تتشابك أصول المصرية الألمانية الخزف الشركة مع الأنشطة الفنية من محمود فتحي. للحصول على عقد كامل (1942 -- 1952) ، والنحات المصري الشهير تأرجحت بين الفن والتصنيع من الفن. عاش فتحي محمود على وجه التحديد في الوقت الذي تكون فيه التصنيع في الفن وأصبحت ضرورية لفنان من أجل الحفاظ على السيطرة على الفن وظيفته الخاصة به.

له ضرورة الحفاظ على الحرية الفنية ورغبته في نشر الفن تحولت تدريجيا له الإنتاج الضخم ، والتصنيع لفنه. وقد اتخذ هذا يعني مصلحة للفنون التطبيقية ، وخطوة رئيسية نحو هذا الاتجاه في عام 1955 مع إنشاء مصنع في شبرا ، القاهرة. وعلى الرغم من امكانياتها المحدودة ، وكان هذا المصنع فخر الصحيح من وقته ، وكان الإنتاج حصرا خزف السيراميك. وشملت الإنتاج في وقت مبكر في معظمها المزهريات ، لوحات زخرفية ، والعمل الفني ذات الصلة. وفي الوقت نفسه ، وضعت فتحي محمود غيرها من الشركات المتخصصة في الديكور الفنية والأثاث.

وبدأ العمل في الدائرة الثانية من التوسع مع الديناميات التي أوجدتها القوانين الاستثمارية الجديدة التي تم تمريرها في 70s. في هذه المرحلة ، التي وضعت فتحي محمود خطة عمل يمكن أن تساعد في توليد مرحلة جديدة مزدهرة وبالتالي دفع الشركة لاحتلال موقع الريادة في الأسواق المحلية. بعد شراء الأراضي في المنطقة الصناعية الجديدة ثم الإسكندرية (1980) ، ومصنع جديد تماما بنيت ومجهزة تجهيزا كاملا مع البنية التحتية التكنولوجية على آخر.

بعد فتحي محمود وافته المنية (1982) ، ابنه الأصغر ، سيد فتحي محمود ، تولى الصغيرة لا تزال شركة عائلية ولكنه سريع التوسع. قبل تلك اللحظة ، لم يتم إكمال مشروع مصنع السكندري ، وشراء الأراضي لا تزال مستنقع ، وكانت الشركة المثقلة بالديون. استغرق الأمر على التحمل كبيرة من خلال الذهاب الى جميع المسائل ذات الصلة ، وتفعيل شامل للنقل وتحويل للمصنع خزف من القاهرة إلى مصنع الخزف الإسكندرية في عام 1986.

أدرك سيد فتحي محمود والشباب ، وتحديد ورجل أعمال الحيلة مع رؤية للأسواق المحلية والإقليمية والخزف ، في وقت مبكر أن النقل كان مجرد بداية جديدة في رحلة طويلة جدا. نجح بالتالي في تحويل شركة محلية صغيرة إلى لاعب إقليمي ، مما يبشر بعهد جديد في حياة الشركة. على مدى السنوات ال 22 الماضية ، شهدت الشركة مرحلتين مزيد من التوسع الكبير ، وهما 1998 -- 9 و 2005 -- 7. الأعمال الأخيرة المزدهرة الموحدة للشركة ، إعدادها للمرحلة القادمة.

كما أن للشركة لتصبح موجهة نحو التصدير ، حيث أن الشركة في وقت مبكر 90s ، وإدارة focalized جهودها على تحديد المواقع في الأسواق المحلية والإقليمية. أنشأت الشركة والنجاح المبكر في ايطاليا وفرنسا واسبانيا وانكلترا (1998 -- 1999) أظهرت الحاجة إلى توزيع محلية دائمة في أوروبا ، وبالتالي ، بعد سنوات قليلة ، وهذه نقطة البيع في باريس لتغطية السوق الأوروبية.

وعلاوة على ذلك ، ومعرض الفنادق (في دبي) ، الخ وعلاوة على ذلك منذ منتصف 90s الشركة ، وبدأت المشاركة الفعالة في المعارض الرئيسية لقطاع الخزف ، لا سيما في Tendence وAmbiente (في كل من ألمانيا) ، وشاركت الشركة في بعض الأحيان معارض في شيكاغو ، وتونس ومصر.

ويعكس الارتفاع في عدد العاملين في التوسع المطرد والسليم للشركة. من كاليفورنيا. 50 عاملا في أواخر 50s ، وكان المصنع قوة عاملة قوامها 700 في عام 1994 ، وصلت إلى مستوى من كاليفورنيا. وبلغت 1400 عامل في مطلع الألفية الجديدة ، وبحلول منتصف عام 2008 ، فإن الشركة الموارد البشرية لأكثر من 1800 وظيفة.

