

L'Orient-Le Jour

vendredi 18 décembre 2020

QUOTIDIEN LIBANAIS INDÉPENDANT DEPUIS 1924

www.lorientlejour.com

SPÉCIAL e-commerce

Le e-commerce, une bouée de sauvetage en temps de pandémie

Frappés de plein fouet par la crise, la grande majorité des commerces mise sur la « distanciation » numérique pour survivre.

Le Liban traverse actuellement une crise multiple : premier défaut de paiement dans l'histoire du pays, raréfaction du dollar, retraits bancaires fortement limités, coût de la vie plus élevé, décrochage de la livre sur le marché parallèle et haut degré de corruption.

En plus de tout cela, la pandémie de Covid-19, avec la majeure partie des commerces contraints de baisser le rideau et la population invitée à se calfeutrer chez elle pendant de nombreuses semaines, a dû faire une place non négligeable aux sites d'achat en ligne.

On constate en effet un certain changement dans le paysage commercial libanais, qui s'était montré jusque-là relativement réfractaire au phénomène du e-commerce pour des raisons essentiellement culturelles et sociales. Entre la nouvelle génération des « millenials », très orientés « tech », et des personnes plus âgées qui limitent au maximum leurs déplacements en raison de la pandémie, le e-commerce commence à s'imposer comme une alternative sérieuse.

De nombreux commerçants ont dû ainsi s'adapter à la hâte et instaurer des plans de gestion de crise pour répondre à la situation afin de recadrer les priorités commerciales, tout en tenant compte de l'impact et des engagements avec toutes les parties prenantes, et de leur résilience organisationnelle. Des plans de continuité des activités ont dû être également mis en place pour protéger leurs employés, partenaires et clients. Il a fallu aussi revoir les priorités commerciales et remodeler les modèles de vente pour s'adapter au nouveau contexte sanitaire et économique.

Mais l'essor du commerce en ligne impose des défis majeurs en termes de logistique, que même les géants



La pandémie de Covid-19 a largement favorisé la « distanciation » commerciale au Liban, et surtout à travers le monde.

de la grande distribution ont eu du mal à relever. Depuis le début de la pandémie, ruptures de stocks et allongement des délais de livraison se sont accumulés. De nombreux efforts ont dû être réalisés pour raccourcir les délais d'attente de la clientèle.

Comme dans de nombreux pays, les commandes lors du premier confinement étaient marquées par des achats de précaution avec des consommateurs qui se ruèrent sur des produits de première nécessité, pour ensuite évoluer progressivement vers les besoins réels du quotidien. Une grande priorité est accordée aux produits fabriqués au Liban, qui peuvent être vendus à des prix beaucoup plus

compétitifs que ceux importés, et cela favorise en même temps l'économie locale.

Les sites internet et applications mobiles ont aussi été mis à jour pour garantir une meilleure expérience d'achat en ligne. Des vidéos, conférences et des expériences de showroom virtuel permettent aussi aux clients de voir les collections ou articles qu'ils souhaitent acheter.

Avec les restrictions sur les paiements à l'étranger, il est donc devenu difficile pour les Libanais de faire des achats via les plates-formes internationales telles qu'Amazon ou eBay, ce qui a ouvert un créneau pour les acteurs locaux capables d'offrir des

produits similaires à des tarifs plus abordables. Le « made in Lebanon » essaie aussi de s'exporter, notamment auprès des expatriés, ce qui permet de générer des rentrées d'argent frais.

Promouvoir l'équité et la transparence

À l'international, il convient de noter que l'Union européenne a instauré le règlement Platform to Business depuis le mois de juillet dernier. Celui-ci vise à établir un environnement économique équitable pour les entreprises et commerçants

utilisant les plates-formes en ligne. Il n'intervient que dans le secteur B2B, et concerne environ 7 000 plates-formes en ligne ou places de marché en Europe.

Le règlement Platform to Business interdit certaines pratiques déloyales. Ainsi, les plates-formes en ligne ne peuvent plus suspendre ou fermer des comptes de vendeurs sans motiver de façon claire leur décision et/ou sans offrir de possibilité de recours effectif. Le règlement Platform to Business demande également aux plates-formes en ligne de rendre plus

accessibles, plus claires et plus compréhensibles leurs conditions générales.

Le règlement Platform to Business impose en outre aux places de marché et moteurs de recherche d'indiquer les principaux paramètres utilisés pour le référencement des biens et services, afin de permettre aux vendeurs de développer une position compétitive et pertinente au regard des attentes des consommateurs. Les plates-formes en ligne devront indiquer les données qu'elles collectent ainsi que l'utilisation faite, notamment en cas de communication à des partenaires commerciaux.

Enfin, Platform to Business met en place un système interne de traitement des réclamations. Les États membres ont aussi la possibilité de désigner les autorités publiques nationales dotées de pouvoirs répressifs.

Critères environnementaux, sociaux et de gouvernance

Dans de nombreux pays industrialisés, un label pour le e-commerce se met en place afin d'authentifier les places de marché en ligne les plus vertueuses. En France, par exemple, le ministère de l'Économie lancera au premier trimestre 2021 une initiative qui reconnaîtra la prise en compte d'un certain nombre d'engagements ambitieux, non seulement en matière de loyauté et de transparence à l'égard de leurs partenaires commerciaux, mais aussi de protection des consommateurs, de responsabilité sociale, environnementale ou encore de fiscalité.

En effet, les consommateurs sont de plus en plus conscients de l'impact de la vente à grande échelle sur la planète. D'après une étude de la Banque mondiale, 82 % des consommateurs mondiaux ont déclaré que les préoccupations environnementales étaient désormais plus importantes que jamais suite à la pandémie du coronavirus. Les trois quarts estiment que les entreprises ont davantage la responsabilité d'agir écologiquement suite à cet épisode. Pour répondre aux demandes des consommateurs pour des solutions plus vertes, de plus en plus de transporteurs se mettent à la livraison écologique et compensent ainsi leurs émissions de carbone dues à la livraison. »

Dossier réalisé par Philippe CHALU

بنك بيروت
Bank of Beirut

SOLUTIONS ÉLECTRONIQUES POUR COMMERÇANTS ET ENTREPRISES

- COMMERCE ÉLECTRONIQUE
- SOLUTIONS DE PAIEMENT EN LIGNE
- SYSTÈME DE COLLECTE AUTOMATIQUE

POS. E-COMMERCE. SIMPLIFY
BANK OF BEIRUT PAYMENT SOLUTIONS

01/907770

MAISON DE LUXE DE HAUTE HORLOGERIE

1947
CADRANS

maisoncadrans.com

A journey through time, your story for future generations.

PATEK PHILIPPE GENEVE | ALANGE & SÖHNÉ GLANDOVE T. CH. | VACHERON CONSTANTIN GENEVE | Bell & Ross TIME INSTRUMENTS | CHAUMET PARIS

DIOR | Grand Seiko | ORIS HOLSTEIN 1884 | SEIKO | J.T. Dupont PARIS | ZENITH

Les bijoux de Nada Ghazal, un cocktail de sensations et d'émotions universelles

Nada Ghazal Fine Jewelry est une marque de haute joaillerie libanaise créée en 2004. Lauréate de plusieurs prix, elle crée des bijoux contemporains avec un design qui donne une âme à l'objet. Chaque pièce raconte une histoire personnelle qui véhicule des émotions universelles. Entretien avec Nada Ghazal, fondatrice de l'entreprise.

« Pourriez-vous brièvement nous décrire l'historique de Nada Ghazal Fine Jewelry et comment vous vous êtes adaptée à la crise sanitaire ? »

Notre marque résume les sentiments, les souvenirs et les expériences du créateur. Les moments, les pensées et les sensations sont capturés dans des vagues ondulantes d'or qui contrastent avec des diamants sertis taillés avec précision et des pierres précieuses, célébrant nos complexités uniques.

Alors que nos bijoux sont par essence profondément personnels, ils véhiculent des émotions universelles, permettant au porteur de les étreindre dans le cadre de sa propre histoire. Nos clients superposent souvent ces créations féminines audacieuses, construisant leur propre récit puissant tout en collectionnant ces pièces au fil du temps.

Le créateur pense que notre relation avec les bijoux est unique – chaque bijou est un souvenir réalisé –, un cadeau précieux, une connexion à un temps, une personne, une expérience. Ses pièces tactiles sont un rappel quotidien de notre voyage.

Comme le reste du monde, nos opérations ont été affectées par le Covid-19, notamment en raison des fermetures forcées que Beyrouth a subies récemment. Cependant, nous nous sommes adaptés en proposant à nos clients et partenaires commerciaux des visites privées sur rendez-vous dans notre showroom à D Beirut, des vidéoconférences et des expériences de showroom virtuel afin qu'ils puissent voir les collections ou les articles qu'ils souhaitent acheter.

Nos plateformes sur les réseaux sociaux et notre plateforme de commerce électronique nadaghazal.com ont également permis à nos clients de faire leurs achats dans le confort et la sécurité de leur domicile.



atelier et salle d'exposition à D Beirut, afin de nous assurer que nos clients et partenaires reçoivent leurs commandes en toute sécurité et à temps.

« Quel est votre réseau de distribution ? »

Nous avons depuis 2018 notre propre plateforme de commerce électronique à l'adresse : www.nadaghazal.com. Nous disposons également d'un showroom à D Beirut et à l'ABC Achrafieh.

À l'international, nous sommes présents chez des détaillants spécialisés au Royaume-Uni, à Dover Street Market à Londres et aux États-Unis, tels que Broken English New York & Los Angeles, Shannon Green Naples, Aleph Gallery New Port Beach, Twist Portland, Meridian Jewellers Aspen et sur le commerce électronique de plateformes telles que Moda Operandi, Atelier Mode et Objet d'Émotion. Nous poursuivons également notre croissance à l'international et serons disponibles dans le THAT Concept Store du Mall of the Emirates, à Dubaï, fin décembre 2020.

« Quelles sont les offres pour la période de Noël ? »

Inutile de dire que nos collections intemporelles « Power of Light », « Blat Beirut », « Khaizaran » et « Heritage and Heirlooms » seront également disponibles. Les clients peuvent également voir les collections pendant la saison des fêtes dans notre showroom D Beirut et à l'ABC Achrafieh et peuvent bénéficier de nos services de livraison de cadeaux à leurs proches.

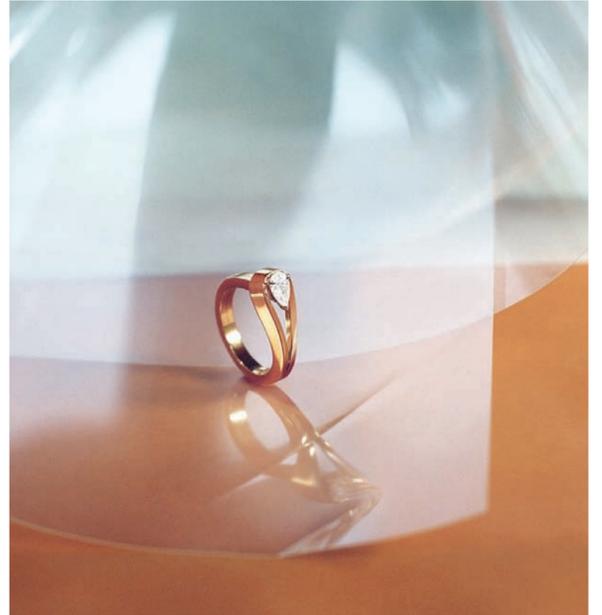
Pour ceux qui préfèrent faire leurs achats depuis leur domicile, notre boutique en ligne conviviale est disponible sur www.nadaghazal.com. Ils peuvent également consulter nos collections sur Facebook et Instagram @nadaghazaljewelry. »

Repossi : de la tradition joaillière familiale à la modernité d'un design audacieux

« Reposi, maison de haute joaillerie, perpétue l'héritage créatif familial depuis trois générations. Une tradition joaillière familiale héritée des origines de la maison à Turin en 1957, où Costantino Reposi, après des études de design industriel et un goût prononcé pour l'Art déco, ouvre sa première boutique. L'histoire se poursuit quand son fils Alberto donne à Reposi une dimension internationale en s'installant à Monte-Carlo à la fin des années 70 et devient joaillier officiel de la couronne monégasque. Du glamour des années 80 à l'élégance de l'avant-garde parisienne, la maison s'installe place Vendôme en 1986. Régénérée par la vision de Gaia Reposi depuis 2007, Reposi s'incruste dans son époque et se renouvelle, offrant en permanence une nouvelle incarnation de la joaillerie et mêlant art moderne et architecture à l'excellence de la place Vendôme pour une femme affirmée.

Gaia Reposi, troisième génération de créateurs, s'imprègne très tôt de la tradition joaillière familiale et fait table rase du passé. Entre savoir-faire traditionnel et design audacieux, la marque entre dans une nouvelle ère grâce au talent de Gaia. À l'âge de 21 ans, cette dernière reprend les rênes de la maison en 2007 en devenant directrice artistique et insuffle sa vision radicale de la joaillerie, proposant de nouveaux portés et cassant les codes de la haute joaillerie conventionnelle.

