال ومراعاته للمعايير الأوروبية والعالمية ساهم في تقديم منتج نظيف، وعالي الجودة الى المستهلكين، ما أدّى بالطبع الى زيادة الطلب عليه وبالتالي ارتفاع المبيعات والصادرات».

صعوبات كبيرة

وكشفت جويس جمال «ان «أوجمكو» واجهت صعوبات كبيرة في بداية عملها بإقناع أصحاب الصناعات في اعتماد طرق متطورة في الطباعة والتغليف، إلا أنها وانطلاقاً من ايمانها بأهمية هذه الخطوة وانعكاسها على القطاع، وازلت على اقناعهم بإعتمادهم للتغليف السليم والمتطور لما له من فعالية كبيرة في زيادة حجم أعمال المصانع وأرباحها». وأضافت: «اليوم وبعد أن لمس الصناعيون الفوائد العديدة للطباعة والتغليف واعتمدوا تقديم منتجاتهم بمظهر راق عن طريق التغليف السليم والمتطور، لا يفضلون ولو للحظة بالعودة خطوة الى الوراء. قطاع الطباعة والتغليف مليء بالابتكارات والإبداعات التي تکرّس نجاح الصناعيين، إذ عندما يسلكونه يصبح من الصعب عليهم الرجوع عنه».

طريق التعبئة والتغليف مليء بابتكارات تکرّس نجاح الصناعيين لذلك عندما يسلكونه يصبح من الصعب عليهم الرجوع عنه

واعترفت الجمال أنّ «عدم الاستقرار في لبنان كان من أهم المعوقات التي واجهت عمل أوجمكو بإدخال التغليف المتطور. فليس من السهل على أي صناعي اتخاذ قرار بوضع استثمار كبير في شراء آلات حديثة ومتطورة في ظل أجواء مليئة بالاضطرابات الاقتصادية إضافة الى ما يواجهه من تحديات كثيرة تتعلق بارتفاع كلفة الانتاج والمنافسة غير المشروعة وصعوبات في التصدير». وقالت: «في الواقع، لا بد من القول أن

الصناعي اللبناني هو مشروع نجاح، أثبت على تحدياته للصعوبات، ومثابرتة الدائمة على الإستمرار، ويتمتع بمهارات عالية في مجال التصميم والإبتكار والصناعات الرائدة.

مستقبل أوجمكو

وفي اطار حديثها عن مستقبل عمل الشركة، لفتت جويس جمال الى « وجود أفكار جديدة في عالم الطباعة والتغليف لم تطبق بعد في لبنان بسبب حالة عدم الاستقرار التي يعيشها ». وأشارت الى ان «أوجمكو» ستواظب باستمرار على متابعة كافة المعارض الدولية والعالمية التي تطرح افكار جديدة في القطاع وذلك لتكريس النقلة النوعية التي حققها القطاع الصناعي في لبنان، وطرح افكار جديدة على صعيد المنطقة ككل، اذ لا يقتصر عمل اوجمكو على الاسواق الداخلية انما تعداه الى الاسواق الخارجية».

«الإنهاء غروب».. توسع وتطور متواصلان على مدى 15 عاماً طباجة: الدولة تساهم في تدهور القطاع السياحي



عمدت إنماء غروب، على الرغم من القناعة الراسخة بأن الاستثمار في لبنان تحدٍ صعباً في ظل غياب أي دعم من الدولة، إلى إنشاء عدة مشاريع سياحية في مناطق مختلفة في لبنان. ففي عام 1999، أنشأت مشروع فانتازي ورلد ليكون باكورة مشاريعها، وتكر السبحة بعدها، فكانت مدينة فرح في النبطية، ومدينة عالم الفرح في صيدا، فاميلي هاوس في حارة حريك، سيتي بارك في صور، وفاميلي بارك في بنت جبيل.

لطباجة، استهدفت الخطة مفهوم العائلة ككل، فجمعت ما تحتاجه العائلة من الملاهي والمسبح والمطعم في مكان واحد بعد أن كان لبنان يفتقر إلى مشاريع كهذه». وكشف أن الوضع السياسي والأمني في لبنان، دفع إنماء غروب إلى التفكير في الاستثمار في دول أخرى، إذ إن القطاع السياحي شديد الحساسية تجاه أي خضة. وقال: «توجهنا إلى دبي، وفوجئنا بحجم التسهيلات والدعم الذي تقدمه الدولة للمستثمرين. فنحن في لبنان نعاني الأمرين، وإضافة إلى التأثيرات السلبية للاضطرابات الأمنية على القطاع، نفاجأ بين حين وآخر بابتكارات لقوانين تضرب القطاع بشكل كبير، وكان آخرها قانون منع التدخين في الأماكن المغفلة». وتابع: «في كل الدول التي نعمل فيها، لا وجود لمثل قانون كهذا. نحن لدينا خبرة في كل دول العالم ولدينا اتصالات معها، وفي العادة يتم إنشاء مناطق للتدخين ومناطق لعدم التدخين، وهذا كان اقتراحنا على الوزارات المختصة. قانون منع التدخين أثر على حركة العمل بشكل كبير. والدولة تتفاوض حالياً عن تنفيذه، لكن متى نفذ سيكون بمثابة عملية إعدام للمشاريع السياحية». وأعلن طباجة أن أصحاب المطاعم رفعوا الصوت مطالبين بمعالجة هذا الموضوع،

ومياه وهاتف. بذلنا جهوداً كبيرة، شققنا طرقات وعملنا على إمدادات الكهرباء وحفرنا آباراً إرتوازية لكل المشاريع». وأضاف: «كل هذه الأمور عملنا عليها في حين لم يكن هناك مشاريع سياحية موجودة في الجنوب، وحرصنا على أن يكون لكل مشروع مميزاته التي تتناسب مع حاجات المنطقة، وقمنا بحملات دعائية وتسويق للمشاريع التي تمكنت خلال فترة قصيرة من استقطاب الزبائن وتكريس اسمها بين أسماء المشاريع السياحية الأكثر نجاحاً في لبنان».

الاستثمار في الخارج

وأثنى طباجة على عمل مجلس إدارة الإنماء غروب، إذ إن كل هذه الاستثمارات أتت وفقاً لخطة نفذت تحت إشراف المجلس. ووفقاً

ولم تقتصر أعمال الإنماء غروب على لبنان، إذ وسعت استثماراتها بالتوجه نحو الدول العربية، فافتتحت مطعمين في العراق وثلاثة مطاعم في دبي ومطعماً في الكويت وتعمل على الاستثمار في المناطق التي تتميز ببيئة تتناسب وعملها. وأشار نائب رئيس الاتحاد اللبناني للقطاع السياحي، رئيس نقابة المؤسسات السياحية في الجنوب، والمدير الإقليمي لمشاريع إنماء غروب علي طباجة إلى أن «أهداف المشاريع تنقسم إلى قسمين، الأول يتعلق بالربح والتنمية الاقتصادية والثاني بالترفيه عن المواطنين».

وعن التطور والتوسع الذي شهدته إنماء غروب على مر السنوات، لفت إلى أن «تجربة فانتازي ورلد كانت ناجحة جداً إذ تعتبر من أهم وأقوى المشاريع، ما دفعنا إلى الاستثمار في مشاريع مشابهة في منطقة الجنوب كونه من المناطق التي تحتاج هذا النوع من الاستثمارات».

ورفض طباجة رفضاً قاطعاً اعتبار الاستثمار في الجنوب مغامرة، وأدرجه في إطار المقاومة والدعم الإقتصادي لهذه المنطقة كي تحافظ على صمودها. وقال: «نحن أبناء الجنوب ولبنان، ولولا إيماننا بوطننا لما كنا نجحنا. فالاستثمار في الجنوب شكل تحدياً كبيراً بالنسبة لنا، ففي تلك المناطق لم يكن يوجد كهرباء

**لم تحصل أي حال تسمم
في كل مطاعم «إنهاء
غروب» على مدى 15 عاماً
على الرغم من أن ما يقارب
الـ 300 ألف شخص يدخلون
غليها سنوياً**

يدخلون إلى مطاعمنا سنوياً.

واقع القطاع

وتطرق طباجة إلى واقع القطاع السياحي، وشدد على ضرورة التعاون لتقطيع المرحلة الأمنية الصعبة التي ترخي بظلالها الثقيلة على القطاع ككل والذي يسجل تراجعاً بنسبة تفوق الـ 40%.

وقال: «لا نزال حتى اليوم وعلى الرغم من الظروف السياسية والأمنية نحاول الاستمرار. وفي السنتين الأخيرتين، وخلال كل فترة قصيرة، كانت تحصل خضة ما. لذلك فالموسم ليس جيداً، ونعتمد اليوم على اللبنانيين المغتربين الذين لا يزالون يزورون لبنان، وبفضلهم بقينا صامدين حتى هذه اللحظة. هناك خسائر كبيرة في القطاع، والدولة تساهم في تدهوره عبر القوانين التي تقوم بإقرارها ووضع الضرائب. أصحاب المطاعم قابلوا حاكم مصرف لبنان ووزير السياحة وكانا متجاوبين، إلا أنهم لم يلمسوا هذا التجاوب حتى الآن».

يعاني أصحاب المطاعم

الأميرين فإضافة إلى

التأثيرات السلبية

للإضطرابات الأمنية يفاجأون

بين حين وآخر بابتكارات

لقوانين تضرب القطاع

معين كقطاع مطاعم ونحاول تطبيقه في كل الأماكن. المشكلة الأساس تكمن في التفتيش عن مصادر الفساد، فصاحب المطعم يأتي بالمواد الأولية من السوق التي يجب أن تكون مضبوطة. من المهم أن ندرك أن القيميين على المطاعم ليسوا وراء الفساد. صاحب المطعم لديه رقابة ذاتية على مطبخه. وعلى صعيد إنماء غروب، نعمل منذ 1999، ولم تحصل أي حال تسمم في كل المطاعم على مدى 15 عاماً على الرغم من أن ما يقارب الـ 300 ألف شخص

ولا يزالون حتى اليوم على اتصال مع الوزارات المختصة، لكن من دون جدوى».

سلامة الغذاء

وفي إطار حديثه عن سلامة الغذاء، أكد طباجة «أن إنماء غروب وأصحاب المطاعم كافة ليسوا ضد الرقابة على المطاعم أو المؤسسات الغذائية، بل على العكس. الرقابة أمر يريح صاحب العمل ويساعده في تصحيح الخطأ إذا ما وجد. لكن الشكل الذي طرح به الملف إعلامياً، شوه صورة القطاع. فحين يتم الإعلان أسبوعياً عن وجود مواد فاسدة في ما يزيد عن 15 مطعمًا ويوجه اتهام إلى أسماء كبيرة تشكل تاريخ الأكل اللبناني بالفساد الغذائي، يشل القطاع بكامله».

وأضاف: «اليوم تغيّر الوضع، ونأمل أن يكون هناك تفاهم أكثر بين الوزارات، فالمعنيون بهذا الموضوع حوالي 5 وزارات، وكل وزارة لديها آلية عمل محددة. وزير الصحة ليس له هدف في تدمير القطاع، وحالياً تم الغتفاق على برنامج عمل



E-mail: alinmaagrouppark@gmail.com

بيروت - بئر حسن - بناية الرابية
هاتف: ٩٦١ ٨٤٢٩٤٩ - ٩٦١ ١٦٧٧٢٤ - ٩٦١ ٧٠

ولكو بي أم .. أعلى معدل نمو سنوي في قطاع تربية الدواجن بطرس: نتجه نحو تصنيع المأكولات الجاهزة

طمأنة المستهلكون كافة أن السلمونيلا تعالج بالطهي لمدة دقيقة ونصف على درجة حرارة 70 مئوية، وكون الدجاج لا يؤكل نيئاً فهذا يعني أن وجود السلمونيلا لا يشكل خطراً على الصحة.. وكشف بطرس أن «ولكو بي أم» بصدد إنشاء مصنع لتصنيع الأكل الجاهز كالناغيتس والإسكالوب وغيرها.. وأشار إلى أن الشركة ستعتمد على تصدير الإنتاج إضافة إلى التوزيع في الأسواق الداخلية. وأوضح أن الشركة تستهدف الأسواق العربية وسيكون سلاحها في كسب المنافسة في تلك الأسواق الجودة العالية.

منافسة شرسة

وأشار إلى أن ولكو بي أم تعاني من منافسة شرسة في الأسواق الداخلية من قبل البضاعة المستوردة. وأشار إلى أنه في عام 2006، خفضت الحكومة الرسوم الجمركية على الفروج المستورد، ما أدى إلى غرق السوق بهذه البضاعة. وطالب بطرس الحكومة برفع الرسوم الجمركية من 20 إلى 40 %، لتمكين الصناعة من التقدم إلى الأمام.. وقال: «يتم حالياً استيراد ما يقارب الـ 30 مليون طير سنوياً، أي ما يقارب نصف إنتاج لبنان سنوياً. وتكمن المشكلة في أن تكلفة الإنتاج في الخارج أقل من تكلفة الإنتاج في لبنان بـ 70 %، وذلك بسبب عدة عوامل أبرزها ارتفاع تكاليف الكهرباء. وهذا الأمر يتطلب تدخل الدولة إما عبر دعم الصناعيين أو رفع التعرفة الجمركية».

وفي إطار حديثه عن التراجع الذي يطاول الإقتصاد اللبناني وتأثيره على عمل الشركة، أعلن بطرس أن «حجم الاستهلاك تقلص في السنتين الأخيرتين، ففي حين تراجع القطاع السياحي بشكل كبير، لم تغلق كثافة النازحين السوريين في رفع الاستهلاك نظراً للقدرة الشرائية الضعيفة التي يتمتع بها هؤلاء».

عام 1958 تأسست مزارع وليام بطرس، لتبدأ معها قصة نجاح شركة «ولكو بي أم» التي تشهد نمواً مطرداً في مبيعاتها، وتسجل أعلى معدل نمو سنوي في قطاع تربية الدواجن يتراوح ما بين الـ 10 والـ 20 % في ظل قدرة إنتاجية للمزارع تفوق التسعة ملايين طير سنوياً.



وقال: «وزارة الصحة تطلب أن يكون معدل السلمونيلا في الدجاج صفراً، ونحن من بين المصانع القليلة التي تعمل على هذا الموضوع الدقيق والذي يتطلب عمل طويل الأمد كونه لا يتحقق بين ليلة وضحاها. ففي أميركا، اتخذت الجهات المختصة عام 2000 قراراً بتقليص نسبة السالمونيلا في الدجاج من 35 % إلى 20 %، ونجحت في هذا الأمر عام 2011. ثم اتخذت قراراً آخر بتقليص نسبة السلمونيلا إلى 14 % وهي تعمل على هذا الأمر حالياً». وأضاف: «ولكو بي أم تبذل جهوداً كبيرة في هذا الإطار، وانطلاقاً من خبرتنا في القطاع، أود

شكل التطور المتواصل، المصادقية، والمحافظة على أعلى مستويات الجودة لتقديم أفضل الخدمات للمستهلك عوامل ساهمت في تكريس نجاح «ولكو بي أم». وأكد نائب مدير عام شركة ولكو بي أم سيمون بطرس في حديث مع «الصناعة والاقتصاد» أن «متابعة العمل الدقيقة والخبرة التي يتمتع بها القيمون على الشركة كانتا من أبرز مكامن القوة في الشركة التي دفعت عملها إلى الأمام وأدت إلى نمو وتطور متواصلين خلال عشرات السنوات».

جودة عالية

وإذ اعتبر بطرس أن «ولكو بي أم» نجحت في استقطاب ثقة المستهلكين من خلال تقديمها أعلى مستويات الجودة»، شدد على «أن مصانع ولكو بي أم وإنتاجها مستوفيان شروط سلامة الغذاء كافة». وأوضح أن «حرص ولكو بي أم على استيفاء شروط سلامة الغذاء ليس بجديد، فمنذ انطلاق عملها تتعاون بشكل كبير مع وزارة الصحة، وحالياً تعمل على تقليص نسبة السلمونيلا الموجودة في الدجاج على أمل التخلص منها نهائياً».

على الحكومة رفع الرسوم
الجمركية على البضاعة
المستوردة لتمكين
الشركات من مواجهة
المنافسة الشرسة في
السوق المحلية

Wilco^{PM}

Taste the difference

Fresh - Grain Fed - No Hormones

Halal



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



TÜVRheinland®
CERT
ISO 9001

Krikita

غير عالم

☒ Doypack





الجودة بطبيعتنا

تُربى دجاجتنا في قلب سهل البقاع في بيئة صحية ونظيفة.
تحرص تنمية دائماً على تقديم أفضل منتجات الدجاج لك ولعائلتك.



قدرة الصناعات الغذائية لولوج الأسواق الخارجية تتضاءل عاماً بعد عام

فريجي: لبنان وقع فريسة سياسات دعم إنتاج المنتجات المستوردة



«لا نجاح من دون تعب ولا فشل دون سبب»، هي رسالة مؤسس شركة التنمية الزراعية موسى فريجي للعاملين في صناعة الدواجن في العالم العربي. ذلك القطاع الذي قضى سنوات عمره يعمل به في لبنان والخارج. بدأت رحلته في القطاع عندما تعذر عليه إيجاد أي عمل في الدوائر الحكومية أو الخاصة بعد تخرجه من كلية الزراعة في الجامعة الأميركية في بيروت، ما اضطره للقبول بأول عرض للعمل في مشروع صغير للدواجن في حينه في سهل البقاع فأنضم إليه وانغمس في العمل ضمن مشروع الدواجن منذ خريف 1957. وهكذا كتب له أن يختار هذا المجال من العمل طيلة حياته.

أنّ إتفاقيات كهذه تفتتح الباب واسعاً أمام الصادرات اللبنانية». ولفت إلى أنه «غاب عن مُعتنقي سياسة الإنفتاح هذه أنّ كلفة الإنتاج في لبنان مرتفعة ولبنان غير قادر على مجاراة دول عديدة بدعم الإنتاج أو الصادرات. فالصناعات الغذائية في بلدان كالاتحاد الأوروبي والولايات المتحدة الأميركية تتمتع بدعم مباشر للإنتاج وفي بلدان كالصين وتركيا بدعم المصدّر منها. وهذان النوعان من الدعم يجعلان المنتج يصل إلى دول المقصد بأقل من كلفة إنتاجه فيها. هذه الأمور لم يأخذها لبنان بعين الاعتبار، فوقع فريسة الدول التي وقع معها إتفاقيات التبادل التجاري الحرّ، فأخذت بزيادة صادراتها إليه من دون استفادته من زيادة حجم صادراته إليها».

ولفت إلى أن لبنان يعاني من عجز تجاري يفوق السبعة عشر مليار دولار في عام 2014، ففي حين وصلت الواردات إلى أكثر من 21 مليار دولار بينما الصادرات لم تتعدّ عتبة الأربعة مليارات دولار

دون النصف مليار في عام 2014. وإذا اعتبر أنه «من الصعب جداً تطوير المؤسسات اللبنانية لتنافس منتجاتها مثيلاتها في الأسواق العالمية». قال: «إنّ تكلفة إنتاج الصناعات الغذائية في لبنان مرتفعة مقارنة مع مثيلاتها من دول عديدة كأستراليا وكندا والبرازيل ودول شرقي أوروبا وعليه فإنّ قدرة الصناعات الغذائية لولوج أسواق التصدير التقليدية للبنان قد تضاءلت سنة بعد سنة. لا بل أخذت إستيرادات الصناعات الغذائية إلى لبنان تزداد سنة بعد سنة، الأمر الذي تؤكده الإحصاءات القائلة بأنّ ما يزيد عن 80 % من غذاء اللبنانيين إنّما هو مُستورد».

سياسات الدعم

أشار فريجي إلى أن لبنان وقع فريسة سياسات الدعم المباشر للإنتاج التي تتبعها معظم الدول العربية ودول الاتحاد الأوروبي كونه انبرى ومنذ 1992 إلى الإسراع في توقيع إتفاقيات التبادل التجاري الحرّ بحجة

لعل النجاح الذي حققه فريجي دليل كاف على حكمته في التصرف وصوابية قراراته، ووفقاً لفريجي إن أحد أهم عوامل النجاح التي رافقته هي قدرته على تخفيف كلفة الإنتاج مقارنة مع المنافسة عن طريق أخذ كل الإحتياجات وتوظيف كل المهارات في التربية والوقاية والتغذية والإدارة الفنية عموماً. اليوم لا يمكن على أي متابع لفريجي إلا الاعتراف بخبرته الكبيرة في القطاع، وتعامله الواثق مع الأمور. إذ غاص في مقابلة «أجرتها معه «الصناعة والإقتصاد» حول أحوال قطاع الصناعات الغذائية وتناول مشاكله والسبل الآيلة لحماية الإنتاج». أشار فريجي خلال اللقاء إلى أنّ مستوى صادرات الصناعات الغذائية كان وما زال يتراجع سنة بعد سنة ولم ينمو كما يعتقد البعض، على الرغم من أنها جاءت في المرتبة الأولى أو الثانية بين فئات الصادرات اللبنانية العام الماضي، فبعد أن بلغ حجم صادرات المواد الغذائية 1,2 مليار دولار عام 2000، تراجعت إلى ما

وهي بالتالي
مُلزمة للمصنّعين
اللبنانيين في
الصناعات
الغذائية إذا ما
أرادوا إنتاج غذاء
سليم للمستهلكين.
المشكلة تكمن في
المواصفات التي
اعتمدتها مؤسسة
المواصفات
والمقاييس

اللبنانية (ليبونور)
للعديد من المنتجات
وخاصة المصنّعات
التي تحوي لحوماً
حمرأ أو بيضاء.

فقد جاءت مُغالي بها وتتعدّى الحدود
المسموح بها في أوروبا وأميركا لا لشيء
إلا لجهة الحرص والتشدد الزائد من
قبل ليبونور. وهذا الأمر يجعل المطابقة
غير مقدور عليها من معظم مُصنّعي
الأغذية في لبنان.

وأضاف: «من هنا جاءت حملة سلامة
الغذاء التي شنتها وتشنّها وزارة
الصحة والتي إعتمدت عدم المطابقة
على مواصفات ليبونور غير العملية ولا
المنصفة وخاصة للمواد غير المُعدّة
للإستهلاك كما هي كالكفتة والمقانيق
والسجق والبرغر واللحم الطازج ولحوم
الدواجن الطازجة ومقطعاتها والكبد
والطحال والزيتون وغيرها كون كل هذه
المنتجات لا تؤكل ويجب ألا تؤكل إلا بعد
طهيها أي تعريضها لحرارة تفوق المئة
درجة مئوية، الأمر الذي يؤدي إلى قتل
كل البكتيريا التي تكون موجودة فيها
أثناء عمليات تحضيرها».

