

Mise en ligne : 10 octobre 2023.
Dernière modification : 12 octobre 2023.
www.entreprises-coloniales.fr

CASTEL SAKARTVELO (1997), puis CASTEL GEORGIA Ltd (2012-2016), Tbilissi (Géorgie)

Groupe Brasseries et glaciers internationales

www.entreprises-coloniales.fr/inde-indochine/Brasseries_glacieres_internationales.pdf

Historique

1997 : démarrage de la brasserie et fabrique de boissons gazeuses de Sakartvelo (nouveau nom de la Géorgie), à Lilo, près Tbilissi. Investissement : 37 M\$.

2006 (janvier) : rachat par Jean-Paul Lanfranchi, ancien conseiller de Pierre Castel, et Citigroup via Brasseries Internationales Holding Eastern Ltd (B.I.H. Eastern Ltd).

2006 (décembre) : la Banque européenne pour la reconstruction et le développement (BERD) prête 15 millions de dollars à B.I.H. Eastern Ltd, pour renforcer les brasseries Castel Sakartvelo en Géorgie (14 % du marché) et Kotayk Brewery en Arménie.

2008 : participation à la création du French Business Council Georgia, transformé en 2011 en Chambre de commerce et d'industrie France-Géorgie.

2008 : Bahtyar Bairamov, jusque là directeur financier de Baki-Castel à Bakou (Azerbaïdjan), devient directeur général.

2012 : Castel Georgia Ltd.

2013 (mai) : Jean-Paul Lanfranchi cesse ses fonctions de président et administrateur délégué de B.I.H. Eastern Ltd.

2018 : Castel Georgia devient Argo Brewery, propriété des frères Giorgi and Vasili Sulkhaniashvili, négociants en vins.

Pierre Castel, l'Africain de Bordeaux,
ne jure plus que par la bière et l'eau minérale
par ANNE DENIS
(*Les Échos*, 11 août 1997)

[...] Il s'intéresse beaucoup à l'Europe de l'Est et a déjà posé des jalons en Arménie et en Géorgie. « Ces marchés fonctionnent comme l'Afrique : ils sont petits, mais une fois qu'on y est installé, on est en situation de quasi-monopole. Ainsi, en Géorgie, je négocie directement avec Chevardnadze. » [...]

Pierre Castel : Echanson planétaire
par Kira Mitrofanoff
(*Le Nouvel Observateur*, 5 novembre 2004)

[...] En Géorgie, en revanche, Pierre Castel a bu la tasse en même temps qu'Edouard Chevardnadze, l'ancien président [1992-2003]. « Je me suis retrouvé dans une histoire invraisemblable avec des truands caucasiens. J'ai préféré perdre 10 millions de dollars, explique-t-il. Maintenant, ça va mieux, Mikhaïl Saakashvili, son successeur, s'investit personnellement. » [...]

Colloque au Sénat
Le Caucase méridional, Arménie, Azerbaïdjan, Géorgie
19 mai 2005

L'expérience d'un des leaders mondiaux
dans le domaine des boissons dans le Caucase
Jean-Paul LANFRANCHI, directeur général, BIH, Groupe Castel

.....
En ce qui concerne le Caucase, nous avons rencontré de très grandes difficultés au moment de notre implantation, variables selon les pays. Nos plus fortes difficultés sont survenues en Géorgie, notamment en raison des défaillances d'un partenaire local. Nous sommes seuls dans ce pays. En Arménie et en Azerbaïdjan, nous travaillons au contraire avec un partenaire.

Nous sommes très attentifs à plusieurs paramètres lorsque nous nous développons dans un nouveau pays :

- Existe-t-il une sécurité juridique dans les pays dans lesquels nous investissons ?
- Les taxes sont-elles payées de manière uniforme ?

Depuis l'arrivée de monsieur Saakachvili à la présidence géorgienne, la situation s'est considérablement améliorée. En effet, le nouveau président est conscient de l'intérêt des investissements étrangers pour son pays. Par ailleurs, je suis persuadé que le management doit être géorgien : j'ai d'ailleurs nommé un directeur général géorgien. En Arménie également, notre management est d'origine locale.

Je n'ai jamais rencontré de difficultés en Azerbaïdjan. En effet, ce pays montre constamment sa volonté d'attirer les investissements étrangers. Notre travail en est grandement facilité. Plus généralement, je suis persuadé que le Caucase est entré dans une phase d'essor durable, la qualité de vie se rapprochant de plus en plus de celle constatée dans nos pays. Cela est particulièrement vrai au niveau médical, domaine dans lequel les compétences sont très nombreuses. De manière plus générale, des compétences existent dans la plupart des métiers. Nous devons les utiliser. Elles sont d'autant plus intéressantes que nous sommes désormais les bienvenus dans les trois pays du Sud-Caucase.