Équilibre entre passé et modernité, l'esthétique Reposi prend source dans les fondements du bijou et se mêle à l'univers artistique fort de Gaia Reposi. En tant que designer raffinée et visionnaire, Gaia s'inspire de l'art visuel moderne et contemporain et de mouvements artistiques, tels que le modernisme et l'architecture Bauhaus, ou des œuvres d'architectes tels que Tadao Ando et Le Corbusier. La jeune femme y puise le mouvement d'une courbe ou la répétition d'une ligne pour dessiner ses créations. L'essentialisme japonais et l'ethnologie des bijoux ont également joué un rôle important. Dans l'art moderne, la sculpture et l'architecture, la nature et les matières brutes se confrontent comme des « volumes géants dans un lieu vide ». Les œuvres de Richard Serra, Sterling Ruby, ou le land art de James Turrell et



Marfa de Donald Judd sont autant de sources d'influence qui nourrissent son processus créatif.

Reposi propose une joaillerie intemporelle comme un « art à porter » avec des pièces sculpturales et architecturales. Une approche audacieuse, discrète et moins conventionnelle de la joaillerie. La haute joaillerie est un terrain d'expression idéal pour Gaia, tel un laboratoire d'expérimentation. De la haute joaillerie naît la joaillerie.

Une direction artistique forte et une expertise de plusieurs dizaines d'années permettent à nos ateliers d'atteindre le plus haut niveau d'excellence et de techniques pour réaliser nos deux signatures : les diamants flottants et les systèmes d'empilement. Reposi est particulièrement renommée aujourd'hui pour ses collections emblématiques, incarnations de paradoxes, alternant plein et vide à l'instar de Serti sur Vide, reconnaissable à ses diamants flottants, Antifer aux pics et angles acérés, ou Berbère, répétition de lignes d'or minimalistes inspirées des tatouages ancestraux des tribus d'Afrique du Nord. La dernière collection de Reposi,

Serti Inversé, évoque la sculpture du mouvement et s'inspire du travail de Richard Serra. Ces créations intemporelles aux lignes résolument audacieuses et architecturales repoussent les limites des techniques d'un savoir-faire traditionnel et positionnent Reposi comme la maison de joaillerie la plus avant-garde de la place Vendôme.

En réponse aux événements qui se sont produits à Beyrouth, en août 2020, et pour venir en aide à la population libanaise, Reposi a dévoilé la nouvelle bague Berbere Chromatic, exclusivement disponible sur commande et dont les bénéfices des ventes sont reversés à la Croix-Rouge libanaise. Réinterprétation du design iconique Berbere Monotype, lancé en 2011, Reposi présente une nouvelle esthétique en or rose et laque rouge gravée du cèdre du Liban.

Reposi est très reconnaissant du généreux soutien reçu par ses clients. Grâce à eux, nous participons fièrement aux actions de la Croix-Rouge libanaise, dont la mission est de venir en aide aux victimes de l'explosion de Beyrouth. »

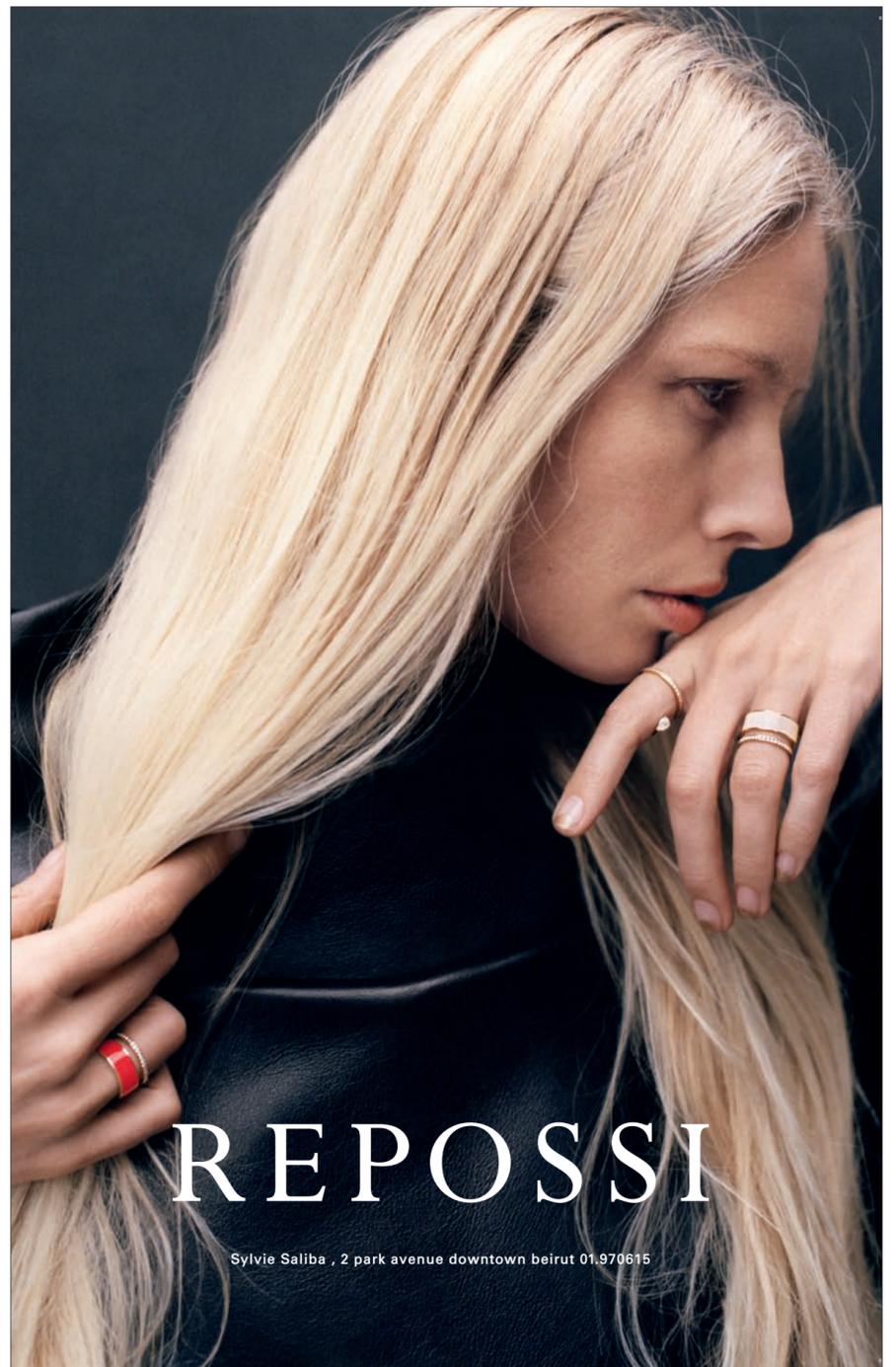


NadaGhazalJewelry

NADA GHAZAL
FINE JEWELRY

Nada Ghazal Showroom, D Beirut Karantina | Nada Ghazal Point of Sale, ABC Achrafieh

+961 1 255804 | +961 81 220064
www.nadaghazal.com



Sylvie Saliba, 2 park avenue downtown beirut 01.970615

George Hakim : la différence est dans les détails

L'histoire de la joaillerie remonte à 1875 et se poursuit encore avec des pièces de qualité, souligne Karim Hakim, un des copropriétaires de George Hakim.



Karim, Élie, Nabil et Alain entourant leur père George Hakim.

« Nous vivons des moments extraordinaires et incomparables dans l'histoire de l'humanité, allant de la crise économique mondiale due au coronavirus jusqu'à notre crise nationale politique, économique et financière »

La renommée internationale de George Hakim dans le monde de la joaillerie nous a beaucoup soutenus en gardant un lien continu avec l'Europe, le Moyen-Orient et l'Asie. Ça nous a permis de poursuivre la production et la création de bijoux et de rester à flot à travers ces temps difficiles. À part le côté artistique du bijou, nous avons affaire à une valeur sûre acquise grâce au matériel utilisé pour sa fabrication, notamment l'or, le diamant et les pierres précieuses de tout genre. Le client est doublement rassuré par son achat. Pour le consommateur libanais, il en va de même et nous faisons notre possible pour se soutenir l'un l'autre au vu de la crise bancaire actuelle.

Nous luttons contre tous les effets de cette crise afin surtout d'entretenir notre société et de maintenir le bien-être de nos employés et nos artisans, étant donné que nous nous considérons non pas seulement comme un lieu d'affaires, mais une grande famille où chacun joue son rôle et offre sa

contribution à la réussite de la joaillerie. Notre produit est en évolution constante, nous suivons les tendances tout en gardant et préservant l'élégance, le raffinement et l'intemporalité de chaque pièce.

Face à la pandémie de coronavirus, nous avons pris toutes les précautions et mesures d'hygiène nécessaires afin de protéger le client et nous-mêmes. Un aspect délicat de notre profession : le client aime essayer le joyau, voir la forme, sentir l'émotion de cette pièce artistique. Et malgré cela, nous avons maintenu toutes les mesures de précaution avec grâce et sans dégâts.

Nos diamants se distinguent par leur qualité supérieure en termes de couleur, pureté et brillance et sont parfaitement taillés pour s'insérer dans une bague ou une parure. Nous sommes constamment à la recherche des plus belles pierres précieuses pour orner nos bijoux, telles que le rubis, le saphir et l'émeraude. Grâce à son finissage exceptionnel, chacune de nos créations devient une pièce intemporelle. Nous offrons un choix de bijoux variés : moderne, classique, mariage, léger, haute joaillerie... Notre stratégie courante est surtout le commerce en ligne. C'est une niche qui se déve-

loppe de plus en plus et nous y serons présents sûrement. De plus en plus de clients recherchent cette méthode d'achat et notre priorité sera la continuité de la confiance, l'intégralité et la créativité de nos pièces uniques. Ces qualités sont essentielles afin de permettre au client d'acheter en ligne sans avoir forcément essayé le bijou. Mais quelle que soit la méthode adoptée, les clients gardent toujours un excellent souvenir de leur achat. »



Akillis : tradition et avant-gardisme



« Sylvie Saliba décrit pour L'Orient-Le Jour ce qui rend Akillis unique :

Depuis plus de dix ans Akillis défie les codes de la place Vendôme. Elle crée les attributs percutants d'une séduction joaillière affûtée – atouts singuliers des nouvelles générations avides d'une proposition résolument inédite.

Akillis est comme sa fondatrice, Caroline Gaspard : passionnée, frondeuse et intrépide. Le risque est son moteur, l'adrénaline sa récompense, l'impertinence sa révérence !

La marque prestigieuse est associée à Sylvie Saliba depuis maintenant cinq ans. La célèbre boutique, située Park Avenue, au centre-ville de Beyrouth, accueille ainsi la marque de joaillerie et ses collections iconiques destinées aux amoureux de joaillerie rock et sophistiquée.

Les visiteurs pourront retrouver les collections Bang Bang et Fatal Attraction, assemblages mixtes s'adressant aux aventuriers d'aujourd'hui, désireux d'injecter dans les codes du romantisme une dose de frissons inédits ; l'incontournable

collection Capture Me, expression la plus graphique et la plus singulière de la passion mordante selon Akillis ; mais aussi la dernière collection Tattoo, ces tatouages modernes inspirés de la gravure sur encre maorie, et des marqueurs graphiques acérés et sensuels de la marque.

À travers ses collections, Akillis injecte à ses pièces des matières et des techniques qui participent à l'allure rock ultratemporelle. Des variations de black and white, des sertis radicaux, des chaînes forçats diamantés servant ainsi à sa grammaire disruptive, radicale et sophistiquée.

Ambiance prestigieuse et conviviale

Cette année, Sylvie Saliba et son équipe, qui tiennent le cap contre vents et marées depuis 18 ans, souhaitent faire vivre à leurs visiteurs un Noël exceptionnel malgré les événements. La formule est simple : moins d'achats chez les fournisseurs, ventes sur commande et paiement en espèces.

Depuis le confinement, l'équipe est

mobilisée pour envoyer des photos via WhatsApp aux clients, ce qui permet ainsi d'organiser des visites virtuelles. Le client passe ensuite commande et récupère son colis selon la formule « pick & collect » à la boutique ou à domicile. Le paiement se fait en cash ou par envoi de lien si c'est par carte de crédit. La durée de validité des bons d'échange a été également prolongée de 4 à 6 semaines après la date d'achat.

Noël approche à grands pas et pour l'occasion, la boutique a décidé d'accepter les chèques et les cartes de crédit en dollars pour une sélection de produits au taux du dollar bancaire (lollar) calculé à 3 900 LL.

La sélection est plus intelligente, certes moins importante, mais encore et toujours à la page pour satisfaire l'attente de la clientèle. La boutique est normalement ouverte du lundi au samedi de 10h à 19h et, durant le mois de décembre, ouverture également les dimanches de 12h à 19h.

Sylvie Saliba, 2 Park Avenue, centre-ville, Beyrouth – Liban. Numéros commerciaux : 70-332514 et 76-503330. »

YOU. YOUR EARRINGS.
A BEAUTIFUL PAIR.