وتابع: «الحل يكمن في تعديل بعض
مواصفات ليبونور كي تتوافق مع
المواصفات الأميركية أو الأوروبية
من جهة وكذلك إلزام كل المؤسسات
التي تتعاطى تصنيع الغذاء بالحصول
على شهادة أيزو 22000 و/أو شهادة
HACCP والتي تساهم في رفع مستوى
هذه المصانع لجهة النظافة العامة
وتدريب الموظفين ودرء المخاطر
الصحية وغيرها».



سيعزّز التعامل والتعاون مع المزارعين
لإنتاج المزروعات المطلوبة من أصحاب
الصناعات الغذائية وبالتالي يُعمّم
إنتاج الفاصوليا والعدس والحمص
واللوبيا والملوخية والبطاطا وغيرها
وبموجب طلبات الصناعات الغذائية
والأسواق المحلية». وأضاف: «هذه
الطفرة المُنتظرة ستعمل على التوسّع في
الصناعات المُساندة والمُتممة كصناعة
الورق والكرتون والطباعة والبلاستيك
وقطاع الآلات الصناعية والمواد الأولية
الزراعية».

سلامة الغذاء

وفي إطار حديثه عن حملة سلامة الغذاء
التي قامت بها وزارة الصحة مؤخراً،
قال فريجي: «إنّ مواصفات سلامة
الغذاء المعتمدة في أوروبا وأميركا هي
مواصفات تتوافق مع مواصفات كودكس
أليمنتراريوس التابعة للأمم المتحدة

«يتوجب على لبنان أن
يوقّف التفاوض لدخوله
منظمة التجارة العالمية
ويُعيد مستويات الرسوم
الجمركية اللبنانية إلى ما
كانت عليه قبل التفاوض»

في السنة. وإن
أعلن أن هذا العجز
على إزياد، رأى
أنه من الضروري
التركيز على هذه
الظاهرة السيئة
والسعي إلى تخفيف
حجم الواردات
واستبدالها بإنتاج
محلي لا يستلزم
أي مجهودات
لتصديره بل هو
للسوق المحلية
التي تحتلها أصلاً
الواردات المدعومة
من دول المصدر.

واعتبر «أنّ مثل هذا

الإجراء سيوفّر فرصاً كبيرة للإستثمار
في القطاعات الغذائية وغيرها وبالتالي
يوفّر فرص العمل للبنانيين الذين
يجهدون في السفر إلى بلدان أخرى
لإيجاد عمل لهم بدلاً من توظيف
طاقاتهم وعلمهم في إثناء بلدهم لبنان».
وقال: «للوصول إلى هذه النتيجة لا بدّ
من العودة إلى تبني سياسة الحماية
الجمركية على المنتجات التي يمكن
إنتاجها في لبنان، وتأتي في طبيعتها
الصناعات الغذائية، يجب على مستوى
هذه الحماية أن يكون فاعلاً ومؤثراً
بحيث يُحفّز المُنتج اللبناني على إنتاج
المصنّعات المحمية محلياً ودون تردّد».
وأضاف: «هذا الأمر يحتاج إلى تغيير
في النهج للسياسة الإقتصادية اللبنانية
ويقتضي إلغاء لبنان لكل اتفاقيات
التبادل التجاري الثنائية والجماعية
كاتفاقية اليورو متوسطة، واتفاقية
المنطقة الحرة العربية. على لبنان أن
يوقف التفاوض لدخوله منظمة التجارة
العالمية ويُعيد مستويات الرسوم
الجمركية اللبنانية إلى ما كانت عليه
قبل التفاوض مع المنظمة أي قبل عام
1998».

ولفت فريجي إلى إن قطاع الصناعات
الغذائية يؤدي دوراً كبيراً في تنمية
قطاعات إقتصادية متعددة ولا سيما
القطاع الزراعي، وشدد على «أنّ تحفيز
الإستثمار في الصناعات الغذائية



ج. ساروفيم ش.م.م - طباعة وتغليف
Design . Printing . Quality Labels & Flexible Packs.



اكواز بوظة
Ice Cream Cones



اغلفة البوظة والسناك
BOPP Ice Cream Wrappers

رفع بوليبروبيلين
Wraparound BOPP Labels



رفع ورقية
Paper Labels



اكمام انكماشية
Shrink Sleeves

Printing & Converting Flexible Packaging and Paper Labels

Bochrieh - Industrial City - Sfeir Center - Lebanon

Tel.: 009611497238 - 009611497241 / Fax: 009611502953

P.O. Box: 90-551 Jdeidet El Metn - Lebanon - E-mail: info@jsaroufim.com

طباعة وصناعة مواد التغليف الطري والرقعات الورقية (لايبل)

البوشرية - المدينة الصناعية - سنتر صفي - لبنان

هاتف: ٠٠٩٦١١٤٩٧٢٣٨ - ٠٠٩٦١١٤٩٧٢٤١ / فاكس: ٠٠٩٦١١٥٠٢٩٥٣

ص.ب.: ٩٠-٥٥١ جديدة المتن - لبنان

SOLINO LIMITED CORPORATION

Lebanon, Saïda - Tyre
New Highway - Near Babbilla Bridge

Email: info@solinogroup.com

Website: www.solinogroup.com

Facebook Page: Ringo Chips

Tel: 07 420654

Fax: 07 420655

Mobile: 03 207325



سولينو.. أداء متميز كرّس شعار «البقاء للجودة»

غدار: تواصلنا المستمر مع المستهلك ميزنا

والخارجية، كما أنها تعرفهم إلى أصول وإجراءات التوضيب والشحن الخارجي إلى جميع الأماكن وتقدم لهم التسهيلات في هذا المجال».

ولفت إلى أن «سولينو تصدر إنتاجها إلى العديد من الأسواق الخارجية أبرزها الجزائر، اليمن، مصر، الأردن، العراق، تونس، سوريا، أفريقيا، وتركيا».

مراقبة مستمرة

ولفت غدار إلى أن «المراقبة المستمرة لعملية التصنيع والحرص على تحقيق أعلى مستويات الجودة لتتطابق معايير إنتاج الشركة مع المعايير العالمية للمنتجات الغذائية، من حيث مستويات الأداء والإنتاج والنظافة التي تتيحها خطوط الإنتاج المتطورة إلى جانب قسم البحث والتطوير المتخصص في متابعة أحدث التقنيات في التصنيع والتسويق، يمكن الشركة من تقديم منتجات تتمتع بمميزات تنافسية مرتفعة لجهة السعر والجودة».

وشدد على أن «التواصل المستمر مع المستهلك والأسلوب المعتمد في التعاطي معه ميز «سولينو» عن باقي الشركات الموجودة في القطاع». وقال: «هناك الكثير من المصانع الحديثة في لبنان والتي تنتج بجودة عالية جداً، ولهذا ركزنا كثيراً في شركتنا على أساليب التعاطي الناجحة مع الزبائن، فأخضعنا فريق العمل لتدريب على برنامج متخصص في إرضاء الزبائن جعله خبيراً في هذا المجال، ومكنه من القيام بمواكبة شبه يومية لجميع الزبائن من خلال تطوير شبكة الموزعين المنتشرة محلياً وخارجياً».

تطور الشركة

وكشف غدار أن مصنع الشركة يمتد على مساحة أكثر من عشرة آلاف متر مربع، ويضم خطوط إنتاج تتوافق مع أهم المعايير العالمية ومستودعات قادرة على تخزين ما يقارب إنتاج شهر كامل.

وأشار إلى أن الشركة تنتج تحت اسم ثلاث علامات تجارية هي الرينغو، لورا، وفان مارك. ولفت إلى أن بدايات الشركة كانت في العام 1995 عندما باشرت شركة فيفا للصناعة الغذائية نشاطها الصناعي والتجاري من خلال تصنيع التشبيس تحت علامة تجارية مسجلة هي رينغو.

وأعلن أنه في بدايات العام 2000 تم توسيع المصنع وإضافة خطوط إنتاج جديدة، بهدف رفع مستوى الإنتاج وتلبية حاجة السوق المحلية.

وأضاف: «في منتصف 2001 تم تأسيس شركة جديدة وهي الشركة اللبنانية لصناعة المأكولات الغذائية لينغو، وكان



السمعة الطيبة، الأداء المتميز، الإبداع المستمر، والمعاملة الراقية في الأسواق، عوامل عبّدت طريق النجاح أمام الشركة اللبنانية لصناعة المأكولات الغذائية - سولينو، لتصبح من الشركات الغذائية الرائدة على الصعيد المحلي والعربي والعالمي.

فتمتع إنتاج «سولينو» بمعايير الجودة العالمية، شرّع أمامها أبواب الأسواق الخارجية. وتحت شعار «البقاء للجودة» تحرص الشركة دائماً على إرضاء زبائنها والاطلاع على رأيهم في المنتج وإمكانية تحسينه. وأكد مدير عام شركة «سولينو» في حديث مع مجلة «الصناعة والإقتصاد» أن سياسة الشركة واضحة تماماً في التصنيع والتسويق، إذ تخضع لأوليتين اثنتين، هما إنتاج وتسويق منتج ذي جودة عالية، وإنشاء شبكة مبيعات واسعة ومنظمة تمكن الشركة من متابعة كل زبائنها بشكل دقيق في السوق المحلية والخارجية وتمنع وقوع الأخطاء وتؤمن أعلى مستوى ممكن من رضا الزبائن، إذ إن من شأن هذا الأسلوب توطيد العلاقة بين الشركة وزبائنها، وبالتالي ضمان استمرارية الشركة في الأسواق».

وأشار إلى أن «سولينو تقدم لزبائنها خبراتها الكاملة التي اكتسبتها من خلال المسيرة الطويلة في كل الأسواق المحلية



«من دون أدنى شك، إنعكاسات هذه الظروف تشل الحركة الإقتصادية وتخفف القدرات الشرائية للمستهلكين وتؤدي بالتالي إلى تراجع الطلب على كل ما تنتجه الشركة. كما أن هذه الاضطرابات ولا سيما تلك الحاصلة في سورية ترفع كلفة التصدير بشكل كبير، وهذا يكبد الصناعي تكاليف إضافية ويحد من قدراته التنافسية في الأسواق الخارجية ويخفض أرباحه ويحد من قدرته على التوسع والتطور».

وأضاف: «كل هذه الأمور تأتي في حين يعاني الصناعي اللبناني من ارتفاع كبير في كلفة الإنتاج ولا سيما كلفة اليد العاملة التي تعد الأعلى في الدول العربية والدول المجاورة».

دعم الصناعي

ورأى غدار أن على الدولة دعم الصناعي عبر إجراء تعديلات قانونية تؤمن حماية كافية للإنتاج الوطني وتكسبه قدرات تنافسية في الأسواق الداخلية كما الخارجية. واعتبر أن «الأسواق اللبنانية تغرق بالمنتجات المستوردة التي تشكل منافساً حقيقياً للمنتجات اللبنانية ما يحتم على الدول رفع الرسوم الجمركية على هذه المنتجات ودعم الصناعي اللبناني من خلال تخفيض الضرائب، دعم المواد الأولية، ودعم المحروقات».

وفي رد على سؤال عن تفاؤله بمستقبل الشركة، أكد غدار «أن روح التفاؤل موجودة في قلبه دائماً شأنه شأن كل الصناعيين اللبنانيين، وهذا هو الدافع الأساسي الذي يقف خلف كل الجهود التي يتم بذلها لتطوير الشركة ومنتجاتها، حيث تجري دائماً إضافة منتجات جديدة بهدف إرضاء الزبائن وكسب أوسع شريحة منهم».

المراقبة المستمرة لعملية التصنيع والحرص على تحقيق أعلى مستويات الجودة لتتطابق معايير إنتاج «سولينو» مع المعايير العالمية للمنتجات الغذائية رفع مميزات إنتاجنا التنافسية

اختصاصها الأساسي صناعة الكرواسان والكيك ومختلف أنواع المعجنات والحلويات تحت اسم العلامة التجارية «لورا»، ولاقت نجاحاً سريعاً وبارها نظراً للجودة العالية التي تتماشى مع أهم المقاييس الأوروبية والعالمية في هذا المجال.

وتابع: «النقلة النوعية كانت في العام 2005، من حيث إنشاء مصانع جديدة وإدخال أهم وأحدث ابتكارات التكنولوجيا الحديثة في ما يخص خطوط الإنتاج الصناعية التي تسمح بالعمل 7 أيام أسبوعياً بطاقة كاملة، بالإضافة إلى اعتماد الطرق البيئية والفنية الحديثة في تخزين المواد الأولية والجاهزة. وترافقت هذه النقلة النوعية مع تأسيس الشركة اللبنانية لصناعة المأكولات

الغذائية سولينو، وتسجيل علامة تجارية باسم «فان مارك» مختصة بتوزيع البطاطا التشببب الطبيعي مئة في المئة».

التحديات

وأشار غدار غلى أن عمل الشركة وتطورها يواجهان العديد من التحديات، وأبرزها الاضطرابات الأمنية والظروف المحيطة بلبنان والتي لها تأثيرات سلبية كبيرة على الإقتصاد. وقال:





AL-HALABI

REFRIGERATION & KITCHEN EQUIPMENT LLC

Kitchen Expertise Since 1950

**EXCEPTIONAL
QUALITY
ACROSS
THE MIDDLE EAST
& AFRICA**

The Choice Of Professionals



Offering the very best in Choice, Value, and Quality for over 40 years, Al-Halabi Refrigeration & Kitchen Equipment is a pioneering company that designs, manufactures, installs and maintains kitchen equipment for discerning hotels, restaurants, coffee shops, fast food chains, palaces, hospitals, cafeterias and bakeries.

OVENS | REFRIGERATORS | COOKING RANGES | SALAD BARS | BAIN MARIES | FOOD PROCESSORS | SINKS & TABLES

DUBAI (Main Office)

ABU DHABI

SHARJAH

SHARJAH (Factory)

AL AIN

BAHRAIN

OMAN



P.O. Box 31029 Dubai, UAE Tel: 00971-4-2652002 Fax: 00971-4-2699499

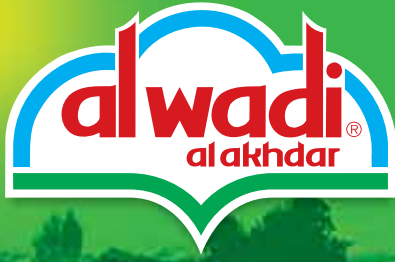
info@al-halabi.com | www.al-halabi.com

www.facebook.com/alhalabiuae

www.twitter.com/alhalabiuae

www.youtube.com/alhalabiuae





كرم الطبيعة
في كل بيت



Join us on
Facebook

www.alwadi.com

الوادي الأخضر .. 36 عاماً مرت ولا يزال «كرم الطبيعة في كل بيت»

اللبان: نتجه نحو الإنتاج الطبيعي

مرت ستة وثلاثون عاماً ولا تزال «الوادي الأخضر» متألفة في قطاع الصناعات الغذائية، لتقدم أجود المنتجات إلى مستهلكيها الذين لم تتوان يوماً عن متابعة حاجاتهم وتلبيةها، فما كان منهم إلا أن منحوها ثقة عززت عزميتها على النجاح لتقدم إليهم اليوم ما يزيد عن 300 صنف. «كرم الطبيعة في كل بيت» تحت هذا الشعار عملت «الوادي الأخضر» على مر السنوات، ولذلك ليس مستغرباً أن تكون العلامة التجارية الأكثر شهرة بين مستهلكي الأسواق اللبنانية والخارجية. فهي اليوم موجودة في أكثر من 30 بلداً وتعمل باستمرار على تتبع خطى اللبنانيين في مختلف دول العالم لتواكب حاجاتهم وتلبيةها مهما كثرت وتنوعت.

لأنها الشركة الرائدة في قطاع الصناعات الغذائية والوحيدة التي تقدم هذا التنوع الواسع في الإنتاج، تضيء «الصناعة والاقتصاد» على تجربة الشركة في حديث مع مدير تطوير الأعمال التجارية الدولية في الوادي الأخضر صلاح لبان الذي أكد اتباع الشركة للمواصفات العالمية في إنتاجها وسعيها الدائم إلى التطور بهدف تقديم الأفضل إلى مستهلكيها في أي بلد كانوا.

شدّد اللبان على أن «الوادي الأخضر» تمكنت منذ انطلاقتها عام 1979 من نيل ثقة المستهلك اللبناني في لبنان وبلاد الإغتراب ككندا، أستراليا، أميركا وكل بلدان المهجر. وأشار إلى أن الوادي الأخضر تمكنت من متابعة حاجات السوق وتطوير منتجاتها لتتناسب معها، فبعد أن بدأت منذ 36 عاماً بصنفيين فقط، تقدم اليوم إلى زبائنها أكثر من 300 صنف يصدر جزء كبير منه إلى 30 بلداً في العالم. واعتبر أنه «على مر الأعوام، ميزت الجودة منتوجات الوادي الأخضر، فعلى مدى عشرات السنوات وحتى اليوم لم تستخدم الوادي الأخضر إلا أفضل المواد الأولية في عمليات التصنيع وتعمل وفقاً لبرامج سلامة غذاء عبر اختيار دقيق للموردين والمواد الأولية التي يقدمونها». وشدّد على أن «كل هذه الأمور ساهمت في تمكين الوادي الأخضر من تقديم منتج عالي الجودة وجعلها من الرواد في قطاع الصناعات الغذائية والوحيدة التي تقدم هذا الكم من التنوع في إنتاجها».



الجودة أولوية

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 لها أمراً مهماً جداً. كما أن الوادي الأخضر تتميز بسعر يتناسب وجودة المنتجات ولهذا نجد إقبالاً كبيراً عليها. وربما يلجأ المستهلك في بعض الأحيان إلى شراء منتجات أدنى سعراً لكن ويحكم متابعتنا للأسواق سرعان ما يعاود استهلاك منتجاتنا، وهذا دليل على الثقة الكبيرة التي يوليها للشركة». وأضاف: «الشركة تتواصل بشكل مستمر مع المستهلكين، إذ تتواجد على مواقع التواصل الاجتماعي من فايس بوك وإنستغرام .. وبالتالي فهي منفتحة على كل العالم، وجاهزة دائماً لتلقي أي شكوى والإطلاع على وجهات نظر مستهلكيها الذين أصبحوا يدركون أن اسم الوادي الأخضر مرادف للجودة. هذا الأمر يؤدي دوراً كبيراً في تقدمنا ويدفعنا إلى المزيد من الاستثمار في عملنا حتى لو كانت البيئة الصناعية التي نعمل ضمنها مكلفة».

مواكبة المستهلكين

وأوضح اللبان أن «الشركة تعتمد في تطوير منتجاتها على فريق بحث وتطوير إضافة إلى فريق للتسويق، وهذان الفريقان يزوران المعارض وعلى اطلاع دائم بالأسواق عن كثب ويتواصلان دائماً مع المستهلكين». ولفت إلى أن الشركة ومنذ نشأتها تشهد تطوراً لافتاً بهدف مواكبة تطور السوق، الأسواق في حال تطور دائمة وكل خمس سنوات نشعر أن هناك تطوراً ونحن نواكبه. فسنوياً تضيف الشركة أصنافاً وصناعات جديدة بهدف تلبية حاجات الزبائن. وأعلن أن «المستهلكين اليوم يتجهون نحو طلب المنتجات الطبيعية أكثر من المصنعة، لذلك أدخلت الوادي الأخضر هذا الخط الجديد ضمن خطوط الإنتاج، لتقدم الحمص بطحينة والبابا غنوج

الطازج في أميركا وأوروبا».

وكشف أن «الوادي الأخضر طرحت منتجات جديدة في السوق مؤخراً تم تصنيعها في مصانع إيطالية، ومنها الأرز والمعكرونة التي طرح منها 17 صنفاً في الأسواق اللبنانية».

أسواق جديدة

وأشار اللبان إلى أن الاضطرابات الحاصلة في البلدان العربية قد تؤثر بشكل سلبي في عمليات التصدير لكن بشكل غير مباشر ومحدود كون تركيز الشركة لم يكن يوماً منصّباً بشكل كامل على هذه الأسواق ووجودها فيها محدود، فمنذ البداية تركز وجود الشركة بشكل أكبر في الأسواق الغربية. وقال: «الوادي الأخضر موجودة في 3 ولايات أساسية في الولايات المتحدة وكندا وأستراليا وفي دول متعددة من القارة الأوروبية. هدفنا هو أن نتبع اللبناني أينما كان، نتجه حالياً نحو أسواق جديدة في أميركا اللاتينية والدول العربية، ونتمنى أن ندخل عدداً أكبر من الأسواق في السنوات المقبلة».

وأضاف: «الوادي الأخضر تدخل الأسواق عبر عملاء، وهي حالياً موجودة في سلسلة سوبرماركت loblaws التي تملك 1500 فرع. وإذا تعذر دخولها إلى سوق ما عبر عميل، نتجه مباشرة إلى السوق، كونها علامة غذائية تجارية معروفة من قبل المستهلكين اللبنانيين

والشرق أوسطيين».

منافسة قوية

واعتبر اللبان «أن أبرز التحديات التي تواجه الصناعة تتمثل في ارتفاع كلفة الإنتاج مقارنة بمثيلاتها في البلدان المجاورة ودول الشرق الأوسط ككل وحتى الدول الأوروبية». وشدد على عدم وجود أي دعم من قبل الوزارات المعنية ما ينعكس سلباً على هامش الأرباح وبالتالي قدرة الشركة على التطور».

ورأى أن المنتجات اللبنانية تعاني من المنافسة في الأسواق الداخلية والخارجية ولا سيما من قبل دول الخليج وتركيا. وإذ وصف اللبان هذه المنافسة بالقوية جداً، اعتبر أنه «لم يعد هناك خيار أمام الوادي الأخضر إلا أن تكون في هذه المنافسة، حتى لو ضحت بأرباح لكي تحافظ على بقائها، إذ إن اسمها قيمته كبيرة في لبنان كما في الأسواق الخارجية».

وقال: «على الدولة دعم كلفة الإنتاج في الطاقة أو في أي مجال تكون قادرة على دعم الصناعي فيه. فقي الخارج تقف الدولة إلى جانب الصناعي وتشجعه بدعمه إلى أقصى الحدود على الرغم من أن كلفة إنتاجه أدنى من كلفة إنتاجنا، فيما نعاني في لبنان من غياب دعم الدولة صناعياً».

