



**GROUPE**

**GEORGES ABOU ADAL**



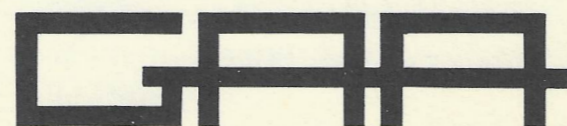
---

# SOMMAIRE

---

	<b>Pages</b>
<b>Ch. I</b> Eléments du groupe	7
Statistiques	9
<b>Ch. II</b> Historique et développement	11
<b>Ch. III</b> Politique commerciale	13
<b>Ch. IV</b> Les différentes activités du Groupe Abou Adal	17
Extraits de nos campagnes Publicitaires	22
<b>Ch. V</b> Quelques résultats	37
<b>Ch. VI</b> Extraits de lettres envoyées au Groupe Abou Adal par les maisons représentées	47

---





Une vue de la  
salle de réception du siège  
de Beyrouth



Une des salles d'attente

## CHAPITRE I

### Eléments du groupe.

Ce groupe est formé par:

#### GEORGES ABOU ADAL & Cie S.A.L. Beyrouth (Liban)

Adresse : Rue Sélim Takla, Imm.  
Awad  
Boîte Postale : 1332  
Téléphone : 251220 (8 lignes grou-  
pées) 250766-250735  
Adr. Télég. : GEODAL — Beyrouth

#### LES SOCIÉTÉS AFFILIÉES

##### A) ABOU ADAL & MACHHARA FRERES (SY- RIE)

*Damas*  
Adresse : Rue Abi Fadl Mouradi,  
Immeuble Kotb  
Boîte Postale : 397  
Téléphone : 11732-23732  
Adr. Télég. : GEODAL — Damas

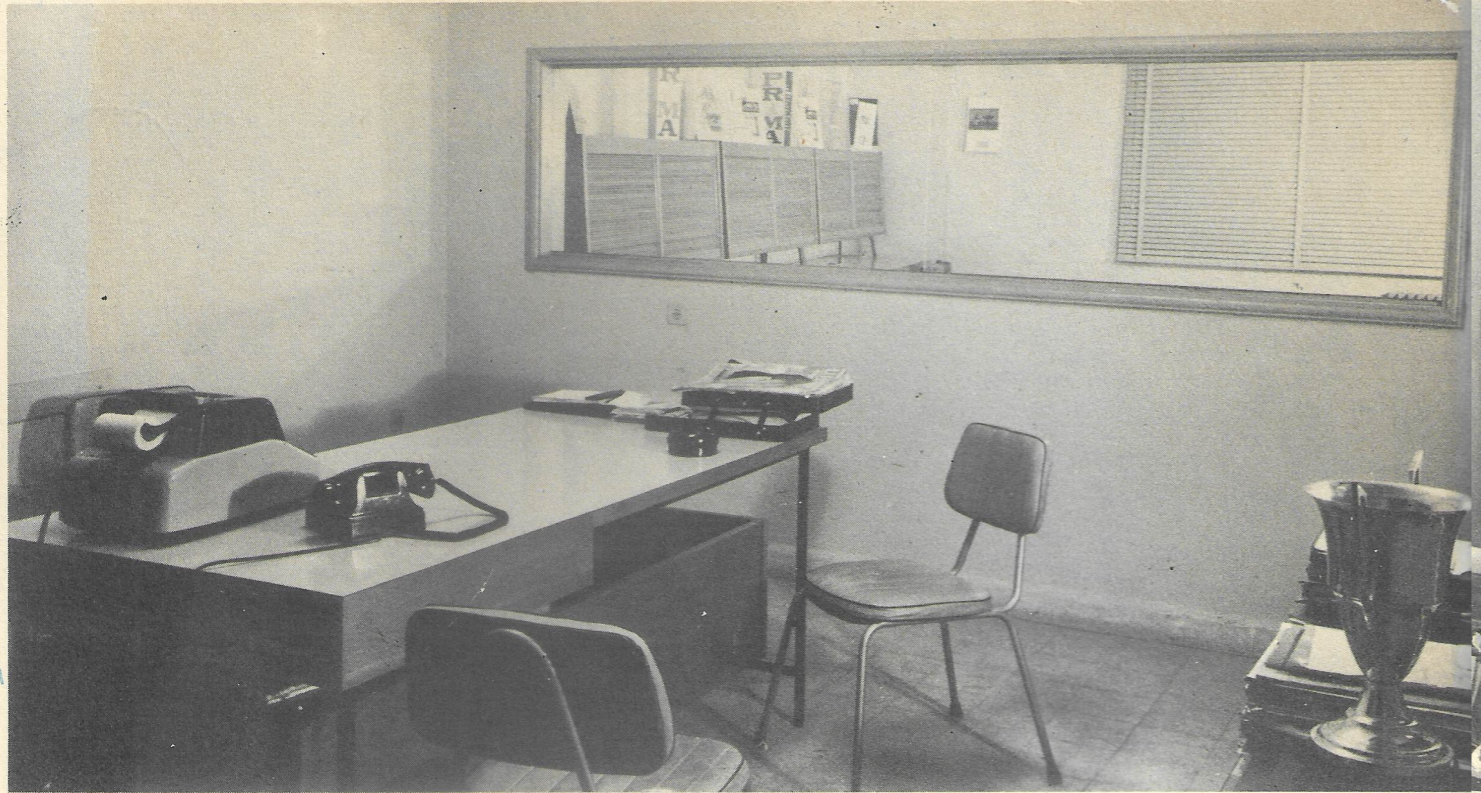
*Alep*  
Adresse : Rue Baron, Immeuble  
Moughrabié  
Boîte Postale : 753  
Téléphone : 14711-24711-16193

B) GEORGES ABOU ADAL W.L.L. (IRAQ)  
Adresse : Rashid Street 439/ 1 S2  
Téléphone : 83539  
Adr. Télég. : GEODAL — Baghdad

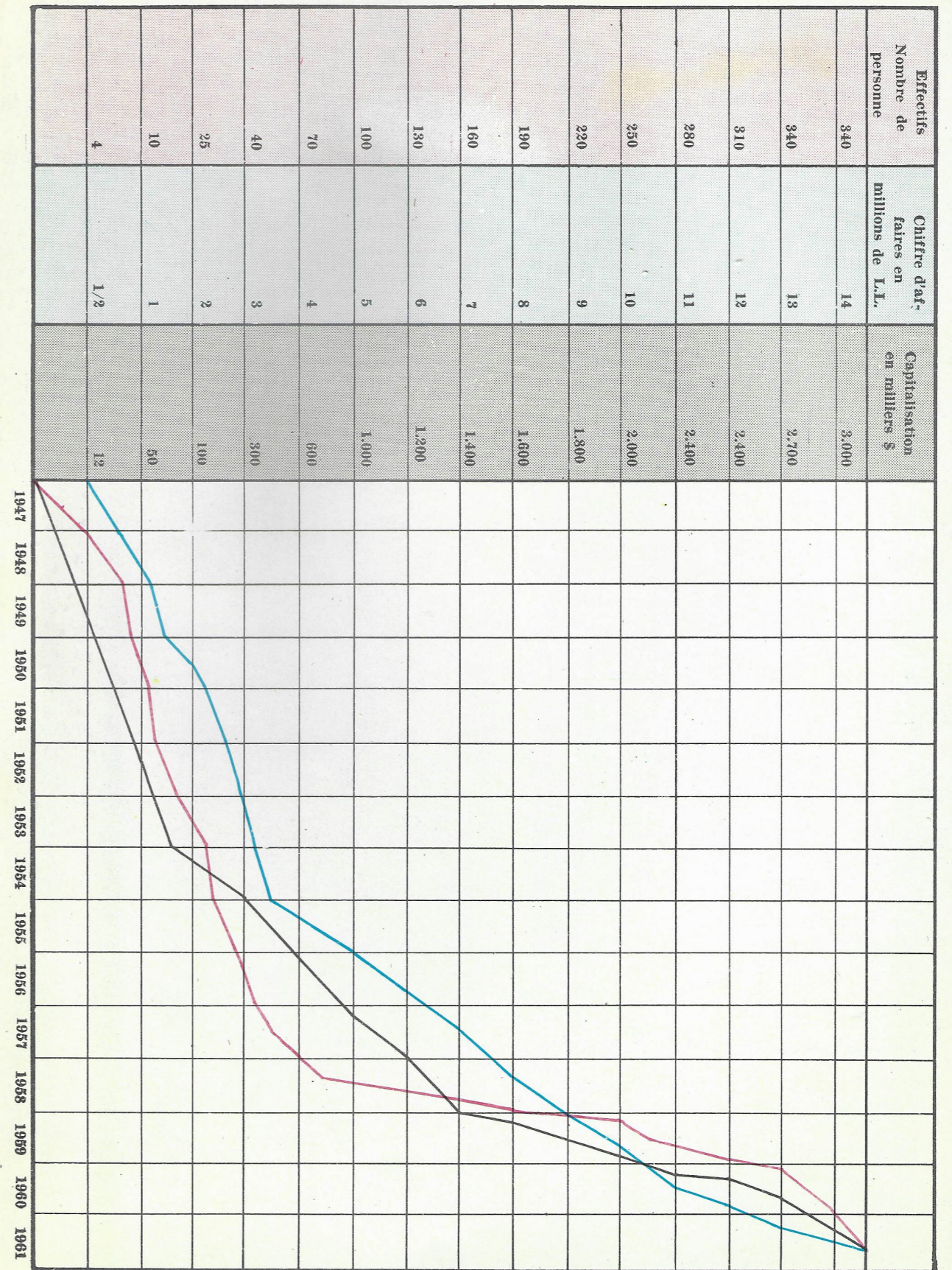
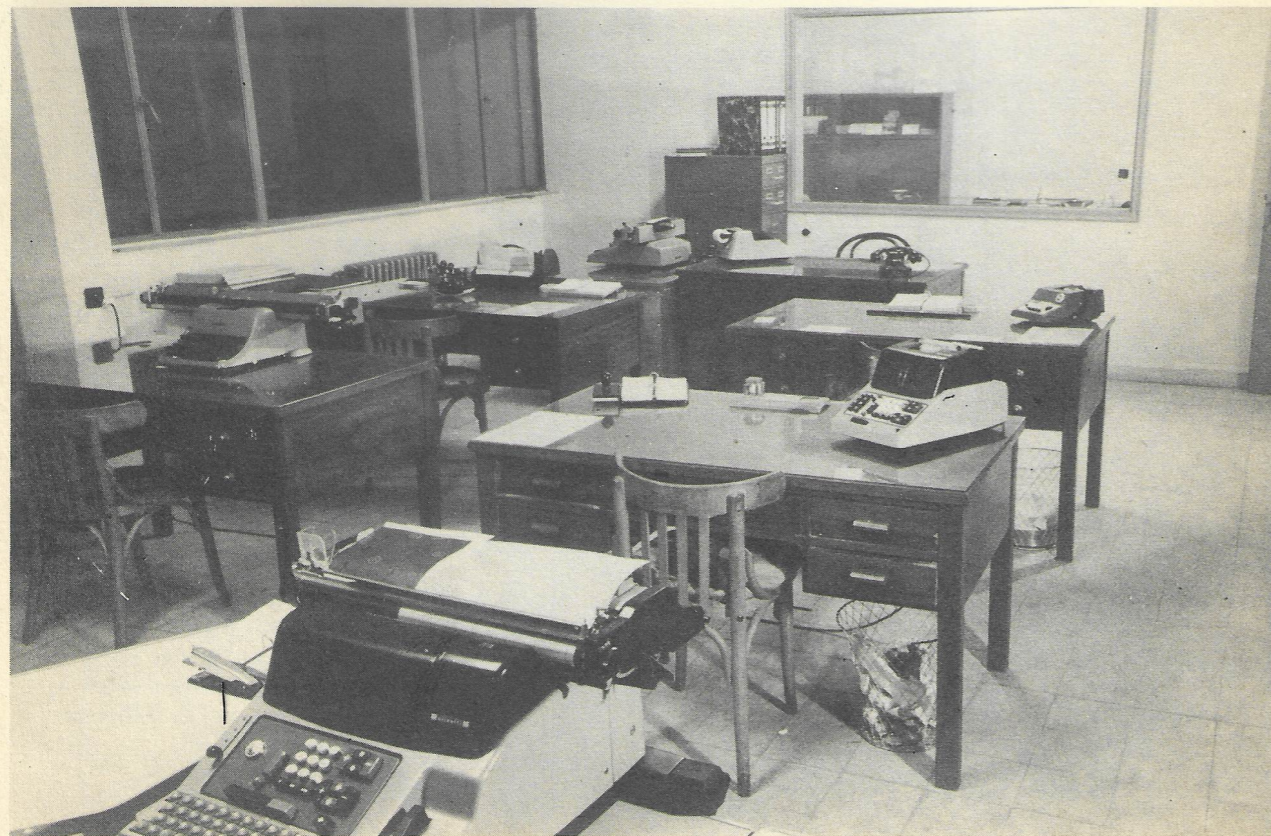
#### LES ÉDITIONS ORIENTALES

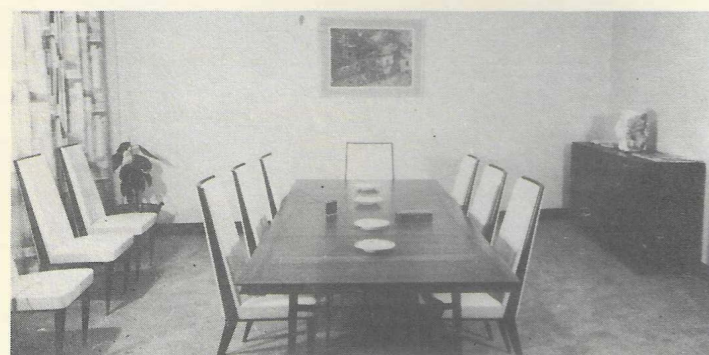
propriétaire d'une imprimerie et des deux plus im-  
portants hebdomadaires libanais :  
MAGAZINE édité en langue française  
OUSBOUH EL ARABI édité en langue arabe  
(dernière justification de  
tirage établie fin 1961 par  
RUSSEL « Chartered A  
countants » : 25.075 exer-  
plaires.