GEORGE HAKIM
Since 1875

A K I L L I S

JOAILLERIE PARIS

TATTOO COLLECTION - GOLD, TITANIUM & DIAMONDS
SYLVIE SALIBA - 2 PARK AVENUE DOWNTOWN BEIRUT +961 1 970 616

myHoldal : une plateforme électronique adaptée pour une continuité en ligne de l'offre produits

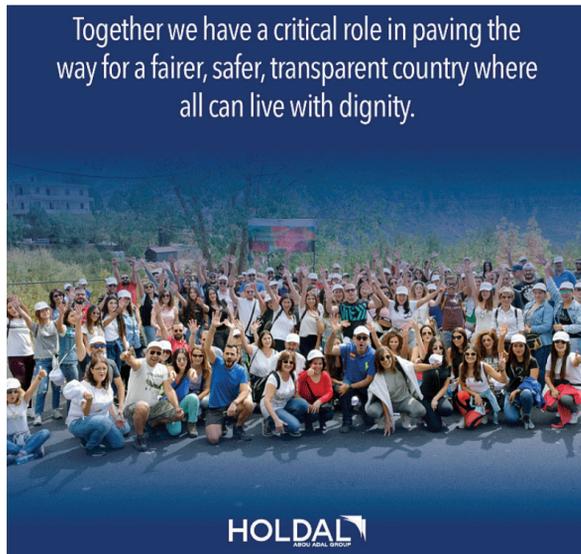
Alors que le Liban est confronté aux crises les plus aiguës de son histoire moderne, il est tout de même réconfortant de trouver des compagnies qui donnent du baume au cœur. Holdal est de celles-là, notamment grâce à sa réactivité sur le terrain, l'installation de ses plateformes en ligne, et son esprit de solidarité à l'égard de sa communauté. Description des challenges et des solutions apportées.

« L'épidémie de Covid-19 et la tragédie du 4 août à Beyrouth ont aggravé une situation déjà alarmante depuis quelques années, laissant le pays face à la pire crise de ses cent ans d'existence. On peut imaginer qu'avec un tel environnement, les entreprises sont en mode survie... pour celles qui en sont encore capables. À notre niveau, la liste de défis auxquels nous sommes confrontés est immense.

Au cours des 12 derniers mois, nous avons travaillé sur un plan de gestion de crise pour répondre à la situation au Liban, bien avant que la crise du coronavirus ne nous frappe. Nous avons mis en place un groupe de travail avec différents domaines d'intervention afin de recadrer nos priorités commerciales, tout en tenant compte de l'impact sur notre collectivité, de notre résilience organisationnelle et de notre engagement avec toutes les parties prenantes. Pour répondre à la situation de pandémie, nous avons formé en quelques jours un comité pour établir un plan de continuité des activités et le diffuser dans toute l'organisation. Cela a été une priorité quotidienne permanente pour protéger nos collègues, nos partenaires et nos clients.

Nous avons concentré tous nos efforts sur l'humain d'abord : assurer la sécurité et le bien-être en premier lieu, garantir un emploi continu à tous, malgré le contexte très difficile, avec des fonds de solidarité pour compenser la forte inflation, reconstruire 60 habitations de nos collègues qui ont été détruites, augmenter notre financement des bourses scolaires afin d'assurer la poursuite de l'éducation de leurs enfants, fournir un soutien médical, social en continu. Nous sommes en train de réparer nos magasins dont la majorité ont été soufflés par les explosions.

Pour la collectivité dans son ensemble, nous avons pris contact avec nos partenaires internationaux, qui ont répondu généreusement à notre appel



à l'aide pour soutenir les familles touchées par l'explosion, grâce à des dons en nature et des soutiens financiers. Nous nous concentrons actuellement sur la formation continue des micro-entreprises car cela relève de notre devoir.

Depuis 12 mois, nous sommes en train de revoir nos priorités commerciales, remodeler notre modèle de vente pour nous adapter au nouveau contexte. Nous avons priorisé les produits de première nécessité pour soutenir notre communauté, à savoir les produits de santé, d'hygiène personnelle et de soins à domicile, en mettant l'accent sur notre chaîne d'approvisionnement et nos opérations de fabrication locale (i.e. Lagoon, Mancode).

Pour le domaine de la vente au détail, fortement impacté, nous avons développé plusieurs solutions et plateformes en ligne pour servir nos consommateurs à travers plusieurs

catégories de produits via la plateforme [myHoldal.com](https://myholdal.com), Tercel, ainsi que des partenariats avec des sociétés de commerce électronique. Nous lançons également maisoncadrans.com et d'autres plateformes en ligne.

Dans ce contexte si difficile, les fêtes de fin d'année prennent une tout autre signification. Nous misons donc sur des partenariats avec des entrepreneurs, des designers et des talents locaux ainsi que des ONG pour soutenir notre collectivité via nos plateformes et boutiques i.e. <https://myholdal.com/pages/my-lebanese-corner>.

Enfin, nous réfléchissons surtout à l'impact économique ; nous avons donc développé une gamme de cadeaux abordables et responsables, confectionnés par des partenaires libanais pour maintenir l'esprit de partage et de générosité et afin de promouvoir les acteurs locaux. »

Vhernier : créer le bijou qui n'existe pas encore



Bague Pirouette, or rose.



Bague Freccia, or rose et cristal de roche turquoise.

« Les racines de Vhernier remontent au désir de créer des bijoux contemporains pas comme les autres. Vhernier est fondée en 1984 par un sculpteur et une jeune femme possédant une connaissance approfondie de la joaillerie et de ses techniques les plus sophistiquées. Lassés de la banalité et du conformisme du secteur, ils aspiraient à trouver une nouvelle approche de la joaillerie qui allierait le métier d'orfèvre aux formes et couleurs de l'art moderne et contemporain.

Les premières pièces ont fait leur apparition après des recherches approfondies, car le désir de développer de nouveaux bijoux était lié à une exigence fondamentale : chacun devait avoir une portabilité exceptionnelle. C'est à cette époque que sont nés la Pirouette, l'Abbraccio et le Tourbillon, des bagues sculpturales aux formes audacieuses mais sobres, et les bracelets Sorpresa. Leur rondeur rappelle certaines formes de Constantin Brancusi ; leur mouvement, les sculptures de Jean Arp ; et dans leur pouvoir de surprendre, ils évoquent les barres obliques de Lucio Fontana.

Avec son rejet remarquable du statu quo, la joaillerie Vhernier s'est toujours démarquée par sa singularité, sa modernité, sa portabilité et la qualité irréprochable de ses créations. Ses bijoux merveilleusement anticonformistes sont le résultat du mélange de l'artisanat traditionnel et de l'approche expérimentale des formes et des matériaux ; toutes les pièces sont entièrement fabriquées à la main par des maîtres artisans hautement qualifiés en Italie, utilisant uniquement les plus beaux matériaux naturels dans le but de sauvegarder un savoir-faire artisanal qui est en soi un trésor national.

Chaque création est une « forme de résistance » à la banalité et à l'imitation.

Présentant souvent des dimensions importantes, les bijoux de Vhernier sont appréciés par ceux qui aiment se démarquer sans se faire valoir. Les pièces sont sculpturales, mais toujours avec un sens du mouvement, avec un dynamisme qui est un élément essentiel de la contemporanéité. La lumière se reflète sur les formes arrondies et irrégulières, illuminant le visage, les poignets, les mains. Toutes les pièces sont conçues de manière ergonomique pour être divinement confortables à porter, car les formes sont conçues avec le corps du porteur et l'espace environnant à l'esprit. Les anneaux sont inclinés, les clips d'oreilles embrassent le lobe, et les colliers reposent subtilement le long de la clavicle entre le cou et les épaules.

L'admiration pour les formes harmoniques se traduit par le choix de créer des formes fluides, sans interruptions visibles. Accomplissant son destin de pionnier de la joaillerie contemporaine, Vhernier a exploré un territoire inexploré pour créer de nouvelles formes de beauté, qui sont devenues les signatures incontournables de la marque. Cela inclut un processus de moulage d'or parfait pour obtenir des surfaces en or, au fini miroir, exceptionnellement grandes, comme dans les clips d'oreilles Kiss. Le Trasparenze est une technique pour laquelle la marque est la plus reconnue : en superposant des pierres naturellement opaques avec une couche de cristal de roche, le travail de Vhernier ajoute de la brillance aux pierres et crée presque une illusion d'optique. Comme dans la bague Aladino : vue du haut, la couleur de la pierre principale brille à travers, tandis que le profil de la pièce ne montre que

la transparence claire du cristal.

Mais Vhernier n'est pas que de la créativité. C'est aussi des techniques d'ingénierie pour fabriquer des pièces avec la plus grande précision, comme les bracelets Sorpresa : lorsqu'ils sont plats, ils ont l'air d'être faits uniquement d'or. Pourtant, lorsque les maillons sont légèrement séparés en plaçant la pièce sur le poignet, les charnières révèlent leurs pierres précieuses cachées. Velouté, compact et lumineux d'une superbe luminosité, le pavé de Vhernier offre un standard d'excellence qui est utilisé comme point de référence dans la création de bijoux. Chaque pierre est sertie de seulement deux griffes, au lieu des quatre standards de l'industrie, garantissant la plus petite quantité de métal visible : le résultat est un tapis sans fin de diamants lumineux et brillants.

Le nouveau modèle Eyeliner Pavé, qui est utilisé dans les oreillettes Verso, est un autre exemple de virtuosité artisanale : avec un design très complexe, sa base est ornée de diamants, et la manière apparemment décontractée dont ils sont sertis suscite un frisson d'excitation. Les recherches incessantes de la marque ont conduit Vhernier à être le pionnier de l'utilisation de matériaux non conventionnels qui, grâce à un niveau supérieur de savoir-faire et de créativité, ont apporté des innovations sophistiquées qui continuent de surprendre à chaque sortie de collection. De l'ébène au kogolong, du titane au bronze qui, avec l'or, est la vedette de la dernière collection Coucher du Soleil, Vhernier reste fidèle à son idée originale : libérer les gens des contraintes de l'élégance conventionnelle et datée en leur donnant la possibilité de se démarquer grâce à une sophistication exquise. »

myHOLDAL

Enjoy a unique shopping experience at

myholdal.com

LACOSTE LONGCHAMP FRATELLI ROSSETTI kipling ST Dupont SEIKO ALBA

DELSEY VICTORINOX WENGER Go HUGO BOSS Design by FABRIZIO Mustela BOBBI BROWN

ESTÉE LAUDER CLINIQUE HORMETA PHYTO DUDA clapha Mercedes-Benz

MICHAEL KORS DKNY Salvatore Ferragamo emanuel ungaro Ermenegildo Zegna LE COUVENT

vhernier.com

VHERNIER

MILANO

SYLVIE SALIBA

BEIRUT, DOWNTOWN, 2 PARK AVENUE, +961 1 970615

Exotica : expertise libanaise et entreprise pionnière du commerce en ligne

Marc Debbané, directeur général d'Exotica, nous explique ce qui a fait le succès de l'entreprise depuis plus de 40 ans.

Quels sont les principaux défis auxquels Exotica doit faire face dans le contexte actuel ?

Cette année, comme l'ensemble des sociétés au Liban, nous avons dû faire face à une double peine : le Covid-19 en plus d'une crise économique.

Depuis le mois de mars, nous vivons de confinement en confinement, ouvrant nos magasins ou les fermant en fonction des décisions du ministère de la Santé. Afin de répondre aux besoins de nos clients, particuliers comme institutionnels, nous avons dû renforcer nos équipes et nos plateformes numériques et avons décidé d'accompagner nos clients sur l'ensemble du territoire libanais, dans toutes les occasions qui leur tiennent particulièrement à cœur (anniversaire, naissance, enterrement), en livrant jusqu'à leur domicile les commandes placées sur notre site web ou par téléphone.

Bien sûr, nous prenons toujours toutes les mesures sanitaires requises pour protéger nos collaborateurs et nos clients : désinfection quotidienne de nos ateliers et bureaux, port du masque obligatoire, distanciation sociale dans nos locaux et magasins.

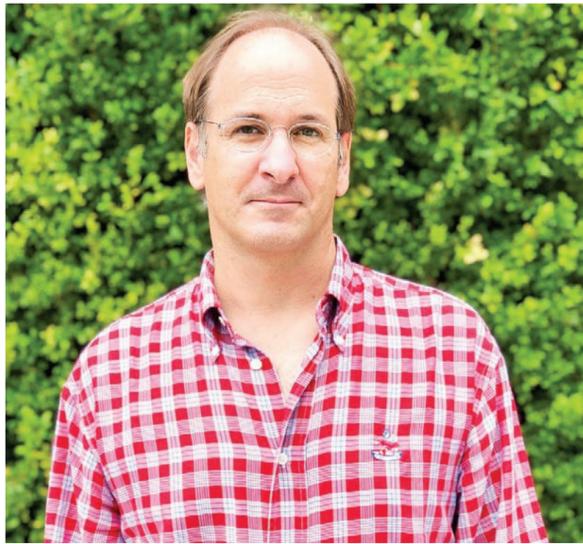
Mais le défi le plus important en 2020 reste la crise économique sans pareille que connaît le Liban. Nous nous battons au quotidien pour assurer la pérennité de notre entreprise. Pour faire face à la flambée des prix, nous avons revisité notre offre, augmenté notre production de plantes et de fleurs locales et créé des produits plus adaptés au pouvoir d'achat dégradé des Libanais.

Au niveau de notre commerce en ligne, nous avons dû faire face à la restriction imposée par les banques sur l'usage des cartes de crédit.

Depuis le lancement de notre site en 1998, nos prix et notre passerelle de paiement ont toujours été en dollars. Comme nos clients au Liban n'arrivaient plus à payer leurs achats en ligne, nous avons mis en place un nouveau site destiné à la clientèle locale où les prix et la passerelle de paiement sont en livres libanaises.