سلامة الغذاء

وفي رد على سؤال عن حملة سلامة الغذاء التي قامت بها وزارة الصحة مؤخراً، أكد اللبان «أن تأثيرات الحملة كانت إيجابية على الوادي الأخضر، إذ إنها ساهمت في الإضاءة على الاختلاف في تقنيات العمل بين المصانع، وبالتالي وجهت المستهلك إلى الأماكن التي يجب أن يضع ثقته بها». ولفت إلى أن «الحملة لم تطاول الوادي الأخضر بأي شكل من الأشكال لأن صناعته تتميز بمعايير عالمية»، واعتبر أنه «من المهم جداً أن تكون الدولة بكامل مؤسساتها ملزمة بهذا الملف كونه مليئاً بالشوائب التي تحتاج إلى تصحيح».

**طرحت «الوادي الأخضر»
منتجات جديدة مؤخراً
تم تصنيعها في مصانع
إيطالية، ومنها الأرز
والمعكرونة التي طرح
منها 17 صنفاً
في الأسواق اللبنانية**



CHÂTEAU ST. THOMAS

Wine of the Bekaa

Obeidy is one of the local indigenous Lebanese white grapes, originally used for arak.

Obeidy St Thomas is part of "Wine Mosaic" project that protects and promotes the native grapes.

Very refreshing summer white wine, that reflects the original taste of the Lebanese Terroir.

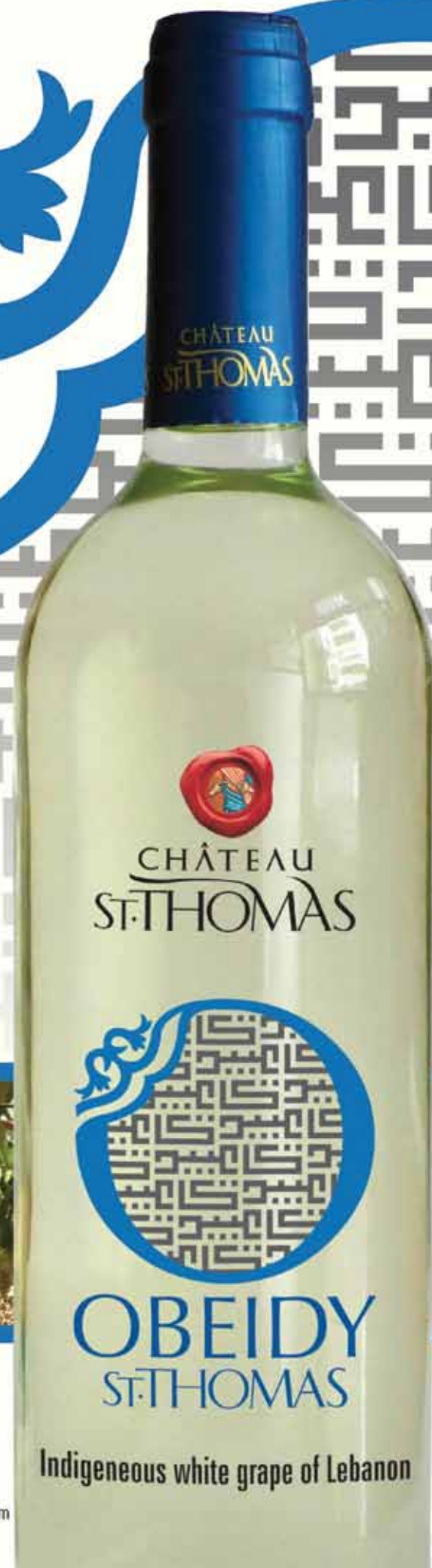
Indigenous Lebanese white grape



OBEIDY ST. THOMAS



Kab-Elias, Bekaa Valley | Tel: +961 8 500812 / 3 | info@closstthomas.com | www.ChateauStThomas.com



Indigenous white grape of Lebanon



الأصالة والتاريخ

مَلِكُ الْعَرَقِ
عَرَقُ توما

مرشيد طانيوس توما وإخوانه

تأسس سنة ١٨٨٨
قب الياس - رحلة لبنان

ألبان المنارة .. صناعة طبيعية 100 % على مدى أكثر من نصف قرن

أبو غنيم: «سلامة الغذاء» ضمن أولوياتنا

وسيعطي قدرة أكبر لألبان المنارة على الوصول إلى عدد أكبر من المستهلكين والانفتاح على أسواق خارجية جديدة.. وفي إطار حديثه عن حملة سلامة الغذاء التي قامت بها وزارة الصحة وانعكاسها على القطاع، «لفت أبو غنيم إلى أن انعكاسات الحملة أتت إيجابية على ألبان المنارة كون المستهلكين كانوا يبتعدون عنها لأنها الأغلى، لكن أثناء الحملة وبعدها أدرك المستهلك سبب ارتفاع سعرها». وقال: «السلامة في أولوياتنا ونحن نتبع المواصفات منذ زمن بعيد، فجميع التجهيزات في المعمل تراعي شروط شهادة الأيزو ونحن نحرص على التعامل مع أفضل الشركات والموردين ونطلب شهادات الجودة منهم لنتأكد من مطابقة منتجاتهم لشروطنا حتى نتمكن من تقديم منتج يراعي مواصفات السلامة الغذائية وخال من الشوائب والبكتيريا».

وأضاف: «نتابع منذ زمن طويل كل التطورات التكنولوجية التي تخدم توجهاتنا، ونتعقب كل جديد في عالم تجهيزات مصانع الألبان والأجبان والتي يمكن أن تساعدنا في تطوير منتجاتنا. ويخضع مصنعنا بشكل دوري للصيانة والتحديث. كما نولي اهتماماً كبيراً لفريق العمل الذي يخضع لدورات تدريبية من شركة «بويكر» Boecker ليكون دائماً على اطلاع بكل المتغيرات لناحية أساليب التعقيم والترتيب والنظافة، حيث إن كل مرحلة من التصنيع لها شروط معينة». وأعرب أبو غنيم عن تفاؤله الكبير بالمستقبل، إذ إن مسيرة التطور والتوسع لم تتوقف يوماً في ألبان المنارة التي تقف اليوم على عتبة نجاح جديد يتمثل بإنشاء مصنع بمواصفات أوروبية حديثة يمكنها من خدمة المزيد من المستهلكين وتطوير إنتاجها وخلق أسواق جديدة.



تعمل ألبان المنارة حالياً على إنشاء مصنع جديد تشرف على تجهيزه شركات أوروبية ما سيساهم في تنويع خط الإنتاج والانفتاح على أسواق خارجية جديدة

وشدد على أن «ألبان المنارة نجحت في الوصول إلى الأسواق الخارجية، إذ يجري حالياً التصدير إلى دول في أميركا اللاتينية وفي الخليج، كما تعمل المؤسسة حالياً على الانفتاح نحو أسواق جديدة في القارة الأفريقية». وكشف أن «ألبان المنارة تعمل حالياً بشكل مكثف على إنشاء مصنع جديد تشرف على تجهيزه شركات أوروبية ما سيساهم في تنويع خط الإنتاج

بقي «التطور والتوسع» رفيقان دائمان لألبان المنارة على مدى أكثر من نصف قرن، فالمؤسسة التي بدأت كمزرعة صغيرة مع الجد يوسف أبو غنيم، تطورت لتصبح أحد مصانع الألبان والأجبان الحديثة التي تراعي المواصفات الأوروبية وتصدر إنتاجها إلى مختلف دول العالم.

وحده «الطعم التقليدي» الناتج من استخدام الحليب الطبيعي لم يتغير طيلة سنوات العمل، وكان أبرز نقاط القوة التي مكنت ألبان المنارة من الصمود في حلبة المنافسة وكسب المعركة التجارية في ظل العدد الكبير من مصانع الألبان والأجبان التي يعج بها القطاع.

أكد مدير مؤسسة ألبان المنارة سعيد أبو غنيم في حديث مع «الصناعة والاقتصاد» أن «المؤسسة لم تستخدم حليب بودرة على مدى 60 عاماً، بل استخدمت الحليب الطبيعي، ولهذا انفردت بالطعم الصافي والطبيعي». وأضاف: «حفاظنا على طعمنا التقليدي عبر التمسك بإنتاج 100 % طبيعي شكل تحدياً لنا إذ أدى إلى ارتفاع تكاليف الإنتاج في حين كنا نسعى لدخول الأسواق واستقطاب أكبر عدد من المستهلكين، وهنا كانت المهمة الأصعب بإقناع المستهلكين بمميزات إنتاجنا التي تتناسب وارتفاع سعره».

MANARA DAIRY



Abou Ghnaim Dairy Farm

www.manaradairy.com

Rashaia Str. - Al Manara - West Bekaa

Tel: 08/563134 - 03/198019

Make your test
and taste the best





عالية®

تنبع على ١٨٥٠ متر... لا يعلا عليها!



أعلى مياه نبع طبيعية لبنانية

Enviro-Link s.a.r.l.

Hadath, Hamra Street, Chartouni Building

T: +961 (0)5 465 222, (0)5 465 333 - M.: +961 (0)3 021028 - info@drinkaliya.com



شركة

مرزوق منصور وأولاده

تبريد - تخزين - توضيب

**Lebanese Fruits and Vegetables
Chtoura Damascus Road**

بإدارة

م. نبيل مرزوق منصور



Fax: 00961 8 510529

E-mail: nabil.mansour1@yahoo.com

« سنتر جديتا ».. جودة عالية لأنه «حقك تاكل طبيعي» شديد: نعيش واقعاً صعباً

كانت بدايات «سنتر جديتا» عام 1961 مع تأسيس إدوارد شديد مركزاً لجمع الحليب وتوزيعه، عمل على مدى 14 عاماً تمكن خلالها من ان يصبح من أهم وأشهر المراكز في البقاع حيث كان يوزع 80 % من إنتاج الحليب في البقاع.



بالمضاربة في كثير من الأحيان حيث يعتمد هؤلاء إلى سلوك سبل تضر بأصحاب المصانع في القطاع بشكل كبير. ولا تقتصر على هؤلاء فقط بل تشمل المضاربة غير المشروعة من المعامل غير المرخصة، والتي لا تلتزم القوانين وبالتالي تنهز من دفع الكثير من النفقات المالية وتخفّض الأسعار بشكل كبير.

وتابع: « من المؤسف أن نقول ان هذه المشاكل قديمة العهد ورغم كبرها لم تعالج لأسباب متعددة قد يكون أبرزها الاعتبار السياسية».

واعتبر شديد أن صناعة الألبان والأجبان من الصناعات الغذائية الأكثر طلباً في الأسواق، إذ تدخل في صلب غذاء اللبنانيين. وأشار إلى أنها تشهد تطوراً مستمراً، حيث تصنع المصانع منتجات جديدة كانت تستورد في السابق كالحليب المعقم واللبن بالفاكهة، كما تعمل على إدخال منتجات جديدة إلى خطوط الإنتاج». ولفت إلى أن «هذا الأمر ساهم في جذب الاستثمارات إلى القطاع».

ونوه شديد بالتطور والحدّة الموجودة في القطاع، والتي تساهم في تقديم إنتاج متنوع وعالي الجودة.

عشرات السنين». ولفت إلى أن «إيمانه بالقطاع الذي ورثه عن والده إدوارد شديد يدفعه دائماً إلى التطوير على الرغم من المواجهات الكثيرة التي تتعرض لها الصناعة والصناعيون».

وقال: «نعيش واقعاً صعباً في ظل غياب أي اعتبارات للصناعة وأهميتها على صعيد الدولة ككل، وهذا ظهر جلياً من خلال الحملة الأخيرة لوزارة الصحة للتأكد من معايير سلامة الغذاء والتي أضرت بالقطاع وشوّهت سمعته بدلاً من أن تكون مدخلاً لتصحيح أي خلل فيه».

وأضاف: «كما نعاني من منافسة من قبل الاستثمارات الكبيرة، تكون أشبه

عام 1975 شهد هذا المركز مرحلة إنتقالية مع تأسيس معمل لصناعة الألبان والأجبان في منطقة جديتا، ليتم تصنيع منتوجات من اللبن، اللبنة، الحلوم، العكاوي، الدوبل كريم عرفت بجودتها ونظافتها وطعمها التقليدي ما مكنها من نيل ثقة المستهلكين وهو ما دفعها إلى القيام بخطوة إنتقالية ثانية تمكنها من المحافظة على هذه الثقة وترسيخها. ميّزت الحادثة المرحلة الإنتقالية الجديدة آنذاك، حيث جرى إنشاء معمل على أهم المستويات من حيث الحجم والترتيب والنظافة والمعدات الحديثة ولا يزال قائماً حتى اليوم، وهو معمل مؤسسة سنتر جديتا الكائن في منطقة زحلة.

حافظ «سنتر جديتا» مع مرور السنوات على النوعية والجودة العالية في الإنتاج، وبقي وفياً لشعاره «حقك تاكل طبيعي»، فحاز على ثقة المستهلك اللبناني عن جدارة، وتمكن من نيل جائزة منتج العام للعام 2014 عن صنف اللبنة.

وأشار مدير مؤسسة سنتر جديتا ألكسي شديد إلى أن «هذه الجائزة وسام عزيز في تاريخ المؤسسة التي لطالما حرصت على إرضاء زبائنهم وتقديم أفضل المنتجات إليهم وأجودها على مدى

**حاز «سنتر جديتا»
على ثقة المستهلك
اللبناني عن جدارة
وتمكن من نيل جائزة منتج
العام للعام 2014
عن صنف اللبنة**

**NEW
PACKAGE**

عالی اصول



www.centerjdita.com

سنتر جدیتا

CENTER JDITA

جدیتا - شتورا - هاتف : ۵۴۵۵۰۰ (۸) ۹۶۱

فاکس : ۵۴۵۳۴۵ (۸) ۹۶۱

centerjdita@yahoo.com



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

01 49 73 12

INDUSTRIAL PLASTICS CO. S.A.L.

IPCO



Phone: +961 1 497312 - Fax: +961 1 502296

e-mail: ipco@ipco.com.lb

**Maalouf Bldg. - Industrial City
(Bauchrieh) Beirut - Lebanon**

الشركة العالمية للحوم .. 50 عاماً من النجاح والتميز الناطور: خطونا باتجاه الاسواق العالمية



هكذا كان القصابون يبيعون اللحم في الشوارع



السوق الذي بناه الناطور من ماله الخاص وانطلاقاً من احساسه بالوطنية والمسؤولية والذي خدم الزبائن على مدى 10 سنوات



سميح الناطور

الإصرار على العمل الجدي وحكمة الصبر على المتاعب دفعتنا سميح الناطور الى تأسيس الشركة العالمية للحوم أوائل السبعينات. وضمن تفاني الناطور، وإخلاصه، وصدقه ومثابرته على العمل على مدى 50 عاماً من النجاح والتميز، استمرار اسمه في السوق المحلي والخارجي. وكان الناطور بدأ العمل في سوق النورية في ساحة البرج، ومن ثم توسع بنشاطاته التجارية وبني أول سوق تجاري ببيروت في منطقة سببيني.

ومع بدء الحرب اللبنانية، انتقل الناطور للعمل في مكان آخر في بيروت، فبنى من ماله الخاص وإحساسه بالوطنية والمسؤولية وحفاظاً على الناس ثاني سوق تجاري للحوم خدم زبائنه على مدى 10 أعوام.

ومع عودة الدولة إلى الحياة العامة بعد إنتهاء الحرب اللبنانية المؤلمة، قدمت الدولة مشروع سوق اللحم وهو من تراث بيروت العتيقة، اسمه سوق النورية وسوق أبو النصر وبوابة يعقوب، وهذا السوق يشمل بتنوعه سوق اللحوم وسوق الدجاج وسوق السمك وسوق للخضار والمواد الغذائية، ونشأ المشروع بدراسة من شركة أبو غزالي عام 1994.

توسع الناطور بنشاطاته التجارية الخارجية حيث انطلق إلى سوق إيرلندا و شحن اللحم الإيرلندي المبرد الطازج إلى لبنان. ثم فتح سوق في البرازيل وكان أول من شحن اللحم البرازيلي الطازج و المبرد إلى لبنان. نجاح الناطور لم يتوقف عند هذا الحد، بل الحقه بخطوات استيراد اخرى من الصين والامارات ونيوزيلاندا واستراليا والهند، مما وضع الشركة في موقع نافذ وقوي في تجارتها.

بالإضافة إلى هذا، قامت «الشركة العالمية» بالتركيز على السوق الداخلي في بيروت و القيام بأعمال الذبح للبقر والغنم



مشروع سوق اللحم الذي قدمه سميح الناطور للدولة وهو من تراث بيروت العتيقة اسمه سوق النورية وسوق أبو النصر وبوابة يعقوب ويعتبر هذا السوق سوق لحم ودجاج وسمك وخضار ومواد غذائية

المحلي الطازج بشكل يومي وذلك لإرضاء الزبائن وتوفير وتسهيل أعمالهم حيث يتواجد داخل الشركة جميع أنواع الانتاج من لحوم أبقار وأغنام ومواد غذائية.

الا ان هذا النجاح الباهر، عكرت صفوه الحملات المغرضة التي شهت بـ«الناطور» ووصفته بـ«بائع اللحم الفاسد»، لكن حكمة الصبر عند الناطور تجلت بإجابته على هذا الاتهام بالقول: «لو لم اكن موجود في هذه المصلحة، مصلحة اللحومات، عن خبرة 50 عاماً، لكانت العالم اكلت لحوم فاسدة».

«بانينو».. قصة فرن بدأت من أفريقيا وحطت في لبنان

غنطوس: نواكب العصر والحدثة

وأشار إلى وجود عدد كبير من المعوقات التي تواجه العمل أبرزها التعقيدات في القوانين التي تحد من قدرة الصناعي على التطور والتوسع. واعتبر أن مسألة ارتفاع أسعار المحروقات عولجت مع انخفاض أسعار المشتقات النفطية، كما أن مسألة جودة الطحين عولجت مع تطور المطاحن على مر السنوات. وأضاف: «إضافة إلى هذه المشاكل والمعوقات، يبرز تمسك الدولة ببقاء الرغيف خطأ أحمر، ولذلك عند أي ارتفاع لسعر الطحين عالمياً تضطر الدولة إلى تخفيض زنة ربة الخبز إلى أن وصلت إلى 900 غرام. ومعظم الشعب يظن أن الأفران تتلاعب بالوزن وهذه ليست الحقيقة، الطحين هو مشكلتنا».

تفاؤل بالمستقبل

وفي رد على سؤال حول النزوح السوري وتأثيره على حجم الإنتاج، قال غنطوس: «لنزوح السوري وأثره على الإستهلاك وجهان، الوجه الإيجابي تمثل في ارتفاع الإستهلاك علماً أن الأفران المنتشرة في المناطق الشمالية والبقاعية هي التي استفادت من هذه الزيادة. أما الوجه السلبي فيتمثل في عدم وجود كمية طحين كافية لتلبية هذا الإستهلاك الكبير، ما اضطر الدولة إلى الحد من الدعم المقدم إلى أصحاب الأفران، وهذا طبعاً ألحق أضراراً بهم إذ إنهم ظلموا عندما أصبح حوالى 25 % من الطحين المستخدم حراً وغير مدعوم. وأتى قرار الدولة هذا ليقول لأصحاب الأفران: ممنوع أن تقووا عملكم». وأعرب غنطوس عن تفاؤله الكبير بالمستقبل، فالجودة والصدق ضمناً استمرارية أفران يشوع التي تحولت إلى «بانينو»، عشرات السنوات، وطبعاً «بانينو» لن يحيد قيد أنملة عن هذين المعيارين، كما أن «بانينو» طور المنتج بشكل كبير، وأضاف صناعات جديدة، وهذا سيعطيه زخماً أكبر.

بدأت رواية «فرن بانينو» من أفريقيا عام 1957، مع عمل يوسف غنطوس في صناعة الرغيف مستخدماً مخبزاً صغيراً يعمل على الحطب. وبعد 10 أعوام، وفي عام 1967 ومع عودته إلى بلده الأم، أنشأ فرنًا تحت إسم «فرن أبو عادل» ليطوره بعد 12 عاماً في عام 1979 عبر إنشاء أول مخبز آلي في الشرق الأوسط تحت اسم «أفران يشوع الحديثة».



على الأسواق الأوروبية عبر خدمة البيع على الإنترنت.

معوقات

وأشار في معرض مقارنته للسوقين اللبنانية والعربية إلى أن السوق العربية مفتوحة وواسعة، إذ يفوق إنتاج كل من فرني الأرز في دبي والكويت فرن بانينو، وشدد على أن المنافسة في لبنان أقوى نظراً لعدد الأفران الكبير وما تتمتع به من مزايا حديثة تميز إنتاجها بجودة عالية.

■ تميزت انطلاقة بانينو

بزخم كبير نتيجة تطوير

المنتجات وإضافة صناعات

جديدة

■ تتسم السوق اللبنانية

بمنافسة قوية نظراً لعدد

الأفران الكبير وجودة الإنتاج

لا تزال رحلة آل غنطوس في عالم صناعة الرغيف مستمرة حتى اليوم، إذ سار نزار يوسف غنطوس على طريق والده، فطور فرن والده وأنشأ فرنًا حديثاً يراعي كل المواصفات الأوروبية وشروط السلامة والنظافة كافة تحت اسم جديد «PANINO» ليواكب العصر ويكون هذا الفرن ثمرة عمل الأسرة على مدى 60 عاماً.

وأشار نزار غنطوس في حديث لـ«الصناعة والاقتصاد» إلى أن «بانينو» يصنع الرغيف اللبناني، من الخبز الأبيض بجميع أحجامه وخبر القمحة الكاملة وكل أنواع خبز الدايت والإفنجي والحلويات العربية والأجنبية. ولفت إلى أنه عمد إلى إدخال عدد من المواد الغذائية إلى الصالة التي يعرض فيها إنتاج بانينو بهدف تلبية حاجات الزبائن أكثر إضافة إلى مقهى قادرة على تأمين راحة الزبائن.

