

KASSATLY CHTAURA

SECTEUR BIÈRE

Kassatly Chtaura SAL
Nahr El Mott, Beyrouth, Liban

Fardeleuse SK 400 Smiflexi



GEO LOCATION

Beyrouth séduit, implique et surprend grâce à une histoire millénaire qui ne peut laisser indifférent ainsi qu'à un contexte urbain exceptionnel, qui a donné à la ville le surnom de "Paris du Moyen-Orient". Les reconstructions continues de la ville ayant eu lieu au fil des années ont mis en oeuvre une fusion suggestive entre palais modernes et constructions anciennes, en témoignage du parcours exceptionnel effectué par cette ville en plus de 5.000 ans d'histoire. Visiter Beyrouth c'est faire un voyage dans un microcosme polyédrique, où une église chrétienne se dresse près d'une mosquée et où, après avoir traversé un sentier étroit millénaire, on se trouve, soudain, sur une avenue moderne pleine de magasins à la mode. La ville est l'une des capitales culturelles les plus importantes de tout le Moyen-Orient et en 1999 elle a été élue "capitale arabe de la culture"; avec presque 2 millions d'habitants, Beyrouth est une métropole de souffle international dans les faits et dans l'imagination collective de tout l'occident, c'est le siège de nombreuses universités, musées, centres culturels, galeries, festivals artistiques et c'est un centre financier et commercial important du Proche Orient. Et c'est justement en songeant au dynamisme et à l'effervescence de cette ville que l'entreprise Kassatly Chtaura SAL, leader au Liban pour la production de boissons alcooliques, a lancé sur le marché un nouveau produit appelé "Beyrouth Beer", commercialisé en paquets de six bouteilles en verre de 0,25 l et 0,5 l conditionnés en



seul film par une fardeleuse SK 400 F Smiflexi; cette dernière va s'ajouter aux autres nombreuses machines de conditionnement automatiques fournies par SMI à l'entreprise libanaise à partir de 1997, en témoignage de la collaboration technique et commerciale solide entre les deux sociétés.

BEIRUT ◆ BEER ◆

UNE BIÈRE NÉE POUR ÉTONNER

Beyrouth Beer est la nouvelle bière lancée sur le marché en juillet 2014 ayant attiré de façon surprenante l'attention de tout le monde, grâce à son image d'attrait ainsi qu'à une campagne publicitaire massive, qui a été à même de susciter beaucoup d'intérêt. Il s'agit d'un produit qui se distingue par sa couleur claire, le goût léger et un arrière-goût légèrement amer et agréable. Avec le lancement de cette nouvelle bière l'entreprise Kassatly Chtaura SAL, célèbre pour la production de boissons alcooliques, a en effet voulu exprimer son engagement envers l'Excellence contenu dans la devise "Engagée pour



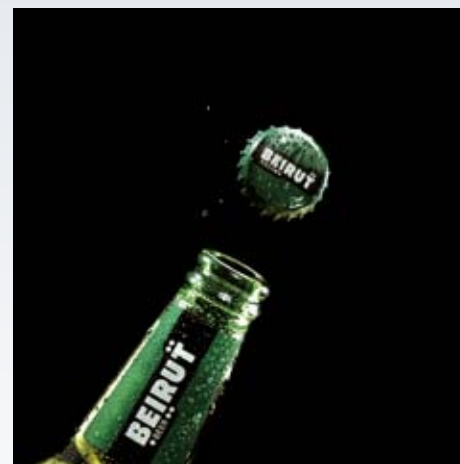
Work 0%
Leisure 50%
Wellness 50%

l'excellence" reportée sur l'étiquette de la bouteille. Tout le processus de production de Beyrouth Beer a été spécialement conçu dans les moindres détails, afin de pouvoir s'adapter facilement aux demandes changeantes des consommateurs locaux. Avec un investissement global d'environ 13 millions de dollars Kassatly Chtaura a voulu saisir ce nouveau défi, qui se pose l'objectif de faire augmenter la consommation par tête de bière libanaise sur le marché domestique et sur celui international.