وكان التحسن في البنية التحتية التكنولوجية والتحديثات دون توقف عن قلق الإدارة. وتألفت التحول من الغاز الخفيف إلى الغاز الطبيعي من جهة أخرى ، منحت جزءا كبيرا من الاهتمام للقضايا البيئية ، ومرافق معالجة المياه وقد تم الإعداد ، وفي الوقت نفسه ، في تدبير آخر مفتاح.

وخلال الفترة نفسها ، اتخذ السيد فتحي محمود مبادرة جديدة لتنفيذ للدولة من أحدث التكنولوجيات ، وبخاصة النظم الآلية التي تمكن من إنتاج الخزف شكل غير منتظم. وهو يفعل ذلك ، كان من بين عدد قليل جدا في العالم للاستثمار في هذه التكنولوجيات التي لديها حتى الآن اعتمد في جميع أنحاء العالم.

وساهم هذا النهج جريئة إلى حد كبير في إعادة تنظيم المشاريع للشركة في الأسواق المحلية والإقليمية ، وتعزيز قدرتها التنافسية في الأسواق العالمية ، والذي هو التحدي الحالي للشركة المصرية الألمانية البورسلين.

ونحن ، في شركة الخزف المصري الألماني ، والفن قيمة ومفهوم جمالي والإبداع والجودة الفنية ، والسلامة الشخصية ، والالتزام المهني. لا بد ونحن لتقييم جميع الأبعاد الثلاثة للعمل الفني ، وهما :

\* فكرة -- مفهوم أو دفعة وراء العمل الفني

\* ممارسة -- فعالية أو كيفية العمل الفني هو وضع موضع التنفيذ ويترتب عليه من أثر على عملائنا الذين يعانون من ذلك

\* التنمية -- تأثير العمل الفني التدريبات على تنمية أعمالنا ينظر إليها على أنها على حد سواء ، شكل من اشكال الفن ، والتفاعل المستمر مع قاعدة عملائنا.

ونحن نقدر تقديرا عاليا المساءلة ، والقيادة ، العمل الجماعي ، وخدمة العملاء.

منذ لحظة تأسيسه ، ونحن محاذاة أعمالنا ، والمساعي والإنجازات مع نظام قيمنا ومفهومنا للاحتراف.

وجهت قيمنا المشتركة دائما كل قراراتنا الشركات وشكل التزامنا ، ونحن بالتأكيد لهم النظر هو السبب في وضعنا في السوق المعلقة والنجاح المستمر.

تكييف الإنتاج لدينا لأحدث التكنولوجيات ، وتحسين ممارساتنا ، وتعزيز مهاراتنا تحديات دائمة بالنسبة لنا على طريق الانتشار العالمي الذي بدأ أول تصور من قبل مؤسستنا ، فتحي محمود.

الاسكندرية (مصنع)

كم 19 طريق الاسكندرية الصحراوى ، القاهرة ، الاسكندرية ، مصر

P. O. مربع : 315 / 21519 الاسكندرية

هاتف : +20 (3) 202-0272 / 73 / / 74 / 75

الجوال : +20 (12) 317-5738

فاكس : +20 (3) 202-0270 / 202-4708

البريد الإلكتروني : info@egyptianporcelain.com

 sales@egyptianporcelain.com

CAIRO56 طريق مصر حلوان الزراعي ، برج بدر ، المعادي ، القاهرة ، مصر

هاتف : +20 (2) 2378-0653

فاكس : +20 (2) 2378-8365

الغردقه

مركز الغردقة ، طريق النصر ، أمام مستشفى البحر الأحمر ، الغردقة ، مصر

هاتف / فاكس : +20 (65) 355-6211

شرم الشيخ

رأس هيل أم سيد شرم ، شرم الاليزيه شارع عبد Mashrabeya مول ، شرم الشيخ ، مصر

هاتف / فاكس : +20 (65) 366-5365

The Egyptian German Porcelain Company's origins are interwoven with the artistic activities of Fathi Mahmoud. For an entire decade (1942 – 1952), the famous Egyptian sculptor oscillated between Art and Industrialization of the Art. Fathi Mahmoud lived precisely in the time when the industrialization of the art became essential for an artist's in order to maintain control over his/her own art.

His need to maintain artistic freedom and his desire to popularize Art gradually turned him to mass production, and industrialization of his art. This signified an interest for Applied Arts, and the major step towards this direction was taken in 1955 with the establishment of a factory in Shubra, Cairo. Despite its limited possibilities, that factory was the rightful pride of its time, and the production was exclusively ceramic earthenware. The early production involved mostly vases, decorative panels, and related artistic work. At the same time, Fathi Mahmoud developed other companies specialized in artistic decoration and furniture.