وإذ كشف غنطوس أن لـ«بانينو» فرعان في دبي والكويت يعملان تحت اسم مخبز الأرز منذ عام 1997، لفت إلى عدم وجود أي خطط مستقبلية للتصدير إلى العالم العربي، إنما ستركز استراتيجية التصدير



ALL NATURAL
Master



Ferzol - Lebanon

T: +961 8 952222 - F: +961 8 950 333

E: info@masterchips.com

شركة الشمال للالبان والاجبان

Al Chimal For Dairy & Cheese Co

البان واجبان وكافة مشتقات الحليب
Milk-Chees & Dairy Products



العنوان : مرياطة - زغرنا - الطريق العام - هاتف : ٢٨٦٤٣٣ (٣) ٩٦١ - ٢٠٦٤٣٣ (٦) ٩٦١

ADDRESS : Miryata - Zghorta - Main Str. Tml : 961 (6) 206433 - 961 (3) 286433

St-alchimal@hotmail.com

«فوديكو» .. الجودة العالية جعلتها «الخيار الأمثل»

زيدان: العالمية طموحنا

الأسواق الخارجية

وكشف زيدان أن الجودة العالية التي يتمتع بها إنتاج «فوديكو» شرع أمامها الأسواق الخارجية، فبعد أن كان عام 2000 يقتصر توزيع الإنتاج على السوق المحلية، توجهت الشركة عام 2002 إلى السوق العراقية». وأضاف: «في عام 2004 توسعت الشركة نحو المزيد من الدول العربية، وفي 2008 امتدت أسواقها نحو أوروبا، وفي 2011 نحو القارة الأفريقية، أما في عام 2012 فتمكنت من ولوج أسواق منطقة الشرق الأوسط وشمال أفريقيا، لتحط عام 2014 في القارة الأميركية على أن تتوسع نحو مزيد من الأسواق في السنوات المقبلة». وقال: «من الطبيعي أن يرافق هذا التوسع الكبير، تطور في الإنتاج بنمو قارب 40 % سنوياً».

وإذ أكد زيدان أن خط الإنتاج يخضع لعدة خطوات من شأنها ضمان الجودة الممتازة وأعلى معايير سلامة الغذاء، كشف أن عملية الإنتاج تبدأ بانتقاء أجود المواد الخام والمكونات من جميع أنحاء العالم، ومن ثم تخزينها في مستودعات باردة للحفاظ على نضارتها، على أن يتم تحميل المكسرات في الملح الناعم المكرر باستخدام تقنيات التحميص التقليدية. وتابع: «في وقت لاحق، يتم فصل المكسرات من الملح وتبريدها، ومن ثم تحمل بواسطة ناقلات إلكترونية إلى آلات التعبئة والتغليف التي تقوم بتوزيعها بحسب الوزن في أكياس الألمنيوم أو علب معقمة محكمة الإغلاق محقونة بالنيتروجين لضمان نكهة المكسرات والمحافظة عليها في كل الحالات المناخية، ليتم بعدها نقل المنتج النهائي إلى السوق الوطنية (مخازن وفنادق وشركات طيران ومطاعم...) أوتصديره إلى وكلائنا في منطقة الشرق الأوسط والعالم عبر قسم التسويق الذي يتولى توزيع المنتجات إلى مختلف المناطق اللبنانية وكذلك عمليات التصدير إلى الخارج.



الجودة العالية التي يتمتع بها إنتاج فوديكو «كرانشي ناتس» شرّع أمامها أبواب الأسواق الخارجية

ضبط الجودة

وشدّد زيدان على أن عمل الشركة ينصب دائماً في خانة الحفاظ على شعار «الخيار الأمثل»، إذ تعتمد الشركة في إدارتها على الأسس العلمية المتطورة في مجال التنظيم ورقابة ضبط الجودة». وأوضح أن الشركة تعمل على مراقبة الجودة عبر اختبار المنتجات من خلال أحدث التقنيات المتطورة للحفاظ على النظافة والنكهة في ظل الظروف المناخية المختلفة. كما تجري متابعة دائمة لمهارات الإدارة عبر تطبيق تقنيات إدارية أكثر كفاءة لضمان سرعة عالية وخدمات ذات مستوى عالمي، وتشرك فريق العمل في دورات تدريبية سنوية لمواكبة المعايير الدولية، إضافة إلى البحث الدائم عن سبل تطوير المنتجات الاستهلاكية واستحداث طرق جديدة للصناعة».

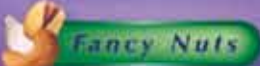
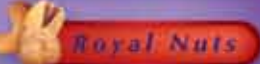
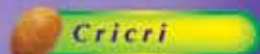
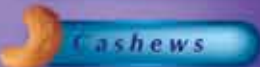
على الرغم من أن عمرها لم يتعد الـ 16 عشرة عاماً، اكتسبت شركة «فوديكو» ولاءً عالمياً بفضل الإرادة والعزيمة التي مكنتها من تقديم أعلى مستويات الجودة. كيف لا، وهي ليست إلا ثمرة خبرة 30 عاماً في مجال تصنيع الآلات والمعدات للمواد الغذائية اكتسبها «الأخوة زيدان» من خلال احترافهم صناعة ماكينات التحميص وتصنيع الغذاء على الصعيدين المحلي والعربي.

بعد عمل دام أكثر من ربع قرن في مجال صناعة ماكينات التحميص، أطلق «الأخوة زيدان» عام 1999 «مصنع فوديكو/كرانشي ناتس» لتنتقل الشركة إلى إنتاج المكسرات اللبنانية في مصنع مجهز بأحدث ما توصلت إليه تكنولوجيا الغذاء. وأكد الرئيس التنفيذي لشركة «الأخوة زيدان» محمود زيدان في حديث لـ «الصناعة والإقتصاد» أن «الشركة توجت خبرة 30 عاماً في مجال تصنيع الآلات والمعدات للمواد الغذائية وخصوصاً لتحميص البن والمكسرات بإنشاء مصنعها حيث تقوم الآن بتحميص وتعبئة المكسرات على أنواعها إضافة إلى البن». ولفت إلى أنه «تم تجهيز المصنع بأحدث معدات الإنتاج وماكينات التعبئة الأوروبية المعتمدة عالمياً ويقوم بعملية التحميص فنيون متخصصون حيث يستخدمون طريقة التحميص الجاف من دون إضافة أي زيوت أو مواد دهنية. أما التعبئة فتتم بواسطة ضخ النيتروجين داخل الأكياس لمنع التأكسد». ووفقاً لزيدان، «يطمح القيمون على فوديكو أن تكون الشركة شركة لبنانية رائدة عالمياً، تهدف إلى تحقيق أعلى معايير الجودة من خلال التزامها بأفضل طرق التحميص والتعبئة والتغليف».

كرانشي فانس



Crunchy Nuts



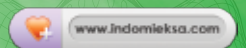
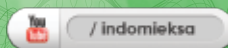
Chweifat - Tiro Street - Jirdi Bldg. - Down Floor
Tel: 05 - 433535 , Fax: 05 - 433636
P.O.Box: 30087 Chweifat - Lebanon
e-mail: info@fodico.net , Web: www.fodico.net



شهادتنا تعكس جودتنا



إندومي تواصل مسيرة النجاح في تقديم أجود المنتجات على مدى السنوات، حيث حصلت في الأعوام الماضية شهادة الجودة ومطابقة المواصفات السعودية (SASO) وشهادة المواصفات والمقاييس العالمية (ISO 2200) ومازالت تواصل مشوار التقدم لتقديم الأجود.





معامل كامل بدوي البساط

KAMEL BADAWI AL BSAT PLANTS



الغازية - اتوستراد صيدا / صور - ص.ب بيروت : ١١١٨٩٨ - هاتف : ٢٢٢٦٩٦ (٧) ٩٦١

تلفاكس : ٢٢٠٤٢٥ (٧) ٩٦١ - بيروت - هاتف : ٦٥٤٣٢٩ (١) ٩٦١ - تلفاكس : ٦٥٤٣٣٠ (١) ٩٦١

E-mail: obsat@cyberia.net.lb - info@kbbsat.com - Website: www.kamelbadawibsat.com

«كرامبل».. الجاهلية الفائقة في صناعة الشوكولا

اسكندر: الواقع الصناعي في تراجع مستمر

القروض الميسرة لمساعدة الصناعيين في تحسين صناعاتهم ومصانعهم، تخفيض الضرائب والرسوم الجمركية على المواد الأولية إن لم يكن الغاؤها، معاملة الدول المصدرة إلى لبنان بالمثل وخاصة التي تم توقيع معاهدات وإتفاقات معها وحماية السلع اللبنانية من المنافسة غير المشروعة، وتطبيق معايير السلامة الغذائية على جميع المؤسسات اللبنانية للحد من منافسة المؤسسات غير المستوفية للشروط».

سلامة الغذاء

وإن لفت إلى أن «غالبية الصناعات الغذائية مصنعة من منتوجات زراعية فمثلاً الشوكولا والكوكيز والمرصبان، والتي هي من إختصاصنا هي منتجة من نبتة الكاكو واللوز والحبوب والشمندر أو قصب السكر والذرة الخ هي منتوجات زراعية وطنية وعالمية»، رأى أن الصناعات الغذائية تساهم في إزدهار القطاع الزراعي إن هي نمت وأزدهرت وزاد الطلب عليها».

وتابع: «كذلك ينسحب إزدهار الصناعات الغذائية على إزدهار عدة قطاعات صناعية أخرى كالمعدات الصناعية والورقية والكرتون والطباعة والبلاستيك، إذ تحتاج هذه المنتجات إلى التغليف والتعليب والتوضيب لتصبح جاهزة للتصدير إلى الأسواق».

وفي سياق حديثه عن سلامة الغذاء، رأى «أن معايير وشروط سلامة الغذاء يجب أن تطبق كاملة على قطاع الصناعات الغذائية بمؤسساتها كافة وذلك لسلامة المنتج اللبناني ولديمومته وإزدهاره». وأوضح «أن صادرات القطاع إلى الدول الأخرى تتطلب معايير محددة، وبالتالي كلفة الإنتاج لا تتأثر بتطبيق هذه المعايير لأن السلعة المنتجة ستكون عالية الجودة، أما المؤسسات التي لا تطبقها فهي مؤسسات دون المستوى المطلوب».

في رد على سؤال عن الطرق التي تتبعها المؤسسة للتعريف وتسويق منتجاتها، قال اسكندر: «تبدأ عملية التعريف أولاً بعرض من قبل مندوبنا في الأسواق وثانياً بالدعاية والإعلان من وسائل الإعلام وبمشاركتنا في المعارض اللبنانية والعالمية وبزيارتنا للأسواق لعرضها والتعريف بها».

حماية القطاع

وأشار اسكندر إلى أن «قطاع الصناعات الغذائية سجل نشاطاً بارزاً في الآونة الأخيرة نتيجة المبادرة الفردية لأصحاب هذه الصناعات وسط دعم محدود من قبل الدولة اللبنانية تمثل بتوقيع معاهدة التيسير العربية التي تسهل تصدير المنتوجات اللبنانية إلى الدول العربية وبعضها إلى الدول الأجنبية، إضافة إلى إلغاء بعض الرسوم الجمركية». كما لفت غلى أن «القطاع يحظى بدعم جمعية الصناعيين ضمن الإمكانيات المتوفرة في ظل الجمود الاقتصادي والإضطرابات الأمنية في لبنان والدول المجاورة».

ورأى أن «عدة أسباب تقف خلف تراجع الواقع الصناعي أبرزها تقاعس الدولة في تحمل مسؤولياتها لدعم الصناعة ككل».

ولفت إلى «أن التصدير إلى الأسواق العربية والعالمية يصطدم أحياناً بإرتفاع تكلفة الإنتاج الناتج عن عدة عوامل منها إرتفاع سعر الطاقة وسعر اليد العاملة كذلك أسعار المواد الأولية». وأضاف: «إرتفاع تكلفة الإنتاج يفقد المنتجات اللبنانية قدرتها على المنافسة مع السلع الأخرى المستوردة إلى لبنان ولا سيما من الدول العربية وتركيا».

ورأى أن على الدولة «أن تتحمل مسؤولياتها وأن تسارع إلى حماية الصناعة اللبنانية خاصة الغذائية منها وحماية هذا القطاع بمختلف السبل منها: تأمين الطاقة بأسعار متدنية، تأمين



مميز «الإبداع والجمالية الفائقة» إنتاج مؤسسة كرامبل لصناعة الشوكولا على مدى سنوات، فالمؤسسة التي تهدف إلى ابتكار أشهى أنواع الشوكولا بجمالية فائقة لزبائنها المنتشرين في مختلف الدول، تصنع منتوجاتها يدوياً لتوفير قدرة التصميم والإبداع القصوى. وأشار مدير مؤسسة كرامبل عادل اسكندر في حديث مع «الصناعة والاقتصاد» إلى أن «المؤسسة تحرص على استخدام أجود أنواع المكونات الفرنسية لتؤمن إنتاجاً بجودة عالية». ولفتح إلى أن «الجودة العالية والتطور المستمر لمنتجات كرامبل ساهما في خلق أسواق جديدة عربياً وعالمياً وجنبا المؤسسة التأثيرات السلبية للجمود الحاصل في الأسواق اللبنانية».



Crumble

Iskco For Trading & Manufacturing
Mazraet Yachouh Industrial Zone, Metn, Lebanon
Tel: 961 4 930067/8
www.iskco-crumble.com

Junet



SIMPLY NATURAL

Telfax: 08 803900
www.junetlb.com

ألبان وأجبان جابر أبناء جابر

مشوار الجودة
منذ 1951...



المريجات - طريق بيروت الشام 03-636105 08-544836
بيروت - جسر المطار - سنتر بزي 03-895395 01-834222
خلدة - إوتسترد بيروت الجنوب 71-894898



Multi-national Business Co.. تطور متواصل منذ 1996

القيسي: ندرس تطوير صناعة الموازين في الشرق الأوسط



أسس السيد وسيم قيسي عام 1996 شركة MBC (Multi-national Business Co.)، المتخصصة في مجال صيانة الموازين الإلكترونية. وتمكنت الشركة منذ بداية انطلاقها من الفوز بثقة الزبائن ما ساهم في تطورها من حيث أعمال الصيانة وخدمة مابعد البيع إلى دخول سوق التجارة عبر الاستيراد وأخذ وكالات من شركات أجنبية، إضافة إلى تسجيل ماركات تجاريه في وزارتي الصناعة والإقتصاد والتجارة والحصول على شهادات من مصلحة حماية الملكية الفكرية ما ميّز منتجات الشركة وأعطاه قدرات تنافسية عالية لناحية المواصفات والجودة.

وأشار القيسي إلى أن «التطور الذي شهدته الشركة سمح لها بتخطي الحدود اللبنانية، إذ 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 وبناء على هذا الاتفاق أصبحت MBC وكيلاً حصرياً لهما في الشرق الأوسط.

وكشف القيسي أن «الشركة تدرس مشروع تطوير صناعة الموازين في الشرق الأوسط مستقبلياً»، وأعلن أن «الشركة أصبحت عضواً في الجمعية الدولية للوزن والقياس ISWM».

المضاربة الصينية

وعن المشاكل التي تعترض عمل الشركة، قال قيسي «ليس خافياً على أحد أن القطاع الصناعي يعاني من صعوبات متنوعة وعديدة كما غيره من القطاعات الإقتصادية الأخرى».

وأضاف: «بالرغم من قلة التخصص في المجال الذي تعمل فيه شركتنا حيث لا يتعدى عدد الشركات العاملة فيه الـ 10 شركات، عانينا بشكل

أساسي من المضاربة وتحديداً من المضاربة الصينية. فتراجع القدرة الشرائية لدى شريحة كبيرة من اللبنانيين، جعل من المنتجات الصينية، وبسبب تدني أسعارها ورغم تدني جودتها، منافسة حقيقية لمنتجاتنا. ففي الصين، تصنع المصانع كميات كبيرة، إضافة إلى أن تكلفة عناصر الإنتاج

من طاقة ويد عاملة أدنى من التكلفة في لبنان». وتابع: «مع الوقت والتجربة لمس الزبائن الفوارق بين المنتجات، ولاحظوا الجودة العالية التي تتمتع بها منتجاتنا، وبالتالي أدركوا أن التفاوت في الأسعار أمر عادل بالنسبة إليهم وإلى أي مستهلك آخر».

وأشار إلى أن «الشركة تضم قسماً لخدمه مابعد البيع يقوم بأعمال فحص وتدقيق في أوزان الموازين والأعطال ووضع تقارير عن كل حالة على حدا».

وإن رأى أنه باستطاعة الحكومة تطبيق عدد من الاجراءات والتوجيهات التي من شأنها دعم القطاع والنهوض به لا سيما انه أصبح من مستلزمات اي شركة صناعية كانت او تجارية مهما كان حجمها، كشف القيسي عن السعي الى تأسيس نقابة اسوة بباقي النقابات هدفها وضع شروط تتعلق بنوعية ومواصفات الموازين التي تتلاءم مع مواصفات السوق المحلي والدولي وصولاً الى تصنيعها محلياً.



موازين إلكترونية Electronic Scale

High Technology At Your Service

General Features:

- > Electronic scale with built-in printer.
- > Easy to use.
- > Helpig 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

88888 88888 88888

SCALE REPORT NX

- Backlight LCD Display
- Thermal Printer
- Network Connectivity

VIA by tannourine



AOUN



محور

FOOD COMPANY

Since 1979

الكل صار
عبالو يطبخ



Mazraat Yechouh, Industrial Zone, Lebanon

Tel: +961 4 926 381 / +961 4 928 759 Fax: +961 4 920 190

Email: info@aounfood.com www.aounfood.com

Tony's Food.. 27 عاماً من التطور المتواصل

شرفان: تكريس «السلامة» يحتاج إلى جهود الدولة



مضت سبع وعشرون عاماً على تأسيس مؤسسة «شرفان التجارية» لمصنعها، سنوات عمل خلالها صاحب المؤسسة طوني شرفان بجد متواصل، فطور مصنعها ومنتجاته في آن واحد. فالمصنع الذي بدأ عمله عام 1988 بتصنيع ماء الزهر وماء الورد وعجينة المغربية شهد تطورات كثيرة ليتماشى مع المعايير الأوروبية والعالمية ويلبي حاجات السوق بإنتاجه ما يقارب الـ 32 صنفاً تحت اسم «طونيز فود».

«متابعة السوق» هي العامل الأساسي الذي يرد شرفان نجاح مؤسسته إليه، إذ أشار إلى أن «رعايته الدائمة للعمل وملاحقته لمتطلباته ومتابعة حاجات الزبائن عن كثب ومشاركته في المعارض العالمية كسيال وهوريكا وغلف فود مكنته من تطوير إنتاجه وصناعة وابتكار كل ما تحتاجه السوق في لبنان والخارج».

سلامة الغذاء وتعمل وفقاً لشروط شهادة الايزو، وهنا يكمن السؤال، أين دعم الدولة لأولئك الصناعيين؟ لماذا لا يتناسب الحد الأدنى من تقديراتها من كهرباء ومياه مع شهادة الايزو؟ لماذا لا تسهل الدولة عملية إجراء الفحوصات الطبية للعمال، لماذا لا تدعم الصناعي في هذا المجال؟ لماذا لم تتفق الدولة مع شركات أجنبية بهدف دعم الصناعيين في إنشاء مختبرات لإجراء فحوص للإنتاج قبل خروجه من المصنع؟ كل هذه الأسئلة برسم الدولة، لأن تكريس سلامة الغذاء يحتاج إلى جهودها».

وأضاف: «لا يمكن للدولة أن تحاسب الصناعي إذا كانت غائبة عن السمع كل هذه السنوات ولا تقدم الحد الأدنى من الدعم له، فلتخفف الضرائب، وتقدم التسهيلات لكي يتمكن من تطوير عمله. كل الجهود الصناعية تتسم بالمبادرة الفردية في حين لا يمكن للصناعي أن يسجل في الضمان ولا يحق له بتعويض الشيخوخة. من يقف إلى جانب الصناعي ويساعده في شيخوخته؟»

وختم شرفان بتوجيه تحية محبة وشكر إلى وزير الصناعة حسين الحاج حسن، معتبراً أنه «الرجل المناسب في المكان المناسب».

لبنان لم يقف على رجليه بعد، فاليوم نلاحظ تشرذماً في التعاطي مع شؤون القطاع من قاعدة الهرم إلى رأسه».

سلامة الغذاء

واعتبر شرفان أن التأثيرات السلبية لحملة وزارة الصحة والتي كشفت عن فساد في بعض مصانع الغذاء كانت كبيرة على القطاع، ولا سيما في الأسواق الخارجية. وإن أكد أنه كصناعي يؤيد الحملة التي من شأنها ضبط المصانع، دعا الدولة إلى التدخل لضبط الأسواق ومنع وصول المواد الفاسدة إلى المصانع. وقال: «على الدولة تقديم مواد أولية سليمة، ليكون الإنتاج سليماً. من المعيب أن نستلم الطحين من الدولة ونفاجأ عند الفحص بنتائج سلبية. كثيرة هي المصانع التي سبقت الدولة إلى مسألة

لفت شرفان في هذا الإطار إلى أن «المؤسسة تصدر ما يقارب الـ 25% من إنتاجها إلى العراق وأفريقيا وفرنسا وليبيا ودبي»، وأعلن أن «المؤسسة تتطلع باستمرار للانفتاح على أسواق جديدة معتبرة أن الجودة العالية التي تتمتع بها وحيازتها على شهادتي الايزو 22000 والهاسب التي تؤكد تطابق الإنتاج مع أعلى المعايير في عالم الصناعات الغذائية سيكونان بمثابة بطاقة مرور إلى الأسواق التي لم تدخلها الشركة بعد». وإن أشار إلى أن القيود المفروضة على لبنان بالنسبة إلى تصدير اللحوم والأجبان تعيق التصدير إلى الخارج، دعا إلى تطبيق مبدأ المعاملة بالمثل في الاتفاقيات الدولية، فالصناعي لا يحتاج إلى مساعدات بقدر ما يحتاج إلى رفع التصدير إلى الخارج.