Adresse : Boulevard Dora  
Boîte Postale : 1404  
Téléphone : 260211-260212-261097



*Une perspective des bureaux de l'Olivetti*  
*Une vue du service de comptabilité*





*Le bureau de M. Georges Abou Adal  
au siège de Beyrouth,  
la salle de conférences et une  
perspective d'ensemble*



## CHAPITRE II

### Historique et Développement

#### LE GROUPE A ETE FONDE EN 1946, PAR GEORGES ABOU ADAL

- De nationalité libanaise, né le 15 Septembre 1920 à Beyrouth.
- Président du Syndicat des Importateurs de Produits pharmaceutiques en 1960 et 1961.
- Administrateur de Sociétés : OKAL (Sté des Bois Agglomérés) — BSR (Business Services & Research Corporation). — LEMCO (Lebanese Marble Co.)
- Editeur des hebdomadaires « Magazine » et « Ousbouh El Arabi ».
- Consul Général Honoraire du Honduras

#### PERSONNEL

Lors de sa fondation en 1946, le groupe se limitait à une modeste affaire d'importation installée à Beyrouth, et comprenait un effectif de trois personnes.

A fin 1961, le groupe totalise *plus de 340 collaborateurs*.

#### CAPITAL

En 1946, le capital initial était de 12.000 \$ USA (douze mille dollars).

La capitalisation actuelle du groupe est en dépassement de 3.000.000 \$ USA (Trois millions de dollars).

#### CHIFFRES D'AFFAIRES

Année	Livres Libanaises	\$ USA
1947	70.000	23.300
1951	724.000	241.000
1952	1.000.000	370.000
1953	1.500.000	500.000
1954	2.683.000	893.000
1955	3.200.000	1.070.000
1956	4.160.000	1.387.000
1957	6.064.000	2.021.000
1958	6.225.000	2.070.000
1959	8.895.000	2.900.000
1960	12.637.000	4.212.000
1961	14.100.000	4.700.000

#### LOCAUX ET PARC AUTOMOBILE

- 3.000 mètres carrés de dépôts — dépôt privé en zone franche à Beyrouth, propriété du groupe.
- Une cinquantaine d'automobiles et camionnettes.



*Ces deux photos donnent une vue d'ensemble des locaux du Consulat du Honduras*



## CHAPITRE III

### Politique commerciale

Les activités du groupe (Les « Editions Orientales » exceptées) sont axées sur l'importation et la distribution de produits de marque, de réputation internationale.

Ces produits sont assez divers.

Le fait, d'une part, de les importer et distribuer par un même organisme, amenait à une réduction de frais généraux, dans des pays qui demeurent à faible consommation. Les départements suivants étant communs : Comptabilité — Dépôt et livraisons — Publicité — Secrétariat — Direction générale.

D'autre part, il était indispensable de promouvoir les ventes, par des équipes spécialisées et d'organiser dans certains cas des départements spéciaux destinés à entretenir le « Service après vente ».

Une attention tout à fait particulière a été accordée depuis le début *au recrutement des cadres*, et au maintien d'un climat permettant à chaque membre de l'entreprise de sentir qu'il fournissait un effort dans son propre intérêt.

— Le mot et l'esprit « employé » ont été systématiquement remplacés par le mot et l'esprit « collaborateur ».

— Des primes en fonction du rendement sont accordées plus particulièrement aux agents de vente et plus encore aux cadres.

— La vente n'est pas une opération fractionnée : Un climat de confiance devait être créé chez les revendeurs d'abord, chez le consommateur ensuite. Dans cet esprit, nous nous sommes considérés responsables du produit tant qu'il demeurait en circulation.

What a  
SCOTCH

WHITE HORSE

*of course!*



— Notre politique de prix a été basée sur un juste prix fixe assurant la sécurité aux revendeurs et aux consommateurs — spécialement dans une région où le marchandage est la règle : voilà pourquoi nous avons été les premiers, depuis plus de dix ans, à signaler les prix dans notre publicité.

#### PUBLICITE

A la fondation de l'entreprise, une attention spéciale a été accordée à la publicité, et on n'a pas hésité, dans certains cas, à dépenser, pendant 2 ou 3 ans, tous les revenus de la vente d'un produit en investissements publicitaires.

Dès le début, un département de publicité attaché à la maison fut constitué dans le but de préparer des campagnes rationnelles, de choisir les meilleurs média et emplacements.

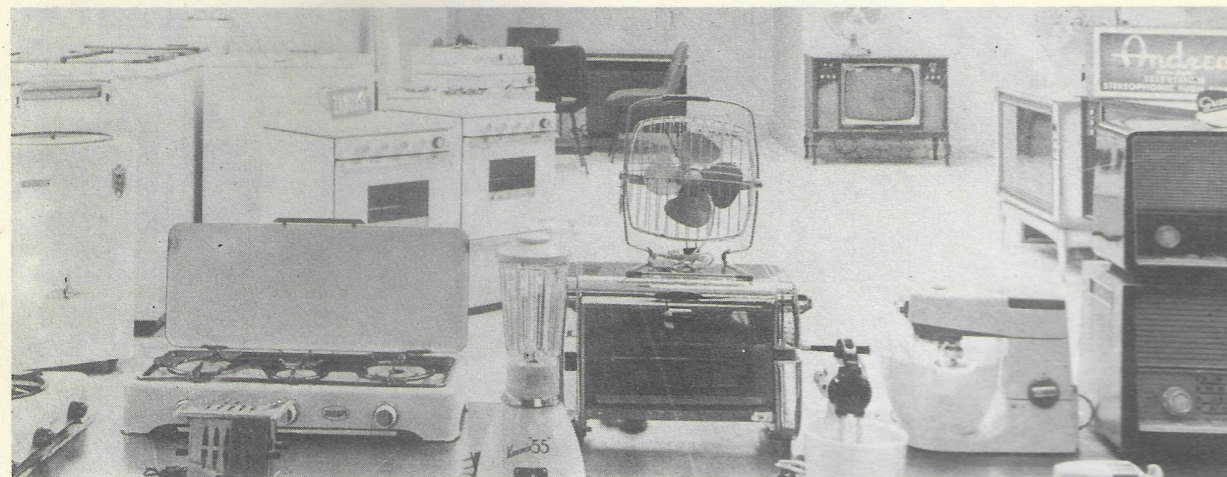
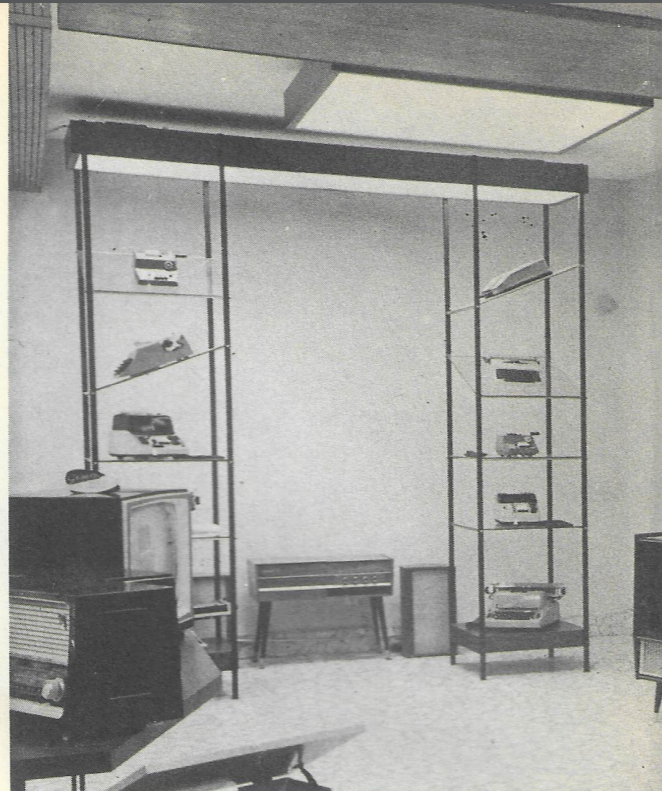
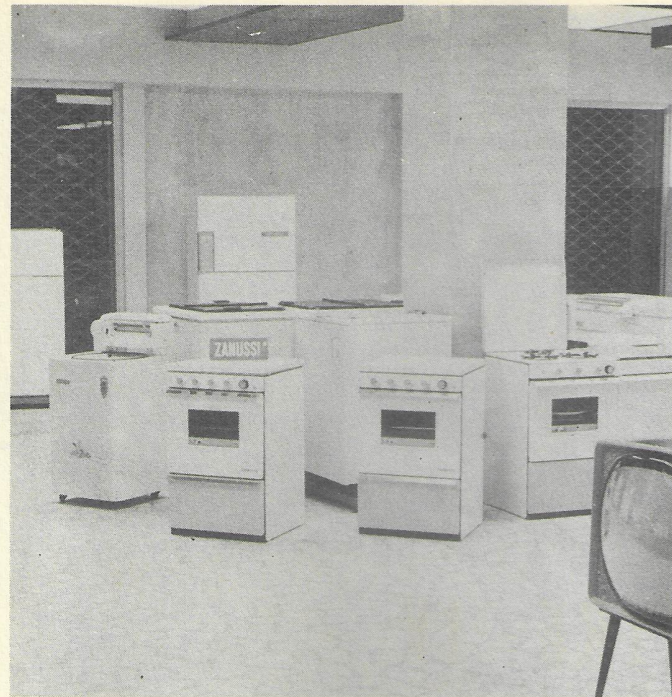
● En 1961, nous avons occupé dans la presse plus de 250.000 centimètres colonne.

Nous avons été les premiers à utiliser la publicité quadrichromie, et l'espace occupé par nous dans la presse pour la publicité quatre couleurs est égal aux 40% de la totalité de la publicité quatre couleurs utilisée sur notre territoire.

- 700 films/semaines publicitaires ont été projetés dans les salles de cinéma
- 130 films ont été projetés sur les deux chaînes de la Télévision
- 250 vitrines ont été réalisées par nos étalagistes
- 50 enseignes au néon ont été placées chez les revendeurs en 1961
- Une enseigne au néon Graetz, la plus grande du Moyen-Orient, a été placée sur le haut d'un building de la place centrale de Beyrouth.

#### TELEVISION

Ce support ayant pris son extension en 1961, le budget de 1962 prévoit environ 400 minutes de publicité télévisée sur les deux stations.



*Le Show-Room  
« Electric-Market »  
a été conçu pour  
l'exposition et la  
vente de tous les  
produits représentés  
par le Groupe  
Abou Adal*

## CHAPITRE IV

### Activités

*Nous avons déclaré dans le chapitre précédent que le but de notre politique commerciale était de : « promouvoir les ventes par des équipes spécialisées et d'organiser dans certains cas des départements spéciaux destinés à entretenir le « Service après vente ».*

*Ce principe général a donné naissance à des départements variés dont voici les principaux :*

### Département Pharmaceutique

#### Principales représentations

CIBA S.A.	— Bâle
Laboratoires Diamant	— Paris
Carlo Erba	— Milan
Laboratoires Midy	— Paris
Beecham Research Lab. Ltd.	— Grande-Bretagne
N.V. Lijempf	— Hollande
Philips Duphar N.V.	— Hollande
Laboratoires Toraude	— Paris (pour la Syrie)

*Plusieurs universitaires dont deux docteurs en médecine, un docteur en pharmacie, quatorze pharmaciens sont responsables de ce département.*

### Département horloger

#### Principales représentations

Patek Philippe	— Genève
Oméga	— Bienne
Tissot	— Le Locle
Roamer	— Soleure
Oris	— Holstein
Jaz	— Paris
Dupont (Briquets).	— Paris

*23 magasins-pilotes sont concentrés sur la distribution de ces marques (quatre sont notre propriété exclusive).*





Le dépôt dans lequel sont entreposés les postes de T.V. et Radio, une vue partielle du dépôt des produits pharmaceutiques ainsi que la section réservée aux boissons et liqueurs



### Département Alimentation et Boissons

*Principales représentations*

White Horse	— Grande-Bretagne
Champagne Mercier	— France
Vins Calvet	— France
Olida	— France
Pierrot Gourmand	— France
Chocolat Lindt	— Suisse
Blooker's Cocoa	— Hollande

### Département Mécanographique

*Principales représentations*

Olivetti	— Ivrea (Italie).
Roneo	— Grande-Bretagne

- Service d'assistance technique comprenant deux chefs techniciens européens et une quinzaine de techniciens autochtones.
- Deux magasins-pilotes d'exposition (notre propriété).