TBILISI : Castel Sakartvelo To Bottle More Beer
12-20-2006, 07:42 AM

CASTEL SAKARTVELO TO BOTTLE MORE BEER
By Christina Tashkevich
The Messenger, Georgia
Dec 19 2006
www.armeniandiaspora.com

Résumé en français :

La Banque européenne pour la reconstruction et le développement (BERD) a approuvé un prêt de 15 millions de dollars à B.I.H. Eastern Ltd, la société holding des activités de bière, de vin et d'eau minérale du Groupe Castel en Arménie, Azerbaïdjan, Géorgie et Russie. La banque affirme que le prêt servira à renforcer les deux brasseries Castel Sakartvelo en Géorgie et Kotayk Brewery en Arménie.

Castel Sakartvelo détient actuellement une part de 14 pour cent du marché de la bière en Géorgie. C'est l'une des deux brasseries de la région qui produit des bières de marque haut de gamme.

Le prêt de la BERD aidera l'entreprise à renforcer ses opérations en modernisant et en élargissant sa logistique ainsi qu'en augmentant ses activités de marketing.

PDG de B.I.H. Eastern Ltd, Jean Paul Lanfranchi, a déclaré au *Messenger* plus tôt en décembre que la société prévoyait d'investir dans la mise en boîtes et l'embouteillage de bière à Castel Sakartvelo.

.....

Castel Sakartvelo Planning to Double its Brewery Production in 2011

(*The Financial*, 29/04/2011)

www.finchannel.com/.../86082_Castel_... — États-Unis

Résumé en français :

Castel Sakartvelo, l'entreprise qui détient 20 à 23 % des parts de marché géorgiennes dans le secteur de la brasserie (production de bière et de limonade), prévoit de doubler sa production cette année.

Les années précédentes ont été marquées par une forte augmentation de la quantité de bière Castel consommée dans tout le pays et à l'étranger.

En 2010, l'entreprise a augmenté ses ventes de 70 % par rapport à 2009.

« La bière Herzog en bouteilles en verre est le produit-phare de Castel Sakartvelo ; puis viennent les bouteilles Zekari et Argo. En bouteilles en plastique de 2 litres, la Germanuli, brassée selon une véritable recette allemande, est leader du marché », note le directeur commercial, David Nizharadze.

La limonade Zandukeli représente 25 % de la production. Lancée il y a huit ans, elle bénéficie d'une forte demande locale et elle est désormais exportée vers 10 pays (Kazakhstan, Ukraine, Azerbaïdjan, Allemagne, Arménie, Biélorussie, Israël, Turkménistan, États-Unis et Bulgarie).

L'entreprise prévoit d'investir 3 millions de dollars cette année dans le renouvellement des machines et de nouvelles lignes de robinetterie.

- Combien de bouteilles de bière et de limonade sont produites quotidiennement ?

Notre capacité est de 100.000 hl/mois. Actuellement, nous ne produisons que 30.000 hectolitres.

À l'origine, l'usine était destinée à fournir tout le Caucase. Mais le groupe Castel s'est ensuite doté de capacités en Arménie et en Azerbaïdjan.

- Vous possédez 5 marques principales de bière : laquelle est la plus populaire ? Et pourquoi appelez-vous l'un d'eux Germanuli ?

C'est essentiellement parce que les ingrédients et le brassage sont allemands. De plus, nous employons un brasseur allemand qui lui donne une saveur particulière.

Il n'y a pas un seul ingrédient géorgien dans notre bière, à part l'eau de haute qualité fournie par Georgian Water and Power. En ce qui concerne la limonade Zandukeli, nous utilisons des ingrédients géorgiens comme le sucre et l'eau avec de l'extrait importé, celui de Doler qui est utilisée par la majorité des producteurs de limonade, car il est de grande qualité.

- Le prix de la bière a considérablement augmenté il y a environ un an.

La hausse du prix final de la bière a été déterminée par la hausse des prix mondiaux du malt, du houblon et d'autres ingrédients. De plus, les frais de transport ont augmenté régulièrement ces dernières années. La bonne nouvelle est que l'usine étant spacieuse, nous sommes capables de stocker de grandes quantités de malt, de sucre et

de houblon. Ainsi, sommes-nous en mesure de maintenir nos prix inchangés pendant quatre à cinq mois.

