

## Richard Riley rejoint Emaar

Nagi Morkos / Hodema - Photos Mark Mansour

**Richard Riley était depuis juillet 2006 le directeur général de l'hôtel Vendôme et le directeur des opérations du groupe InterContinental au Liban (cf. *Le Commerce du Levant*, janvier 2007). Il quitte ses fonctions pour se rendre à Dubaï.**

### **Pour quelles raisons quittez-vous le Liban ?**

Ma famille était censée me retrouver au Liban, mais à cause de la guerre elle est restée à Dubaï. L'éloignement de ces 12 derniers mois a été très difficile.

### **Quels sont les aspects positifs de votre séjour au Liban ?**

Les gens, les gens et les gens ! J'ai beaucoup appris d'eux, je les ai admirés et je me suis fait des amis pour la vie. J'ai été traité comme un invité du pays avec un accueil venant du cœur. Je suis très heureux de cette expérience.

### **Comment évaluez-vous votre séjour au Liban, avez-vous réussi à réaliser quelques-uns de vos objectifs, malgré tout ?**

J'aimerais penser que oui, mais à vrai dire la réalité est moins rose. Le grand plan envisagé durant ma courte visite au Liban, en avril 2006, est resté sur l'étagère à cause de la situation. À la place, je me suis retrouvé à gérer les crises et à gonfler le moral des employés, à les aider à voir le côté positif des choses.

### **Quel est l'état de l'hôtellerie et du tourisme au Liban aujourd'hui ?**

Je n'aurais jamais imaginé qu'un an après ce terrible été 2006, la crise serait aussi grave.



Je pense que tout cela est une perte de temps et un manque à gagner pour le Liban, qui est le plus beau pays du Moyen-Orient.

### **Où allez-vous ?**

Je vais m'installer à Dubaï. Je rejoins Emaar, au poste de directeur général de son nouveau pôle hôtelier. Le groupe a

construit des hôtels et signé des contrats de gestion avec plusieurs chaînes internationales pendant des années et s'estime désormais en mesure de lancer sa propre chaîne hôtelière. Nous allons ouvrir trois hôtels de luxe à Dubaï l'année prochaine et plusieurs projets sont en route. Des perspectives stimulantes ! ■

## Plusieurs ouvertures de restaurants à Hamra

**A** lors que le quartier de Gemmayzé a perdu beaucoup de clients en début d'été à cause de la psychose sécuritaire, la rue Hamra connaît, elle, une renaissance inattendue, marquée par l'ouverture de plusieurs enseignes. Le restaurant chinois Chopsticks y a ouvert le 29 juin, le libanais de la rue Gouraud, la Tabkha, s'est installé au Near Hotel Plaza début juillet et d'autres

ouvertures sont prévues en août : la pizzeria rapide Sbarro a choisi le centre Gefinor et le Napolitana, du groupe Premiere Leisure, déjà présent à l'ABC-Achrafyé, prend ses quartiers dans l'immeuble du fameux cinéma Strand.

Ces ouvertures montrent que le quartier de Hamra reste une destination incontournable pour tout développement de chaînes de restaurants. ■

## Le Marriott se retire de Beyrouth

**L**e Marriott a retiré le 18 juillet son drapeau de l'hôtel qu'il gérait à Beyrouth, dans le secteur de Jnah, depuis avril 1996. La chaîne américaine a rompu le contrat qui la liait à la famille Fakhri, propriétaire de l'établissement de 174 chambres.

L'hôtel reste ouvert, même s'il n'est plus géré par le Marriott qui n'a pas dévoilé ses projets alternatifs éventuels au Liban. ■

# Chafic el-Khazen aux commandes du Skybar

**C**hafic el-Khazen a fait du Skybar un des restaurants-bars les plus courus. Situé sur le toit du Pavillon Royal du BIEL, au centre-ville, il accueille certains soirs plus de 3 200 personnes. Le ticket minimum étant de 30 dollars et 40 les week-ends, le calcul de sa bonne fortune est rapide. L'extravagance de la fête en pleine crise de Nahr el-Bared choque parfois, mais le public en redemande.