### Département Articles Ménagers (Mis sur pied en 1959)

*Principales représentations*

Graetz TV, Radios	— Allemagne
Quicfrez réfrig.	— U.S.A.
Zanussi réfrig. cuisin.	— Pordenone (Italie)
Aifel	— Rome
HMV Lessiveuses	— Grande-Bretagne
Kenwood (Mixers)	— Grande-Bretagne

- Service d'assistance technique comprenant plus de vingt personnes.
- Atelier de tôlerie.
- En plus des revendeurs spécialisés, deux magasins-pilotes (notre propriété).

### Département Parfumerie et Cosmétiques

*Principales représentations*

Cadoricin	— Paris
Scherk	— Paris
Raphaël	— Paris
Le Galion	— Paris
Payot	— Paris
Colgate-Palmolive	— (Pour la Syrie)



*Ici, l'imposante  
devanture du  
Magasin  
Korrigan-Lesur  
et deux vues  
de l'intérieur*




---

### Département Commissions et Divers

---

Textiles  
Produits métallurgiques  
Papier

---

### Département 11

---

Département spécialisé pour les adjudications gouvernementales, les études de marchés, les grands travaux etc...  
Ce département est en voie de se transformer en société autonome.

---

### Département Assurances (Les Assurances du Levant)

---

Représentant « The Western Assurance Company », Toronto, Canada.

---

### Korrigan Boutique S.A.L.

---

Société ayant la distribution exclusive des marques du Groupe Prouvost : KORRIGAN — WELCOME MORO — et aussi d'autres marques telles que LOU — MC DOUGLAS etc... Cette Société possède un magasin d'exposition et de vente de standing très élevé, ayant plus de 250 mètres carrés de surface et 25 mètres de façade sur deux rues.

# EXTRAITS DE NOS CAMPAGNES PUBLICITAIRES



OMÉGA  
*Seamaster*  
CALENDAR



## La caractéristique la plus remarquable de cette montre-sport, c'est sa précision...

...car la Seamaster est avant tout un instrument de haute précision Omega, créé pour marquer l'heure précise pendant des dizaines d'années, sans jamais faillir.

**1. On la préfère dans le monde entier.** La Seamaster est une montre qui vous conviendra aussi bien lorsque vous dînez en ville (remarquez son style classique) que pour vos parties de chasse sous-marine (imperméable jusqu'à 60 mètres sous l'eau). Pour un million et demi de propriétaires de Seamaster, c'est cette multiplicité d'emplois qui les séduit le plus. Ce sont leurs critiques enthousiastes qui ont fait de la Seamaster la montre-sport de haute précision la plus populaire du monde.

**2. Un test unique avait prouvé que sa création était un succès.** La conception de la Seamaster fut mise au point pendant la deuxième guerre mondiale; l'armée britannique chargea Omega de créer une montre-bracelet possédant à la fois une précision extraordinaire et une robustesse de combat.

C'est alors qu'eut lieu le test de masse le plus concluant qu'on eut jamais vu dans l'histoire des montres. 60 000 Omega Seamaster défilèrent toutes les rigueurs de la guerre sur terre, sur mer et dans les airs, marquant chaque seconde avec l'habituelle précision Omega.

**3. Et aujourd'hui, elle est automatique!** Les ingénieurs Omega ne s'arrêtèrent pas en si bon

chemin. Aujourd'hui, la Seamaster est non seulement exacte, robuste et belle, mais automatique par surcroît!

**4. Il fallait «gagner» d'autres secondes!** Précis, toujours plus précis! Les progrès techniques réalisés par Omega ont permis de «gagner» encore de nouvelles secondes de précision. Car aujourd'hui Omega crée des pièces qui s'adaptent dans le mouvement avec une tolérance minimum de 0,003 mm. moins du 1/16 du diamètre d'un cheveu.

**5. Les mêmes ingénieurs créent les chronomètres olympiques.** La dextérité innée seule des célèbres horlogers suisses ne suffit pas pour expliquer de tels exploits. Il a aussi fallu l'apport fantastique des plus grandes et plus modernes usines du monde dans le domaine des montres de précision, usines possédant même des installations électroniques et supersoniques. Et il est significatif que ce soit ici que l'on fabrique aussi les instruments d'une précision de fraction de seconde qu'Omega fournit aux Jeux olympiques depuis 1932.

**6. Protégée pour durer une vie entière.** Dans une montre créée avec des tolérances microscopiques, l'intrusion de la moindre parcelle de poussière provoque immédiatement des catastrophes. Omega a donc consacré des années de recherches à la mise au point d'une protection absolument hermétique: aujourd'hui, la Seamaster est encore

mieux protégée que pendant la guerre. Et c'est votre garantie: votre Seamaster vous durera toute votre vie.

**7. Un service unique à travers le monde.** Votre Seamaster bénéficie d'un service d'experts dans des milliers de villes de 129 pays et territoires. Le réseau mondial du Service Omega est unique. Et il doit l'être: Omega est la montre la plus vendue dans le monde entier.

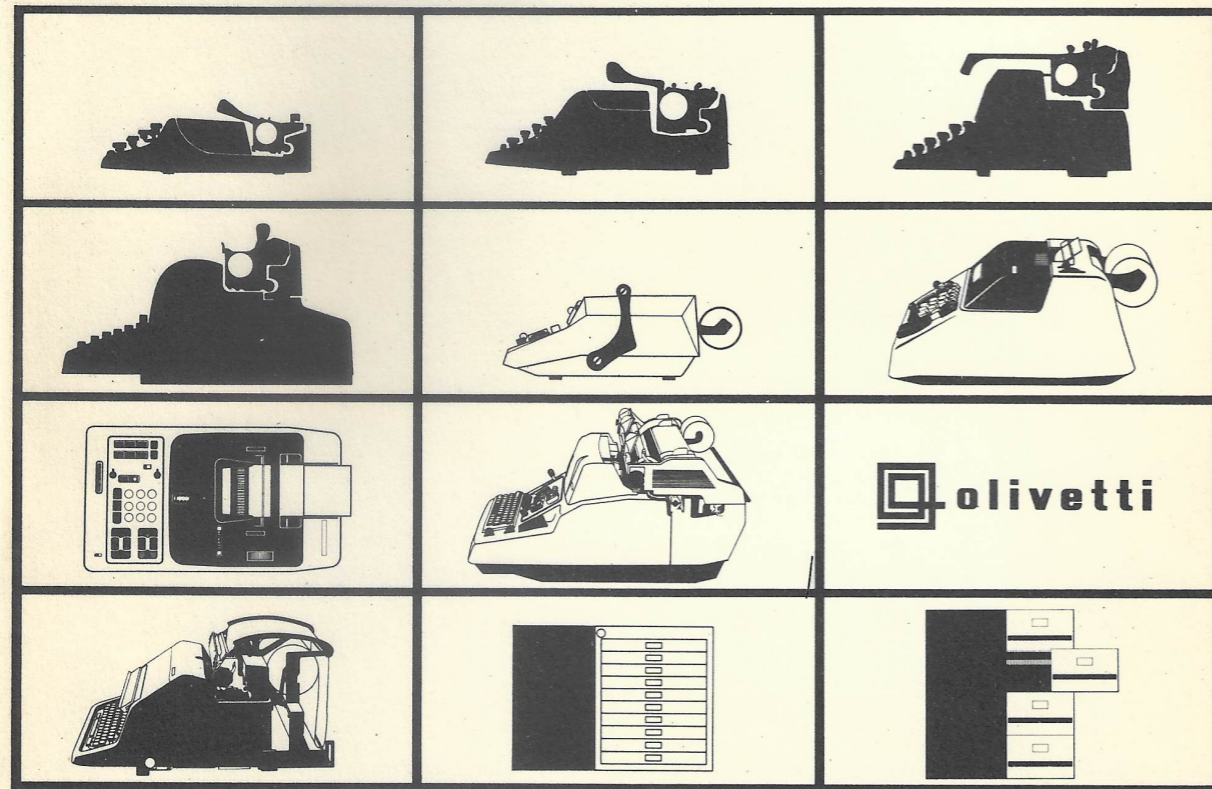
**8. L'achat le plus sûr dans le domaine de la précision.** Sûrement protégée contre les éléments, la Seamaster est aussi l'achat le plus sûr que vous puissiez faire dans le domaine de la précision... que vous la choisissiez pour vous-même ou pour quelqu'un d'autre, ce sera toujours le plus beau cadeau que vous puissiez faire: aucune montre-sport ne possède la précision, la protection et l'allure de la Seamaster.

**9. Gamme de prix.** Se fait en or 18 carats, en Goldcap ou en acier inoxydable. Tous les modèles Seamaster sont étanches, antimagnétiques et anti-chocs. Automatismes et calendriers sont facultatifs.

Montre et bracelet or 18 ct.	L.L. 2000.-
Coiffe or	L.L. 425.-
Lunette or	L.L. 370.-
Acier	L.L. 285.-

Omega a la confiance du monde.

*Pour la correspondance avec vos fournisseurs  
et avec vos clients;  
pour vos factures, vos commandes, vos  
inventaires, vos adresses,  
pour l'écriture et le calcul,  
utilisez les machines à écrire et  
à calculer Olivetti.  
Votre activité commerciale y  
gagnera en ordre et en clarté,  
les copies vous économiseront du temps  
et vous épargneront les contrôles.*



**Machines à écrire de bureau et portatives**  
**Additionneuses électriques imprimantes et à main**  
**Calculatrices électriques imprimantes**  
**Machines comptables**  
**Telescripteurs**  
**Classeurs à fiches visibles**

**olivetti**

**olivetti**

*En 1908, première fabrique italienne de machines à écrire*  
*Depuis 1948, la plus importante industrie européenne de machines de bureau*  
*En 1962 une puissance industrielle comprenant dix usines sur trois continents*  
*présente sa nouvelle machine à écrire*