KASSATLY CHTAURA

LE SUCCÈS D'UNE ENTREPRISE CONTENU DANS UNE BOUTEILLE

La famille Kassatly, propriétaire de la société homonyme qui commercialise de nombreuses boissons alcooliques telles que celles des marques Freez et Buzz, a travaillé dans les moindres détails sur le lancement de la nouvelle Beyrouth Beer, issue d'une recette basée sur quatre simples ingrédients naturels: eau, malt, houblon et levain. L'engagement profus dans la création du nouveau produit est aujourd'hui contenu dans une bouteille verte au design ensorceleur, avec une image de fond représentant les vieux carreaux libanais utilisés dans les vieilles habitations de Beyrouth. Le mot Beyrouth de la marque est représenté sur le corps de la bouteille avec un 'T' surmonté par deux points reflétant le 't' de l'alphabet arabe. Dans la nouvelle usine de 200.000 hectolitres par an destinée à la production de la bière l'entreprise libanaise a installé les meilleures technologies disponibles sur le marché, pour démontrer combien à la base de chaque activité exercée par cette entreprise il y a une recherche exaspérée de la qualité, l'emploi de matières premières rigoureusement sélectionnées et un recours systématique aux meilleures techniques de production. Le résultat en est une installation très moderne de 2.000 m² située dans la ville de Chtaura, 40 km au sud de Beyrouth, dans la vallée florissante de la Beqaa, et pourvue d'équipements à l'avant-garde disposés dans un milieu de travail rangé et propre. Kassatly Chtaura SAL est aussi



particulièrement attentive à la facilité d'utilisation de ses produits de la part des consommateurs; dans ce but, l'entreprise propose des emballages pratiques et esthétiquement agréables, pour obtenir lesquels il a été opéré le choix d'une fardieuse SK 400 F Smiflexi, qui conditionne les bouteilles de Beyrouth Beer de 250 et 500 ml dans des paquets pratiques de 6 pièces.




Kassatly Chtaura SAL en bref

Les racines historiques de l'entreprise remontent à 1974, lorsque le CEO Akram Kassatly actuel fonda une petite entreprise artisanale dédiée à la production de vin, en suivant les traces de son père Nicolas, qui opérait dans ce secteur dès 1919. Aujourd'hui, après quarante ans d'activité, le nom Kassatly Chtaura est lié non seulement au vin, mais aussi à une offre vaste et diversifiée de boissons, à même de satisfaire un nombre croissant de consommateurs dans toute la région du Moyen-Orient. Le développement de l'entreprise libanaise a été soutenu et constant dès le début, assez pour lui permettre d'obtenir en quelques années des objectifs importants sur le marché national comme sur celui étranger. La gamme de production est aujourd'hui très ample est diversifiée: sirops, liqueurs, boissons alcooliques et sans alcools commercialisés avec les marques Buzz et Freez, auxquelles depuis peu s'est ajoutée la Beyrouth Beer.





EFFICACITÉ, FIABILITÉ ET SOUPLESSE AUX NIVEAUX MAXIMUMS


Dans l'optique de proposer au marché des emballages sous film thermorétracté, Kassatly Chtaura s'est adressée à SMI, avec laquelle elle collabore

depuis 1997, pour la fourniture d'une nouvelle fardeuse SK 400 F Smiflexi, susceptible de produire jusqu'à 40 paquets/minute. La gamme SK est prévue pour le conditionnement

de nombreux types de récipients (bouteilles, canettes, boîtes, pots et cluster packs) en seul film, carton plan + film, seul barquette de carton ou bien barquette + film.




 De la gauche: Nayef Kassatly, Directeur d'Usine de Kassatly Chtaura, Pierre Anid, Directeur Général de Novadim (Agent SMI) et Maurice Rassi, Directeur Technique de Kassatly Chtaura.



Novadim food technology

Au Liban SMI est représentée depuis beaucoup d'années par la société Novadim Food Technology assurant localement un support rapide et efficace aux nombreux clients de la zone. Novadim Food Technology dispose d'un effectif de 6 personnes, engagées à fournir un service commercial aux entreprises du secteur comme d'assistance technique aux plus de 200 machines SMI installées dans les territoires de Liban, Syrie, Kuwait, Bahreïn, Qatar, Emirats Arabes Unis, Oman, Yémen, Ethiopie, Soudan, Ouganda et en partie de l'Afrique de l'Est. Grâce au professionnalisme et à l'expérience accumulés en plus de 20 ans d'activité dans le secteur des installations pour l'industrie "food & beverages", l'équipe de la société libanaise sise à Beyrouth, a su gagner la confiance des entreprises principales de mise en bouteille opérant au Liban, telles que Kassatly Chtaura, Société Moderne Libanaise pour le Commerce (PepsiCo), National Beverage Company (Coca-Cola) et de tant d'autres clients même à l'extérieur des frontières nationales. Quant aux projets récemment réalisés dans le territoire libanais, Pierre Anid, Directeur Général de Novadim Food Technology, a déclaré: "Les entreprises au Liban sont particulièrement attentives aux tendances de marché et, afin de pouvoir satisfaire aux nouvelles exigences des consommateurs, elles s'entourent exclusivement de partenaires fiables et compétents; par conséquent, dans ce contexte la présence d'entreprises comme la nôtre étant en état d'intervenir en temps utile en cas de nécessité, en offrant aux clients SMI, existants ou potentiels, une assistance commerciale et technique après-vente adéquate est fondamentale".