وأكد شرفان أن هناك تحديات كثيرة تواجهه كصناعي لبناني وتكمن في أبسط الأشياء التي يحتاجها مصنعها بدءاً من الماء والكهرباء والخدمات التي تقدمها الدولة ككل. ورأى أن أكثر ما يحتاجه لبنان ثقافة صناعية تمكن أصحاب القرار من سلوك الطريق الصحيحة في التعاطي مع الشؤون الصناعية. وقال: «لا أمل من معالجة التحديات ما دام

على الدولة تطبيق مبدأ المعاملة بالمثل في الإتفاقيات الدولية فالصناعي يحتاج إلى رفع التصدير إلى الخارج



Tony's Food s.a.r.l

Beirut - Rawda - St Elie Residence

Telefax: 00961 1 683886 - Off.: 00961 9 445059 - Cel.: 03 180800

<http://www.tonysfood.com> - E-mail: tonysfood@tonysfood.com



Tonysfood ind

FRESH & TASTY

كبة قمح
KEBBEH WHEAT

new



صالحة للتقلي والشوي
CAN BE FRIED AND BAKED

Meat Free
خال من اللحوم

كبة بلغاري
KEBBEH BULGARY

new



صالحة للتقلي والشوي
CAN BE FRIED AND BAKED

Meat Free
خال من اللحوم

برك جبنة الحلوم
HALLOUM BUREK

new



صالحة للتقلي والشوي
CAN BE FRIED AND BAKED

فطائر سبانغ وبطاطا
FATAYER SPINACH & POTATO

new



صالحة للتقلي والشوي
CAN BE FRIED AND BAKED

معجنات جاهزة:

سمبوسك جبنة، برك لحم، رقائق جبنة، كبة بالجبن لحم، سبرينغ رولز بالخضار، شيش برك، كريب سندويش بالشوكولا، سموزا بالقشطة، كبة بلغاري، كبة لقطين، كبة قمح، فطائر بطاطا بالسبانغ، برك جبنة الحلوم، كرات باللحم، كرات بالدجاج، كرات بالسبانغ، كرات بالجبن، كرات بالخضار .

عجائن مألحة :

مغربية مهبله، مغربية يابسة، عجينة بيتزا، عجينة سبرينغ رولز، عجينة رقائق، شرائح السمبوسك، عجينة البريزيه، عجينة التورتيللا.

عجائن حلوة :

عجينة العثمانية، عجينة فرك الكنافة، عجينة الكريب، شرائح عجينة البقلاوة، عجينة السابليه، عجينة الكلاج، عجينة زنود الست، عجينة الفول أو فان، عجينة مربعات الباف باستري.

أنواع السمسمية :

عبيد مدور أحمر، عبيد أبيض أصابع، سمسمية أصابع ومدور، جوز هند ساده، جوز الهند مع سمسم، جوز الهند مع عبيد، جوز الهند كوكثيل .

**مطلوب وكلاء
لجميع
الدول العربية**



هاتف: 08/514502 . خليوي: 71/410412

فاكس: 08/514504

إنتاج المركز التجاري

للشرق الأوسط

CALL NOW

HOTLINE
1588

Rim
NATURAL SPRING MINERAL WATER



• LOW IN
SODIUM

• RICH IN
MAGNESIUM



www.rimwater.com



أفران السلام زغرتا - شركة عبد الله غروب ش.م.م
Al-Salam Bakery - Abdullah Group Inc. s.a.r.l



لبنان الشمالي - زغرتا - شارع العام - بناية عبدالله
هاتف: ٩٦١ ٣٣١٥٠٠ - فاكس: ٩٦١ ٦ ٦٦٥٥٠١
E-mail: nabil_adallah84@hotmail.com

محامص الأمين .. 55 عاماً من العطاء ولا يزال "القلب عاقل القلب" الأمين: صناعيو لبنان سفراء جديرون بالتقدير

مع المنتجات العربية والتركية التي تحظى بدعم كبير من الدولة.

مشكلات طارئة

ولفت الأمين إلى «أن قطاع الصناعات الغذائية في لبنان عامة والشمال خاصة يُعاني من مشكلات مهمة وطارئة أهمها وجود العنصر الأجنبي المنافس للصناعي اللبناني المرخص، الخلاف السياسي الذي ينعكس سلباً على الحركة الاقتصادية والسياحية، غياب الإعلام السياحي الفاعل خاصة في ما يتعلق بمنطقة الشمال والتي فيها الكثير من أماكن الجذب السياحي المهمة، الكلفة العالية على المنتج التي يتكبدها الصناعي في غياب الكهرباء واللجوء إلى المولدات الخاصة، والغياب الفعلي لدعم الصادرات اللبنانية ما يُخرج الصناعي المتوسط القدرة عن النمو والتطور وإمكانية التصدير» ورأى «أن تطبيق شروط سلامة الغذاء يعود إيجاباً على سمعة المنتج اللبناني بشكل عام وعلى الصناعي اللبناني بشكل خاص فبمجرد وجود شروط ومعايير مطبقة هذا يعني سلامة غذائية وثقة بالسلعة، فهناك شركات كثيرة تطبق مواصفات الجودة وسلامة الغذاء على نفسها إيماناً منها بأنها هي الرابحة إذ كلما ارتفعت معايير الجودة والسلامة الغذائية ارتفعت أسهم الثقة لدى المستهلك تجاه السلعة وكل زيادة في الكلفة على المنتج بسبب المعايير تعود بالربح المعنوي والمادي في زيادة المبيعات لدى الشركة وترفع من سمعتها».

التوجهات المستقبلية

وفي رد على سؤال عن التوجهات المستقبلية لإعادة التوازن إلى القطاع الصناعي، قال الأمين: «إن الصناعات الواردة إلى لبنان لا تخضع لسياسة توازن الوارد والصادر فعلى سبيل المثال قطاع المفروشات يعتبر من أهم القطاعات التراثية اليدوية الصنع تنافسها المنتجات المستوردة والمصنوعة ألياً والتي من المفترض أن تكون الجمارك عليها عالية لحماية الصناعة الوطنية . وأيضاً على مستوى الزراعة، كان الفول السوداني (الفسق عبيد) يُزرع في سهل عكار بكميات كبيرة ويعود على المزارعين بمردود وافر إلا أن فتح باب الإستيراد من الدول العربية كمصر مثلاً ومن دون أي جمارك قضى على تلك الزراعة التي تعتاش منها مئات العائلات». إقترحاتي أن تقوم الدولة بدعم المزارع بدورات تأهيلية للحصول على أجود الأنواع، وفتح أبواب التصدير بدعمه مالياً بمنح وتقديرات على كل طن يتم تصديره، وتعديل بند الجمارك على الأصناف المستوردة المنافسة، هذه الأسباب والوسائل تساهم في مكافحة البطالة وارتفاع مستوى الجودة وفتح أبواب التصدير من خلال تمكين المزارع من المشاركة في المعارض الدولية المدعومة من الدولة».



«القلب عاقل القلب»، تحت هذا الشعار تعمل شركة محامص الأمين التي بدأت رحلتها عام 1960 مع مؤسسها عبد القادر أمين الذي دفعه حبه وإخلاصه لعمله في العام 1976 إلى إنشاء محمصة صغيرة تقوم بتحميم المكسرات وإرسالها إلى البيوت لتعبئتها. ليست رحلة آل الأمين في عالم المحامص سوى عبارة عن نجاحات متكررة ونمو متواصل، تشكل مصانع الشركة التسعة التي تعمل وفقاً لشهادة الجودة العالمية الأيزو وفروعها الثلاثة عشر دليلاً واضحاً عليهما.

ولعل أهم معايير هذا النجاح، إيمان القيمين على الشركة بالقطاع الصناعي، إذ يصف مدير عام «محامص الأمين» الحاج أحمد الأمين الصناعيين بـ«السفراء الجديرين بالتقدير حيث يرفعون من شأن بلدهم بالجودة والإتقان وحُسن العرض». واعتبر في حديث مع «الصناعة والإقتصاد» أن «الإقبال العالمي على المنتجات الغذائية اللبنانية وسام يجب أن يُدعم من قبل وزارة الصناعة ووزارة الإقتصاد بجميع الإمكانيات المتاحة». ورأى الأمين «أن النشاط البارز والملاحظ في صادرات قطاع الصناعات الغذائية عام 2013 و2014 ليس إلا انعكاساً لسوء الوضع الإقتصادي المتردي في الداخل والذي غير البوصلة لدى الصناعيين إلى الإهتمام بالتصدير من أجل إقامة توازن في الإيرادات لدعم الركود الإقتصادي ومحاولة الإستمرار والبقاء في ظل تيار الخلافات السياسية والأوضاع الإقليمية التي تحيط بنا وتدفع جميعاً ضريبته». وأشار إلى أنه «على رغم كل نقاط القوة التي يتمتع بها المنتج الغذائي اللبناني إلا أنه يعاني من ضعف كبير في القدرة التنافسية مقارنة

**الإقبال العالمي على
المنتجات اللبنانية وسام
على الوزارات دعمه بجميع
الإمكانات المتاحة**

محامص الأمين
AL AMINE ROASTERIES



Since 1960



القلب عاقل

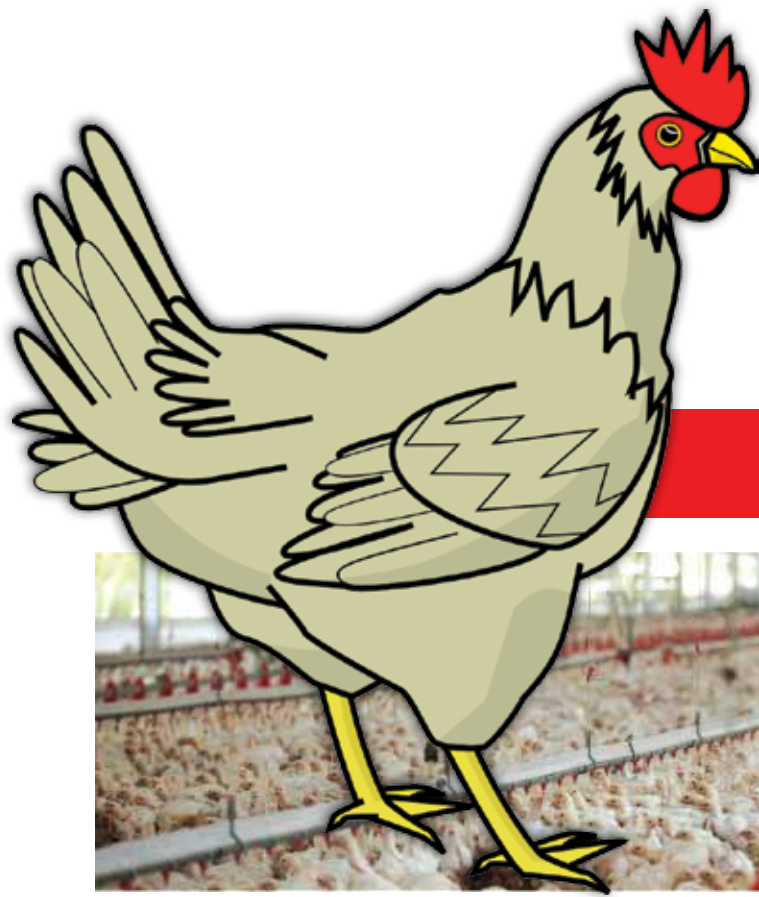


06/444010

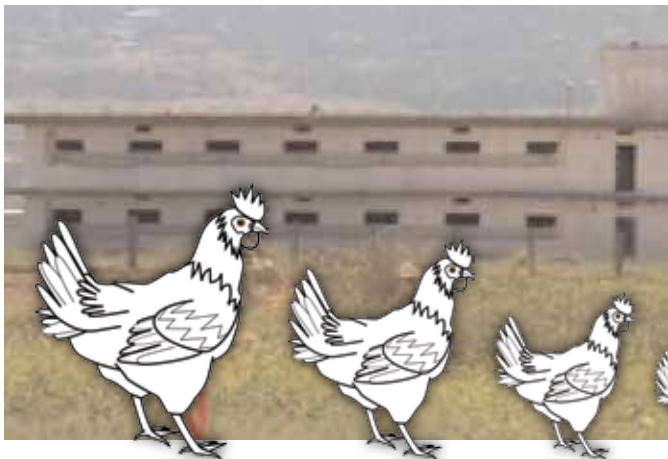
For Delivery

Buy Online Now
www.elaminco.com

عكار: حلبا - الكواشرة - مشتل الزراعة - العبد - دير عمار - الضنية: مرياطة - سير - طرابلس: عبرين - دوار أبو علي
الميناء (الزينة) - أبو سمرا - القبة - الكورة / البقاع: المرج بر الياس



شركة بول دور ش.م.ل



جبل لبنان - الشويفات - التيرو

هاتف: ٤٨٠٥٣٥ (٥) ٩٦١ - فاكس: ٤٨٠٥٣٦ (٥) ٩٦١ - خليوي: ٣/٣١٢٠٤٢ (٣) ٩٦١

E-mail: poule-dor@hotmail.com - Website: www.poule-dor.com



شركة اليسا للصناعة والتجارة

صناعة مطاحن ومحامص البن والبهارات

Manufacturing of Grinders & Roasters For Coffee and spices



العنوان: الاوزاعي مدينة ناصر الصناعية
هاتف وفاكس : ٤٥٥٠٠١ (١) +٩٦١ - خلوي : ٢٨٨٣٤٤ (٣) +٩٦١

ADDRESS: Ouzai - Naser Industrial area - Telefax:

+961 (1) 455001 - cell : +961 (3) 288344

E-mail: elissaco@live.com - www.elissaco.com

شوكولا ماتادور .. 68 عاماً من النجاح كلّلتها إنجازات محلية وخارجية

زيعور: الدعم الرسمي مفقود

لاسمنا بشكل فعال وبهدف رفع إسم لبنان عالياً ولتأكيد الحضور اللبناني القوي والفعال في مختلف المجالات». ورأى زيعور: «إن المشاكل التي يعاني منها الصناعيون في لبنان هي مشاكل مزمنة وكثيرة ويتمثل أهمها في غياب الدعم الرسمي للصناعة اللبنانية ما يرهق كاهل الصناعيين كما أن الظروف الأمنية الصعبة والمشاكل السياسية تجعل الصناعيين يدفعون الثمن غالياً».

وأضاف: «الدعم الرسمي مفقود والدولة اللبنانية متلهية بمصاعب أخرى ومشاكل عديدة ولذا نعتمد على مبادراتنا الفردية من دون أن ننتظر شيئاً من أحد على عكس الدول الأخرى التي تدعم صناعاتها ومنتجاتها المحلية في مختلف المحافل العالمية». وشدد على أن الجودة هي من أولى أولويات ماتادور، إذ نركز كثيراً على المعايير العالية للجودة والنوعية.

وفي رد على سؤال عن وجود خطط مستقبلية لماتادور، قال: «نحن نعيش اليوم حالاً من الترقب والتريث ريثما تسمح الأوضاع المحلية والإقليمية كي نباشر بتنفيذ عدة مشاريع سبق أن خططنا لها. على أمل ان نتمكن من تطبيقها على أرض الواقع قريباً».



يحفل سجل شوكولا ماتادور بالإنجازات المحلية والخارجية، فمع انطلاقة العمل عام 1947 تصدرت «ماتادور» المركز الأول في صناعة قوالب ال 5 كلغ، وتمكنت من خلال التطور الملحوظ الذي شهدته من المحافظة على هذا المركز على مدى 30 عاماً من دون منافس. وأشار حسن زيعور في هذا الإطار إلى أن الماكينات المتطورة والمستوردة من سويسرا مكنت ماتادور من إنتاج أهم وأجود أنواع الشوكولا. ولفت إلى ان توسعة المصنع عام 1975 رفعت من قدرته الإنتاجية وساهمت في تنويع الأصناف المنتجة التي باتت تضم مختلف أنواع الفرميسيل والملبس والعديد من الأصناف المصنعة يدوياً.



شركة أخرى في المملكة العربية السعودية كون السوق السعودية من أهم الأسواق الاستهلاكية في العالم». وشدد زيعور على أن «التوسع في الخارج ساهم في توسيع المصنع محلياً وفي زيادة القدرة الإنتاجية. فالمصنع الذي يقتصر مبيعه على البيع بالجملة يصنع مختلف أنواع الشوكولا إلى جانب أصناف أخرى عديدة لكل المناسبات».

وأضاف: «إنطلاقتنا وتوسعنا ترافقا مع مشاركتنا في مختلف المعارض الإقليمية والعالمية بهدف الترويج

وصف زيعور عام 2000 بالعالم المفصلي، إذ سمح توسيع المصنع على مساحة 8000 متر مربع في منطقة الجنوب اللبناني، بإطلاق عجلة التصدير إلى الخارج.

وأشار في هذا السياق إلى أن «غياب الاستقرار في السوق المحلية بسبب الحرب والظروف الصعبة التي مر بها الإقتصاد اللبناني ككل دفعتنا إلى التوجه نحو العالم العربي». وقال: «أسست شركة خاصة في دبي مكنتني من التوجه إلى العالم العربي كافة كما اهتممت بالسوق السعودية فأسست

CHOCOLAT MATADOR



The Art of Desserts

Matador Road, Ankoun, Saida, Lebanon

Tel: 00961 7 205054 - Fax: 00961 7 205579 - Cell: 00961 3 248993 - 03 905271

E-mail: info@matador-chocolat.com - chocolatmatadore@hotmail.com

www.matador-chocolate.com

Samih Hassan Al Yaman & Sons

ABOU EL HASSAN



AL YAMAN

THE FOUNDER & THE ORIGINAL

Since 1882



Essence of the Lebanese Tradition



Zahlé, +961 8 930796

Saida, +961 7 222580

Fax: +961 7 223327

alyaman@samihalyaman.com

yamancosons@hotmail.com

www.samihalyaman.com



Le Pain Magique

Mekse - Kabelias road Tel: +961 8 544155 - 8 541825



الخبز السحري



أطيب كعك في الشرق الأوسط



البقاع - زحلة - مكسه - أول شارع قب الياس - سنتر غزال ب «أ»

هاتف: ٥٤٤١٥٥ - ٥٤١٨٢٥ (٨) ٩٦١ - خليوي: ٩٦١ ٣٨٤٠٠٤٨ - فاكس: ٩٦١ ٨ ٥٤٤٨٥٥

E-mail: painmagique@minero.net

شوكولا لاروش .. إنتشار محلي وعربي طه: لإنشاء معاهد تلبي حاجة السوق

وأضاف طه: «إننا نرى انقسام العالم إلى فريقين من الناحية الصناعية: فريق عالم صناعي وفريق عالم استهلاكي. أي أن فريقاً صناعياً متطوراً ومتقدماً هو الذي يملك قاعدة صناعية قادرة على الإنشاء والإبتكار، وفريقاً مستهلكاً متخلفاً لا يملك القاعدة الصناعية ما يجعله تابعاً ومستهلكاً لما ينتجه الآخرون. إن العالم الصناعي يملك العلم والمعرفة ويملك مراكز الأبحاث القادرة على إنتاج كل جديد من العلوم والمعارف المتعلقة بجميع الأشكال الصناعية الناتجة من تلك الأبحاث العلمية، وهذه عالمية وليست حكراً أو سرا على أحد، ويمكن امتلاكها في حال وجود الإرادة والتخطيط. وقبل ذلك وجود الحافز الحاد الذي يحمل على العمل والتنفيذ لتلك

الإرادة وذلك التخطيط. وهذا غير ممكن إلا بعد امتلاك الأمة فكرة كلية عن حياتها وعيشها والتي بموجبها يتحدد كل شيء، ويحفز على شيء. وعليه فإن هذه هي الطريقة لنتمكن من امتلاك القدرة على المنافسة في السوق المحلية والعالمية. وليس كما يعتقد الآخرون بفرض القوانين والقيود على الصناعة الأجنبية حماية للصناعة الوطنية».

وتابع: «السوق العالمية واحدة ولا يفيد معها وضع الحواجز القانونية والجمركية ما يدفع الناس إلى التهريب ومخالفة القوانين فالمنافسة الصناعية تكون بالجودة العالية للمنتج، وبالتجديد والإبتكار والإبداع، وبالأسعار المنافسة، وبالمستوى العالي في التخطيط والتنفيذ. كما هو بالقدرة على تلبية حاجات السوق بكل ما تتطلبه».

تفاؤل بالمستقبل

وعن التفاؤل بالمستقبل، اعتبر طه أنه من « غير المفيد أن نشغل أنفسنا بالتقديرات والتوقعات حتى وإن كانت من معطياتها لأن اهتمامنا يجب أن ينصب على التنمية والتطوير بإيجاد القاعدة الصناعية في البلاد، وليس بالتفاؤل ضمن معطيات متخلفة لا هتة وراء الآخرين. والقاعدة الصناعية التي نريدها هي إنشاء مراكز الأبحاث الجادة في البحث عن القوانين والخصائص الموجودة في المادة وفي ما أودعه الله تعالى في السماوات والأرض من تلك القوانين والخصائص، لأن في الكشف عنها والتنقيب عليها ما يشكل لنا قاعدة في العمل والتخطيط في المجال الصناعي وفي غيره من مجالات الحياة».

(الم تر ان الله خلق لكم ما في الارض جميعاً) (الم تر ان الله خلق لكم ما في السماوات وما في الارض) (وصدق الله العظيم)



يعود انتشار شوكولا لاروش في السوق المحلية والعربية أولاً إلى الإهتمام البالغ بجودة المنتجات ورفع معدل هذه الجودة من جهة اختيار المواد الأولية، أو لجهة تحضيرها وتصنيعها أو لجهة إخراجها على الوجه الذي يرغب به المستهلك، إضافة إلى الأسعار التنافسية.

أشار صاحب شركة «لاروش» لصناعة الشوكولا فايز طه إلى أن «المشاكل والمعوقات التي يتعرض لها عمل الشركة تعود إلى النقص الكبير في المهارات والكفاءات في مجال العمالة المحترفة والمتدربة، ما يدفعنا إلى تدريب عناصر عادية وغير متعلمة مهنيًا». واقترح طه في هذا الإطار «أن تقوم الدولة بإنشاء معاهد ومدارس مهنية قادرة على تلبية حاجة السوق في المهن المختلفة التي تعاني نقصاً في هذه الناحية».

وفي رد على سؤال حول رفع القدرة التنافسية للصناعة اللبنانية في الأسواق الداخلية والخارجية، قال: «السوق أصبحت سوقاً عالمية بعد انهيار الحواجز والعوائق أمام انتقال الأشخاص والبضائع والخدمات. فلم يعد من الممكن تنمية القدرة على المنافسة وتطويرها في حال اقتصرنا على التصنيع الاستهلاكي فقط، وفي حال اكتفائنا بمتابعة ما يجري من تطور صناعي في العالم. ذلك أن هذه الحالة التي نحن عليها لا نستطيع معها الا المواكبة والمتابعة ليس غير، وهذا ما يجعلنا نلهث وراء الآخرين لنستهلك ما ينتجون، ويحملنا على أن نركض وراءهم، ويحرمنا من منافستهم».