Parlez-nous des produits que vous avez récemment lancés, notamment pour les fêtes de fin d'année ?

Nous avons lancé en automne, et



ce pour la première fois, une collection 100 % libanaise. Toutes les fleurs utilisées dans les arrangements provenaient de nos serres ou de chez les agriculteurs locaux ; les plantes telles que les Epipremnum, Philodendron ou Chlorophytum ont été cultivées par nos soins dans notre pépinière à Zouk Mosbeh ; les vases ont été fabriqués à partir des débris de verre de la terrible explosion de Beyrouth ; et les paniers ont été exécutés par les élèves de la Lebanese School for the Blind and Deaf.

Pour Noël, nous avons créé « The Craft Collection ». Entièrement créée et façonnée par nos fleuristes, cette nouvelle collection a été réalisée à base de matières naturelles ou recyclées, sélectionnées par nos fleuristes dans la nature libanaise. Elle est unique et reflète notre savoir-faire ainsi que notre créativité et notre style. Elle est vendue en ligne et dans nos boutiques à des prix abordables.

Quelle est la stratégie d'Exotica, en particulier dans le commerce électronique ?

Notre marque est connue et reconnue partout dans le monde arabe et fait partie intégrante du paysage li-

banais. Nous avons un lien émotionnel profond avec nos clients, puisque nous sommes présents dans tous les moments importants de leur vie et ce depuis plus de 40 ans. Nous sommes que les autres, des nouvelles naissances au sein des familles, de la nostalgie de ces Libanais de la diaspora qui sont loin du pays. Nous voulons continuer à faire partie de la vie de tous les Libanais. Pour cela, notre stratégie dans ce pays repose sur 3 axes :

- Revoir notre offre de façon à proposer des prix étudiés et adaptés au pouvoir d'achat en baisse.

- Élargir la gamme de notre propre production de plantes et fleurs grâce à l'augmentation des surfaces plantées.

- Continuer à développer et stimuler la créativité de nos équipes grâce à des formations et des séminaires, afin de continuer à nous démarquer de la concurrence.

Pour ce qui est du commerce électronique, notre objectif est d'élargir notre base clientèle à l'étranger où se trouve la majorité de nos habitués. Nous voulons donc mettre en place des leviers de croissance pour mieux cibler et pénétrer le marché de la diaspora libanaise. ”

Enoteca : une adaptation rapide face à la crise, et un vin de qualité toujours disponible

Enoteca est une société spécialisée dans l'importation, la vente et la distribution de vins et alcools de toutes les régions du monde à destination du marché libanais. Depuis sa création en 1993, Enoteca opère sur la base d'un seul critère : la qualité des vins proposés.

Quels sont les principaux défis auxquels Enoteca doit faire face dans le contexte actuel (Covid-19, crise économique...)?

Concernant le coronavirus, nous avons pris toutes les dispositions nécessaires afin de protéger nos employés et clients : port du masque obligatoire et produit désinfectant à l'entrée des magasins. Tous les jours, nous désinfectons les magasins ainsi que nos véhicules de livraison, afin de limiter au maximum le risque de contamination.

Pour ce qui est de la crise économique, la plus grande difficulté est illustrée par les restrictions imposées par les établissements bancaires qui rendent nos opérations plus compliquées que d'habitude, mais nous nous sommes rapidement adaptés et poursuivons le travail malgré tout.

Les secteurs les plus touchés sont la restauration, l'hôtellerie et les services traiteurs qui ont été énormément éprouvés en raison de la crise sanitaire et de la double explosion au port de Beyrouth. Nous avons de fait observé un changement du mode de consommation, les clients consommant moins au restaurant que dans les maisons.

Quels sont les produits que vous avez récemment lancés, notamment pour les fêtes de fin d'année ?

Cette année, nous offrons la même gamme de produits que d'habitude. Par contre, nous avons introduit nombre de produits locaux. En accord avec plusieurs producteurs de vin, nous avons ainsi diversifié notre offre en proposant des cuvées ou millésimes qui ne sont plus disponibles sur le marché. Nous avons généralement en décembre une partie de notre activité qui était générée par les sociétés, cette année nous avons une offre qui correspond davantage aux particuliers.

Dans le souci de contribuer à la communauté locale, nous avons aussi sélectionné des artisans libanais et



proposons leurs produits à la vente pendant la période des fêtes. Nous avons aussi élargi notre gamme de spiritueux et avons une offre comportant aussi des produits locaux.

Quelle est la stratégie d'Enoteca, en particulier dans le commerce électronique ?

Comme vous pouvez vous en douter, nous avons adapté notre gamme de produits afin de suivre les tendances du marché et pouvoir offrir des prix compétitifs malgré la dévaluation de la monnaie nationale. En dépit des incertitudes, nous avons pris nos dispositions afin de pouvoir maintenir nos activités.

Nous avions un site déjà opérationnel avant la crise sanitaire. Malgré les fermetures de magasins et grâce à notre site, nous avons pu maintenir

un niveau d'activité satisfaisant. Nous avons mis en place un service clientèle afin de répondre aux attentes de nos habitués et pouvoir les conseiller en ligne. Grâce à notre site, nous touchons aujourd'hui une clientèle plus large et plus dispersée géographiquement.

Sur le site web, vous trouverez une sélection de vins, champagnes, spiritueux et des cadeaux de Noël que vous pouvez faire livrer directement à vos proches. Vous trouverez aussi tous les détails concernant les produits, tels que les cépages ou les accords mets et vins. Notre page est constamment mise à jour et vous y découvrirez régulièrement de nouvelles propositions. Enfin, nous proposons plusieurs modes de paiement, soit en ligne, soit par carte de crédit à la livraison, ou en espèces à la réception de la commande. ”

EXOTICA
THE CRAFT COLLECTION

A responsible, all-natural and down-to-earth Christmas Collection of ornaments and deco items sustainably sourced from nature.

Designed and handcrafted by our team to complement the traditional way of celebrating Christmas.

Ashrafieh 01333319 Jounieh 09933863 Naqqache 04520960 Verdun 01865542

Hotline 1533 www.exotica.com

SHOP ONLINE YOUR CHRISTMAS GIFTS!

- 24** SAME DAY DELIVERY IN BEIRUT, GREATER BEIRUT AND METN AREAS
- FREE DELIVERY FOR ORDERS ABOVE 75,000 LBP
- EXCLUSIVE OFFERS AND WEEKLY NEW ARRIVALS

Bringing the world of Wine & Spirits to you!

www.enoteca.com.lb

DELIVERY ACROSS ALL LEBANON

The Net Group : une stratégie e-commerce centrée sur le client

The Net est une entreprise de traitement automatisé de commerce électronique dont les opérations sont destinées à répondre à une forte demande de e-commerce. Entretien avec Mourad Aoun, président-directeur général de la société.

Quels sont les principaux défis auxquels vous faites face dans le contexte actuel ?

L'émergence du Covid-19 et le confinement ont poussé de nombreuses entreprises à transférer leurs activités en ligne. Nous sommes en fait confrontés à une augmentation considérable des achats sur internet et avons dû nous adapter très rapidement. Cependant, le confinement a gravement affecté notre efficacité, car nous avons dû faire face à des délais de livraison très serrés par rapport à la forte hausse des commandes.

En ce qui concerne la crise économique, nous sommes confrontés à des problèmes de tarification, notamment avec les différents taux de change en circulation (dollar frais, dollar bancaire et livre libanaise). Du point de vue du commerce électronique, cela a considérablement affecté les activités en ralentissant les achats à l'international, en augmentant les paiements en espèces à la livraison et en supprimant presque les moyens de paiement par carte bancaire. Par conséquent, notre fonctionnement s'en est trouvé gravement impacté, notamment sur la gestion du flux de trésorerie avec les livreurs.

Quels produits avez-vous récemment lancés ?

Début 2020, Net a ouvert son centre de traitement automatisé dédié au commerce électronique, le premier du genre dans la région du Levant. Ce centre de 2 000 mètres carrés situé à la Quarantaine répond à la demande croissante avec une capacité de traitement de 6 000 commandes en ligne par jour de manière rapide et efficace. Les systèmes installés sont conçus pour soutenir le commerce B2C en offrant des délais de prélèvement, d'emballage et d'expédition plus rapides, ainsi qu'un service de livraison à la clientèle avec un suivi en temps réel, les aidant ainsi à gérer leur stock et leurs commandes.



Mourad Aoun, président-directeur général de Net.

Les clients peuvent également stocker leur marchandise dans notre centre de distribution pour seulement 39,99 dollars par mois (jusqu'à 4 m³ de volume) et intégrer leur propre plateforme électronique à notre système. Les commandes des clients sont ensuite directement transférées au centre de distribution où les produits sont emballés, étiquetés et livrés au client le moment voulu.

L'objectif de Net avec ce centre est de gérer l'exécution et les livraisons des commandes de la clientèle, et, en retour, les aider à fournir à leurs clients une livraison plus rapide et une meilleure expérience client.

Quels autres services de livraison innovants proposez-vous ?

Bien que les achats en ligne soient pratiques, la livraison devrait suivre et c'est un défi pour les gens que d'attendre leur colis toute la journée à la maison. Nous avons créé « Net Point » et « Net Locker », deux solutions de livraison innovantes, offrant plus de facilités au client. Net Point permet aux clients de récupérer/déposer leurs colis dans plusieurs endroits autorisés à travers le Liban, même aux heures tardives et durant les week-ends. Tandis que Net Locker est une solution de

dépôt sans contact en libre-service, où les clients récupèrent leur colis dans un casier près de chez eux avec un code fourni par Net. Ces deux services sont parfaitement conçus pour un accès 24h/7j avec une facilité et une flexibilité ultimes. Actuellement, Net Locker est très peu utilisé car il nécessite un paiement par carte bancaire, alors que la plupart des envois se font avec paiement en espèces à la livraison.

Quelle est la stratégie du groupe Net, en particulier dans le commerce électronique ?

Net capitalise sur son centre de traitement automatisé du commerce électronique, tout en intensifiant ses opérations pour répondre à une forte demande du e-commerce, en répondant aux besoins des PME à travers le Liban et en aidant les marques locales à expédier leurs marchandises à l'étranger. Nous reproduisons dans un avenir proche notre centre de distribution en Jordanie et en Irak où nous opérons actuellement.

Notre stratégie consiste à rester centrés sur le client en étant agiles pour faire face aux modèles de demande des clients, en particulier avec la logistique de retour où nous avons conçu des produits spécifiques pour faire face au comportement des consommateurs et aux besoins des commerçants. Nous avons également un modèle commercial flexible qui répond à cette nouvelle génération de consommateurs qui recherchent une expérience client transparente à chaque point de contact (de la commande à la livraison et jusqu'au paiement). À partir de janvier 2021, nous passerons de la facturation papier à la facturation électronique, permettant ainsi à nos clients de recevoir des factures et des reçus électroniques, et d'effectuer des paiements en ligne. Nous allons également lancer une plateforme en ligne améliorée où les clients pourront réserver tous leurs envois en ligne sans avoir à consulter un agent du service clientèle. »

Vintage : le numérique au service de la clientèle

Lise Bawab, senior spirits manager au sein du groupe Bocti, décrit pour « L'Orient-Le Jour » les atouts de la plateforme de vente en ligne.

« Les défis sont nombreux, variés, et n'ont cessé de se multiplier depuis plus d'un an maintenant ! La crise économique et surtout financière ainsi que la dévaluation massive de la livre libanaise que subit notre pays font qu'il est devenu extrêmement complexe d'opérer avec une politique de prix logique. Vintage, et tout le secteur des vins et spiritueux, ne constitue certainement pas une priorité dans le choix des consommateurs, et donc les défis et difficultés sont très difficiles à surmonter.

Depuis le mois d'octobre 2019, nous avons dû fermer notre boutique de détail au centre-ville plusieurs semaines d'affilée, et cela s'est encore accentué avec la crise du Covid-19, à la fin du premier trimestre 2020 !

Ces fermetures ont été coûteuses en frais fixes et en gestion de stocks. Mais nous avons heureusement lancé en mars 2020 une plateforme de vente en ligne, « Vintage Fine Wine Spirits », et sommes ravis dans ce contexte tellement négatif qu'elle ait été lancée au moment où les consommateurs entamaient les différentes étapes du confinement. Une situation qui a sans cesse accéléré les commandes en ligne d'une façon assez impressionnante et exponentielle.

Nous avons un choix très large et varié de différents vins et spiritueux à tous les budgets pour satisfaire un maximum de consommateurs à travers tout le Liban. Nous avons ainsi



constaté que les ventes en ligne ont eu un grand succès, et cela est toujours le cas, car nous prévoyons leur accroissement substantiel dans les prochaines années.

Pour cette période de fin 2020, nous avons voulu continuer à avoir un choix riche, varié et élargi pour créer un esprit de fête, qui pour nous est important dans le contexte extrêmement difficile par lequel passe notre pays. Nous sommes déterminés à croire en l'avenir et à offrir des choix intéressants, surtout à des budgets acceptables.

Nous avons fondé deux types d'associations avec des ONG pour aider à la reconstruction des maisons libanaises et subvenir à une partie des besoins de quelques familles, même si ce ne sont que des aides symboliques au vu de l'importance des demandes

et des dégâts.