**82 Diaspron**

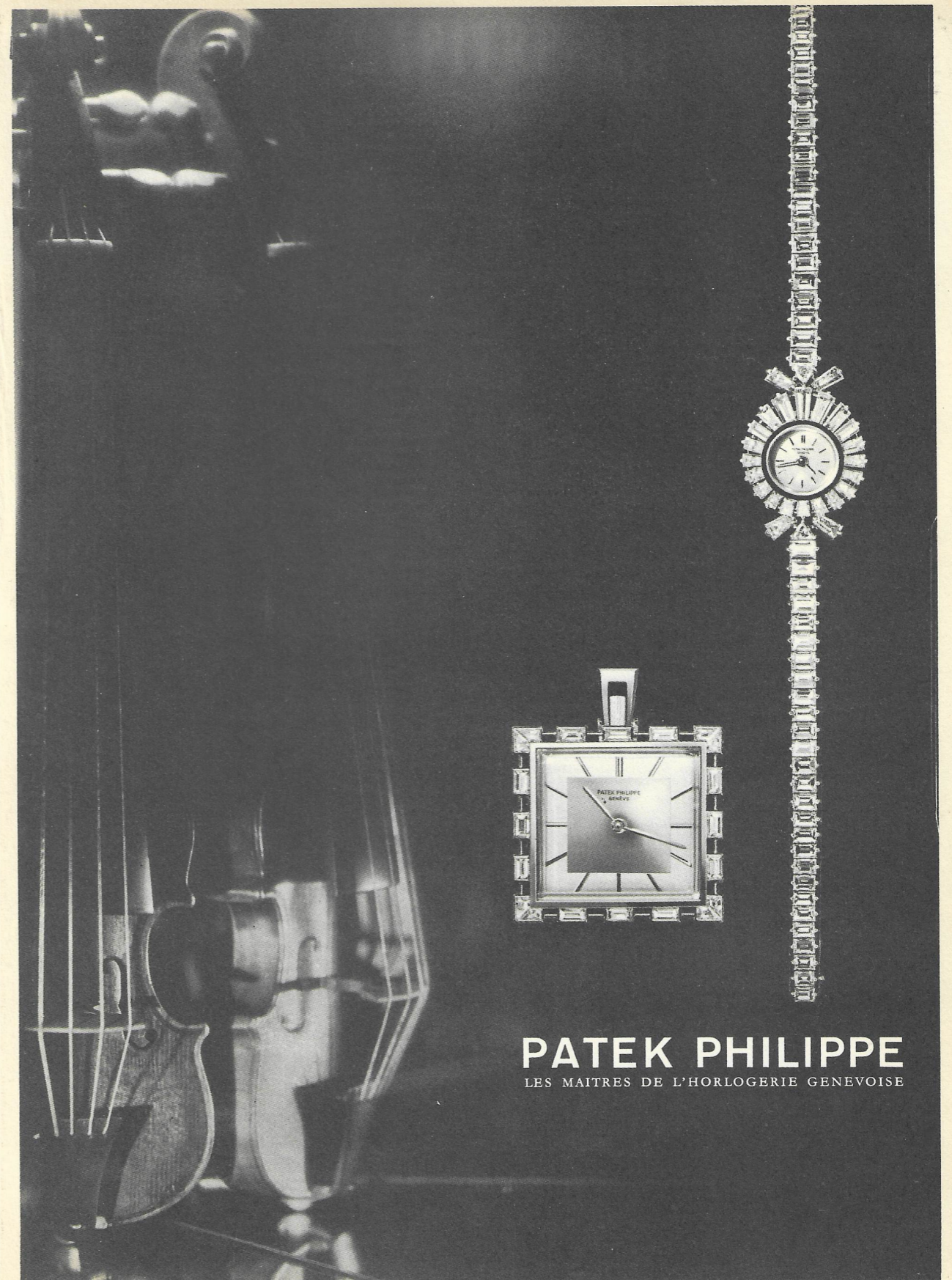
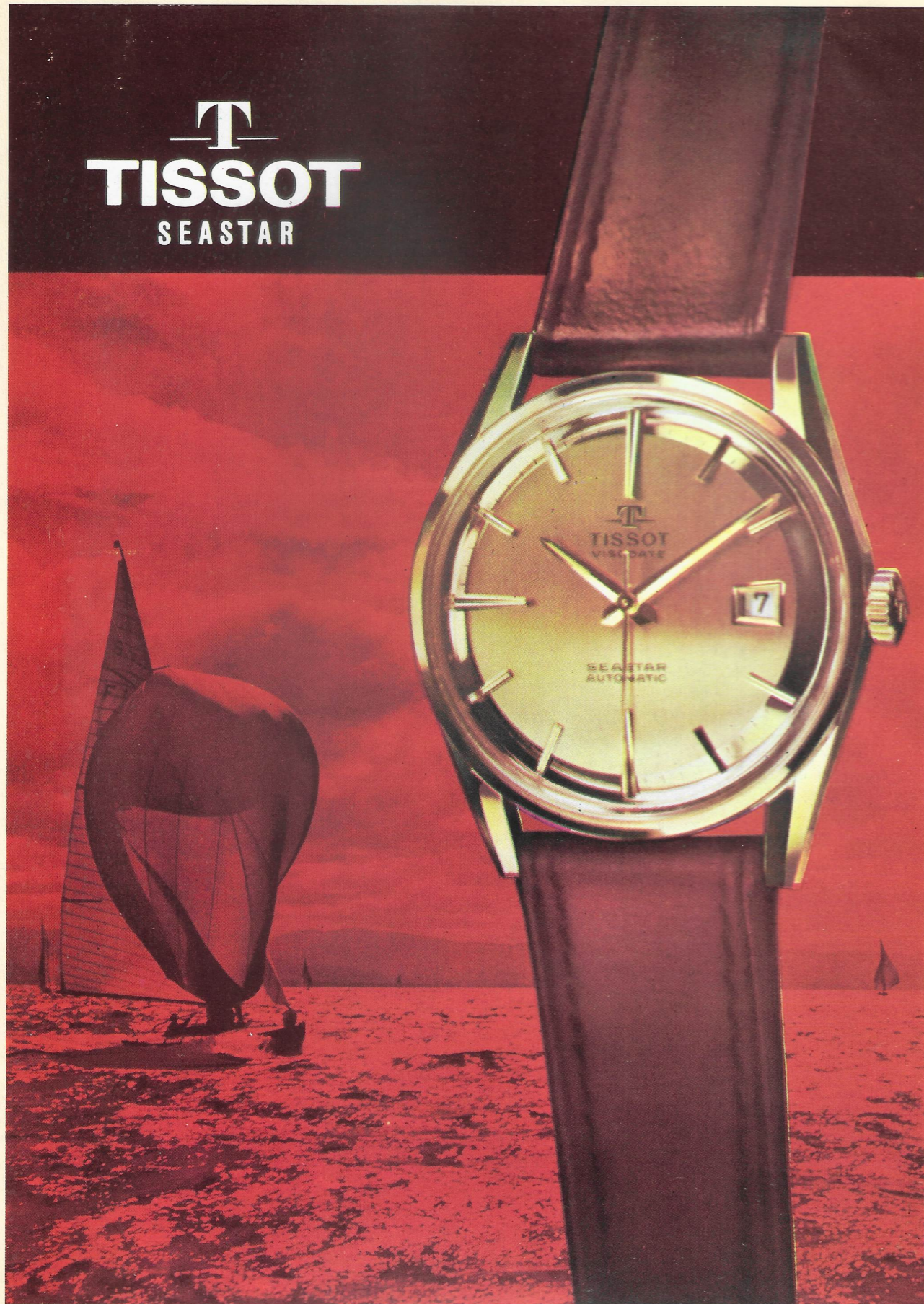


*Le nouveau modèle standard  
de machine à écrire de bureau à chariot intégré:  
le caractère original et rigoureusement fonctionnel de son profil  
s'unit à de multiples perfectionnements  
pour assurer une qualité de rendement supérieure.  
Le mécanisme de son cinématique à accélération progressive,  
de son lève-ruban et de son système d'avancement du chariot  
garantit une frappe souple et rapide,  
une écriture nette et un alignement impeccable.*



**Olivetti 82 Diaspron**

**Service assuré par techniciens spécialisés**  
**Pièces de rechanges d'origine**



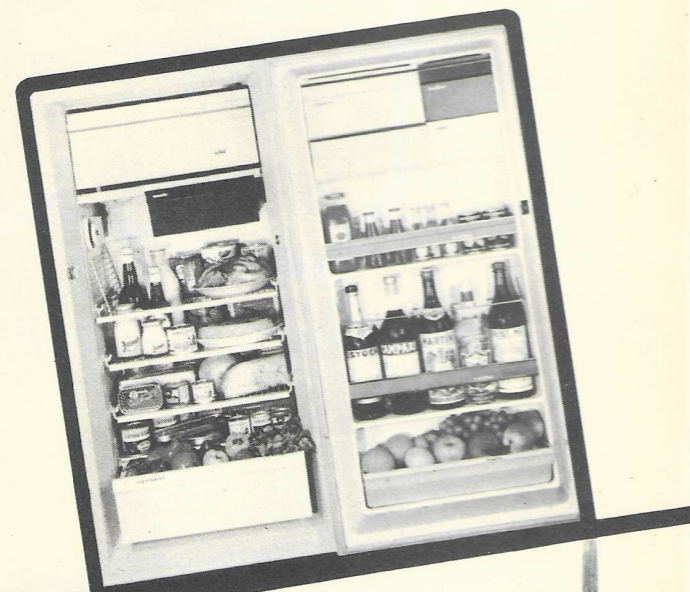
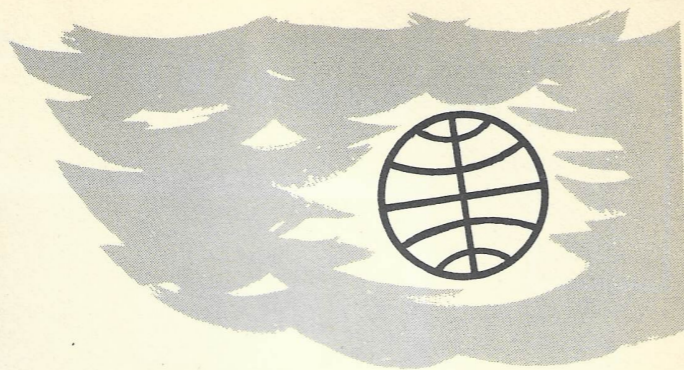


# ZANUSSI

Une des plus importantes industries d'appareils électroménagers d'Europe présente ...

## la nouvelle ligne 1962

Réfrigérateurs "Supermarket" et "Tropic System" à partir de L.L. 470

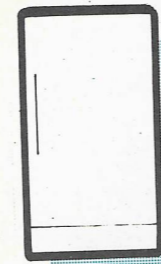


11 Modèles aux lignes harmonieuses, d'un fini impeccable et munis des derniers perfectionnements de la technique moderne  
**GARANTIE de 5 ans**  
 Service assuré par techniciens spécialisés  
 Pièces de rechange d'origine

# ZANUSSI

# ZANUSSI

La fierté de la production Américaine



"GRAND STYLE" TROPICALISES

Garantie de 5 ans



Modèles de "Grand Luxe" à partir de L.L. 1175

Service assuré par techniciens qualifiés

Congélation ultra rapide

# QUICFREZ

AGENCE QUICFREZ Rue Selim Takla, Imm. Awad Tel. 25 12 20 ext. 37

# Suprématie des postes TV allemands

## LES CHIFFRES PARLENT!!!

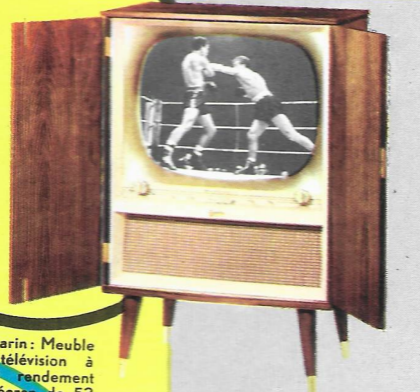
Statistiques officielles des importations au Liban d'appareils de Télévision pour 1960 -: 13.193 dont 8.577 de l'Allemagne Occidentale. Ceci prouve la suprématie, la qualité, la perfection des appareils de télévision fabriqués en Allemagne Occidentale.

GRAETZ l'un des plus grands Concernes Allemands et mondiaux vous présente sa nouvelle série d'appareils de télévision, de Radios, d'Enregistreurs, Pick-Up etc...

Markgraf: Téléviseur de table à grand rendement avec écran de 53 cm. (déviation 110°)



Mandarin: Meuble de télévision à grand rendement avec écran de 53 cm. (déviation 110°)



Maharani: Meuble de luxe complet entièrement tropicalisé comportant un téléviseur, une radio, un pick-up le tout High-Fidelity et Stéréophonique et en plus un emplacement pouvant contenir un enregistreur.



GRAETZ 3284 WET Superhétérodyne de luxe à effet stéréophonique avec un tourne-disques incorporé entièrement automatique.



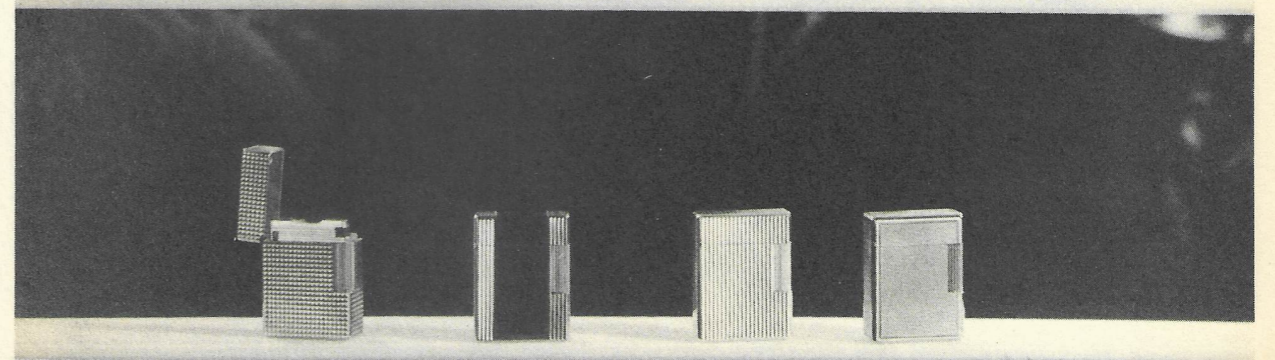
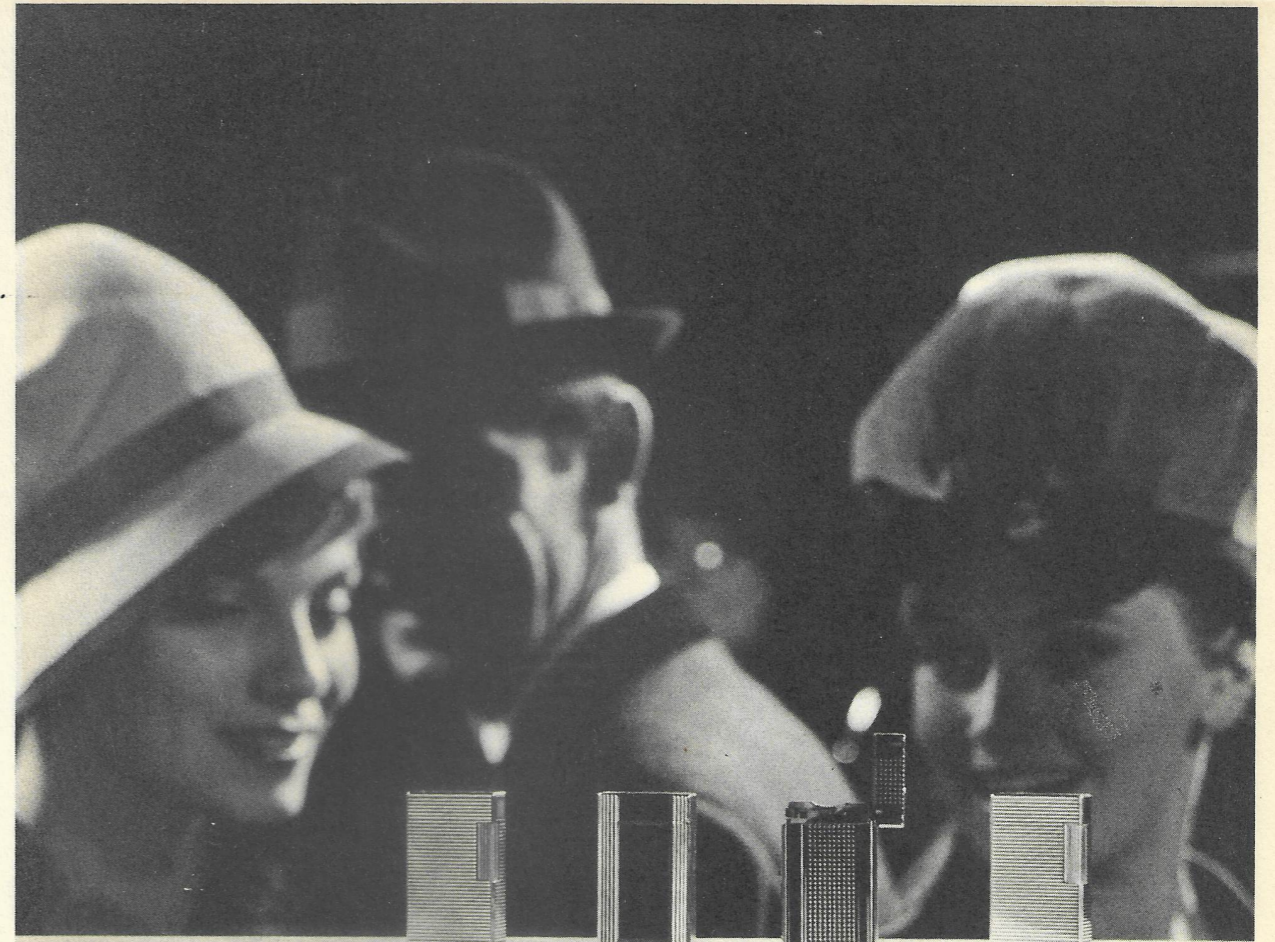
Récepteur de poche "Susi" entièrement transistorisé.