«يوسف خليل وشركاه».. خبرة 20 عاماً في رومانيا

خليل: همنا السوق اللبنانية وطموحنا الخليج العربي

وأضاف: «تواجهنا أيضاً عوائق تشريعية وقانونية إضافة إلى ارتفاع أسعار الخدمات المرتبطة بالصناعة والتصدير نتيجة استمرار ممارسة الاحتكار في عدد من المجالات وأسواق السلع والخدمات مثل خدمات المرفأ والمواصلات والكهرباء والمياه». ورأى أن «على الدولة العمل توفير عناصر الإنتاج بأسعار مقبولة للصناعات ومستلزماتها ومجالات التوزيع والتسويق والتصدير».

تطور مستمر

وأعلن خليل أنه «لا يخفى على أحد اعتماد الصناعة بشكل كبير على المبادرات الفردية للقطاع الخاص في ظل غياب أي مساعدات أو تقديرات من الحكومة».

وتابع: «خبرتنا التي اكتسبناها من عملنا في معاملنا في رومانيا على مدى 20 عاماً، حيث كنا نصنع ونصدر إلى دول أميركا وأميركا اللاتينية نستثمرها اليوم في لبنان مع تمسكنا الدائم بالجودة العالية التي تميزت بها منتوجاتنا».

وأشار إلى أن المؤسسة تسعى دائماً إلى التطور، حيث يجري استيراد ماكينات حديثة لصناعة جبنة الموزاريلا والعكاوي والبلغاري. ولفت إلى أن المؤسسة تراعي في عملها معايير سلامة الغذاء حيث تقوم بتحاليل دورية لإنتاجها في المختبرات اللبنانية. وتشمل هذه التحاليل المياه التي يتم استخدامها في صناعة الجبنة حيث يتميز المصنع بنظام مياه مصمم وفقاً للمعايير الأوروبية واللبنانية.

«الصدق والجودة والأمانة» عوامل عبّدت طريق النجاح أمام مؤسسة يوسف خليل وشركاه. فالشركة التي بدأت عملها في صناعة الجبنة عام 1981 حققت النجاح تلو الآخر، إذ تتجه حالياً من الاستيراد نحو التصنيع للداخل اللبناني.



متسلحاً بتفاؤله الكبير، تحدث يوسف خليل إلى «الصناعة والاقتصاد» عن دخول الشركة في مشروع الإنتاج للداخل اللبناني وخطته المقبلة للانفتاح على الأسواق العربية والتصدير إلى دول مجلس التعاون.

كشف خليل عن وجود صعوبات كثيرة واجهت المؤسسة خلال سنوات تطورها، قال: «حالياً الوضع السياسي والاقتصادي هو المشكلة الأكبر، فإضافة إلى الصعوبات المتنوعة التي تقف حائلاً أمام توسع وتطور الصناعيين، يدفع القطاع ضريبة مرتفعة للوضع السياسي والأمني في لبنان والمنطقة، والذي يتجلى بتراجع حجم الصادرات وتعثر عدد كبير من المؤسسات الصناعية».



الشيخ، شارع حسن كنج، (الاسعد سابقاً) سنتر الميريام، هاتف: ٠١-٥٤٣٢٥٧/٨/٩، فاكس: ٠٣-٨٩٨٦٠٠، ٠١-٥٤٣٢٦٠، hussein@youssefkhailil.com



شركة ا. شاهين للحلويات A. Shahine For Pastry

سمسم - طحينة - سكاكر - راحة الحلقوم - حلاوة
Sesame - Tahini - Candies - Halawa - Laukoun



العنوان : جبيل - حصرائل - الشارع العام - بناية المؤسسة - هاتف : ٥٥٩-٥٧٣-٠٩/٧٩٠-٤٧٣-٠٩/٧٩٠ صندوق البريد : جبيل ١٢٩
ADD RESS : jbeil - hosrayel - Street Main Bldg : Est. Tel : 09/ 790437 - 559 - Fax : 09/ 790437 P.O. Box : 129 joubeil
info@eshahin.com www.eshahin.com

PINK & BLUE

تصميم أروع الإكسسوارات النسائية
(صنع يدوي)



PINK & BLUE

تعينة جميع أنواع العطورات العالمية
Accessories hand made
المبيع جملة ومفرق

TEL : 70 / 891349

المؤسسة الوطنية عبر المتوسط للصناعة والتجارة العامة



Lebanon - Beirut - Shwaifat

Tiro St. - After Salameh Marble Co.

Mob.: 00961 3 886979 - Telefax: 00961 1 545933

www.pitabreadnme.com

E-mail: info@pitabreadnme.com



+201001054478



+201064153637

«سهيل فخران فودز» تسلك طريق التوسع فخران: الـ«ايزو 22000» قريباً

لمشروع تعبئة وتغليف للمواد المستوردة بإسم ماركة مسجلة بإسم الشركة (رتاج). وعبر عن تفاؤله الكبير بمستقبل هذه الخطوة الجديدة، وقال: «الشركة اتخذت هذه الخطوة بناء على استراتيجية توسع ومعطيات واضحة، فإضافة إلى تمتعها بشبكة زبائن كبيرة جداً لتسويق الإنتاج، تعمل الشركة، كما في كل مرة، في إطار معايير عالية حيث قامت بتجهيز المصنع وفق أعلى معايير السلامة والنظافة وجهازه ليتناسب وشروط شهادة ايزو 22000 تحضيراً لنيلها». وتابع: «هذا بالطبع سيوسع آفاق تصريف الإنتاج لتتخطى لبنان وتطاول عدداً من البلدان العربية، الأوروبية والأفريقية».

وفي رد على سؤال حول تزامن خطط الشركة التوسعية مع التراجع الذي يشهده الإقتصاد اللبناني، قال فخران: «منذ عام 1987، كان التفاؤل وإيماننا بوطننا سلاحنا الأوحـد في مواجهة التحديات كافة، ونحن حتى اليوم لم نتخل عن هذا الإيمان ولذلك نحن مستمرون وسنبقى هكذا دائماً».



ميزت «الجودة العالية» عمل شركة «سهيل فخران فودز» المتخصصة في استيراد القلوبات على مدى أكثر من ثلاثين عاماً، فساهمت إضافة إلى المصداقية في التعامل في كسب ثقة الزبائن وأمنت للشركة مساراً متواصلاً من التطور والتوسع. وأشار مدير عام الشركة سهيل فخران في حديث مع «الصناعة والاقتصاد» إلى أن حسن الإدارة وحرصها الدائم على إرضاء زبائنهم من جهة المنتج والتمسك بمعايير الإلتزام والمصداقية كانت عوامل أساسية في توسيع عمل الشركة التي أضحت اليوم من كبرى الشركات التي تتعاطى تجارة الجملة في لبنان. وأشار إلى أن «الشركة منذ تأسيسها عام 1987 تمسكت بمعايير الجودة

العالية، ولذلك نعهد إلى استيراد كل نوع من القلوبات من بلد المنشأ، فنستورد الكاجو من فيتنام، واللوز من أميركا والبن من البرازيل....».

وكشف فخران عن سلوك شركته طريق التوسع عبر التحضير

SOUHEIL
FAKHRAN
Foods S.A.L.

شركة سهيل فخران فودز ش.م.ل.

مبيع جميع أنواع القلوبات والمواد الأولية للحلويات العربية والأجنبية

بسكويت البيك.. سعي متواصل نحو التطور طفيلي: ننتج بجودة تضاهي الإيطالية

استهل طفيلي حديثه لـ«الصناعة والاقتصاد» بالقول: «مصنعي يقع في الجنوب، وطبعاً أخاف الحرب، فقط إيماني بالصناعة يجعلني أستثمر رأسمالي في مصنع حديث بقيمة 250 ألف دولار، ويجعلني دائماً أعمل باستمرار لتقويته وتعزيزه».

ولفت إلى أن «مصنعه يصنع بسكويت للبوطة بجودة تضاهي الجودة الإيطالية، حيث يعتمد إلى استخدام مواد أولية عالية الجودة. وإن لفت إلى أن من شأن هذا الأمر رفع كلفة الإنتاج وبالتالي سعر المنتج، شدد على «عدم وجود أي مشكلة في تصريف الإنتاج نظراً للجودة العالية التي يتمتع بها».

وأعلن أن «70 % من الزبائن يتم التعامل معهم عبر مندوبين، حيث تعتمد الشركة في تصريف الإنتاج على شبكة من الوكلاء تغطي 70 % من الأراضي اللبنانية وتصل إلى بيروت، البقاع وصيدا وصور والنبطية وغيرها من المناطق. وأضاف: «كثيراً ما نتعرض لخسائر، ففي عام 2006، أتلّف الإنتاج بكامله بسبب الحرب، وفي عام 2009 ومع إثارة موضوع جنون البقر توقف الناس عن استهلاك الحليب ما كبّدنا خسائر كبيرة».

وفي رد على سؤال حول مراحل تطور جديدة قد يشهدها المصنع، قال طفيلي: «سعيانا نحو التطور لا يمكن أن يتوقف يوماً، ولكننا حالياً نلبي حاجات السوق المحلية كاملة. فعملنا موسمي، في 20 آذار نكون على أتم الجهوزية ونبدأ باستلام الطلبات، ما يضطرنا لوضع بضاعة في المستودع لنستطيع تلبية حاجات زبائننا بالكامل، رغم أن هذا التدبير قد يعرضنا لخسائر كبيرة عند حصول أي خضة كما ذكرت». وأعلن أن «تطور الشركة حالياً يتجلى بإتباع طريقة تغليف للإنتاج مبتكرة إيطالياً، فمن خلال متابعتنا مع الزبائن لاحظنا أن البسكويت لدى الباتيسريات معرض للهواء، فقمنا بتغليف كل خمس حبات من البسكويت بكيس يحمل اسم المصنع وتاريخ الإنتاج، ما يضمن عمراً أطول للإنتاج ويحمينا ويحمي المستهلك في آن واحد».

فساد الغذاء

وفي رد على سؤال حول حملة الفساد الغذائي التي قام بها وزير الصحة وائل ابوفاور، قال طفيلي: «ما قام به الوزير أمر مهم جداً على صعيد لبنان ككل. لكن التعامل مع الإعلان عن المؤسسات المخالفة ألحق ضرراً بها، أنا شخصياً أؤيد التدابير القاسية بحقها بعيداً من التشهير».

وأضاف: «الحملة لم تطلنا كوننا كنا متوقفين عن العمل بسبب طبيعة عملنا، إلا أننا جاهزون لأي اختبار فنحن نراعي معايير السلامة والنظافة معاً. نحن مع سلامة الغذاء ونؤيدها، فنحن وأولادنا نأكل قبل مستهلكي منتجاتنا».



إيمانه العميق بالصناعة وبراعته في عمله التي كرست إنتاجاً يضاهي بمواصفاته الجودة الإيطالية. حجزاً لصاحب معمل بسكويت البيك فؤاد طفيلي مقعداً متقدماً في صفوف الصناعيين المقاومين، كما وصفهم رئيس جمعية الصناعيين السابق نعمة افرايم.

تطور الشركة حالياً يتجلى بإتباع طريقة تغليف للإنتاج مبتكرة إيطالياً، حيث يتم تغليف كل خمس حبات من البسكويت بكيس ما يضمن عمراً أطول للإنتاج



«عواضة ترايدنغ» .. إستراتيجية قوامها التميز والجودة عواضة: متجهون نحو مزيد من التوسع

صعوبات متنوعة

وأشار عواضة إلى «وجود صعوبات عديدة تواجه عمل الشركة أبرزها الوضع الاقتصادي في لبنان حيث يعاني اللبنانيون من انخفاض قدراتهم الشرائية، إضافة إلى التأخير الدائم في التدابير الخاصة بالعمل وخاصة في المرفأ والجمارك أو الدوائر الرسمية».

وكشف أن «الشركة ستشهد تطوراً في المستقبل إذ تعمل على استيراد المزيد من الأصناف، كما أنها تعمل باستمرار على معالجة كل المشاكل التي وقعت فيها، ما سيضمن استمراريته ويؤدي إلى انتشار أكبر وأوسع».



تميّز الأصناف المستوردة وجودتها ساهما في استمرارية شركة «عواضة ترايدنغ» على مدى 12 عاماً، فالشركة التي تعمل اليوم على استيراد وتوزيع ما يقارب الـ 200 صنف، تمكنت من التعامل مع شبكة واسعة من الزبائن في الأراضي اللبنانية كافة من الشمال إلى البقاع وبيروت والجنوب. ووفقاً لمدير عام الشركة حسين عواضة، تتطلع الشركة إلى مزيد من التوسع على صعيدي الأصناف والزبائن، حيث أشار عواضة إلى أن الشركة تستورد من ماركة New Land التي تنتج ما لا يقل عن ألف صنف في الخارج، ولفت إلى أن الشركة تعمل على استيراد أصناف جديدة ستساعد في استقطاب المزيد من الزبائن.

لا منافسة

وكشف عواضة أن «المائتي منتج التي توزعها الشركة ليست كلها مستوردة، إذ إن بعضها ولا سيما المعلبات يتم تصنيعها عبر التعامل مع صناعيين في لبنان».

وأعلن أن «الشركة لا تتعرض للمنافسة كون المنتجات المستوردة غير موجودة في السوق اللبنانية بكثرة»، وأوضح أن «الشركة تعتمد على استيراد أصناف مميزة كالبالميتو وصوص الدجاج والتباشكو...».

ورأى أن «سياسة التوسع والتنوع المستمرتان اللتان تتبعهما الشركة على الأصناف المستوردة، تحميان عملها من بعض التأثيرات السلبية للتراجع الاقتصادي الذي يشهده لبنان».



صيدا

مقابل السراي الحكومي

هاتف: ٩٦١ ٧٧٥ ٠١٦١

awada.trading@hotmail.com

شركة عواضة ترايدنغ





شركة محمد بيضون وأولاده للطباعة ش.م.م.
M. Baydoun & Sons Printing Co. S.A.R.L.
Packaging - Display Box - Label Papers - Stickers Roll

our Printing Services

Display box

Label Papers

Stickers Roll

Packaging



Tel.: +961 5 466648 - Fax: +961 5 466649
E-mail: info@mbsprinting.net - www.mbsprinting.net



«إكسترا فور» .. الريادة في صناعة الأفران الآلية شكر: جودتنا عالية وأسعارنا تنافسية

الخارجية ونالت على أثرها شهادة CSA في كندا وأميركا، كما حصلت على شهادات عديدة من قبل خبراء عديدين في العالم. وإن لفت إلى أن «الرغيف الذي تصنعه ماكينات وأفران «إكسترا فور» يتميز بالجودة العالية حيث أن فنيي الشركة مدربون على كيفية صناعة الخبز وعلى إطلاع واسع بكيفية تفاعل الخبز اللبناني مع تقلبات المناخ»، أعلن أن «أفران الخبز التي تصنعها إكسترا فور تتميز بسهولة الصيانة وملاءمتها لقدرات العمال الذي يعملون عليها». وشدد شكر على أن المواصفات العالمية التي تتمتع بها أفران الخبز التي تصنعها «إكسترا فور» جعلتها الأكثر طلباً في الأسواق الداخلية كما الخارجية، وأوضح أن الأفران المصنعة تستخدم لخبز الرغيف اللبناني ولذلك 90 % من زبائن الشركة هم من اللبنانيين. ولفت إلى أن «التصدير يتم من لبنان مباشرة إلى العالم باستثناء دول الخليج حيث يوجد في قطر ودبي صالات عرض لتلبية متطلبات السوق الخليجية. وأعلن أن الشركة تنشط حالياً في أسواق قبرص، كندا وفرنسا حيث يشتري هؤلاء الآلات لتصنيع الخبز اللبناني، كما يتم في بعض الأحيان تطوير الآلات لتناسب مع نوعية الخبز الذي يطلبونه.

وإذ اعتبر أن التطور والإزدهار رافق عمل الشركة منذ تأسيسها، أشار إلى أن الوضع الأمني غير المستقر يؤثر سلباً في كثير من الأحيان على العمل إذ يعيق مجيء الزبائن إلى لبنان. وفي حين لفت إلى وجود منافسة شرسة تضطر الشركة لخوضها، طالب الدولة بحماية الصناعة وإلزام الجميع باحترام القوانين واتخاذ أقصى العقوبات لمن يخالفها. وقال: «منذ أكثر من 20 عاماً والشركة تعمل تحت سقف القانون فتلتزم بدفع الضرائب وإجراء كل التدابير المتعلقة بالموظفين وهذا يرتب علينا تكاليف كثيرة في حين يعمل غيرنا بشكل غير قانوني ما يسمح له بالتلاعب بالأسعار وبالتالي بالمضاربة. على الحكومة التدخل وفرض سلطة القانون بحيث تصبح المنافسة بين الشركات قائمة على معيار الجودة فقط».

ولفت إلى أن «إكسترا فور تعمل بجد لكسب هذه المنافسة، وتقدم إلى زبائننا قطع غيار لكل فرن تباعه على حسابها الخاص مهما كان حجم أرباح الصفقة، كما تقدم كفالة بمعداتنا على الأخطاء الصناعية لمدة عام من تاريخ البيع».

وأشار شكر إلى أن «إكسترا فور تقدم أسعاراً تنافسية لزبائننا»، وقال: «بالنسبة إلى خط الإنتاج العربي فإن المعدات واحدة ولكن تختلف مواصفات الفرن مع اختلاف حجم الشركة ومساحتها، فلكل فرن مواصفات تختلف وفقاً لحجم المكان وديكوره إذ يمكن أن تزداد قطع الفرن لتناسب مع المكان، ما يرفع من السعر».

**المواصفات العالمية التي
تتمتع بها أفران الخبز التي
تصنعها «إكسترا فور» جعلتها
الأكثر طلباً في الأسواق
الداخلية كما الخارجية**



تمكنت شركة «إكسترا فور» منذ تأسيسها عام 1992 من حجز مركز مرموق لها بين الشركات الرائدة في قطاع صناعة الأفران وتسويق الخبز عربياً حيث نالت عدة شهادات نتيجة الإحتراف والتميز الذي أبدته في عملها. وضمت الشركة على مدى أكثر من 23 عاماً فريق عمل ذا خبرة واسعة في صناعة ماكينات وأفران الخبز اللبناني مؤلفاً من إختصاصيين ومهندسين الكتروميكانيكيين لم يوفرُوا جهداً إلا وقاموا به من أجل تطوير الآلات والمعدات الخاصة في صناعة الرغيف.

تجانس فريق العمل والحدائق التي تُميز تجهيزات الشركة سمح لها بغزو الأسواق الخارجية، فضلاً عن المكانة الرفيعة التي تتمتع بها «إكسترا فور» في السوق المحلية، تصدر الشركة إنتاجها إلى أوروبا وأميركا الشمالية والجنوبية وأفريقيا وأستراليا إضافة إلى دول مجلس التعاون الخليجي.

وأشار مدير شركة «إكسترا فور» سمير شكر في حديث مع «الصناعة والإقتصاد» إلى أن الشركة سجلت نجاحات كثيرة في الأسواق



Extra Four s.a.r.l.

Bakery Machineries

Kafarshima, Beirut - Lebanon
Al Ghadir street, Chakar industrial bldg.
Tel. +961 5 435 433
Fax. +961 5 432 856
Mob. + 961 3 641 804
www.ExtraFourCo.com

مؤسسة حديد.. إنتاج محلي ذو أفق عالمي

حديد: نعمل على رفع قدرتنا الإنتاجية

تحقق توازناً يضمن استمراريته». وكشف أنّ « المؤسسة تشهد تجديداً وتطويراً حيث يجري العمل الآن على رفع القدرة الإنتاجية للمصنع انطلاقاً من قناعتنا الراسخة أن لا مكان لصغار في السوق». تمكنت المؤسسة على الرغم من كثرة التحديات، من اجتياز مرحلة مهمة في العمل واستطاعت أن تحقق توازناً يضمن استمراريته.

وأعلن أن المؤسسة تمكنت من الوصول إلى الأسواق الخارجية في رومانيا، الكويت، السعودية، دبي وسورية. إلا أن ذلك لم يذهب بعيداً بسبب الفارق في الأسعار بيننا وبين الخارج الناتج عن ارتفاع الكلفة عندنا. وكشف أن المؤسسة قامت بزيارات كثيرة إلى الخارج بهدف توسيع وتطوير عملها وكانت على أبواب عقد إتفاق JOIN VENTURE مع شركة لاند ويستون العالمية إلا أن هذا الإتفاق تعذر مع اهتزاز الوضع الأمني.

كما أعلن أن «الشركة عملت على التوسع نحو السوق السورية. فبعد أن كانت تغطي ما يقارب 50 % من حاجة السوق هناك، أنشأت مصنعاً بشخص أحد أعضائها في منطقة عدرا الصناعية توقف عن الإنتاج بعد اندلاع الإضطرابات الأخيرة».

منافسة سعودية

ولفت حديد إلى أن المؤسسة تعاني بشكل كبير من المنافسة. ولا سيما المصرية والسعودية والاجنبية. وقال: «على صعيد السوق المحلية، أعفت الحكومة البطاطا المستوردة من الرسوم الجمركية في شهرين من العام. وأخضعت الوزارات المعنية الإنتاج المستورد المماثل لإنتاجنا لرسوم مماثلة، الأمر الذي يساعد هذا القطاع على الإستمرار، ولو مُتعثراً حتى اليوم».

وأشار إلى أن كلفة الإنتاج في لبنان، لأسباب كثيرة، مرتفعة جداً قياساً على الكلفة عند الآخرين سواء في مصر أو السعودية أو الخارج الأمر الذي يُبقي وضعنا مهدداً وفي مهَبّ الريح.

وفقاً لحديد عانت المؤسسة مع إنطلاقها في عملها الجديد آنذاك من صعوبات كثيرة وهذا ليس بأمر مستغرب في لبنان الذي لم يعط قطاعي الزراعة والصناعة الإهتمام والدعم الكافيين. وقال: «كان علينا التعامل مع مزارع منكوب يعاني من غياب أي دعم من الدولة في حين تراكم عدد كبير من العوامل رفعت كلفة إنتاجه، وبالتالي كانت مواد صناعتنا الأولية مرتفعة السعر. كما كان من الصعب علينا إقناع المزارعين بأن صناعتنا تحتاج إلى بطاطا غير تلك الشائعة في السوق، أما البطاطا المخصصة للتصنيع يجب أن تتمتع بمعدلات من مكونات كي تصل إلى جودة النوعية المطلوبة ولتأمين هذه النوعية كانت هناك رحلة من التجارب المرهقة حتى وصلنا إلى نتائج نستطيع اليوم أن نشعر بقسط كبير من الرضى عنها».