Enfin, nous avons ajouté à notre portfolio la merveilleuse et passionnante maison La Tourba, qui produit des vins de grande qualité avec différents cépages intéressants, ainsi qu'un vin pétillant « méthode champenoise » travaillé de façon artisanale. L'histoire de cette maison est captivante et nous sommes extrêmement fiers de notre solide partenariat.

Bref, malgré les terribles difficultés, nous restons déterminés à nous battre pour protéger notre entreprise, ainsi que ses merveilleuses équipes au sein de Vintage et Gabriel Bocti SAL. Et nous allons bien évidemment accélérer très fortement notre présence numérique, après avoir été les pionniers de cette expansion dans cette catégorie, désormais prioritaire dans toute stratégie future. »



Putting your online orders in line at our e-commerce fulfillment center.



Instant order preparation



Delivery tracking visibility



Coverage across Lebanon

Call 1269 for more details



www.thenet.group

Enjoy the Holidays order online

Vintage Fine Wine & Spirits



DOWNLOAD OUR APP AND BENEFIT FROM

15% DISCOUNT IN DECEMBER

PROMO CODE: VINTAGE15



Noël 2020 de Patchi : montez plus haut avec un bonheur coloré

Sandra Wehbé, spécialiste marketing digital chez Patchi, nous décrit la collection de Noël 2020 de la maison.

Après une année difficile qui semble sombre, cette saison bénie est un rappel réconfortant qu'il y a toujours de la lumière. Le bonheur est ici. Il nous entoure. Nous devons simplement ouvrir les yeux. Le bonheur nous sourit dans les gestes quotidiens, les mots doux, le partage, la compassion, le don, les rires entre amis, les discussions avec la famille, les rassemblements socialement éloignés et les festivités. La gratitude s'exprime toujours pour ces moments uniques.

Ce Noël est une véritable célébration de ce qui compte le plus : profiter des petites choses de la vie qui font une réelle différence. Les instants qui vous élèvent et vous transportent dans un monde de rêves et d'imagination. Cette saison, envollez-vous avec Patchi en montgolfière et évadez-vous dans un royaume aux représentations joyeuses. Une expérience colorée de lilas luxuriant, de magenta profond, de bleu ciel, de beige ensoleillé, de rose riche et d'or royal. Chaque article de la collection Noël 2020 de Patchi est un merveilleux cadeau en chocolat qui dit joyeusement « joyeux Noël » à la famille, aux amis et aux collègues de travail.

Élevez-vous au-dessus des nuages avec des chocolats de qualité supérieure, emballés, non emballés et décorés de toutes les saveurs : spécialités de Noël comme le dôme, les truffes et les marrons glacés ; et d'authentiques macarons français. Explorez un monde de boîtes attrayantes et un arc-en-ciel qui accompagneront vos centres de table, vases, bols, plateaux ainsi que les bocaux en verre, porcelaine, cristal, argent, métal et bois.

Envolez-vous avec la célèbre ligne « Gourmandines » et sa large gamme de boîtes et paniers magnifiquement conçus. Célébrez les petites choses de la vie avec la ligne « Small Ideas ». Profitez d'horizons infinis avec la ligne de coffrets cadeaux qui associe des chocolats à un accessoire enchanteur. Montrez que le ciel est la limite avec la collection des arrangements de chocolats, qui vous donne un choix illimité. Soyez imaginatif avec la collection Santa, qui libère les doux rêves de chaque enfant. Et laissez votre marque professionnelle briller avec la collection de cadeaux d'entreprise.



Tous les cadeaux incarnent une appréciation des bonnes choses de la vie et le bonheur du moment.

Achetez en ligne et laissez votre cadeau parcourir le monde

Cette saison, vous pouvez rester en sécurité et acheter la collection Noël 2020 de Patchi dans le confort de votre maison. Conviviale et facile à naviguer, la plate-forme de commerce électronique exclusive de Patchi est une passerelle vers un univers de luxe accessible et de vaste choix. C'est une expérience d'achat enrichissante. Une chance de renouer avec les souvenirs, les moments et l'anticipation. Une occasion de partager une douce joie avec ses proches. Un vol à travers le monde depuis votre ordinateur ou votre téléphone portable. Bien que voyager puisse être difficile maintenant, vous pouvez toujours envoyer à votre grand-mère à Saïda le cadeau parfait si vous vivez à Montréal ou rappeler à votre fils à New York le Noël à la maison de Jounieh. Vous pouvez célébrer le réveillon du Nouvel An avec vos vieux amis de vos années universitaires qui sont maintenant dispersés à Londres, Riyad, Montréal et Beyrouth, tout en vous remémorant le bon vieux temps et en vous faisant livrer des chocolats Patchi.

Avec des boutiques en ligne pour le Liban, le royaume d'Arabie saoudite, le Royaume-Uni, les États-Unis et le Canada, la distance géographique disparaît. Tout est tarifé dans votre devise locale et la livraison est rapide et fiable. Il est facile de surprendre un ami ou un membre de la famille avec un cadeau attentionné livré directement à sa porte. Ou de faire bonne impression en envoyant des cadeaux d'entreprise directement aux bureaux des collègues et partenaires commerciaux. Et la boutique en ligne de Patchi offre bien plus que la collection de Noël. Si vous voulez être unique, vous pouvez créer votre boîte en sélectionnant les joyaux de chocolats premium que vous voulez. Vous pouvez personnaliser les boîtes de chocolats en fonction du type (chocolat noir, au lait, blanc ou assorti), du produit (boîte de tous les jours ou boîte de luxe...). Vous pouvez célébrer les occasions spéciales de la vie avec une naissance, un anniversaire, un remerciement, des félicitations et des cadeaux romantiques. Ou apporter un sourire sur le visage d'un enfant avec la collection Patchino. Chaque article est une expression élégante de compassion, de partage et de don. Une déclaration élégante qui capture l'ambiance et définit les tendances. ”

Barista : un pionnier de l'espresso au Liban depuis plus de 20 ans

Roy Daniel, président directeur général de Barista, nous explicite les défis auxquels fait face l'entreprise et nous fait part des nouveaux moyens numériques pour commander la petite dose de bonheur dans une tasse.

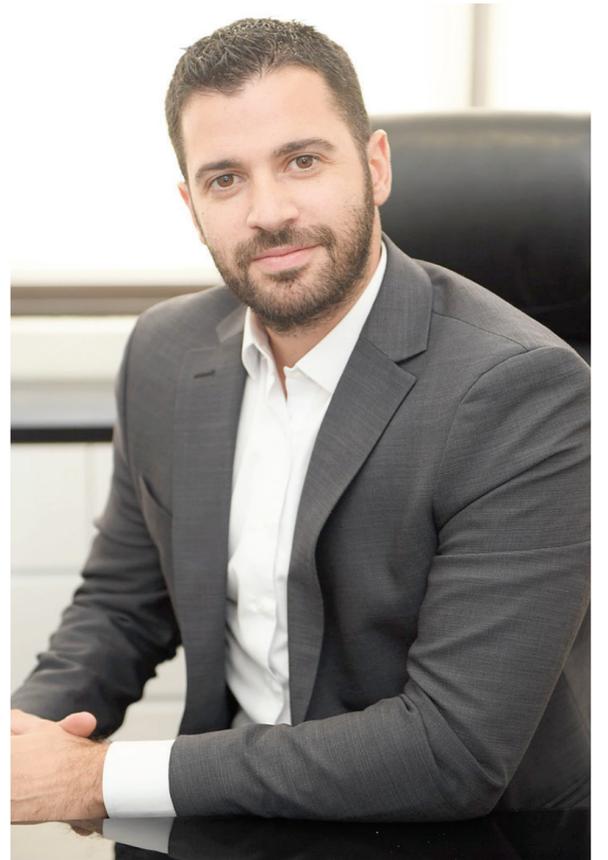
Dire que 2020 fut un défi serait un euphémisme. Pas une seule entreprise au monde ne peut envisager de revoir sa stratégie pour faire face à une pandémie qui ne se produira qu'une fois en un siècle. Inutile de dire qu'au Liban, le coefficient de difficulté de ce défi est décuplé. Notre situation économique, très fidèlement reflétée par le taux de change qui multiplie les prix par 4 ou 5, ainsi que l'hyperinflation que nous traversons, constitue à elle seule un défi presque insurmontable.

La majorité des matières premières que nous utilisons est importée et cela signifie que nous avons besoin de devises fraîches, qui ne sont disponibles qu'au marché noir. Depuis le début de la crise, nous avons fait de notre mieux pour absorber la fluctuation des taux, mais nous avons dû augmenter nos prix pour couvrir cette différence. La fidélité de notre clientèle est notre principal atout et nous faisons donc tout ce qui est en notre pouvoir pour la préserver et la développer. Une chose est sûre cependant : nous ne ferons jamais de compromis sur la qualité de nos produits et services.

Le coronavirus auquel le monde est confronté a changé la donne : les gens trouvent qu'il est beaucoup plus pratique de commander en ligne. Heureusement que notre infrastructure numérique était déjà bien en place avant la pandémie. Aussi, la tendance est clairement en train de changer et chez Barista, nous faisons tout le nécessaire pour répondre aux besoins de nos clients. Voici par exemple quelques moyens numériques de commander chez nous votre café :

- Site web : www.barista-espresso.com
- Application : MyBarista (compatible Android et iOS)
- Hotline WhatsApp : 81COFFEE

De plus, Barista est présent sur tous les sites web ou applications des principaux détaillants en ligne au Liban. La stratégie est claire : nous voulons que notre café soit à



Roy Daniel, président directeur général de Barista.

un clic de touche ou de souris du consommateur. De plus, sur toutes nos plateformes, vous pouvez commander des machines et accessoires, gagner des points de fidélité, demander la maintenance de votre machine ou encore réserver votre session de formation café.

Il convient de signaler que nous avons aussi lancé récemment une

nouvelle gamme de café : The Instant Coffee. Trois nouveaux mélanges (Classic, Gold et Gold Decaf) ont été ajoutés à notre gamme de produits. En tant qu'experts du café, nous sommes conscients qu'il est de notre devoir d'élargir notre gamme et d'être le guichet unique qui vous fournira votre petite dose de bonheur dans une tasse. ”

Patchi
HEARTMADE

SHOP THE WONDERFUL
CHOCOLATE GIFT FOR
A HAPPY CHRISTMAS

patchi.com

BARISTA®

SHOP FROM
OUR APP
OR WEBSITE

\$1=1510 LBP

MyBarista

Available on the App Store
Available on Google play

www.barista-espresso.com

Covid-19 : la crise n'épargne pas certaines TPE/PME

Confinements, magasins désertés, le e-commerce semblait avoir toutes les cartes en main pour tirer son épingle du jeu. Pourtant, certaines TPE/PME en Europe sont aujourd'hui en souffrance. Les soutenir et les aider dans leurs problématiques de trésorerie est impératif pour limiter au maximum les répercussions économiques de la crise actuelle.



Une carte bancaire, un téléphone, et le tour est joué. Mais le procédé ne bénéficie pas à toutes les entreprises.

Depuis la crise sanitaire, ils ont été nombreux dans les pays de l'Union européenne à se ruier sur les sites de e-commerce, que ce soit pour faire leurs courses, commander des outils de jardinage ou encore trouver des activités créatives pour les enfants. Résultat : au troisième trimestre 2020, le nombre de cyberacheteurs a augmenté de près de 2 % en Europe par rapport à 2019. Un afflux qui a dopé le chiffre d'affaires du e-commerce, avec une progression globale de 5,3 % sur cette même période. À titre de comparaison, la progression n'avait été que de 1,8 % sur les trois premiers mois de l'année.

Le e-commerce a joué un formi-

dable rôle d'amortisseur économique. Il a permis à la fois de limiter l'impact du confinement, mais aussi favorisé une reprise en phase avec les nouvelles habitudes de consommation, encore plus numériques. Dans ce nouveau contexte, le rôle des places de marché électroniques a été déterminant pour la survie de nombreux magasins physiques, en permettant de freiner le recul de leurs ventes pendant le confinement et depuis le déconfinement.

Le tourisme et le B2B à la peine

Pour autant, le e-commerce est-il vraiment le grand gagnant de la crise ? Pas si sûr. Sous des dehors de bonne santé, la réalité est bien plus complexe. La croissance est bien là, mais pas aus-

si forte qu'elle aurait dû ou pu l'être. Pour rappel, elle atteignait 12,1 % au deuxième trimestre 2019, face à « seulement » 5,3 % cette année.

À y regarder de plus près, toutes les activités du e-commerce n'atteignent même pas ce niveau de croissance. Alors que les magasins alimentaires ont transformé une grande partie de leurs ventes sur internet, certaines industries souffrent durement, à commencer par le textile et le tourisme. En comparaison avec le troisième trimestre 2019, les ventes de voyages restent inférieures de plus de 50 % ! Le commerce interentreprises est lui aussi à la peine : les ventes aux professionnels ont reculé de 6 % au troisième trimestre en raison des chutes d'acti-



Le rôle des places de marché électroniques a été déterminant pour la survie de nombreux magasins physiques. Pas tous, hélas.

tivité, voire des fermetures d'entreprises. Résultat : dans le e-commerce comme ailleurs, la crise peut et pourra avoir raison de nombreuses entreprises, à commencer par les TPE et PME, souvent moins solides financièrement.