- Qu'en est-il de la production de limonade Zandukeli ?

Au début, la limonade s'appelait Castel. L'exportation de Zandukeli a commencé l'année dernière et a d'abord été exportée vers l'Azerbaïdjan. Cette année, nous allons multiplier par 4 à 5 nos exportations. Chaque mois, nous exportons 15 camions ; 1.500 hectolitres.

- Quelle est la situation en termes de concurrence locale ?

Notre part de marché en termes de boissons varie de 20 à 23 % en Géorgie. Le reste des sociétés sont Kazbegi, Natakhtari et des sociétés importatrices. La concurrence est assez rude sur le marché, étant donné que les importations ont fortement augmenté ces dernières années. Natakhtari accroît sa part de marché, tandis que nous et Kazbegi, restons stables. Nous espérons dépasser la production de Kazbegi cette année.

Nous essayons également d'aligner nos prix sur les bières russes et ukrainiennes importées.

- En 1997, Pierre Castel a investi 37 millions de dollars. Depuis, combien a été investi ?

L'entreprise a ensuite investi 15 millions de dollars supplémentaires.

En 2002, il y avait des investisseurs géorgiens et français, puis la partie géorgienne est partie et a vendu ses parts. Aujourd'hui, c'est une entreprise 100 % française mais la direction est géorgienne. Dans le budget de cette année, nous prévoyons des investissements supplémentaires de 3 millions de dollars.

- Qu'en est-il de votre campagne publicitaire ?

Nous commandons des parapluies, des tables, etc. et une fois la saison commencée, nous les distribuons à notre réseau.

- À quel moment la bière est-elle la plus demandée ?

Les ventes sont quatre fois plus importantes en été qu'en hiver. La saison commence en avril et dure jusqu'en octobre. La plus grande part de consommation se situe en juin et juillet. Mais nous n'arrêtons jamais de faire de la publicité pour notre bière, que ce soit en été ou en hiver.

- Certaines rumeurs circulent selon lesquelles, en hiver, de l'alcool supplémentaire est ajouté à la bière afin de la rendre plus forte.

Il est courant de donner à la bière un pourcentage d'alcool plus élevé en hiver afin de compenser le fait qu'en hiver, les gens consomment généralement moins de boissons à cause du froid, mais souhaitent obtenir la même satisfaction qu'en buvant autant qu'en été.

- Combien de personnes sont employées chez Castel et quels sont leurs salaires moyens ?

Chez Castel, il y a 250 employés et leur salaire moyen est de 700 à 800 GEL.

Castel Georgia, Ltd

Jul 15, 2014

www.slideserve.com/perry/castel-georgia-ltd

Au début de 2013, l'entreprise a mis en œuvre un système de gestion de la qualité et un concept pour les principes HACCP et a obtenu la certification ISO 9001 : 2008 – HACCP. Chaque étape de la production est contrôlée par nos responsables du contrôle qualité et notre laboratoire – depuis les matières premières jusqu'au remplissage et aux produits finis. www.castel.ge ; export@castel.ge

<http://www.argo.ge>
Vasili Sulkhaniashvili, directeur général
Björn Stegmeyer, brasseur
Constantin Afokov, responsable informatique
Irakli Torchinava, directeur des ventes
Lali Gorachvili, comptable

Brasserie Argo Lilo,
parcelle Lochin Khevi (05/001)
Tbilissi, Géorgie
Tél. : +995 32 223 91 50
E-mail : info@argo.ge

Old Dutch Brewery Royal Swinkels Family Buys 40% in Argo Brewery Caucasus Business week, sd [2019]

On July 31, 2019 Royal Swinkels Family Brewers bought a 40 % stake in Argo brewery in Georgia. As a result, the Dutch company has increased its market ratio in Georgia to 15 %.

Royal Swinkels issued first license for Bavaria production in Georgia in 2016. In 2017 it launched another brand Holland jointly with Argo.

The deal stresses the long-term interest that the Dutch company has on Georgian brewery market and Georgia may become one of the key manufacturing countries in this field.

Peer Swinkels, Royal Swinkels Family Brewers executive director:

“This is a useful deal for our growth. Georgian market comprises much potential for our brands. Thanks to continuous growth in tourism and beer market, this country is very interesting for us. Geographical location between Asia and Europe provides good opportunities for exports. This deal proves our successful cooperation with Argo and we hope to further expand collaboration and extend the contract”.

“There is a growing and dynamic beer market in Georgia. Our cooperation with Royal Swinkels Family will increase our role on this market”, Argo manger general Vasil Sulkhaniashvili said.