# Graetz

Agence GRAETZ: Rue Sélim Takla - Imm. Awad - Tél. 251220 (Ext. 37)

Appareils de télévision à partir de L.L. 1.100  
Appareils de Radio à partir de L.L. 140

Assistance technique garantie 24 heures sur 24  
Le jour: Tél. 251220 ext. 34-39  
la nuit: Tél. 261850



Construit comme un chronomètre et conçu comme un bijou, chaque briquet Dupont est une pièce unique, numérotée, habillée d'or, d'argent ou de laque de Chine véritable.

*S.T. Dupont*  
A GAZ

PREMIÈRE MARQUE INTERNATIONALE, S.T. DUPONT EST, DANS 70 PAYS DU MONDE, LE BRIQUET DE QUALITÉ. COLLECTION DE 16 MODÈLES POUR HOMME ET FEMME

Publi-Poster 44 025 - 1. Photo: J. H. H. H. H.



Deux grands noms de la  
Parfumerie Française

*Plaisir*  
*Réplique*

DE

RAPHAEL



RÉVEILLENZ VOTRE PEAU

NUTRICIA STIMULATION, à base de distillats naturels de fleurs fraîches, est une crème nourrissante complète.

Grâce aux phyto-stimulines qu'elle contient, elle apporte à la peau les éléments nourrissants et stimulateurs indispensables à la jeunesse de l'épiderme.

NUTRICIA STIMULATION existe également en Nutricia teintée — base de maquillage — 9 nuances

NUTRICIA STIMULATION

à base de distillats de fleurs fraîches

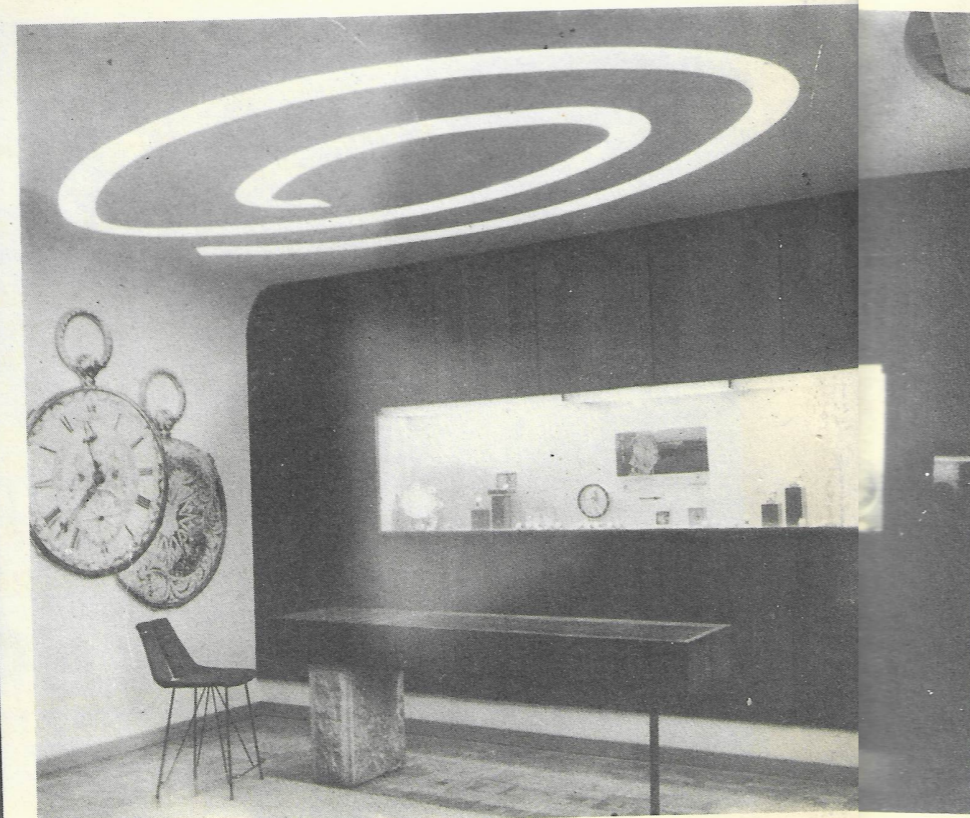
*Dr. G. LLOYD*

DE LA FACULTE DE LAUSANNE

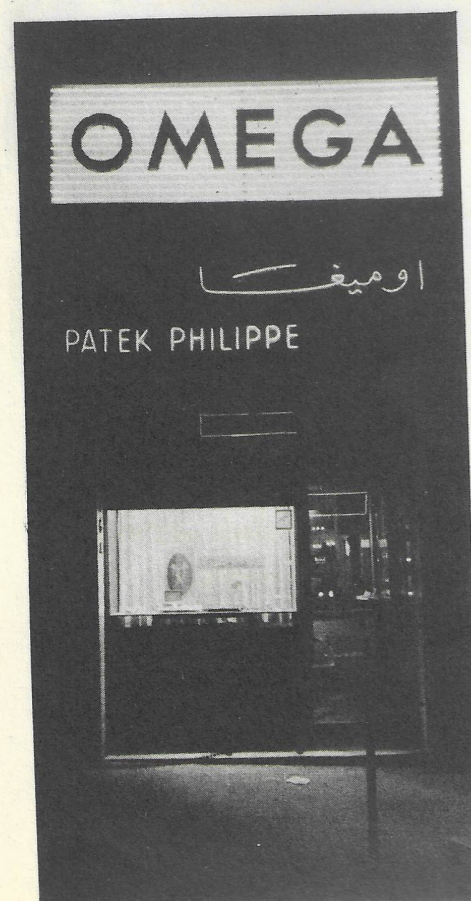
INSTITUT DE BEAUTE - 10, RUE DE CASTIGLIONE - OPE. 72-85

On peut voir ici  
quelques unes des  
principales  
horlogeries  
du Groupe  
Abou Adal  
ainsi qu'une partie  
de l'intérieur du  
magasin-pilote  
à Beyrouth

OMEGA



36



## CHAPITRE V

### Quelques résultats

Voici quelques résultats illustrant l'efficacité de l'organisation :

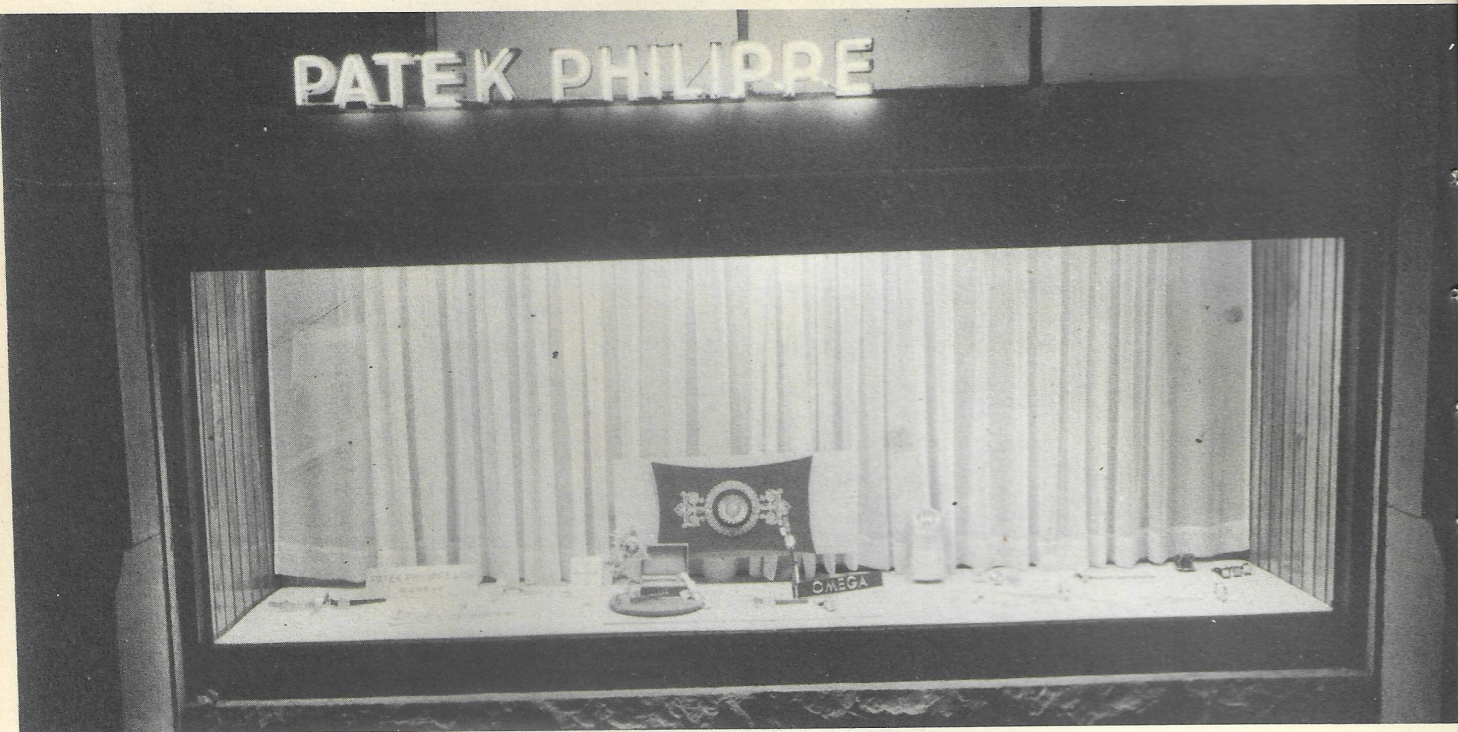
#### OMEGA

- La maison OMEGA nous a confié ses intérêts en 1949, alors que nous n'avions aucune expérience de la vente des montres. La marque n'avait alors aucun standing dans le Moyen-Orient.
- On ne parlait à ce moment que de Longine, Zenith, etc...
- OMEGA vendait péniblement quelques dizaines de montres dans des magasins non spécialisés, dont plusieurs étaient même des salons de coiffure.
- Treize ans se sont écoulés pendant lesquels les buts à atteindre furent les suivants :
  - a) Prix fixes assurant une sécurité totale au revendeur et au client.
  - b) Le choix de concessionnaires compétents, ou que nous avons pu former et amener à nos méthodes, contacts humains continuels avec eux, rentabilité et marges suffisantes assurées, leur permettant de s'enthousiasmer pour leur travail.
  - c) Etablissement de magasins-pilotes spécialisés et concentrés sur la marque, d'un standing égal ou supérieur aux magasins d'Europe.
  - d) Service après vente assuré par des techniciens qualifiés.
  - e) Une publicité fonctionnelle, intensive et continue.

#### Résultats

- Les statistiques de 1961 permettent de considérer que OMEGA a, à elle seule, représenté plus de 20% de l'importation de montres suisses.
- Aujourd'hui, OMEGA a conquis les deux tiers du marché des montres de marque, dix-huit autres marques se partageant le reste.