Soutenir les e-commerçants, une nécessité

Soutenir les entreprises les plus fragilisées reste une des priorités des pays de l'Union européenne. Chômage partiel, report des charges sociales ou encore création de prêts garantis par l'État sont autant de mesures bienvenues pour les aider à faire face à leurs problèmes de trésorerie lors d'un arrêt ou d'un ralentissement de leur activité. À saluer éga-

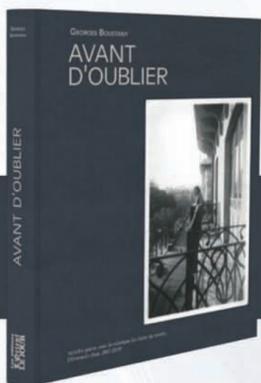
lement, le lancement d'un dispositif permettant de faciliter le recours à l'affacturage, en permettant l'obtention d'un financement dès la prise de nouvelles commandes, sans attendre l'émission d'une facture. Seul regret : que seules les sociétés financières et les établissements de crédit soient habilités à le faire, excluant les start-up spécialisées dans l'affacturage et créant de fait une distorsion de la concurrence. Toujours est-il que, même s'ils restent incomplets, de vrais efforts gouvernementaux sont déployés pour permettre aux entreprises du e-commerce comme des autres secteurs d'éviter les scénarios catastrophes.

Sur le long terme, l'enjeu est aussi

d'accompagner les e-commerçants à accélérer leur transition vers toujours plus de digital et de numérisation des process. Et en particulier dans le B2B, encore trop souvent sous le joug du papier et de la gestion manuelle. Une situation inefficace qui ralentit la croissance et pèse sur la trésorerie. Les marketplaces ont également tout leur rôle à jouer en tant que canal de distribution performant, donnant accès à un nombre accru de clients. Un levier efficace pour diversifier ses sources de revenus, dans un contexte où la trésorerie des entreprises ne cesse de se tendre face à une crise qui n'est pas près de se terminer. »

P.C.

« Avant d'Oublier » de Georges Boustany



Vendu au profit de
Beirut Heritage Initiative

**BHI a pour mission de soutenir
l'ensemble du processus de réhabilitation
du patrimoine dans les quartiers dévastés
suite à l'explosion du 4 août dernier**

En partenariat avec :

A.
Antoine

**BEIRUT HERITAGE
INITIATIVE**
مبادرة بيروت
للتراث

**L'Orient
Le Jour**

**L'Orient
Le Jour**

DU 10 AU 23
DÉCEMBRE 2019

**UN
CADEAU
POUR
TOUS!**

WWW.LORIENTLEJOUR.COM

USJ
Université Saint-Joseph de Beyrouth
En mission

arc
arcenciel.org

Pour contribuer, choisissez entre le 10 et le 23 décembre, une des options suivantes :

- A-** Faites un don sur arcenciel.org/donate en choisissant l'option #UnCadeauPourTous.
- B-** Déposez à l'USJ un chèque au nom d'arcenciel ou une enveloppe contenant le montant de votre choix.
- C-** Achetez un cadeau pour un enfant entre 2 et 13 ans et déposez-le à l'USJ, rue de Damas, campus des sciences médicales, bâtiment A, bureau de l'aumônerie générale.

Pour tout autre renseignement n'hésitez pas à nous contacter au 05-956444 ou abonnements@lorientlejour.com

Medco ou la transformation numérique d'une compagnie pétrolière

Medco, compagnie pétrolière libanaise centenaire, dépanne tout le Liban avec sa station-service en ligne. Une véritable station-service à la maison.

« Tout a commencé en 2016, avec le lancement de la première application mobile dans le domaine pétrolier libanais, My Medco, qui permet de localiser ses 206 points de vente, ses 9 stations de recharge de véhicules électriques et de collecter des points de fidélité. Ces points peuvent être échangés contre des services offerts par la station, ou peuvent être cédés en don à plus de 65 ONG à travers l'application.

En introduisant ce nouveau modèle, Medco travaille à modifier le comportement traditionnel de commande pour faciliter et améliorer l'expérience du client. C'est la vente en ligne des temps modernes à travers son mobile ou ordinateur, vite fait bien fait ! Tout ce que vous avez à faire est de vous rendre sur le site www.medco.com.lb ou sur l'application mobile My Medco et de choisir le service que vous souhaitez faire livrer à votre domicile.

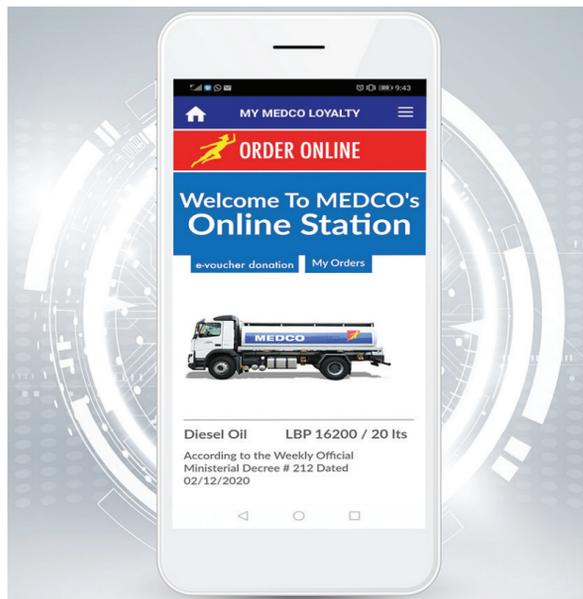
Ce service en ligne a connu un indéniable succès depuis son lancement, avec un Net Promoter Score élevé de > 90 %, soit 5/5 étoiles de satisfaction clientèle, vu qu'il présente de nombreux avantages tels que : précision, rapidité, crédibilité et fiabilité. Ces commandes en ligne peuvent être passées 24h/24, 7j/7, offrant de nombreuses options de livraison pour le diesel telles que :

- Medco Express : livraison le jour même
- Medco Chill : livraison dans 3 jours.

La plus grande qualité de la commande de diesel en ligne est l'automatisation du service, d'où la crédibilité. En effet, chaque livraison est connectée au débitmètre numérique (Digital Flow Meter) qui se trouve dans chaque citerne garantissant la quantité exacte de litres livrée dans le réservoir et sans intervention manuelle. Un service unique à Medco.

Outre le diesel, tous les produits peuvent être livrés tels, que les huiles ainsi que des produits alimentaires, via l'application Instashop des « super dîkénés » Yala Stop présents dans les stations Medco et Phoenicia.

En 2020, avec la pandémie de Covid-19 et la crise sanitaire, le service en ligne a dépassé l'appel numérique



ou le 1 to 1 vu que tout se passe à domicile !

De nouvelles mesures sanitaires internes et externes ont été adoptées pour empêcher la propagation du virus. Ainsi, tout le personnel se doit d'effectuer des tests PCR réguliers, se soumettre à une prise de température chaque matin et porter le masque tout au long de la journée. Ceci s'applique aussi à tout le personnel des Yala Stop.

Dans ce contexte, Medco a aussi introduit au public le premier service de station désinfectante pour les voitures, présent dans 10 stations.

Medco travaille sur une stratégie d'innovation à long terme en lançant continuellement de nouveaux produits et services uniques sur le marché libanais destinés à la collectivité, tels que :

- L'introduction en 2018 des chargeurs pour voitures électriques. Depuis, ce service est présent dans 9 emplacements dont Medco Dora, ABC Dbayé, ABC Achrafieh, Beirut Souks, Medco Chiyah, Medco Fakra,

Charcutier Aoun Adonis et Phoenicia Unesco.

- L'introduction de Medco Pay en 2018. Il s'agit du premier service de paiement électronique à travers l'application mobile Medco Pay. Un service fiable, précis et surtout sans contact (Covid-19 oblige !), par lequel le client insère les informations de sa carte bancaire et paye directement avec le code QR sur la tablette.
- Les bons d'essence électroniques (e-vouchers)

- Le lancement d'initiatives en ligne pour les ONG. Avec ces initiatives qui ont démarré en janvier 2020, le client peut acheter en ligne et faire un don sur sa facture pour soutenir un autre foyer.

Avec la crise économique, le Covid-19 et le crime contre l'humanité du 4 août, on peut dire que 2020 était une année saturée de défis.

Au bout de 110 ans d'activité dans l'énergie, Medco vous transportera toujours d'une station à l'autre tout au long de votre vie quels que soient les obstacles sur « l'autostrade » ! »

Spinneys est aussi leader du commerce électronique au Liban

Mira Assi, spécialiste principale en marketing (senior marketing specialist) chez Spinneys, nous décrit la stratégie e-commerce de son groupe.

« Une toute nouvelle expérience d'achat en ligne est à portée de clic

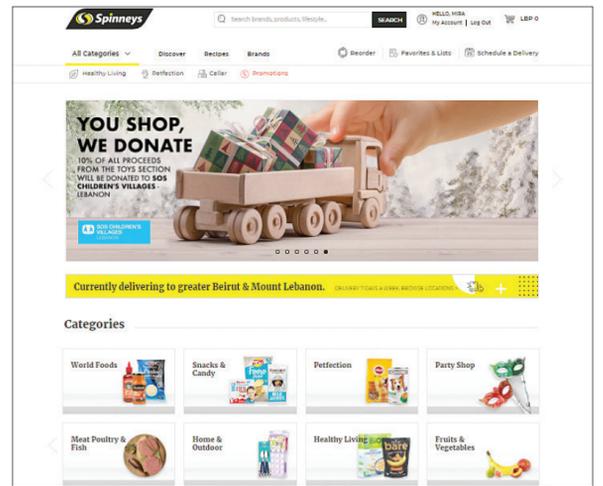
Notre site web et notre application mobile ont maintenant été mis à jour pour vous garantir la meilleure expérience d'achat en ligne. Naviguez sur nos pages conviviales pour découvrir toutes nos fonctionnalités spéciales et nos nouvelles sections, y compris notre nouvelle section de recettes, notre section de vie saine et notre section Perfection pour vos animaux de compagnie bien-aimés. Mais ce n'est pas tout. Désormais, vous pouvez scanner n'importe quel code-barres pendant que vous êtes à la maison ou au travail via l'application mobile Barcode Lookup et trouver vos produits préférés de la manière la plus simple et la plus rapide possible.

Inspiration culinaire et satisfaction éclatante

Notre section recettes vous donne accès à vos influenceurs et blogueurs culinaires préférés. Elle vous propose également une variété de recettes et de plats savoureux à préparer dans le confort de votre maison. Les recettes que vous verrez ont été soigneusement sélectionnées et combinées à partir de diverses cuisines pour servir vos papilles gustatives. Chaque plat est accompagné d'un petit manuel sur les étapes de la préparation. Vous pouvez également acheter tous les ingrédients de chaque recette en un seul clic. De plus, la section comprend des recettes de boissons alcoolisées et non alcoolisées. Chez Spinneys, nous nous soucions également du régime que vous suivez, nous nous assurons donc qu'il est respecté, qu'il s'agisse de produits végétariens, vegan ou autres. Laissez-vous tenter par l'une de ces recettes savoureuses et n'oubliez pas de taguer Spinneys si vous publiez votre plat sur les réseaux sociaux.

Des choix parfaits en ligne pour votre façon de vivre

Notre section vie saine est, comme son nom l'indique, entièrement dédiée à votre santé. Parce que chez Spinneys nous croyons que votre santé est importante, nous avons développé cette section sous la super-



vision d'une diététicienne. Nous y avons inclus tous nos produits bios, végétariens, sans gluten, sans lactose, ainsi que d'autres produits sains. Vous pouvez également voir tous les détails sur les calories et la valeur nutritive indiqués à côté de chaque produit.

Sirotez la large sélection

Spinneys a également ajouté une section pour l'alcool. Vous pouvez maintenant parcourir et acheter une variété de boissons, y compris locales et importées, populaires et uniques. Votre expérience de magasinage de vins ne pourrait être plus facile ou plus agréable dans notre cave, où vous pouvez faire trier notre sélection de bouteilles par région, raisin ou pays. Que vous soyez fan de vins libanais ou appréciez davantage les marques internationales, vous devez rejoindre dès aujourd'hui notre Wine Loyalty Club pour bénéficier de cadeaux exceptionnels.

Ajoutez à votre panier les produits d'amour de vos animaux

Enfin, notre nouvelle section Perfection est celle qui est la plus recherchée pour votre animal bien-aimé. Vous y trouverez ce dont votre animal a besoin, quand il en a besoin : une large gamme de produits importés de qualité pour garantir le remuement de queue de

votre compagnon à quatre pattes. Dans la section Perfection, vous pouvez dorloter votre animal de compagnie avec les produits pour animaux les plus appropriés : des aliments, des friandises et des suppléments, jusqu'aux jouets, accessoires, paniers et plus encore.

L'e-cadeau de votre choix

N'oubliez pas que vous pouvez bénéficier du programme de fidélité et accumuler des points via vos commandes en ligne pour échanger des cadeaux. Vous pouvez également, depuis l'application, faire don de boîtes de nourriture à des associations caritatives, acheter nos cartes cadeaux électroniques idéales pour toutes les occasions et accéder à des articles exclusifs et importés. Dans notre monde en ligne, vous pouvez aussi bénéficier de promotions quotidiennes et hebdomadaires, rechercher par marque et mettre en favori vos articles les plus prisés pour des commandes répétées. Passez commande maintenant et nous nous assurons qu'elle sera livrée à votre porte en un rien de temps dans l'un de nos camions réfrigérés qui sont sécurisés et adaptés à vos aliments surgelés. Vous avez des questions ou besoin de plus amples renseignements ? Contactez-nous via le service clients ou discutez avec nous en direct. »

MEDCO
LIFE IS A STATION

KHALIK ONLINE, MN WASELLAK!