وأضاف: «طبعاً كانت صناعتنا معروفة على الصعيد العالمي قبل عام 1999 بكثير، لكن في لبنان فكانت شيئاً جديداً يُصنع ويُطرح في الأسواق، وهنا وضعنا أنفسنا على سكة المواجهة مع إنتاج ذي أفق عالمي. وفي الواقع نتج عن الأمر خسائر مالية كبيرة ناهيك عن المعاناة المعقدة لأنّ الناس كان لديهم إعتقاد أن كل طعام مجهز يخسر من خصائصه الغذائية، ولا يتمتع بطعم جيّد ومشكوك بسلامته. لذلك إضطررنا لمضاعفة جهودنا وتقديماتنا رغم كل ما جاء أعلاه لضمان الإستمرار وعدم التوقف لنستطيع تسويق إنتاجنا». وتابع: «كان إنتاجنا بحاجة إلى محال مجهزة بثلاجات ومنذ 16 عاماً لم يكن هذا الموضوع متوفراً كما هو اليوم، فاضطررنا لشراء ما يزيد عن 400 ثلاجة وتقديمها مجاناً لأصحاب المحال».

اجتياز الصعوبات

وأكد حديد أنه «على الرغم من كثرة التحديات تمكنت المؤسسة من اجتياز مرحلة مهمة في العمل، واستطاعت أن



بدأت «مؤسسة حديد» عام 1999 بإنتاج شرائح البطاطا المقلية، لتسجل تحولاً نوعياً في عملها الصناعي والذي بدأ عام 1960 في مجال تبريد الفاكهة والخضار.

16 عاماً مضت على إنشاء مشروع كان آنذاك طريقه محفوفاً بالمخاطر والتحديات، التي تمكنت المؤسسة من تخطيها مع الوقت نتيجة صبر مؤسسها ومديرها العام إيلي حديد وحكمته في معالجة الأمور والتي تعكس بشكل واضح إيمان الصناعي اللبناني بعمله ونضاله المستمر لكسب النجاح.



Famous Frites

لبنان الشمالي - زغرتا الزاوية

مجدليا - بناية يوسف حديد

هاتف: ٩٦١ ٦ ٦٦٣٩٨٦ - فاكس: ٩٦١ ٦ ٦٦٣٩٨٦

etshdayed@yahoo.com

منتجات البيت الثاني .. 29 عاما من التألق في الأسواق الخارجية

رزق : للعمل من أجل منتج لبناني أفضل

دون أدنى شك بانخفاض في الجودة نظرا» لخفض تكاليف الإنتاج والتنوعية التي تتكبدتها. وأضاف: «لهذه الأسباب وأكثر، توجهت الشركة إلى التخصص في تصنيع وتوضيب جميع أنواع الخلطات الجاهزة على مختلف أنواعها والمنكهات والتوابل الخاصة بها. وعمدت إلى سياسة التصنيع تحت العلامة التجارية للمتجر أو الخاصة Label Private وإلى التميز بالخلطات السرية الخاصة customized culinary solutions/private recipes بسلسلة المطاعم والمقاهي في لبنان والخارج.

الأسواق الخارجية

ولفت السيد رزق إلى أن «متابعة التطور على الصعيد الإنتاجي ودراسة متطلبات الأسواق الخارجية ومواظبة الأفكار الاستهلاكية الجديدة في كل بلد، هي من العوامل المهمة للنجاح. في ذلك الإطار، تميزت منتجات البيت الثاني خلال سنة 2011 بطرح منتج الكينوا المنكه بالأعشاب والتوابل الخاصة به وبيعه إلى المستهلك الأميركي، وسنة 2013 بطرح فئة جديدة من المنتجات الخاصة بمأكولات البحر الأبيض المتوسط. وما زالت جهود الشركة مستمرة بنشاط من خلال البحث عن أسواق ومنتجات جديدة ترضي مختلف الأذواق والأسواق».

تفاؤل بالمستقبل

وأعرب السيد رزق عن تفاؤله بمستقبل الشركة، فمنتجات البيت الثاني تتمتع بقدرات عالية في حلبة المنافسة التجارية. وتمنى بذل الجهود لرفع مستوى الصناعة اللبنانية ومساعدتها من الجهات الرسمية والمختصة لتستطيع فرض نفسها في الأسواق الخارجية أكثر فأكثر.



مضت تسعة وعشرون عاماً على تأسيس السيد فرنسوا رزق لشركة «منتجات البيت الثاني للصناعة والتجارة»، سنوات كانت من دون شك طويلة على السيد رزق تمكن خلالها من الحفاظ على سجل الشركة نظيفاً، ما ساهم وفي وضع اسمها بين الشركات الرائدة في مجال الصناعات الغذائية.

حرص السيد رزق على الوصول إلى إنتاج يميزه الطعم اللذيذ والجودة

العالية والتغليف المتقن، ما جعلها السبّاقة في قطاعها الصناعي في الحصول على شهادات الجودة (الأيزو 9001) وصحة وسلامة الغذاء (الأيزو 22000) منذ سنة 2008 والجائزة اللبنانية للامتياز Lebanese excellence award (LEA) على مرحلتين.

العملاء كافة في مختلف الأسواق الداخلية والخارجية. ولم تقتصر مساهمة الشركة على نشر المنتج اللبناني السليم في مختلف دول العالم بل تعدتها إلى المساهمة في دخول لبنان موسوعة غينيس للأرقام القياسية عبر تقديم العجينة لصنع 10452 دزينة فلافل (5172 كلغ).

وأشار السيد رزق إلى أن «الشركة لم تدخل يوماً في متاهات حرب الأسعار، لأن أي انخفاض في السعر سيقترب من

الجودة والتنوعية اللتان ميزتا منتجات «البيت الثاني» مكنتا الشركة من ولوج الأسواق الخارجية فالشركة تصدر اليوم حوالي 80 % من إنتاجها إلى أستراليا والولايات المتحدة وبعض دول أوروبا وبعض دول أفريقيا وإلى كثير من الدول العربية: الكويت، وقطر، ودبي، المملكة العربية السعودية، وسوريا.

وقد تمكنت الشركة من الحفاظ على مكانتها الرفيعة في الأسواق العالمية عبر تمسكها بمبدأ تقديم أفضل المنتجات والخدمات

لعملائها من خلال إنتاج يتمتع بمواصفات عالية الجودة ويخدم معايير سلامة الغذاء للبلد المصدّر إليه. وتخضع كل المواد الأولية والمنتجات قبل تسليمها لسلسلة مراقبة وفحوصات مخبرية للتأكد من صحة استخدامها وطرحها في الأسواق، ما جعل «منتجات البيت الثاني» موضع ثقة لدى



رزق والشيف رمزي بعد اعداد أكبر كمية فلافل والتي دخل لبنان على أثرها موسوعة «غينيس»



Second House Products
منتوجات البيت الثاني



Certificate CH08/0851



Certificate CH08/0912

www.secondhouseprod.com

Lebanese Specialties

SECOND HOUSE PRODUCTS®

Mazraat Yachouh
Beirut-Lebanon
(+961) 4 915 391



**100%
SAVEUR DU
LIBAN**

Mini Guette .. جودة عالية يميّزها الطعم اللذيذ

علايلي: نتجه نحو المزيد من التطور والتوسع

زيائنه يتعامل مع عدد من الموردين المعروفين في السوق كألبان المنارة ووودن بايكري، وهذا الأمر ساهم في تكريس نجاحه».

وإن لفت إلى أن «Mini Guette يعمل على خطة سيكون عبرها على اتصال دائم مع الزبون على مدى 18 ساعة»، أشار إلى وجود عدد من التحديات التي تواجه العمل وأبرزها عدم وجود يد عاملة متخصصة وماهرة إضافة إلى تحدي الحفاظ على الجودة المطلوبة مع الإرتفاع الكبير في حجم المبيعات». وأضاف: «في بعض الأحيان، نعاني من الحاجة إلى التمويل لكن المصارف عندما تطلع على خطة عملنا والمهنية» الكبيرة التي نتمتع بها تعطينا الموافقة.

سلامة الغذاء

وفي رد على سؤال حول مواصفات سلامة الغذاء، أكد العلايلي أن Mini Guette ومنذ انطلاق عمله يراعي هذه المواصفات بدقة كونها تأتي في صميم رؤيته وأهدافه». وقال: «اليوم يركز الكثيرون على هذه المواصفات بسبب حملة وزارة الصحة، ولكن نحن منذ البداية أوليناها اهتماماً كبيراً حيث يضم فريق العمل فريقاً خاصاً بمتابعة شؤون النظافة إضافة إلى مدير للجودة. كما نتعاون مع شركات لإعطاء دورات وشهادات لموظفينا في هذا الموضوع ونحضر لنيل شهادات جودة عالمية». وأشار إلى أن «الحملة الأخيرة أحدثت صدمة في السوق لفترة قصيرة لكن سرعان ما عاد العمل إلى وتيرته السابقة ولا سيما أن Mini Guette لم يبد أي تقصير مع من طلبوا زيارة مطبخه من الزبائن أو الجهات الرسمية».

100 نوع، وهذا مؤشر على نجاح المشروع وقدرته على الاستمرارية».

تطور وتوسع

وأشار العلايلي إلى أنه «من المتوقع أن يشهد mini gette تطوراً وتوسعاً في الفترات المقبلة. فإضافة إلى فرعه الحالي في ساقية الجوزير، سيتم افتتاح فرع آخر في منطقة سليم سلام. وكشف أن عام 2016 سيكون عاماً واعداً إذ سينال Mini Guette شهادتي H.A.C.C.P و ISO9001، كما سيتم افتتاح فرع ثالث».

وأعلن عن «وجود توجه للتوسع في الدول العربية عبر افتتاح فروع سيكون أولها في الكويت ومن ثم في دبي ودول عربية أخرى». واعتبر أن «الهدف الاول الذي يسعى إليه Mini Guette هو تغطية منطقة بيروت، ثم سيكون هناك توجه لافتتاح فروع قريبة من الجامعات». وشدد على أن «المعيار الذي يؤخذ بعين الاعتبار لدى افتتاح أي فرع هو الموقع الجغرافي، فطبيعة عمل Mini Guette التي تعتمد بشكل أساسي على خدمة التوصيل تفترض الوصول إلى الزبون في سرعة ووقت محددين».

جودة عالية

واعتبر العلايلي أن «نجاح Mini Guette أتى كنتيجة للجودة العالية المقترنة بالطعم اللذيذ إضافة إلى السعر». وقال: «كل ما نقدمه إلى الزبون في Mini Guette طازج، وأصبحنا حالياً معروفين بالجودة العالية التي يتمتع بها الخبز الطازج الذي نقدمه إلى الزبائن». وأكد أن Mini Guette ويهدف لضمان الجودة التي يقدمها إلى



«بناء إسم قوي ونظيف في السوق» كان هدف مدير علايلي غروب خالد العلايلي منذ اللحظات الأولى لإطلاق Mini Guette (snack and catering) في 2013. ولا شك أن النجاح الذي يحققه المشروع والذي يظهر جلياً من خلال تميزه بقاعدة زبائن تقارب الـ 5000 زبون شهرياً دليل واضح على المتابعة الدقيقة التي يوليها العلايلي لعمله.

يتمتع العلايلي من دون شك بصوابية رؤية جعلته يتجه نحو الطبقة العاملة والموظفين التي تشكل 60 % من السوق بما يتناسب ورؤيته. وأشار العلايلي في هذا الإطار، إلى أنه «لا يفكر بالربح الكبير بقدر ما يجهد لبناء إسم يبقى حياً على مر السنوات». وقال: «حالياً يملك Mini Guette قاعدة زبائن كبيرة، ويقدم ما يقارب الـ 1500 سندويش يومياً ضمن لائحة طعام مؤلفة من

عام 2016 سيكون عاماً واعداً إذ سينال Mini Guette شهادتي H.A.C.C.P و ISO9001، كما سيتم افتتاح فرع ثالث له



Mini Guette



BITES OF PERFECTION

DELIVERY CENTERS

SAKIET EL JANZIR
SALIM SLEIM

PHONE

01 814 822 • 01 814 820
01 814 833 • 01 814 830

EMAIL

info@miniguette.com
service@miniguette.com

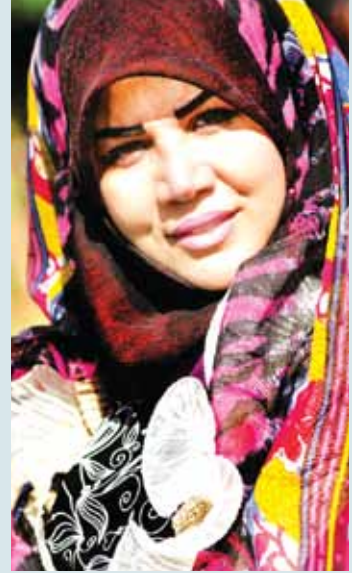


Cappello.. عندها تدمج جودة الشوكولا مع عشق الابتكار

ندى درويش: التجدد ميزتنا

عشقها للابتكار وشغفها في الفن، دفعها الى خوض غمار صناعة الشوكولا ان رأت فيها ندى الخليل درويش حقلاً خصباً تستطيع التعبير فيه عن مواهبها بابتكار نكهات جديدة لم يعتدها المستهلكون بعد وتقديم افضل التصاميم في تعبئة وتغليف الشوكولا والذي اصبح جزءاً لا يتجزأ من صناعته.

قد لا يفهم البعض رغبة درويش الجامحة في اختيار صناعة الشوكولا لإبراز مواهبها فيه، لكن من دون شك وعند دخولك صالة عرض الشوكولا الذي تقدمه تحت اسم Cappello سيبدد الانبهار بالذوق الرفيع الموجود في كل تفصيل هناك كل التساؤلات. فالدقة في اختيار الالوان وتناسقها اضافة الى روعات التصاميم الموجودة تؤكد ان هذه السيدة التي اندفعت نحو العمل الصناعي مكتوب لها النجاح، ولذلك ليس مستغرباً دعوة وزير الاشغال غازي زعيتر للنساء الى الاحتذاء بها.



حيث سيقدم في كل مناسبة نكهات جديدة وتصاميم مختلفة تتناسب والاجواء الموجودة».

روح التحدي

واكدت درويش ان متابعة فريق العمل لردود فعل الزبائن الاولية يبعث التفاؤل على رغم اننا كنا على يقين من نجاحنا، لكن اشادة زبائننا بجودة الانتاج



ندى درويش تتوسط النائب علي بري والوزير غازي زعيتر وزوجها محمد درويش

جعلتنا نطمئن اننا نسلك الطريق الصحيح. وفي رد على سؤال حول دخولها القطاع الصناعي في وقت يعيش فيه الصناعيين ظروف صعبة، قالت درويش: «نحن اللبنانيين لم نعتد يوماً على الخوف من المواجهة واذا نظرت الى معظم الصناعيين سترين فيهم روح التحدي التي جعلتهم يتحدون كل الظروف الصعبة التي مر بها لبنان ويحققون النجاحات، وانا اطمح انشاء الله ان اكون واحدة منهم واروي يوماً ما قصة نجاحي في القطاع الصناعي بشكل عام وفي صناعة الشوكولا بشكل خاص».

اكادت درويش في حديث مع «الصناعة والاقتصاد» ان Cappello سيحقق تميزاً كبيراً بين الأسماء اللامعة في صناعة الشوكولا، اذ سيجمع بين الطعم الرائع والاناقة في التغليف ليتناسب كل الاذواق من حيث طعمه ومظهره الخارجي. وأشارت الى ان «العمل منصب على ابتكار نكهات جديدة والابداع في

طريقة تقديم الشوكولا الذي ندر مع التقدم التكنولوجي». ولفتت الى ان «فريق عمل Cappello يضم اختصاصيين يقومون دائماً بضبط معايير الجودة والتأكد من التزام اعلى معايير النظافة والسلامة، كما يعملون على ابتكار نكهات جديدة من المتوقع ان تنال استحساناً كبيراً لدى الزبائن ومنها تارت الموز والشوكولا المحشو بالقشطة». ووافقت: «كما يضم الفريق مهندسة ديكور تشرف على الصالة وفريق يشرف على التصميم». وشددت على ان «التجدد سيكون ميزة Cappello الدائمة،



**Verdun - Concorde
Arope Bldg.
Tel: 961 1 750544
961 3 080500
961 3 640405**

**nada@cappellochocolate.com
www.cappellochocolate.com**

اليمن غروب .. السبّاقة في «الطباعة والتغليف» على مدى 28 عاماً

اليمن: جودة صناعتنا همّنا الأساسي

يوماً إلى اتباع المنافسة المباشرة مع أي منتج ولم تلجأ إلى كسر الأسعار لأن ما يهمها فعلاً هو فقط المحافظة على قيمة صناعتها وجودة خدماتها، تتميز اليمن غروب بأنها دائماً السبّاقة في تقديم أي جديد حيث هناك ميزانيات سنوية مخصصة لابتكار منتجات جديدة إما عبر زيارات إلى الخارج أو استقدام أشخاص إلى لبنان لتدريب فريق العمل وتوجيهه نحو المزيد من التطور. وقال: «هذه السياسة التي نتبعها جعلتنا السبّاقين والأوائل في المجال عملنا فاستطعنا كسب ثقة الزبائن».

الصبود هو المطلوب

واعتبر اليمن أن سعي المجموعة الدائم نحو التطور وتكريس إمكاناته للوصول الى هذا الهدف سمح لها بتحقيق نجاحات كبيرة كان أهمها حصولها على عدة جوائز من جهات رفيعة المستوى كجائزة (Dubai International Print Awards) وجائزة FINAT LABEL AWARDS والتي تسلمناها من مدينة ميونيخ-ألمانيا. وكشف أن المجموعة تعمل على خطة تتضمن عدداً من المشاريع الجديدة والتي تم تنفيذ جزء منها حيث تم تشييد مصنع جديد يراعي المواصفات العالمية في صناعة وسلامة الغذاء ويضم معدات متخصصة بصناعة الكرتون بكميات كبيرة.

ورأى اليمن أن التراجع الإقتصادي الذي يشهده لبنان يطاول حركة الاستثمارات الجديدة، أما المصانع القائمة والمنخرطة في السوق فلا تتأثر بشكل كبير غذ لها قاعدة كبيرة من الزبائن تطلب منتجاتها وهذا ما ظهر جلياً خلال الأزمة الأخيرة حيث عمد الصناعيون إلى تصدير إنتاجهم عبر البحر لتلبية حاجات الأسواق الخارجية». وقال: «لا شك ان الصناعي اللبناني اليوم يعمل في ظروف صعبة، ولكن بكل تأكيد من بني خلال السنوات المنصرمة إسماً قوياً في السوق وسيتمكن من الصمود».



محمد اليمن ووالده علي اليمن

بدأت مجموعة اليمن المتخصصة في الطباعة عملها عام 1987، ربع قرن مضى على تلك الانطلاقة التي مهدت لولادة عدة شركات متخصصة في مجالات الطباعة والتغليف على اختلاف أنواعها، منها طباعة الملصقات الدعائية والإعلانية، إضافة إلى تطوير قسم متخصص بالطباعة الرقمية وحملات الترويج.

أصبحت صناعة مطلوبة بشكل كبير في الأسواق كافة، حيث يسهم التغليف الأنيق في جذب المستهلكين وبالتالي رفع معدلات الأرباح بشكل كبير». وأعلن ان «المجموعة وفي إطار توسعها في الأسواق الخارجية، أنشأت مطبعتين في أنغولا لتلبي حاجات الأسواق في دول شمال وغرب أفريقيا». وان شدد على أن الصناعة اللبنانية تتميز بالجودة العالية التي تقدمها ولذلك تسجل نجاحات كبيرة في الأسواق الخارجية تحديداً، وأكد اليمن أن المجموعة لا تشكو من أي منافسات فإضافة إلى أنها لم تعتمد

ميّز التطور والابتكار عمل مجموعة اليمن على مدى عشرات السنوات ما فتح امامها ابواب الاسواق الخارجية على مصراعها واكسبها قدرات تنافسية كبيرة مكّنتها من حجز مكان مميز لها في ساحة المنافسة اللبنانية والعربية. وأشار الرئيس التنفيذي لمجموعة اليمن محمد اليمن في هذا السياق، إلى أن المجموعة تعمل باستمرار على الانفتاح على اسواق جديدة وتواكب هذا السعي بخطة توسعية في مصانعها وتطويرية لإنتاجها. وأشار الى ان «المجموعة تعمل حالياً في مختلف الاسواق العربية، في السعودية والكويت وسوريا والأردن وقطر، ويشمل عملها كافة المجالات الصناعية من صناعة الأدوية ومستحضرات التجميل ومواد التنظيف، اضافة الى صناعة المواد الغذائية حيث تعمل المجموعة مع عدد من أهم الأسماء المحلية والعربية اضافة الى الافران والباتيسيريات».

أسواق جديدة

ولفت اليمن في حديث مع «الصناعة والإقتصاد» الى ان «الطباعة والتغليف»

تعمل مجموعة اليمن على خطة تتضمن عدداً من المشاريع الجديدة والتي تم تنفيذ جزء منها كتشيد مصنع جديد يراعي المواصفات العالمية في صناعة وسلامة الغذاء

مجموعة
اليمن للطباعة



**EL YAMAN
GROUP**

— Since 1987

Printing, Packaging & Labelling
Solutions

ONLY AT ELYAMAN GROUP
Ask For Your
**SPECIAL
FINISHING EFFECT**

**ONE TREE
ENDLESS
POSSIBILITIES**

ROLL LABELPRINTING

طباعة رول لواصق و لايبيل

PACKAGEPRINTING

علب و أكياس كرتون

BOOKPRINTING
طباعة كتب

PROMOPRINTING

مطبوعات دعائية

INDUSTRIALPRINTING

طباعات صناعية

SECURITYPRINTING

طباعات سرية

DIGITALPRINTING

طباعة رقمية

WEDDINGBOUTIQUE

بطاقات الأعراس

**27 YEARS
OF EXPRIENCE
& PROFESSIONAL
PRINTING SERVICES**

**AWARD
WINNERS**

FINAT LABEL AWARD - GERMANY

DUBAI INTERNATIONAL PRINT AWARD - DUBAI

T/F: +961 7 732 882 | P.O.Box: 273 Saïda-Lebanon | Email: info@elyamangroup.com

www.citrus-labels.com | www.elyamangroup.com

عمادز فود.. 15 عاماً من التميّز في صناعة الحبوب وتعليبها

أبو شهلا: على الحكومة دعم القطاع

رَسَخَ عماد أبو شهلا على مدى 15 عاماً اسم «عمادز فود» بين المؤسسات المتميزة في صناعة الحبوب وتعليبها، حيث يعمل مصنعه الخاص بتعبئة الحبوب والبهارات والأعشاب والطحين على اتباع أعلى المعايير في عمليات تعليب المنتجات ما من شأنه المساهمة في الحفاظ على الجودة المطلوبة وتأمين انتشار أوسع للمنتجات الغذائية.