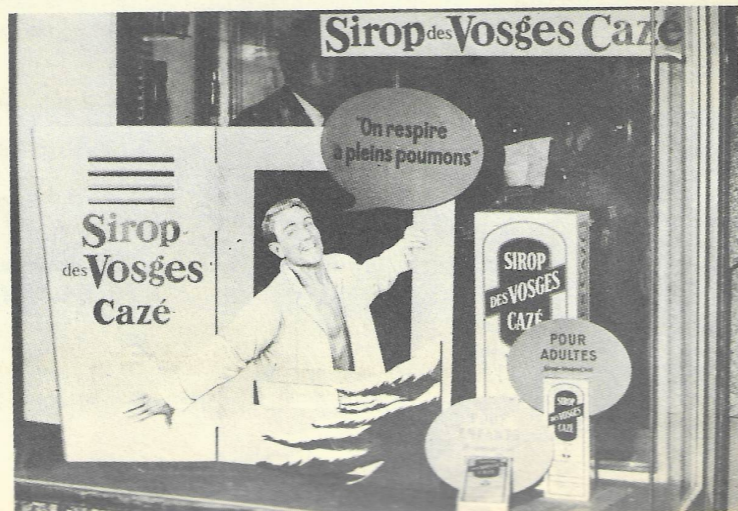
37



*Ici, l'un des décors consacrés à Patek-Philippe. Ces décors sont changés une fois par mois.*



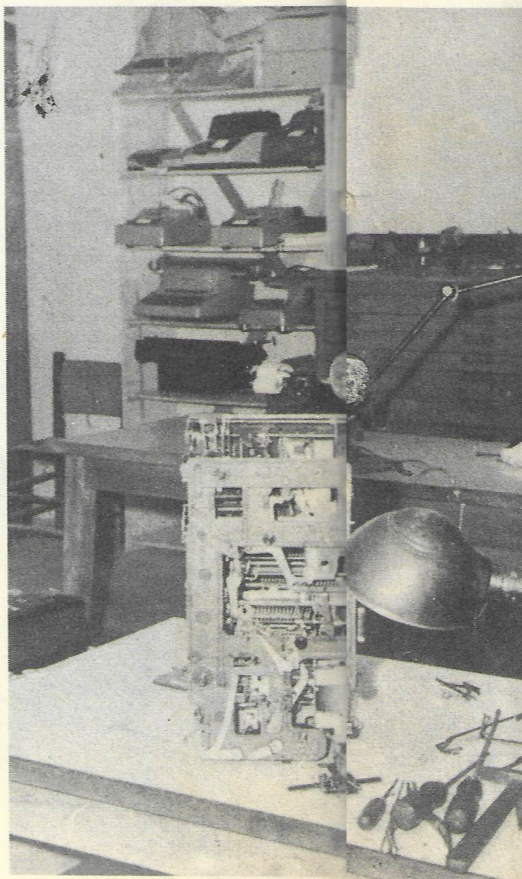
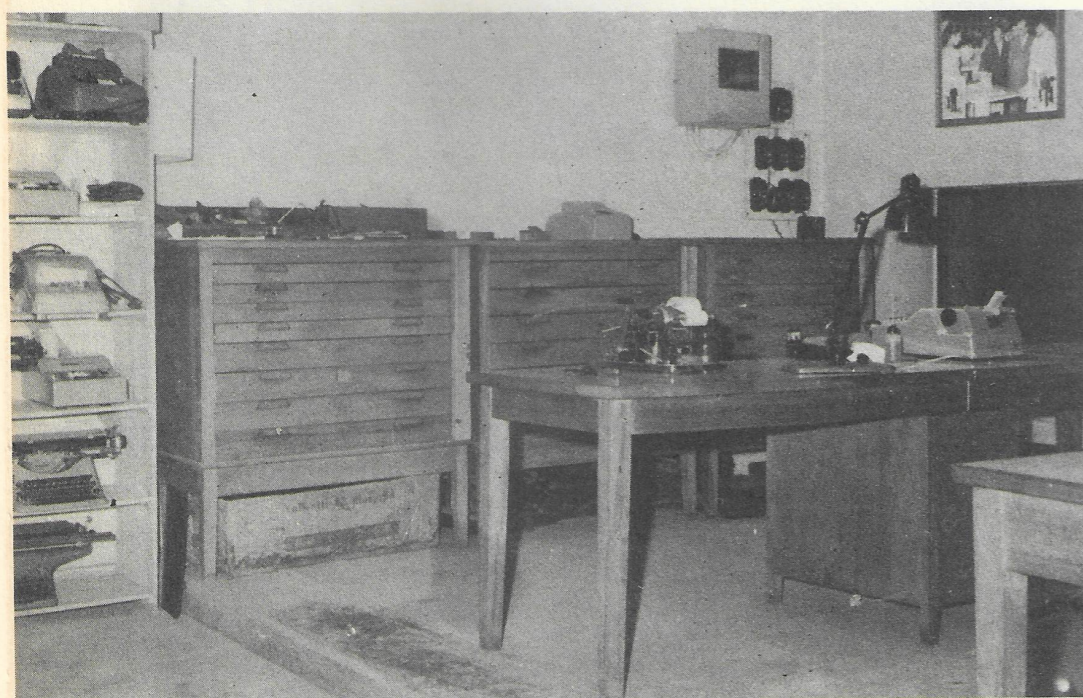
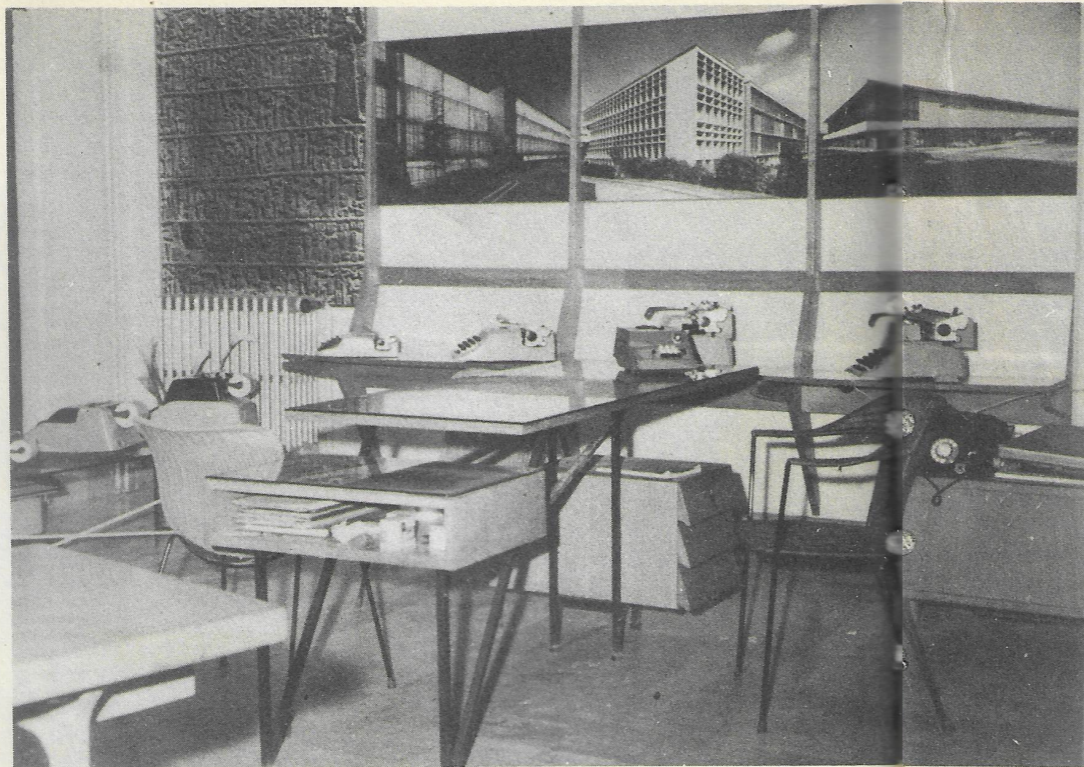
*Les produits pharmaceutiques ainsi que cosmétiques et autres, voient leur publicité Presse et Cinéma appuyée par une campagne Vitrines intensive*



*Un décor original réalisé à Alep par les soins de notre service de décoration.*

**Quelques réalisations de notre service de décoration**

*Ces trois photos vous donnent une idée de l'importance du service de vente et d'entretien du département Olivetti à Damas*



## OLIVETTI

Cette firme nous a confié ses intérêts en 1955.

A cette date, dans l'esprit des Libanais et des Syriens, il était exclu que les machines à écrire et surtout à calculer de qualité, puissent provenir d'Italie.

Nous avons commencé par concentrer nos efforts en instaurant un climat de confiance :

- Nous avons formé une équipe de vendeurs passant littéralement au crible les acheteurs éventuels: visites répétées, soumission de machines aux acheteurs hésitants, démonstrations répétées.
- Parallèlement, nous avons engagé des techniciens italiens qualifiés, formés à Ivrea : service d'assistance technique gratuit la première année — service d'entretien par abonnement les années suivantes — stock complet de pièces de rechange.
- En plus de la publicité pour la vente faite dans les médias traditionnels, une opération de prestige est effectuée par le canal de deux magasins d'exposition.

## Résultats

*En 1955, OLIVETTI ne pouvait revendiquer que 5% des ventes totales de machines à écrire et à calculer pour la Syrie et le Liban.*

*En 1961, en valeur relative, ce pourcentage passait à plus de 50% (cinquante pour cent) (la valeur absolue enregistrant une augmentation plus grande puisque le chiffre global des importations a augmenté considérablement entre 1955 et 1961).*



*Ci-dessus l'enseigne lumineuse White-Horse de Damas, et celle de Beyrouth, ci-dessous.*



## WHITE HORSE

En 1955, cette firme nous confiait ses intérêts.

Le Scotch Whisky était exporté alors de Grande-Bretagne sous le régime du quota. Toutes quantités accordées étaient facilement vendues, mais les prix étaient fonction du standing et de la distribution que l'agent avait su ou pu donner à la marque.

White Horse revendait moins aisément que les autres marques à un prix de 40 à 50% inférieur à celui de marques du même groupe DCL (Dewar's, John Haig, Johnnie Walker's, Black & White, Vat 69). White Horse venait loin derrière ces marques.

Aussitôt que cette firme nous a confié ses intérêts, plusieurs actions énergiques furent entreprises :

- Distribution complète malgré le quota auprès de tous les points de consommation, spécialement ceux fréquentés par une clientèle qui donne le ton.
- Prix égalisé avec celui de la concurrence.
- Obtention de quantités plus grandes et diffusion intensive dans les centres négligés par la concurrence (localités autres que les grandes villes).
- Publicité en couleur dans la presse
- Production de deux films publicitaires par nos propres soins à Beyrouth.
- Trois très grandes annonces au néon placées dans les places les plus centrales de Beyrouth, Damas et Alep.

## Résultats

*En 1955, White Horse vendait moins que les marques suivantes en quantités et à des prix inférieurs : Dewar's, John Haig, Johnnie Walker's, Vat 69, Black & White, Ballantine, Old Angus, Gilbey's, etc...*

*En 1961, White Horse est vendu au même prix que les deux premières marques et on estime qu'il est en tête du marché du point de vue quantité.*

Tenant compte de nombreuses demandes la société CIBA confirme que l'emballage de l'**Entero - Vioforme** l'antiseptique intestinal bien connu,

**à été CHANGÉ...**

**vous voyez représentés l'ancien et le**

**nouvel emballage**



C I B A

Quelques autres résultats comparatifs

*CIBA — a fait en 1961 7 fois le chiffre d'affaires de 1950 (agence confiée en 1949)*

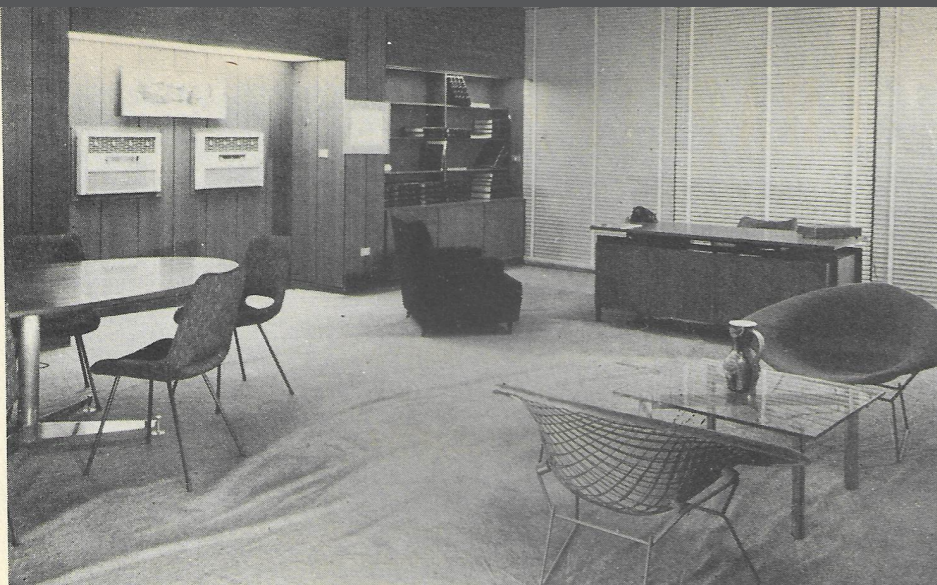
*CARLO ERBA — a fait en 1961 5 fois le chiffre d'affaires de 1957 (agence confiée en 1957)*

*MIDY — a fait en 1961 4 fois le chiffre d'affaires de 1956 (agence confiée en 1956)*

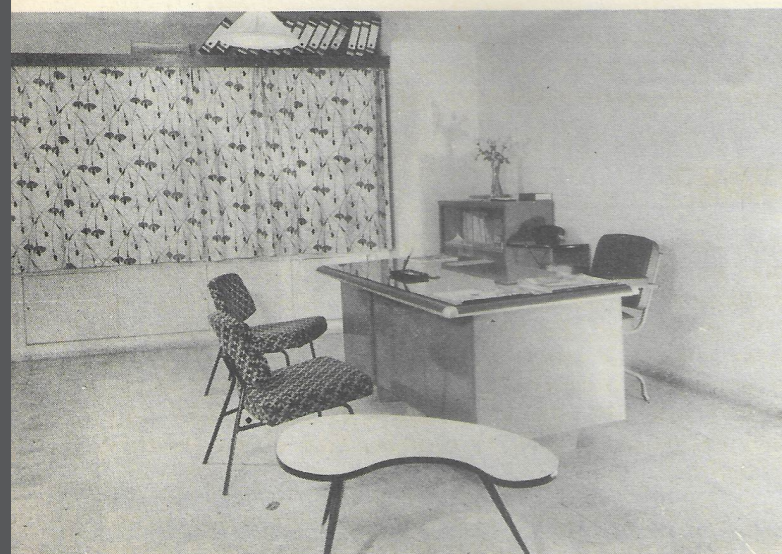
*DIAMANT (SIFA) — a fait en 1961 50 fois le chiffre d'affaires de 1952 (agence confiée en 1951)*