& love to see you offline too.

NAZIL MY MEDCO APP

1295 medco.com.lb

YOUR NEW ONLINE SHOPPING EXPERIENCE IS JUST A CLICK AWAY!

Search brands, products, lifestyle... **SEARCH**

Download on the **App Store** | **ANDROID APP ON Google play**

Spinneys LEBANON.COM

My Trolley : faire ses courses en un clic de souris

Tsoline Puskulian, group marketing manager de Meig Holding SAL, détaille les avantages de faire ses courses avec l'application My Trolley.

« My Trolley est actuellement un supermarché en ligne, mais qui sera très prochainement remplacé par un tout autre modèle bien plus avantageux pour les consommateurs, leur offrant davantage de choix à plus d'un niveau.

La nouvelle plate-forme numérique My Trolley, sous forme d'application pour téléphones mobiles et tablettes (App Store et Google Play), mais aussi de site web, sera disponible très bientôt. Son lancement officiel est prévu au tout début de l'année 2021, en janvier. My Trolley est donc une place de marché en ligne qui propose des produits alimentaires de marques nationales et internationales, de nettoyage, d'hygiène et de beauté, au service des particuliers. Cette place de marché appartient à la holding Bytes Invest Ltd spécialisée en technologie, elle-même chapeautée par le groupe Meig Holding dans lequel figure la célèbre entreprise Vivad (leader des fournisseurs d'affiches publicitaires au Liban).

L'application se positionne en tant que centrale d'achats permettant aux clients d'accéder aux magasins (hypermarchés, supermarchés, épicerie, vendeurs spécialisés, etc.), de profiter d'une large gamme de produits, des articles à des prix attractifs et d'une logistique maîtrisée sur l'ensemble du territoire libanais. Notre mission est de permettre aux particuliers de profiter des meilleurs prix et d'accéder à une grande variété de produits.

Si pour vous, aller dans un magasin d'alimentation devient de plus en plus difficile, vous pouvez faire vos courses d'une tout autre façon. Faites-les directement en ligne sur My Trolley et cela à l'heure de votre choix ! My Trolley vous permet donc d'être maître de votre temps en sélectionnant et en achetant facilement des produits de consommation sans avoir à vous déplacer dans une épicerie ou un supermarché, et ce grâce à un service disponible 24h/7j via l'application ou le site web. Vous pouvez préparer la commande sans être embêté par les horaires d'ouverture du commerce local. En effet, à n'importe quelle heure du jour ou de la nuit, vous pouvez parcourir les allées virtuelles de votre magasin préféré et bénéficier d'un commerce entièrement approvisionné, sans quitter le confort de votre salon ; très pratique et très adapté pour la plupart des gens,



Enjoy hassle free grocery shopping.

my trolley
DOWNLOAD NOW
App Store Google play

notamment les individus très occupés. My Trolley a regroupé plusieurs enseignes et se promet de toujours développer sa couverture commerciale. Sans grande surprise, vous retrouverez les grandes enseignes bien connues, mais aussi les plus petites, véritables niches, ou encore les artisanales. Sur cette plate-forme en ligne, vous ferez vos courses comme dans un supermarché classique. Les produits sont classés par rayon, épicerie, fruits et légumes, boissons ou produits frais.

En dehors des grandes enseignes, vous retrouverez des boutiques plus spécialisées dans la vente de produits de boucherie ou de fromagerie, par exemple. Faire ses courses sur My Trolley, c'est bénéficier du plus grand choix de courses en ligne livrées à domicile (bio, sans gluten, ultrafrais, produits pour bébé, épicerie fine, cave d'exception, produits pour animaux... autant de gammes de qualité). Cependant, My Trolley possède d'autres atouts majeurs. Acheter via cette plate-forme permet d'éviter les oublis en vérifiant le contenu de son frigo et de son garde-manger avant de faire la commande. Vous n'aurez donc pas à devoir retourner au commerce pour racheter ce qu'il vous fallait. Aussi, vous n'avez plus à vous soucier de la météo. Lorsque le temps est mauvais, qu'il pleuve ou qu'il fasse trop froid, ou encore trop chaud, vous pouvez faire vos achats en toute tranquillité depuis le confort de votre maison.

L'ultime et actuel avantage qu'offre My

Trolley revient à la protection de soi et à la distanciation sociale. Avec l'épidémie de Covid-19, toujours présente malheureusement, il est plus raisonnable de se faire livrer ses courses et tout autre achat directement à domicile !

L'application permet au client de passer commande directement en ligne et de se faire livrer partout au Liban en moins d'une heure sous forme de livraison expresse pour les chariots moins chargés, ou pour les plus gros dans un bref délai de quelques heures au plus tard, ou encore à une date et heure précises programmées par le client lui-même.

Il vous est possible de suivre votre livraison de courses en temps réel depuis votre mobile ou ordinateur, depuis la préparation de votre commande jusqu'à la progression de votre colis. Vous recevrez une alerte pour vous informer du temps d'arrivée de votre livreur, avec une estimation d'un horaire de livraison.

Quant au règlement de la commande, le consommateur est libre de payer soit en espèces, soit par carte de crédit ou bien directement en ligne. Nos équipes ont à cœur de vous apporter le meilleur service. Notre service client réactif est à votre écoute 7 jours/7. Avec My Trolley, faire vos courses deviendra un véritable jeu d'enfants !

Enfin, My Trolley voit loin et envisage de s'étendre à l'international et de s'installer dans plusieurs marchés locaux, à commencer par la région avoisinante. »

Kiddos : c'est un monde d'enfants !

Tsoline Puskulian, group marketing manager de Meig Holding SAL, nous expose l'importance de centraliser une offre produits pour les mamans et les enfants.

« Découvrez Kiddos, une start-up basée à Beyrouth qui édite une marketplace rassemblant des produits de maternité, des vêtements, des jouets ou encore du mobilier pour les futures mamans et les enfants de tous âges.

Kiddos a été fondée au commencement du Covid-19, durant le premier confinement libanais (et mondial), et fait partie du groupe Meig Holding SAL d'où émane la fameuse entreprise de panneaux publicitaire Vivad, mais aussi Bytes Invest Ltd, une holding dédiée à la technologie. C'est la destination de shopping en ligne idéale pour les petites et grandes familles, ayant pour but de développer l'ultime plateforme en ligne au Liban et à l'international.

Effectivement, Kiddos a été créée par des parents occupés d'une famille grandissante, avec l'idée de développer la meilleure place de marché en ligne au Liban et bientôt dans la région pour les bébés et les enfants.

Tout a commencé quand la fondatrice de cette plateforme, Sheryl Kharrat, qui attendait son troisième enfant en avril dernier après deux autres enfants en bas âge, se retrouve confinée et bloquée chez elle, avec le pays entièrement fermé. Cette maman se retrouve alors obligée de surfer sur internet pour faire ses derniers achats avant la venue de son bébé. C'est alors que son mari et elle prennent conscience de l'importance des places de marché qui offrent aux clients une très large variété de produits dans un même endroit, pareil pour les vendeurs partenaires qui se voient offrir une grande exposition et visibilité à travers ce nouveau créneau de vente. Par contre, il existe pleins de petits sites web distributeurs et des pages créatrices et/ou promotrices d'articles pour bébés et enfants visant à la vente en ligne via WhatsApp, Instagram ou bien Facebook, et qui manquent de notoriété et de visites. Le couple réalise surtout qu'il n'existe pas une place de marché consacrée à l'enfant. Voilà comment Kiddos a vu le jour.

Le but de Kiddos est de faciliter la vie des mamans et des papas bien sûr, et de les suivre et guider dans la croissance de leurs enfants. Cela dit, la start-up offre une économie de temps aux parents qui sont tous occupés, en leur offrant sur une même plateforme une expérience d'achat exclusive et un



excellent service clients, et cela en un clic de souris ou une frappe du doigt. Vous trouverez sur Kiddos le meilleur assortiment, toujours en évolution, de marques de renommée internationale et locale. Il y a de tout : des produits liés à la maternité, des vêtements pour bébés et enfants, des produits de petite et large puériculture, des chaussures, des jouets, des accessoires, des poussettes, des sièges auto, des articles déco, des articles sport, et bien d'autres pour les femmes enceintes, les nouvelles mamans, les nouveau-nés, les enfants plus âgés et les adolescents. Une réelle palette d'expression permettant de dénicher tout ce dont on a besoin afin d'exprimer son style, ou bien d'offrir un cadeau personnalisé, ou simplement trouver le vêtement qu'il nous faut ou encore ce jouet unique.

Kiddos est une vraie révolution pour les nouvelles mamans qui, on l'espère, vont changer leurs habitudes à l'arrivée du premier bébé, ainsi que pour les parents en termes de gain de temps qui se voient offrir un rythme de vie plus calme. Tous profitent ainsi d'une expérience de shopping plus zen et effective sans tracas, leur permettant de consacrer et remplacer ce

plus de temps par du « quality time » avec leurs enfants, partager leurs hobbies, passions, etc., ou simplement de s'accorder un petit temps libre, un temps à soi.

Un des atouts et missions de Kiddos est de promouvoir la tendance du fait local/artisanal, du « made in Lebanon », cette envie de consommer différemment, de trouver des articles uniques, d'encourager son pays qui connaît des temps difficiles, et de payer moins cher que l'article importé qui devient presque inaccessible avec l'envolée du dollar.

Enfin, pour encourager les ventes et faciliter encore une fois la vie du client, nous collaborons avec un partenaire qui livre partout au Liban. Pour tout achat de plus de 600 000 livres libanaises, nous proposons ainsi une livraison gratuite. Nous proposons aussi durant le mois précédent Noël un coupon à usage unique, « Kiddos20 », qui offre 20 % d'es-compte sur toute commande faite jusqu'au 23 décembre.

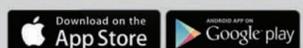
Découvrez Kiddos à travers son site web, www.kiddos-world.com, ou en téléchargeant l'application Kiddos World sur votre téléphone mobile. »



Enjoy hassle free grocery shopping.

my trolley

DOWNLOAD NOW



THE KIDS' ONLINE SHOPPING DESTINATION

EVERYTHING YOU NEED FOR MOM-TO-BE AND KIDS OF ALL AGES

Shop on the Kiddos APP (Kiddos World) or on the website www.kiddos-world.com



KIDDOS
DOWNLOAD NOW



Maison Cadrans veut capturer la rencontre magique entre un produit et son acquéreur

Pleins feux sur les émotions. À Maison Cadrans, on sait trouver les mots pour parler des montres et bijoux à l'adresse des connaisseurs, mais aussi des amateurs.

« Pourriez-vous brièvement nous décrire l'histoire de Cadrans et comment vous vous êtes adaptés à la crise sanitaire ? »

Notre histoire d'amour avec la haute horlogerie est profondément ancrée dans l'ADN de notre groupe, puisque le parcours entrepreneurial de notre fondateur a officiellement commencé en 1947 avec la distribution de montres, qui a ensuite ouvert la voie à ce qui allait devenir le groupe Holdal. Notre fascination pour la haute horlogerie a grandi avec les années, conduisant en 1954 à la mise en place d'un partenariat historique avec Patek Philippe. C'est ainsi qu'est née la Maison Cadrans, animée par une profonde compréhension du processus émotionnel que traverse un collectionneur ou amateur lors de l'acquisition d'une belle montre. Dès le début, Cadrans a été conçu pour héberger quelques marques soigneusement sélectionnées afin d'honorer non seulement leurs univers individuels, mais aussi les individualités de nos clients. Alors que les besoins et les motivations des consommateurs ont changé depuis, et que Cadrans s'est transformé pour permettre des expériences plus immersives et connectées, son objectif reste à peu près le même : provoquer et capturer la rencontre magique entre un produit et son acquéreur, que ce soit en organisant des expériences personnalisées ou en nourrissant une communauté enrichissante de personnes partageant les mêmes idées. Cadrans réinvente le parcours de ses clients actuels et futurs. Il se transforme pour offrir des expériences plus intenses tout en restant cohérent avec son héritage et ses objectifs. Malgré la pandémie de Covid-19, et tout en comprenant l'importance de la transformation numérique dans les entreprises, la mission Cadrans reste très cohérente en offrant une parfaite harmonie entre son parcours en ligne et hors ligne, car nous pensons que la touche humaine reste essen-



Maison Cadrans, une entreprise fidèle aux valeurs et à l'hospitalité libanaises. tielle dans l'âme de luxe. Lieu de partage de passions et d'expériences, Cadrans promet d'être la plateforme unique de montres et de bijoux pour les collectionneurs, aficionados, connaisseurs et également débutants du monde entier. Parce qu'il ne s'agit pas seulement de montres et de bijoux, nous avons développé un concept qui transmet un sentiment d'héritage, d'héritage culturel, d'émerveillement, d'ouverture et de découverte : une nouvelle façon de vivre l'horlogerie et la joaillerie. C'est un concept international fièrement fabriqué au Liban. La nouvelle plate-forme intègrera l'art, la culture, la mode, l'artisanat dans la proposition de valeur globale, où le patrimoine et le style de vie seront au cœur des priorités. Bienvenue sur maisoncadrans.com !