A second circle of expansion was initiated with the dynamics created by the new investment laws passed in the 70s. In this phase, Fathi Mahmoud developed a business plan that could help generate a new booming phase and thus propel the company to a leading position in the local markets. Following the purchase of land in the then new Alexandria industrial zone (1980), an entirely new factory was built and fully equipped with the latest technological infrastructure.

After Fathi Mahmoud passed away (1982), his youngest son, Sayed Fathy Mahmoud, took over the still small but fast expanding family business. By that moment, the Alexandrian factory project was not completed, the purchased land was still a swamp, and the company was heavily indebted. It took great stamina to go through all the related issues and comprehensively effectuate the transfer and the transformation of the earthenware factory of Cairo to the Alexandria Porcelain plant in 1986.

As a young, determined and resourceful businessman with a vision for the local and regional porcelain markets, Sayed Fathy Mahmoud realized early that the transfer was just a new beginning in a very long journey. He thus managed to turn a small local company to a regional player, which ushered a new era in the company life. Over the past 22 years, the company underwent two further phases of major expansion, namely 1998 – 9 and 2005 – 7. The latter business booming consolidated the company, preparing it for the next stage.

As the company had to become export-oriented, since the early 90s, the management focalized its efforts on positioning the company in the local and regional markets. The early success in Italy, France, Spain and England (1998 - 1999) demonstrated the need for a permanent local distribution in Europe; consequently, a few years later, the company established a sales point in Paris to cover the European market.

Furthermore, since the mid 90s, the company started taking active part in key exhibitions of the porcelain sector, notably in Tendence and Ambiente (both in Germany), the Hotel Show (in Dubai), etc. In addition, the company participated occasionally in exhibitions in Chicago, Tunisia and Egypt.

The rise in the number of the workers reflected the steady and sound expansion of the company. From ca. 50 workers in the late 50s, the factory had a 700-strong workforce in 1994, and reached the level of ca. 1400 workers in the turn of the millennium; by mid-2008, the company human resources amounted to more than 1800 posts.

Improvements in the technological infrastructure and updates have ceaselessly been the concern of the management. On the other hand, a great part of interest has been given to environmental issues; water treatment facilities have been setup, and at the same time, the shift from light gas to natural gas consisted in another key measure.

During the same period, Sayed Fathy Mahmoud took the initiative of implementing new state-of-the-art technologies, notably the robotic systems that enable the production of irregular shape porcelain. In doing so, he was among the very few in the world to invest in these technologies that have by now been adopted worldwide.

This bold entrepreneurial approach contributed greatly in repositioning the company in the local and regional markets, and strengthened its competitive edge in the global markets, which is the present challenge for the Egyptian German Porcelain Company.

We, at the Egyptian German Porcelain Company, value art, esthetic concept and creativity, artistic quality, personal integrity, and professional commitment. We are bound to assess all three dimensions of artistic work, namely:

\* the idea – the concept or artistic impetus behind the work

\* the practice – the effectiveness or how the artistic work is put into practice and the impact it has on our customers who experience it, and

\* the development – the influence the artistic work exercises on the development of our business perceived as both, an art form and a continual interaction with our customer base.

We highly appreciate accountability, leadership, teamwork, and customer service.

Since the very moment of our inception, we aligned our actions, endeavors and accomplishments with our system of values and our perception of professionalism.

Our shared values have always guided all our corporate decisions and shaped our commitment; we definitely consider them as the reason for our outstanding market status and continued success.

Adapting our production to the latest technologies, improving our practices, and enhancing our skills are permanent challenges for us on the path to global prevalence which was first envisioned by our founder, Fathy Mahmoud.

ALEXANDRIA ( Factory)

KM 19 Alex-Cairo Desert Road, Alexandria, Egypt

P.O.Box: 315/21519 Alexandria

Tel: +20 (3) 202-0272 / 73/ /74 / 75

Mobile: +20 (12) 317-5738

Fax: +20 (3) 202-0270 / 202-4708

Email: info@egyptianporcelain.com

 sales@egyptianporcelain.com

CAIRO56 Misr Helwan Agricultural Road, Borg Badr, Maadi, Cairo, Egypt

Tel: +20 (2) 2378-0653

Fax: +20 (2) 2378-8365

HURGHADA

Hurghada Center, El Nasr Road, in front of Red Sea Hospital, Hurghada, Egypt

Tel./ Fax: +20 (65) 355-6211

SHARM EL SHEIKH

Ras Um El-Seid Hill, Sharm Elysees St., El Mashrabeya Mall, Sharm El Sheikh, Egypt

Tel./ Fax: +20 (65) 366-5365