*OLIDA — a fait en 1961 10 fois le chiffre d'affaires de 1954 (agence confiée en 1952)*

*DUPONT — a fait en 1961 15 fois le chiffre d'affaires de 1955 (agence confiée en 1953)*



*Le bureau de  
M. Georges Abou Adal  
aux Editions  
Orientales*



*Les bureaux des directeurs administratifs des  
Editions Orientales et des Nouvelles Presses  
Orientales*

*La comptabilité*



## CHAPITRE VI

(Extraits de lettres)

### DIAMANT (SIFA)

*...Nous constatons tous les jours les brillants résultats de votre collaboration, et je puis même vous dire que nous vous citons en exemple à nos autres agents.*

*...Je tiens dès maintenant à vous faire savoir personnellement combien je suis heureux des résultats déjà obtenus et à vous redire la confiance absolue que j'ai dans l'avenir de notre collaboration.*

### CIBA

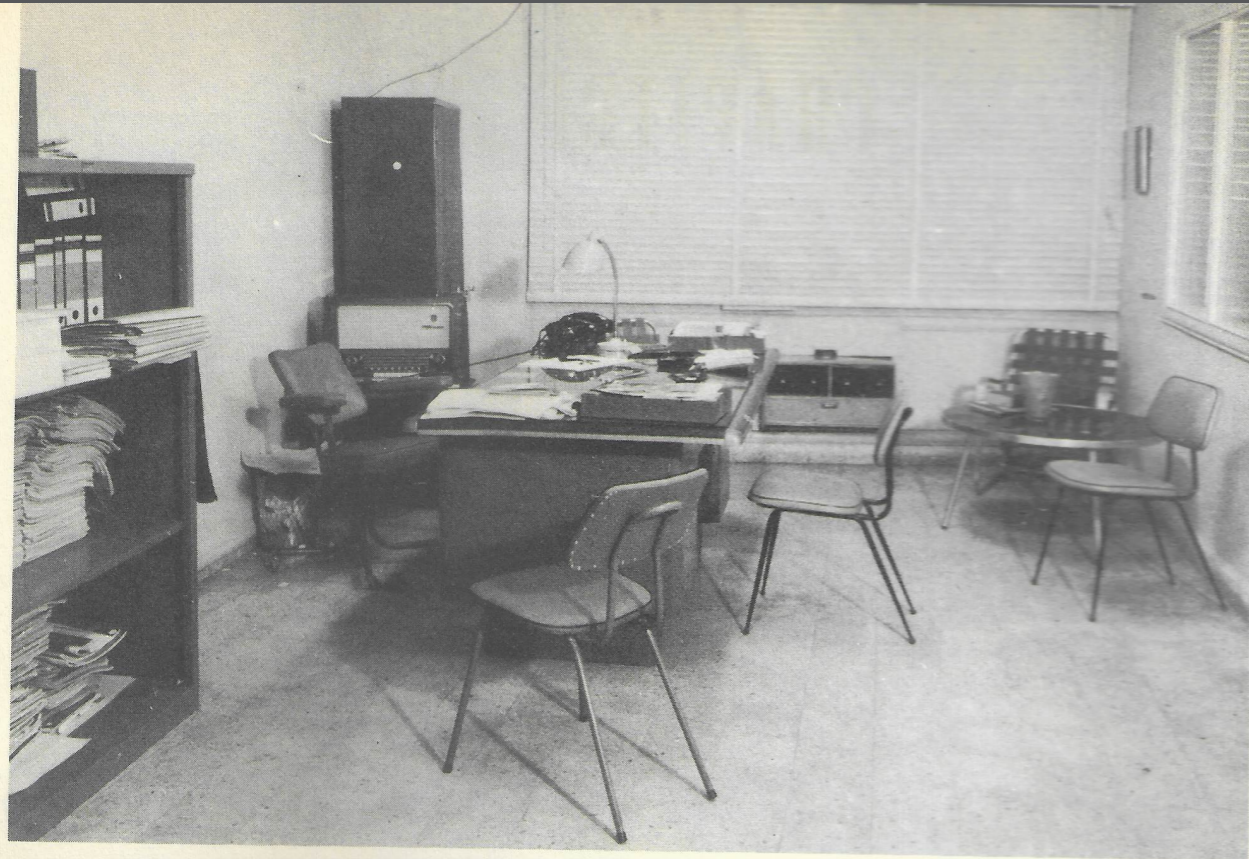
*...Au Liban, les ventes de nos produits ont accusé en 1954, par rapport à l'année précédente, une augmentation de 22% en nombre d'emballages, de 27% en valeur. Ce résultat est très réjouissant et nous tenons à vous en féliciter sincèrement. Nous en sommes d'autant plus satisfaits qu'il a été réalisé malgré une saturation considérable du marché libanais en médicaments et auprès d'un corps médical difficile.*

*...Nos affaires se sont développées d'une façon très réjouissante en Syrie au cours de l'année écoulée (1954), accusant une augmentation de 47,5% en nombre d'emballages et de 49% en valeur par rapport à l'année précédente (1953). Nous tenons à vous féliciter de ce résultat et croyons pouvoir en tirer des conclusions intéressantes quant à la marche ultérieure de nos affaires sur votre territoire.*

*...Les résultats du 1er semestre de cette année (1959) ont été très satisfaisants et nous profitons de l'occasion pour vous féliciter de votre effort.*

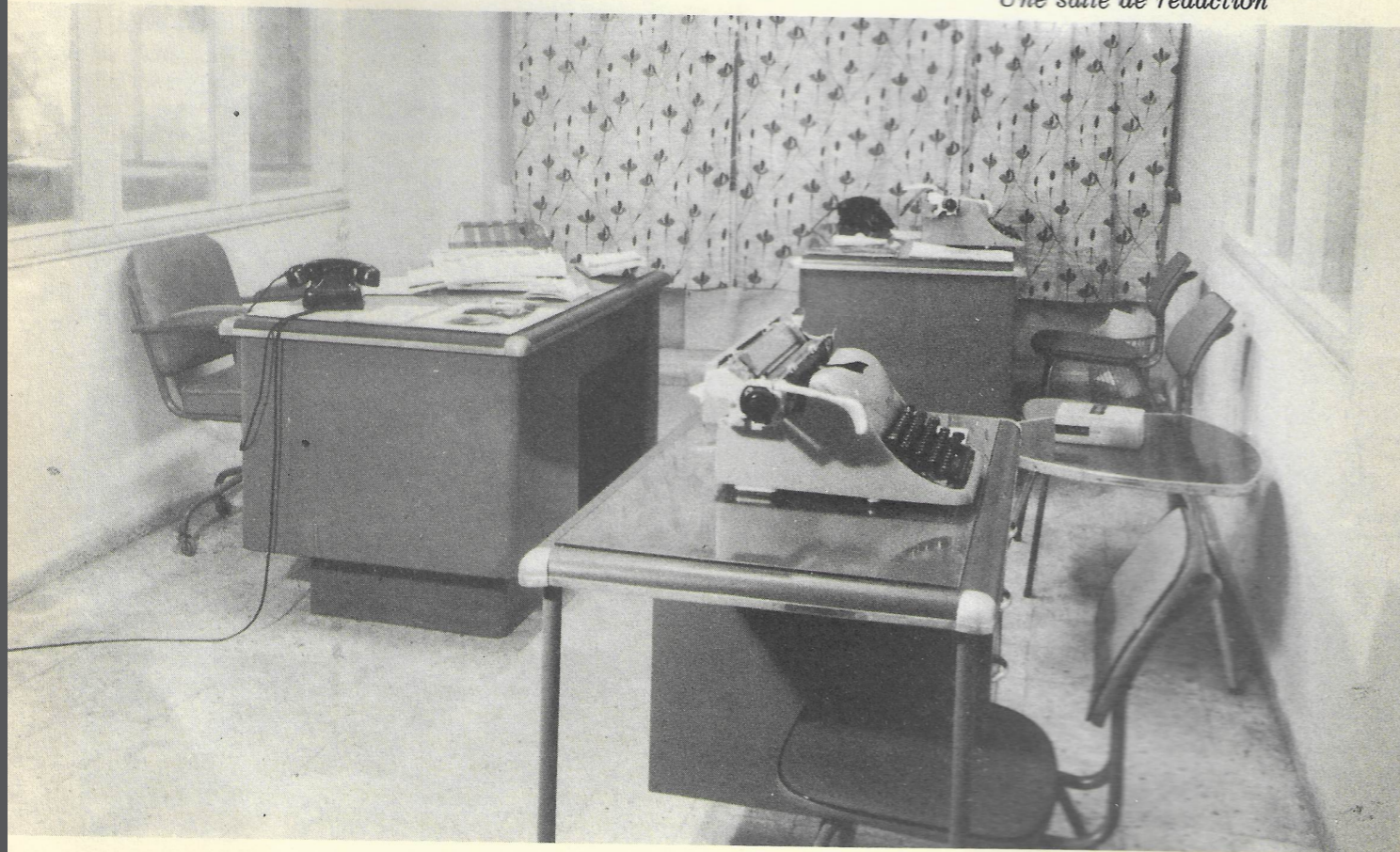
*...Nous aimerions relever d'ores et déjà que nous sommes très satisfaits de l'avance réalisée en 1960, par rapport à l'année antérieure.*

*...Pour ce qui concerne la statistique de l'importation de pharmaceutiques en 1960, nous constatons que les produits suisses figurent en tête avec 20 % environ du total. Puisque CIBA a réalisé en 1960 environ 1/3 des exportations de médicaments de la Suisse, la part de votre maison au total des importations en Syrie était donc de 6,5% environ, résultat que nous considérons comme remarquable.*



*La chambre du directeur-responsable de la revue « Magazine ».*

*Une salle de rédaction*



## WHITE HORSE DISTILLERS

*...It is most gratifying to know that in you we have such active and enterprising distributors.*

*It is appreciated that your advertising campaign has been undertaken with an eye to the future. (1955).*

*...We sincerely trust that your splendid publicity efforts will be rewarded by the ever increasing popularity of our brand. (1956).*

*...The splendid efforts you have made on behalf of White Horse have been fully justified and it is gratifying to see the very high standing of our brand in Syria.*

*In the case of your two markets, it could appear that the drive for sales you have made over the last eighteen months has reaped splendid dividends. (1956).*

*...We have been impressed with the first class reproduction of these advertisements and from those which you have now sent us we are again pleased to see that these are extremely well reproduced. (1959).*

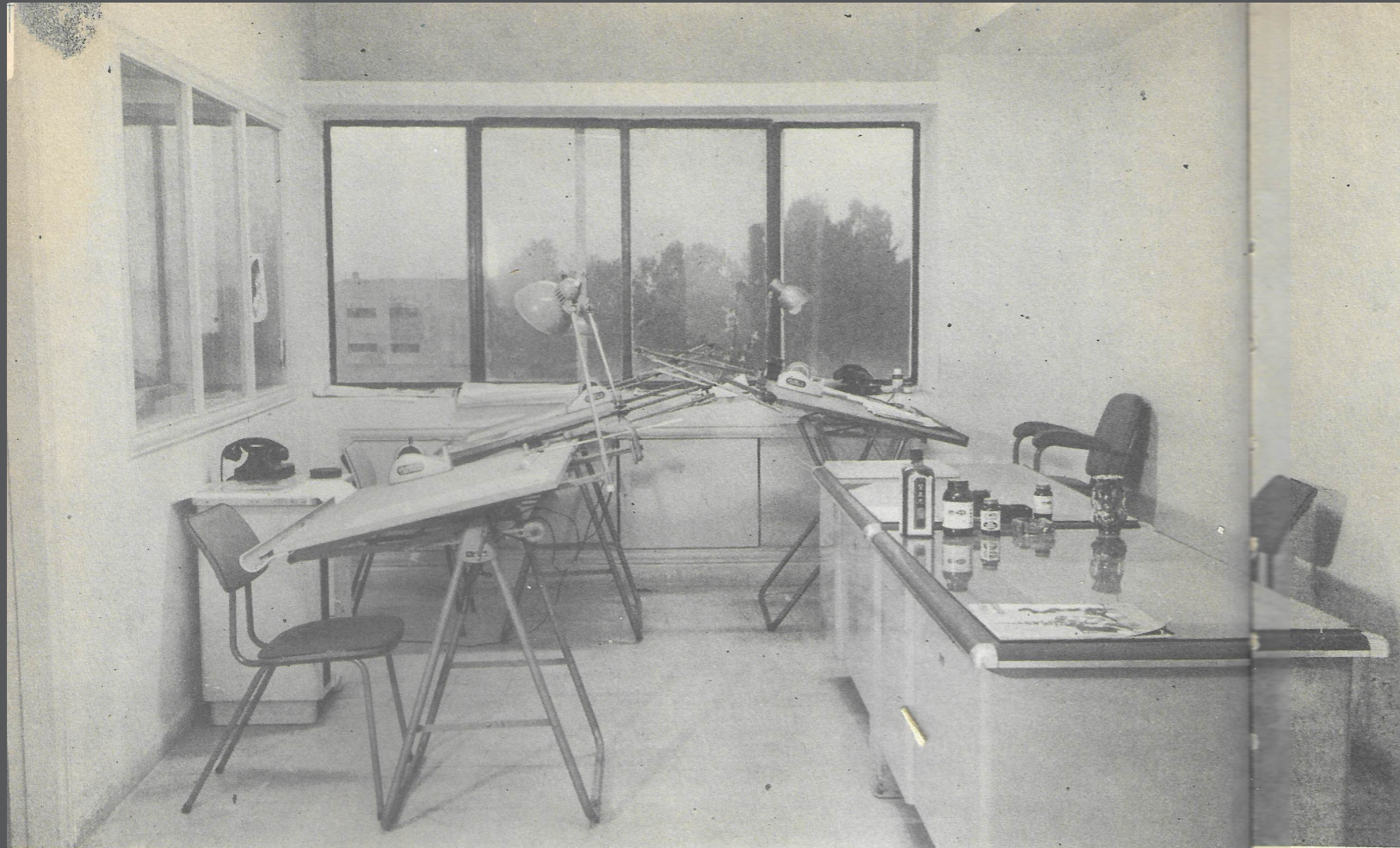
*...How delighted we are to see the splendid colour advertisement you have produced from our booklet «The Magic of Glens». We think that this is magnificent and would like to send you our sincere congratulations on your enterprise. (1960).*