Les produits à emballer peuvent être gérés par la machine sur piste simple, double ou triple en fonction des formats sélectionnés et des caractéristiques des récipients, avec l'augmentation progressive de la cadence de production suivant la diminution des dimensions de ceux-ci. La fardeuse SK 400 F est synonyme de rendements élevés, facilité d'utilisation et simplicité d'installation et entretien ainsi que d'une intégrabilité maximum dans d'autres systèmes d'emballage prévus dans la ligne de production. De plus, le dispositif de réglage automatique du changement de format, dont ces machines de conditionnement sont équipées, permet de passer rapidement d'une configuration de paquet à l'autre. L'automatisation, le contrôle et le diagnostic de l'installation SMI appartiennent au MotorNet System® (MNS®) testé, une technologie intégrée et ouverte qui réunit en un unique contrôleur PC-based (MARTS) les fonctions de gestion des axes indépendants de la machine et celles typiques d'un automate programmable traditionnel.

LE MARCHÉ DE LA BIÈRE AU LIBAN

Ces dernières années l'industrie des boissons alcooliques au Liban a connu une période vraiment favorable, se caractérisant par des investissements considérables dans de nouvelles installations de mise en bouteille et par le lancement sur le marché d'une grande variété de nouveaux produits. La Beyrouth Beer est née dans ce contexte, en démonstration de l'attention toute particulière de Kassatly Chtaura vis-à-vis du marché local qui, après des années d'attente, peut compter à présent sur une "pilsner premium" à 100% libanaise au goût lisse et équilibré, produite par une société libanaise pour les consommateurs libanais. Le lancement du nouveau produit, commercialisé en bouteilles en verre de 250, 330 et 500 ml et en canettes en aluminium, a été soutenu par une campagne publicitaire importante sur tous les médias nationaux, qui en ont favorisé un accueil immédiat et chaleureux de la part des consommateurs de toutes les tranches d'âge.



BEIRUT

BEYROUTH: LA VILLE DES CONTRASTES

Beyrouth, la capitale du Liban, c'est la ville des contrastes. Séduisante et à la fois mystérieuse, sérieuse le jour et folle la nuit, mais de toute façon animée 24 heures sur 24, elle est susceptible de surprendre n'importe qui. La promenade et les rues du centre sont près peuplées à toutes les heures du jour et de la nuit, fréquentées par des jeunes et des hommes d'affaires provenant du monde entier. Beyrouth est un "melting pot" de cultures, langues et traditions différentes, si bien qu'en se promenant dans la ville on se sent tout de suite à son aise. Les contrastes sont évidents même dans les bâtiments que l'on rencontre: églises et mosquées vivent ensemble, cheminées fumantes le long du port font de fond à des pêcheurs tranquilles et des "joggers", de très beaux domiciles modernes se dressent coude à coude avec des maisons délabrées. Cela va sans dire que les témoignages des ruines historiques de la ville ne manquent pas: les origines de Beyrouth remontent à une implantation des Cananéens de l'âge du bronze (autour du XIXe siècle avant Jésus-Christ), mais les premiers témoignages, que l'on peut historiquement attester, remontent à la XVIIIe dynastie égyptienne, lorsque le noyau urbain est cité dans une tablette cunéiforme appartenant aux soi-disant "lettres de Amarna". L'étymologie du

toponyme associe le nom phénicien et akkadien probable "Bêrut" à la signification de "puits" ou "sources d'eau", en se référant aux bassins hydriques souterrains toujours en service. D'ici passèrent également les anciens romains et, encore aujourd'hui, on peut voir les ruines de bâtiments et de temples en bon état. La capitale du Liban est à l'heure actuelle une ville énergique, vitale, liée aux traditions, tout en étant ouverte à la mentalité occidentale, pour comprendre laquelle il faut se frayer un chemin dans une myriade de contrastes discordants. Mais c'est la nuit qu'elle se déchaîne comme on n'aurait jamais imaginé; en effet depuis 1990, après la guerre civile et sa reconstruction successive, Beyrouth s'est appropriée de nouveau la renommée de ville des loisirs qu'elle avait gagnée dans les années 60 et les boîtes de nuit pullulent tous les soirs de jeunes de différentes nationalités avec une grande envie de s'amuser. Pareillement la vie culturelle bat son plein: la capitale du Liban a toujours encouragé la créativité artistique avec des concerts, festivals, foires et événements mondains tels que les salons nautiques, salons de l'automobile, salons du jardin et les défilés de mode. La nouvelle Beyrouth Beer lancée par Kassatly Chtaura ne pouvait pas avoir un meilleur nom: celui d'une ville dynamique, courageuse et passionnée, très aimée de ses habitants.