Comment l'entreprise continue-t-elle à fidéliser les clients ?

Que vous veniez de l'étranger ou que vous résidiez au Liban, à travers notre service conciergerie de luxe, nous initiions le parcours de nos clients avec des montres et des bijoux où l'ingéniosité, la créativité et la qualité sont inégalées. Fidèles à notre hospitalité libanaise, notre engagement absolu envers un service personnalisé permettra à nos clients de vivre leur expérience avec nous et de se connecter avec tout ce qui

compte le plus pour eux. Nos clients peuvent nous envoyer leur demande, et notre équipe d'ambassadeurs s'assurera de répondre à leurs besoins de la manière la plus personnalisée. Grâce à notre « service de livraison en gants blancs », notre équipe d'ambassadeurs dévoués partageront volontiers leur passion, expertise et héritage à la porte de nos clients, remplissant ainsi notre promesse d'une expérience unique. Ils livreront leurs pièces préférées avec tout le soin et l'amour qu'elles méritent, rendant cette expérience aussi personnelle que possible.

Quels sont les moyens de paiement ?

Les clients peuvent découvrir tous les univers et produits des marques sur le site de la Maison Cadrans. Alors que certaines marques peuvent être achetées directement sur le site web avec un paiement en ligne ou lors de la livraison, d'autres marques sont disponibles sur demande ou prise de rendez-vous, où l'un de nos ambassadeurs prendra contact avec les clients pour compléter leur requête. Sur la base de plusieurs critères et pour offrir un maximum de flexibilité, les clients pourront également réserver et récupérer ou précommander leurs montres, bijoux ou accessoires.

Quelles sont les offres pour la période de Noël ?

Durant cette période de chaos et quand tout nous déchire, la Maison Cadrans nous rassemble pour les fêtes de fin d'année. Fidèles à ses valeurs libanaises et à son hospitalité, elle invite nos clients au Liban et à l'étranger à découvrir leur nouveau chez-soi, à naviguer sur maisoncadrans.com, où nos ambassadeurs accompagneront leur expérience en ligne ou en boutique de la manière la plus personnalisée pour choisir leur véritable cadeau de valeur. Nous vous promettons un voyage unique dans le temps, une histoire à transmettre à vos générations futures. »

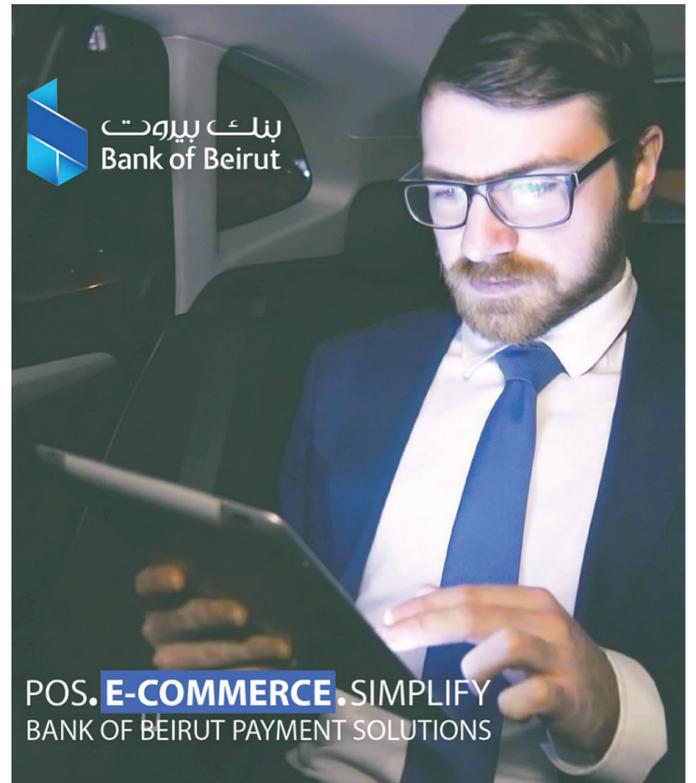
Crise : les solutions en ligne de Bank of Beirut pour les commerçants, les entreprises et les ONG

Alors que les crises se poursuivent au Liban et que le pays s'est confiné à plusieurs reprises, laissant les commerces confrontés à des difficultés inédites, les solutions bancaires en ligne semblent la seule issue.

« Les solutions bancaires en ligne constituent la meilleure alternative pour les commerçants et les entreprises pour maintenir leurs ventes, faire face aux défis et assurer la continuité de leurs services. C'est dans ce contexte que Bank of Beirut a proposé toute une panoplie de solutions bancaires en ligne pour entreprises, commerçants et même ONG pour les aider à surmonter ces obstacles. Paiement électronique des salaires, automatisation des paiements, collecte automatique, acceptation des paiements par carte bancaire, demande de chèques bancaires en ligne, dons électroniques et autres transactions automatisées sont parmi ces solutions proposées par la banque.

Afin de contourner les obstacles, augmenter leurs revenus et s'ouvrir sur un marché plus large, nombre de commerçants et artisans ont opté pour le e-commerce ou commerce en ligne, profitant de la plateforme de commerce électronique « Bank of Beirut Simplify », qui leur a permis d'ouvrir leur magasin en ligne et d'optimiser leurs ventes. Il suffit à ceux-ci de publier photos et description de leurs produits pour les vendre sur internet. La plateforme de e-commerce permet également aux marchands d'émettre des factures électroniques et d'accepter des paiements en ligne, éliminant ainsi tout risque de fraude.

Les négociants et les entreprises



ne sont pas les seuls à avoir profité des solutions bancaires en ligne de Bank of Beirut. De nombreuses ONG locales et internationales ainsi que des associations caritatives ont réussi à collecter des dons en ligne en leur faveur à travers la plateforme de la banque, à accéder à leur argent « frais » et à véhiculer les aides aux plus défavorisés par des cartes de

paiement sans que ceux-ci aient de comptes en banque. Des solutions de paiement collectif en ligne à travers les 700 agences de BoB Finance sont également disponibles.

En somme, et malgré tous les défis auxquels les Libanais font face, notamment l'économie à l'agonie de leur pays, l'espoir et les alternatives restent possibles. »

L'Orient
Le Jour

مبادرة بيروت للتراث
BEIRUT HERITAGE INITIATIVE

ENSEMBLE,
SAUVONS NOTRE
PATRIMOINE!

Avec chaque nouvel abonnement papier, L'Orient-Le Jour s'engage à donner **100 000 LL** à Beirut Heritage Initiative

Contactez-nous au 05/956444 ou par mail abonnements@lorientlejour.com

Antoine,
votre librairie
en ligne

Site internet
www.antoineonline.com

WhatsApp
+961(81)748074



Livraison assurée au Liban
et à l'international sous 5 jours ouvrés

A.
Antoine

La joaillerie Antoine Hakim se relève et lance la collection « Windows of Beirut »

Symbole de luxe et d'élégance, la joaillerie Antoine Hakim ne cesse de mettre en avant une rigueur d'orfèvre. Toujours à l'affût de la perfection et dans un souci permanent de solidarité.



« Antoine Hakim Jewellery représente plusieurs maisons internationales de joaillerie, telles que Tiffany & Co. et Marco Bicego, en plus d'un atelier qui fabrique tous les modèles spéciaux. Nos bijoux se distinguent par le fait que ce sont des pièces uniques, ce qui signifie que pas plus d'une pièce de design choisie par une dame n'est fabriquée. Plusieurs designers affiliés à la joaillerie Antoine Hakim conçoivent pour nous les plus beaux modèles au Liban, en Italie et en Suisse, et ces pièces sont exécutées dans notre atelier principal au Liban.

Les salles d'exposition de bijoux d'Antoine Hakim peuvent être visitées à Achrafieh, au centre-ville de Beyrouth et à l'ABC Dbayeh. Après

s'être pliée aux décisions de fermeture complète en raison de la pandémie de coronavirus, l'entreprise a ouvert aujourd'hui ses portes après la restauration de sa salle d'exposition au centre-ville de Beyrouth, endommagée par l'explosion au port de la capitale. Il va sans dire que la joaillerie adhère à toutes les mesures barrières destinées à se prémunir contre le Covid-19, notamment le port obligatoire du masque à l'intérieur de nos salles.

Antoine Hakim Jewellery a par ailleurs œuvré, tout comme les autres entreprises, à sécuriser les demandes des clients par téléphone ou via l'application WhatsApp. Une partie des designs de l'institution sera également affichée sur la plate-forme de l'ABC. L'entreprise peut en outre sécu-

riser, via ses comptes Instagram et Facebook, les acheminements hors du Liban via son service de livraison ainsi que sur le territoire libanais. La joaillerie Antoine Hakim développe d'autre part son site internet afin qu'il soit en adéquation avec le processus de vente en ligne.

À l'occasion des fêtes de Noël et du Nouvel An, et au vu des circonstances difficiles que traverse le Liban, la joaillerie Antoine Hakim veut offrir le meilleur à ses clients aux prix les plus raisonnables. L'entreprise a dernièrement lancé aussi les campagnes « Fenêtres de Beyrouth » (Windows of Beirut) et « Live Love of Beirut » sur certains bijoux dont les bénéfices iront à ces deux groupes dans le but d'aider les Libanais. »

Intermeuble, entre défis et réalisations

Avec la crise économique qui sévit au Liban depuis octobre dernier couplée à la crise sanitaire due à la pandémie mondiale de coronavirus, les entreprises libanaises doivent jouer au caméléon pour pouvoir sortir la tête de l'eau. Le passage au numérique est l'un des outils marketing les plus utilisés de nos jours dans le monde, mais il reste cependant quelque peu controversé. Rencontre avec Christina Hanna, directrice commerciale Intermeuble Design SAL, société affiliée au groupe Holcom, pour comprendre la stratégie derrière leur succès continu.



« Fondée en 1979, Intermeuble Design SAL, leader de la distribution de mobilier haut de gamme sur le marché libanais, est une société affiliée au groupe Holcom. Avec plus de 30 marques à son actif, parmi lesquelles de grandes enseignes européennes dont les marques italiennes Cassina, Poltrona Frau, Cappellini, Ceccotti Collezione ou encore les cuisines Arclinea, la société commercialise en exclusivité, la compagnie ne fait qu'agrandir son catalogue en le complétant à la demande du client. Intermeuble possède une salle d'exposition multimarque à Kaslik avec des espaces dédiés à chaque marque en veillant à respecter son identité. La société possède également un autre showroom monomarque pour Cassina et Poltrona Frau au centre Sofil, locaux qui ont par ailleurs été sévèrement endommagés suite à l'explosion dramatique du 4 août dernier.

Face aux nombreux couvre-feux imposés par l'État libanais, mais surtout pour rebondir après la catastrophe du

4 août, Intermeuble a mis en place un système de communication en ligne direct avec ses clients et ses acheteurs potentiels. Bien que ce ne soit pas l'idéal, l'entreprise propose ses services à travers son site web tout juste rénové et mis à jour, ainsi que par le biais de ses réseaux sociaux pour lesquels une équipe active travaille à temps complet. Il est donc possible pour eux de communiquer instantanément avec les clients, partager des photos de meubles ou des plans d'appartements, d'y apporter des changements ou des améliorations afin que l'équipe d'architectes puisse répondre au mieux à leurs besoins.

Toutefois, il n'en reste pas moins sûr que le contact humain et l'accompagnement physique des clients restent primordiaux pour obtenir des résultats optimaux ! Rien ne peut égaler les sens cognitifs pour choisir du mobilier, allant du toucher de la matière (tissus, textures ou encore bois) à la vue de l'esthétique, ou encore de l'odeur chère au cuir tout neuf. Toutes les mesures sanitaires nécessaires ont été

prises afin de garantir la sécurité des personnes qui se rendent physiquement dans les locaux de la compagnie pour y trouver un parfait accompagnement par l'équipe, le tout chapeauté par le directeur commercial italien, Domenico Ghirotto, ainsi que par Christina Hanna.

Pour les fêtes de fin d'année, Intermeuble prévoit de lancer une collaboration avec la marque Sel & Poirve. Les articles prévus dans le cadre de ce partenariat seront disponibles dans leur boutique au centre Sofil, avec par exemple des produits signés Zanat, une marque montante bosniaque, inscrite au patrimoine de l'Unesco.

Malgré les nombreux défis auxquels Intermeuble doit faire face aujourd'hui, le groupe reste actif et productif grâce à son équipe compétente et motivée, mais surtout à ses clients fidèles, adeptes d'une qualité conjugée à la beauté.

www.intermeubledesign.com
@intermeubledesign_official

I CARRY
YOUR SPARKLE

ANTOINE HAKIM
WINDOWS of BEIRUT

RUE DU PORT, FOCH RESIDENCE BLDG., BEIRUT CENTRAL DISTRICT +961 1 970 770
CHARLES MALEK AVE., ACHRAFIEH +961 1 205 505 | ABC STORE, LO, DBAYEH +961 4 444 233
www.antoinehakim.com

Cassina

#TheCassinaPerspective

Sengu Sofa and Sengu low tables designed by Patricia Urquiola
Doron Hotel small armchairs designed by Charlotte Perriand
cassina.com

intermeuble

Kaslik - Avenue Du Port - Centre Wakim - Tel. 09916 216
Beyrouth - Achrafieh - Centre Sofil - Tel. 01337 030
www.intermeubledesign.com