*...To thank you for all the efforts you have made to expand the sale and distribution of our White Horse in your market. (1960).*

*...All the splendid advertising and promotion which you direct on behalf of White Horse in the markets under your control.*

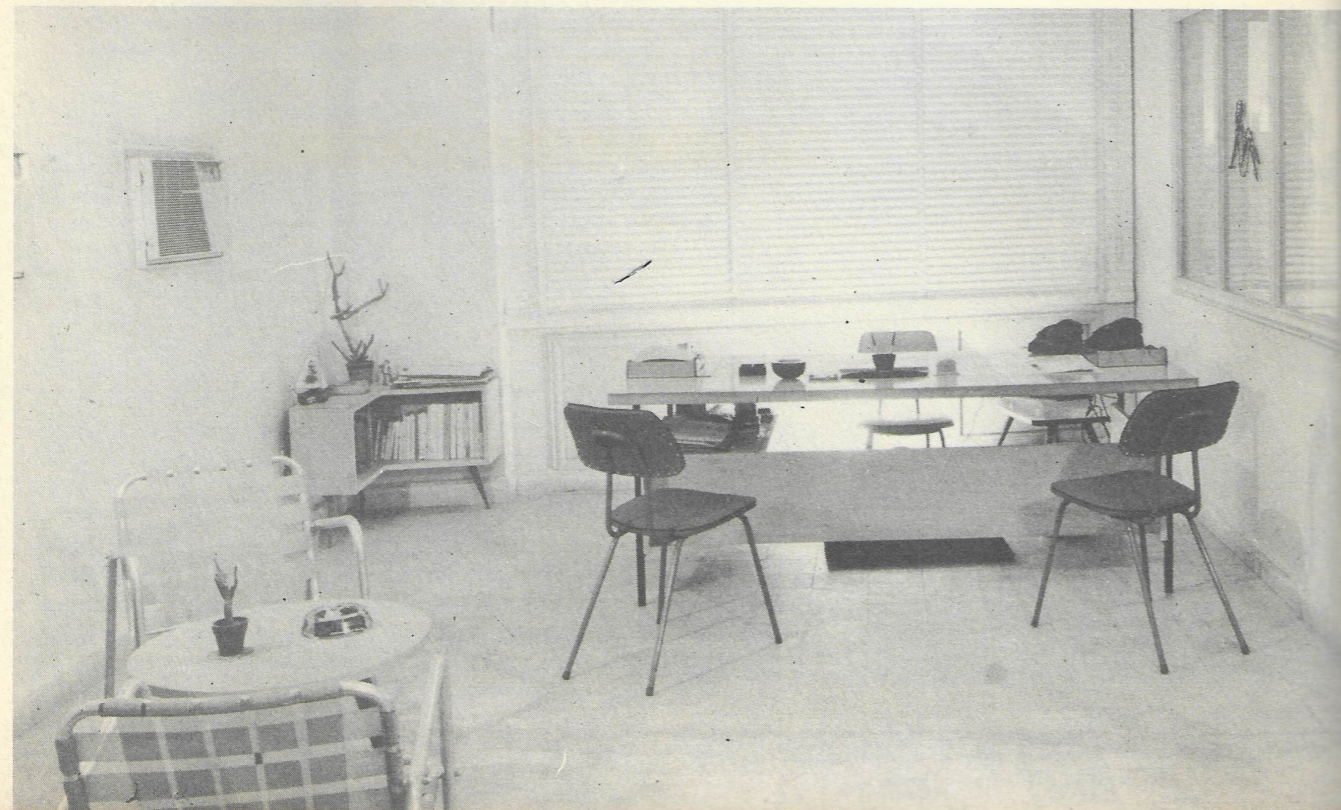
*We have followed your programmes with interest and enthusiasm over the past few years and wish once again to record our most sincere thanks to you for the generous contribution which you have made towards the most comprehensive programmes you have conducted. (1962).*





*Le bureau du directeur-responsable de  
« Ousbouh al-Arabi ».*

*Le service de mise-en-page de  
« Ousbouh al-Arabi »*



## DUPONT

*...Nous remarquons avec plaisir que les pages publicitaires en couleur consacrées à nos briquets plaqués or et laqués sont beaucoup plus réussies que la réalisation parue en France.*

## ZANUSSI

*...Depuis le début de notre collaboration, nous sommes très heureux de noter que vos commandes sont vraiment intéressantes. Aussi, tenons-nous à vous exprimer notre gratitude pour l'ampleur apportée au lancement de nos appareils.*

## OLIDA

*...Notre agent, extrêmement dynamique, dispose sur place d'une excellente organisation. Il pratique adroitement une politique de marque qu'il appuie sur une publicité dans divers supports locaux et tout particulièrement dans la revue Magazine dont il est propriétaire. (30-11-61).*

## CHAMPAGNE MERCIER

*...Nous vous sommes extrêmement reconnaissants des efforts incessants que vous déployez en faveur de notre marque et nous vous remercions à nouveau très sincèrement de toutes les insertions publicitaires faites au cours de l'année écoulée (1961) avec cependant une mention toute spéciale à la page entière en couleur, qui doit certainement attirer l'œil du lecteur.*

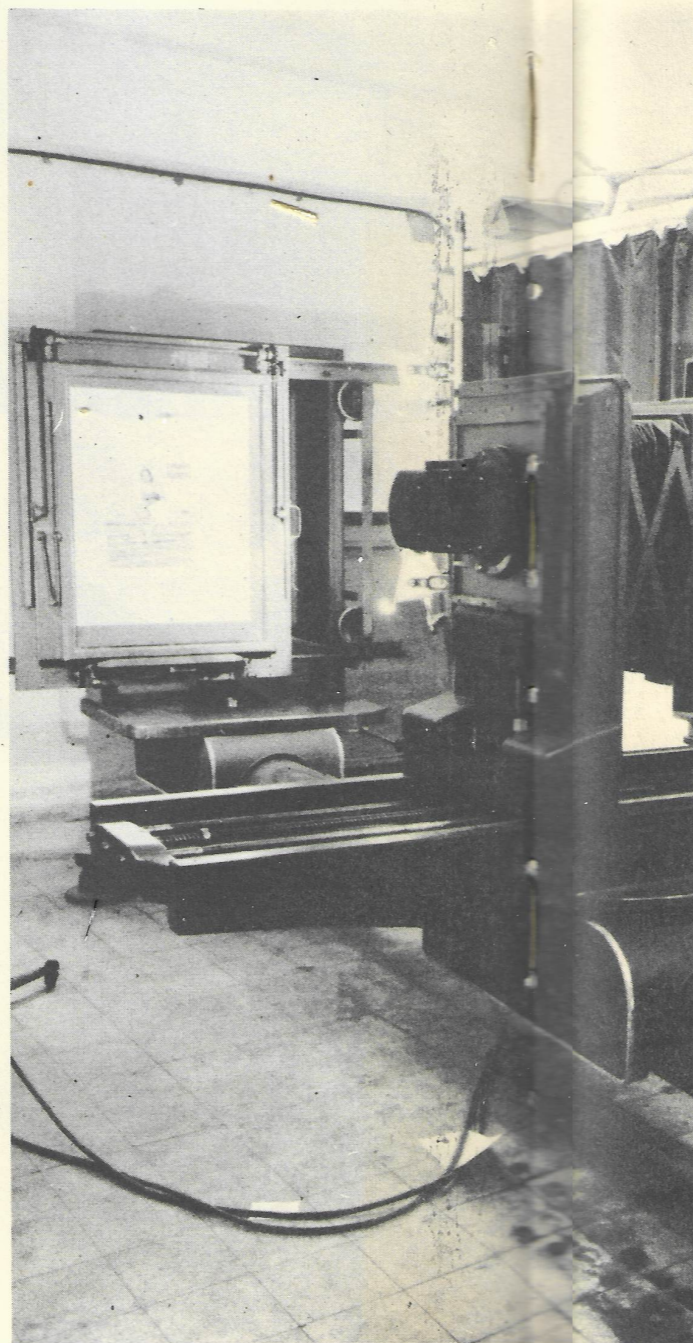
## TISSOT

*...L'étude de vos statistiques laisse apparaître qu'au cours de 1961 vous avez augmenté vos ventes de 78,5% par rapport à 1960, ce qui représente un magnifique résultat.*

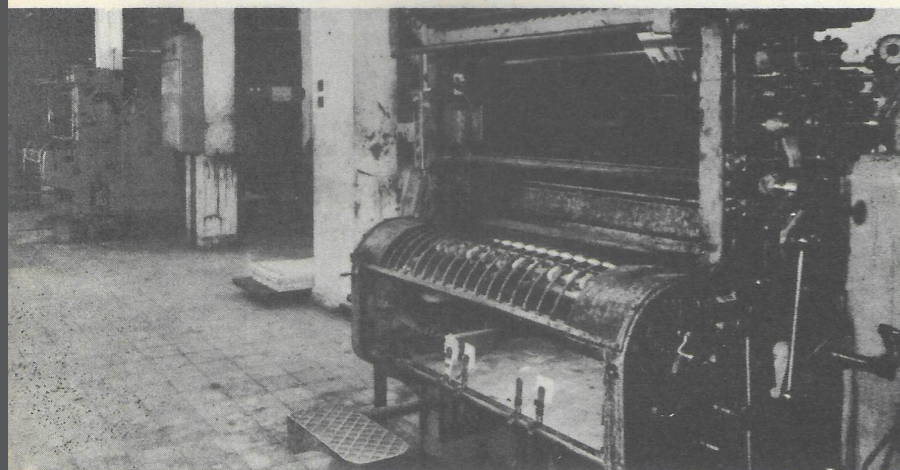
*Le bureau du directeur-technique des « Nouvelles Presses Orientales »*



*L'un des appareils qui forment l'équipement moderne de Zincographie*



*Vue partielle des imprimeries Offset et Typographique*



## OMEGA

*...Félicitations pour développement sensationnel LIBAN-SYRIE (câble du 10.1.56).*

*...L'essor économique du Moyen-Orient se double, grâce au travail méthodique de notre agent général pour le Liban et la Syrie, Monsieur Georges Abou Adal, d'une évolution profonde des méthodes de vente horlogère (OMEGA Express Sept. 56 No. 131).*

*...Les statistiques de la Chambre Suisse de l'Horlogerie pour l'année 1957 nous sont parvenues et nous nous faisons un plaisir de vous communiquer en annexe ses résultats. Pris dans leur ensemble, les trois marchés dont vous vous êtes occupés (LIBAN, SYRIE, JORDANIE) ont produit une augmentation de 37,75% en pièces et 61,08% en valeur. Ces résultats sont fort encourageants, et nous sommes persuadés qu'avec un tel élan, cette année ne peut apporter qu'un nouveau succès.*

*...Décidément, vos affaires se développent dans un style napoléonien. Vous enlevez les positions tambour battant et le rythme de l'investissement des places fortes devient réellement hallucinant.*

*...Nous tenons à vous dire tout notre plaisir de constater combien la technique de vos campagnes de publicité presse s'est encore améliorée, tant pour la couleur que pour les clichés en noir et blanc, les progrès sont tels que les résultats peuvent maintenant se classer parmi les meilleurs de tous ceux qui nous parviennent.*

*Quant aux vitrines réalisées par votre département décoration à Beyrouth, Damas et Alep au cours du mois d'Avril, nous les trouvons particulièrement attirantes par les décorations florales disposées avec un goût parfait. C'est un réel plaisir pour nous de remarquer combien vos créateurs savent tirer parti du matériel habituel ainsi que de l'actualité.*

## OLIVETTI

*...Nous sommes très satisfaits tant de l'organisation commerciale que de l'organisation technique que vous avez réussi à installer en Syrie et au Liban en suivant des méthodes tout à fait modernes qui ont eu plus d'un obstacle à vaincre.*

*Nos ventes dans ces pays ont augmenté sensiblement grâce au dynamisme avec lequel tous vos collaborateurs ont travaillé.*