ولفت إلى أن «عمادز فود» تعمل في مصنع في منطقة تعنail وتوزع إنتاجها على مختلف المناطق اللبنانية.

وأشار أبو شهلا إلى أن «التطور الذي تشهده عملية الإنتاج في مجال تصنيع وتعبئة الحبوب ومشتقاتها يساهم في تنمية العمل الصناعي ما ينعكس على الإقتصاد بشكل إيجابي»، ورأى أنه «لا بد للصناعيين من الإقدام على التماسي مع التطورات التقنية من أجل تقديم صناعة متطورة وجودة أفضل، عبر إدخال المكننة الحديثة التي تحسن أداء خطوط الإنتاج وتضمن عملية تعبئة وتغليف بمواصفات عالية». واعتبر أبو شهلا أن «عملية التعبئة والتغليف هي من أبرز العوامل التي تحافظ على جودة المنتج وسلامته إذ تؤمن حفظه في ظروف ملائمة».

وأعرب أبو شهلا عن تفاؤله الكبير بمستقبل القطاع رغم المعوقات والتحديات التي يواجهها الصناعيون، إذ إن الصناعي اللبناني تخطى على مر السنوات هذه المعوقات وتغلب على التحديات وأوصل منتجه الذي يتميز بالجودة والطعم والنزق العالي إلى كل أصقاع العالم. وقال: «هكذا كان الصناعي اللبناني في الماضي، وهكذا هو الآن وباعتقادي سيبقى هو هو في المستقبل».

أصبحت اليوم السوق اللبنانية تغرق بالمنتجات المستوردة نتيجة للاتفاقات الثنائية التي وقعها لبنان مع الكثير من الدول».

وتابع: «على الحكومة دعم أسعار المحروقات واتخاذ إجراءات تحمي المنتج اللبناني من المنافسة التي يعانيها في عقر داره عبر رفع الرسوم الجمركية على المنتجات المستوردة. ومن الضروري، درس سبل دعم صادرات القطاع وتحسين البيئة التي يعمل ضمنها الصناعي بتعديل بعض القوانين التي تسهل عمله وتفتح أمامه آفاق التطور».

تطور التعبئة

وأعلن أبو شهلا «أن عمادز فود تتابع عن كثب التطور الحاصل في قطاع التعبئة والتغليف لتواكبه نظراً للدور الذي يؤديه التغليف في عملية الحفاظ على المنتج،

ولفت أبو شهلا في حديث مع «الصناعة والإقتصاد» إلى أن «صناعة الحبوب ومشتقاتها في لبنان تمكنت من بلوغ مستويات عالية من التقدم والتطور جعلت منها صناعة مميزة بين الصناعات الغذائية، ولا سيما أنها تنشط قطاعات لبنانية عدة، وتتعامل بشكل مباشر مع الزراعة المحلية».

معوقات وتحديات

وشدّد أبو شهلا على أهمية قطاع الصناعات الغذائية على الصعيد الإقتصادي ولا سيما لجهة تكامله مع القطاع الزراعي، وقال: يحظى القطاع في كل دول العالم باهتمام كبير من الحكومات التي تعمل جاهدة لدعمه وتنميته. وفي لبنان تمكن القطاع على مر السنوات من تسجيل نجاحات متتالية في الوصول إلى الأسواق الخارجية وإيصال المنتج اللبناني إلى مختلف دول الاغتراب ما ساهم في رفع حجم الصادرات بشكل كبير».

وأضاف: «على الحكومة دعم القطاع بشكل كبير إذ إنه يغرق في العديد من المشاكل وأبرزها كلفة الإنتاج المرتفعة التي أصبحت اليوم الأكثر ارتفاعاً بين الدول العربية. ومن شأن هذا الموضوع إفقاد المنتج اللبناني قدراته التنافسية في الأسواق الداخلية كما الخارجية. إذ

من الضروري تحسين البيئة التي يعمل ضمنها الصناعي بتعديل بعض القوانين التي تسهل عمله وتفتح أمامه آفاق التطور



مؤسسة عمادز فود
Imad's Food



بهارات - زعتر - جميع انواع الحبوب - شرابات - كبس



البقاع - تعنايل - خليوي : ٧٤٤٩٤٥ (٣) ٩٦١ - هاتف : ٩٣١٣١٨ (٨) ٩٦١

Bekaa - Chtoura - Taanayel - Cell : 961 (3) 744945 - Tel : 961 (8) 931318
E-mail : imad.shahla@yahoo.com - www.lemoulinblanc-lb.com

عسل جبل الشيخ .. حكاية شغف

قضماني: القطاع يفتقد للحماية

وضعت عام 1999 والتي من شأنها منع العسل المنخفض الجودة من الدخول إلى السوق»، كشف أن «عسل جبل الشيخ يطمح ليكون قاطرة في حملة تثقيفية توعوية حول العسل وأهميته».

فرادة في الجودة

ورأى قضماني انه «ليس هناك من رصيد لإدارة نوعية العسل أفضل من الخبرة التي تكتسب من خلال التعاطي المباشر مع النحلة. إذ أن مربى النحل المتمرس يعرف تماماً كيف يحافظ على نحل صحي في بيئة نظيفة لانتاج عسل صافٍ سليم...». وقال: «مع ما يقارب الـ 50 سنة في تربية النحل يفخر مالكو عسل جبل الشيخ بأنهم ما زالوا هم العاملين في مناحلهم والمشرفين المباشرين على مناحل شركائهم الموردين وهذا ما يُحدث الفارق الكبير في المنتج النهائي». وشدد على أن «عسل جبل الشيخ يعتمد آلية معالجة وتعبئة فريدة تحافظ على نظارة العسل وتبقي على مستوى منخفض لمؤشر الـ HMF وهو ما يشكل الفارق في الجودة وفي الخصائص الغذائية والشفائية للعسل». وأشار الى انه «في هذا السياق تسير شركة جبال لبنان نحو الحصول على شهادة الجودة ISO-22000 خلال العام 2015 ما يعزز حرص الشركة على منع وقوع الأخطاء وتجنب مخاطر سلامة الغذاء تماشياً مع أفضل معايير السلامة المحلية العالمية».

وأعلن قضماني أن «مراكز الإنتاج ستشهد توسعاً خلال الفترة المقبلة وستعمل الشركة وفقاً لخطة تتضمن العمل مع 300 مربٍ للنحل، ما سيشكل عائداً إقتصادياً للكثير من المربين وباباً للعديد من فرص العمل كما سيفسح المجال أمام الشركة للانفتاح على أسواق جديدة ترفع اسم المنتج اللبناني عالمياً وتزيد من ثقة المستهلك به».

القطاع، وهو مطلب طرح عام 1973 ولم يجد أذاناً صاغية إلا حين تسلّم الوزير حسين الحاج حسن عام 2011 حقيبة وزارة الزراعة.

وأشار حسين القضماني في حديث مع «الصناعة والاقتصاد» إلى أن «الإحصاءات أظهرت أن القطاع يضم 228 ألف خلية نحل ويؤمن فرص عمل لما يزيد عن ستة آلاف عامل»، وجزم أنه «يكاد لا يكون للدولة أي فضل في استمرار عمل النحالين في القطاع الذي تميّز على مر عشرات السنوات بالمبادرة الفردية».

إجراءات صارمة

وقال القضماني: «منذ العام 1966 وحتى العام 1994 كان عسل جبل الشيخ من انتاج مناحلنا حصراً حيث كانت رقابة النوعية تحت إشرافنا الكامل، ومع ازدياد الطلب كانت إنطلاقة شركة جبال لبنان في العام 1994 حيث أرسينا التعاون مع عدد من مربى النحل ممن يعتمد مقاييس النوعية نفسها التي نعتمد. تجمع محاصيل العسل عند القطاف ثم ترسل العينات الى المختبرات المعتمدة لفحصها وتبيان مطابقتها، بعد ذلك تقدّم للمستهلك تحت اسم عسل جبل الشيخ».

ووصف الجهود التي بذلت لتسويق الإنتاج بالجسارة، فلم يكن أحد يعلم بوجود العسل اللبناني وكانت مهمة إيصاله إلى الرفوف تحدياً كبيراً. وكشف أن «الشركة تصدّر إنتاجها من العسل إلى دول الخليج وأميركا وانفتحت على الأسواق الصينية مؤخراً، وهذا يسجل نجاحاً في سجلها إذ تعتبر الصين أكبر دولة منتجة للعسل في العالم».

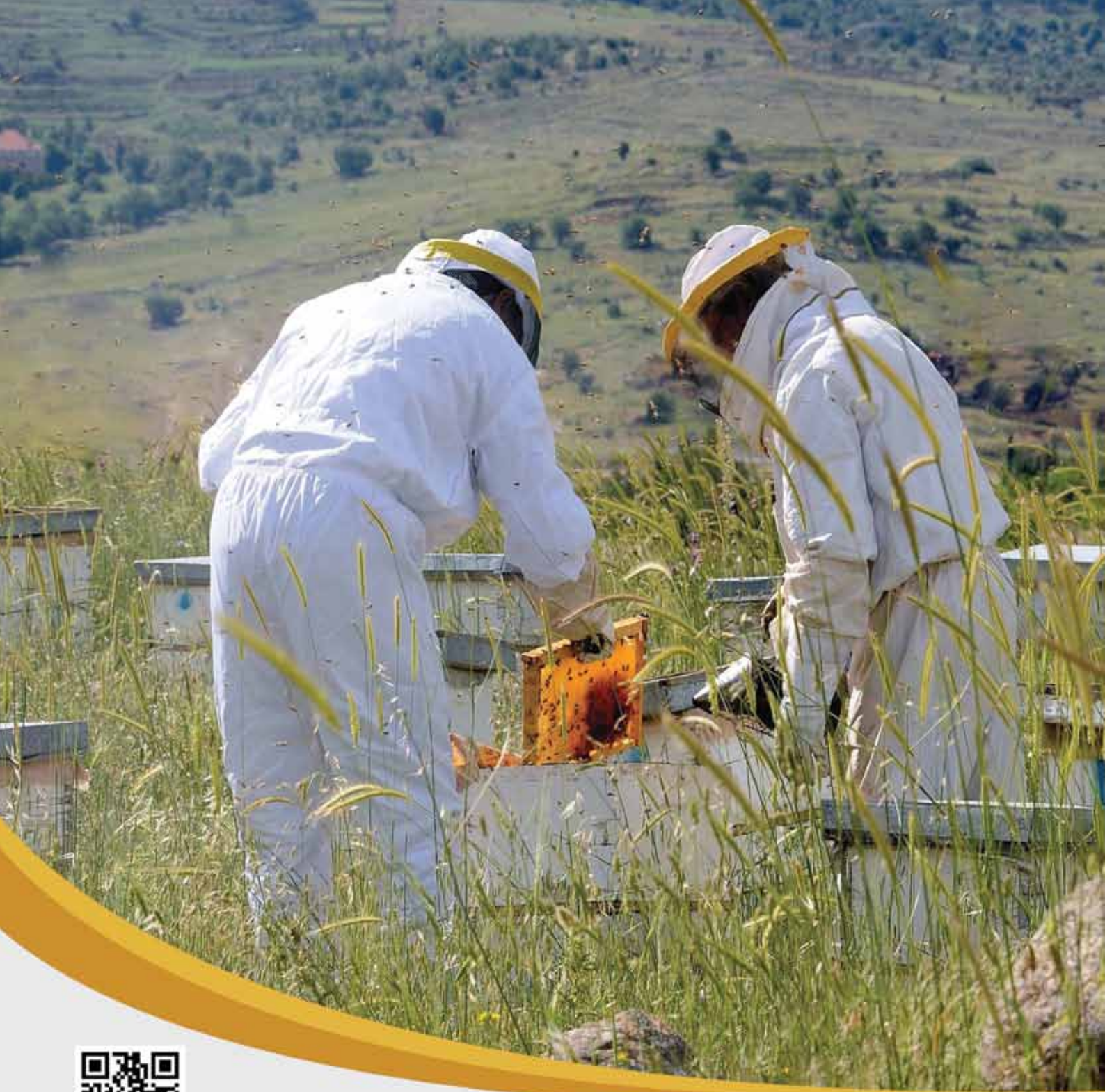
وأكد قضماني وجود تحديات عديدة أبرزها منافسة العسل المستورد وغياب استراتيجية وطنية لقطاع تربية النحل. وإن رأى أنه يمكن للدولة حماية العسل اللبناني عبر تطبيق المواصفات التي



«حكاية شغف» هكذا وصف حسين القضماني مسيرة شركة جبال لبنان في إنتاج العسل وتسويقه، تلك المسيرة التي امتدت على مدى نصف قرن بذل والده إبراهيم القضماني خلالها جهوداً كثيرة مع النحالين للنهوض بالقطاع ولفت نظر الدولة إليه عبر الإضاءة على أهميته الإقتصادية والبيئية.

اشتهرت منذ انطلاقتها مؤسسة عسل جبل الشيخ بإنتاج أجود أنواع العسل، وخلال سني التوسع ذاع صيتها من خلال جودة إنتاجها وفرضت نفسها في السوق المحلية والاقليمية كرائدة في تسويق العسل عالي الجودة.

وعلى الرغم من أن إبراهيم القضماني كرّس آنذاك انطلاقة هذا المشروع الريادي وكان له دور فاعل في القطاع كرئيس لجمعية النحالين في لبنان، لم تلق جهوده آنذاك أذاناً صاغية، فإهمال القطاع بقي مستمراً لعشرات السنين حيث كان من أبسط الأمور إجراء إحصاء لخلايا النحل في لبنان لمعرفة حجم



www.jiballoubnan.com
info@jiballoubnan.com
Tel +961 5 550288



هَيْدَا عَسَلٌ طَبِيعَتُو!

عسل جبل الشيخ®
Jabal el sheikh honey®

«باتيسري لوليتا».. الابتكار والإبداع في صناعة الحلويات

شرتوني: نواكب التطور باستمرار

الحلوى، لنواكب التطور وآخر ما تم التوصل إليه من ابتكارات في صناعة هذا النوع من الحلويات».

الجودة

وأشار شرتوني إلى أن «الباتيسري ومنذ تأسيسه ينتج مختلف أنواع الحلويات، فصنعنا الحلويات العربية والإفريقية والبوظة والكاتو والشوكولا. وأولينا

هذه الصناعة اهتماماً فائقاً من خلال مراقبة دقيقة ودائمة لمعايير الجودة في الإنتاج». وإذ اعتبر أن «الباتيسري يعمل بكل فخر تحت شعار (صنع في لبنان)، أكد أن «الاهتمام منصب دائماً على الابتكار». وقال: «من يريد تطوير عمله يبحث دائماً عن الوسائل التقنية المتطورة والحديثة من أجل مواكبتها، وهذا ما نفعله نحن تحديداً. نسعى لإيجاد كل الوسائل اللازمة لإبقاء صناعتنا في الطليعة، ومن هذا المنطلق يضم مصنعنا أحدث الآلات التي يمكن أن تطرح في الأسواق وهذا يساعدنا في الحفاظ على تجدد صناعتنا ومواكبة العصر وتقنياته بكل ما هو مبتكر وحديث».

وكشف أن «الجودة العالية التي يتمتع بها إنتاج لوليتا سمح لها بدخول الأسواق الخارجية في الدول العربية وعدد من الدول الأوروبية، ولذلك هناك سعي مستمر نحو توسيع خطوط الإنتاج لمواكبة حاجات الأسواق».

واعتبر شرتوني أن العمل في القطاع الصناعي يواجه عدة تحديات بشكل عام، ولفت إلى أن ارتفاع كلفة الطاقة من أبرز المشاكل التي يعاني منها القطاع، إذ باتت تشكل عبئاً ثقيلاً من شأنه رفع كلفة الإنتاج مقارنة مع كلفة الإنتاج الأجنبية، ما يساهم في رفع الأسعار بشكل كبير وتخفيض القدرات التنافسية للمنتجات».



الشرتوني يتوسط فريق العمل في لوليتا

التجديد والتنوع بهدف مواكبة أذواق المستهلكين، هو ما يميز «باتيسري لوليتا» الذي يولي صناعته اهتماماً فائقاً من خلال استخدام أجود وأفضل أنواع المواد الأولية من طحين وسكر وشوكولا وزبدة وغيرها ليشكل علامة فارقة في قطاع صناعة الحلويات في لبنان الذي يشتهر بجمال ابتكاراته وجودة إنتاجه. ولعل الخبرة التي يتمتع بها مدير «باتيسري لوليتا»

وسام شرتوني عاملاً مهماً في التميز والإبداع الذي يقدمه في عمله، فشرتوني الذي يعتبر من أمهر الطباخين في عالم صناعة الحلويات يعطي دورات خاصة في جامعة AUCE، ويعمل باستمرار وجد على مواكبة أي تطور في المهنة ويدرك أهمية الاحتراف والخبرة والذوق الإبتكاري في هذا المجال. وأكد شرتوني في حديث مع «الصناعة والاقتصاد» على «أن أهمية التطوير تكمن في الإطلاع والأبحاث ومواكبة التجدد والتطور، إذ إن صناعة الحلويات كسائر الصناعات يطرأ عليها جديد دائماً». وقال: «بما أنني كنت شيفاً في هذه المهنة سابقاً أعرف أهمية وجود أصحاب الخبرة والمتمكنين منها، من هذا المنطلق كان إصرارنا على وجود



متخصصين ومحترفين وأصحاب خبرة فنية وذوق إبتكاري في هذا المجال، لنشكل معاً فريقاً جديراً بثقة الناس يواكب كل تطور يطرأ على العملية الإنتاجية في مجال صناعة الحلويات، فنكون في واجهة التنافس ونتمتع بالجودة والشكل وفقاً لكل ما يطلبه المستهلك».

وأضاف: «نعمل في مصانعنا على إتقان ما نقدمه، فكان لا بد من توزيع العمل على أقسام، قسم للمعمل في منطقة التحويطة حيث تتم صناعة الحلويات على أنواعها وقسم للعرض في الباتيسري في منطقة الكفاءات. كما ابتكرنا قسماً داخل المصنع يعمل فيه متخصصون في مجال تزيين مجسمات قوالب

«طيبات».. سعي متواصل نحو التطور

الأمين: نتطلع إلى دخول الأسواق الخارجية



لم يكن الحديث مع المدير الإداري في شركة طيبات رواد الأمين عادياً، ففي أجوبة ذلك الشاب إيمان واضح بالصناعة ودورها في دعم الإقتصاد الوطني، فهو يرى أن لبنان هو الأحق باستثمارات أبنائه، ويعتبر أن لا أحد غير اللبنانيين قادر على رفع مكانة لبنان الصناعية، موضحاً أنهم إن تغاضوا عن القيام بهذه الخطوة «بلدهم سيراوح مكانه».

الصناعي وتمكن من النجاح في ظلها». وإذ رأى أن «مهمة النهوض بالقطاع الصناعي ورفع القدرات التنافسية للمنتجات اللبنانية مسؤولية مشتركة بين الصناعيين والدولة»، اعتبر أنه «على الدولة رعاية القطاع، وإيلاءه الاهتمام والدعم اللذين يتناسبان ومكانته في السوق. كما على الدولة العمل على دعم الصادرات ومساعدة الصناعي في تصريف إنتاجه وحمايته من المنافسة الخارجية. في حين يجب على الصناعيين تقديم منتجات بجودة عالية ومعايير صحية قادرة على المنافسة في الأسواق الخارجية والداخلية». وشدد على أن «تمتع الإنتاج الصناعي بمعايير عالية قد لا يمكن الصناعي من تحقيق أي تقدم إذا كانت الدولة غائبة عن شؤون القطاع ولا تدعمه».

وكشف أن «طيبات تعمل بشكل مستمر على التطوير، وقد وضعت خطة تتناول تطوير المنتج والمصنع ما من شأنه صقل قدرات الشركة على المنافسة عالمياً وإيصالها إلى مراتب أكثر تقدماً».

القدرات التنافسية للإنتاج وتجعله مؤهلاً ليكون موضع ثقة المستهلكين».

عدم الاستقرار

وأوضح الأمين أن أولى المعوقات التي تواجه عمل الشركة هو عدم الاستقرار الأمني كونه الهاجس الأساسي الذي يقلق الصناعيين، وقال: «لعدم الاستقرار تأثيرات سلبية كبيرة في الطلب على البضائع وبالتالي في هامش الأرباح. من دون شك، هناك مشاكل كثيرة تعترض القطاع لكن الصناعي اعتاد عليها بدءاً من ارتفاع كلفة الإنتاج والمنافسة من البضاعة المستوردة التي تغرق بها الأسواق.. كلها مشاكل قديمة العهد تخطاها

ويعتبر الأمين مهمة النهوض بالقطاع الصناعي مهمة مشتركة تقع على عاتق الصناعيين والدولة معاً ولا يمكن أن تكتمل من دون جهود الطرف الآخر، وأن ذلك ليس إلا دليلاً على صوابية الرؤية التي يتمتع بها.

وأشار الأمين في حديث مع «الصناعة والاقتصاد» إلى أن «التراجع الذي يشهده الإقتصاد اللبناني نتيجة الاضطرابات في لبنان والمنطقة، لا يمكن أن يوقف سعي «طيبات» إلى التطور، فـ «طيبات» التي دخلت المجال الصناعي منذ أربع سنوات في مجال تصنيع شرائح البطاطا المقلية تمكنت من حجز مكان مهم لها في حلبة المنافسة، إذ تمكنت من إيصال منتجاتها إلى المستهلكين في الأسواق الداخلية وتتطلع إلى دخول الأسواق الخارجية في القريب العاجل».

ولفت الأمين إلى «أن الجودة التي يتمتع بها إنتاج طيبات مكنته من تحقيق نجاحات في وقت قصير». ولفت إلى أن «المصنع يتسلم موارده الأولية من المزارعين اللبنانيين، ليصنعها وفقاً لمعايير أوروبية وعالمية ترفع من

الجودة التي يتمتع بها إنتاج «طيبات» رفعت من قدراته التنافسية وجعلته موضعاً لثقة المستهلكين