Le Skybar est le premier à avoir investi l'un des toits de Beyrouth, à ciel ouvert. C'était en 2003, au haut du Palm Beach Hotel. Chafic el-Khazen s'est inspiré d'une mode venue d'ailleurs (cf. *Le Commerce du Levant*, mars 2006) qui consiste à installer un restaurant-bar sur un toit et de le transformer ensuite en boîte de nuit. Ce concept saisonnier est souvent difficile à rentabiliser, car les investissements sont de plus en plus importants et la concurrence est rude.

Chafic a convaincu son cousin Raymond Béchara, actionnaire du Palm Beach, du bien-fondé du concept et réuni autour de lui plusieurs actionnaires pour un investissement de 200 000 dollars. L'affaire a été rentabilisée en moins d'une saison avec un chiffre d'affaires de 800 000 dollars en 2003. Le résultat double l'année suivante (1 500 000 dollars) et se stabilise en 2005, ce qui donne des idées à la concurrence. Le toit du Virgin, l'immeuble du Nahar sont à leur tour loués, alors que Chafic el-Khazen veut déménager. En janvier 2006, il fait un tour du marché et tombe amoureux du toit du BIEL. Comme il le dit lui-même, un concept de restaurant-bar de nuit doit impressionner : « Pour être bon, il faut être grand et novateur. »

Il crée une nouvelle société, Higherskies, dont il prend la direction et 15 % des actions. Vingt partenaires dont l'âge varie entre 22 et 45 ans ont mis chacun entre 25 000 et 100 000 et acceptent de prendre le pari du BIEL pour un montant d'investissement prévu de 700 000 dollars, mais qui atteint très vite 1 200 000 dollars, selon el-Khazen. Le loyer est signé pour cinq ans avec un minimum garanti et un



pourcentage sur le chiffre d'affaires. Chafic fait appel à son frère Sari el-Khazen, décorateur et architecte d'intérieur, pour l'aménagement de l'espace : un restaurant de 420 places assises et 100 supplémentaires au bar. Mais le Skybar peut contenir jusqu'à 2 000 personnes en même temps, plusieurs niveaux avec vue sur mer. Quelque 100 000 dollars sont investis dans l'air conditionné, alors que le lieu est en plein air. Les 11 et 12 juillet 2006, le Skybar fête son ouverture avec deux soirées non facturées ? Coût de l'opération : 60 000 dollars. Les pertes dues à la guerre sont cinq fois plus lourdes au total.

En mars 2007 lors d'une assemblée générale de Higherskies, Khazen présente les comptes et propose à ses actionnaires de racheter leurs parts. Personne n'accepte de vendre. Le 30 mai 2007, en pleine crise de Nahr el-Bared, le Skybar ouvre à nouveau. Le succès est immédiat malgré la crise : 10 000 clients par semaine, des réservations un mois à l'avance...

Malgré la controverse, Khazen a réduit le bruit des feux d'artifice, mais les a maintenus. Le Skybar peut tout se permettre, il a créé un effet d'aspirateur qui a vidé les autres restaurants de Beyrouth comme ceux de Gemmayzé par exemple. Seuls les autres restaurants-bars à ciel ouvert, comme le White (al-Borj) ou le

Bubbles (Palm Beach) tiennent le choc. La clientèle s'y réfugie dans l'espoir que les attentats ne l'atteindra pas sur les toits. « Il est très difficile de faire sauter les peurs, mais on garde encore l'espoir » explique-t-il. Chafic el-Khazen, qui vient de fêter ses 30 ans, le répète à l'envi dans les reportages que lui consacrent CNN, Orbit, Fashion TV, Fashion TV Arabia. Le Skybar qui emploie 120 personnes et 100 valets parking espère rentabiliser 80 % de son investissement en 2007 et couvrir les pertes de 2006.

La clé de son succès selon lui : « Pour faire de l'argent, il faut être très généreux et permettre aux employés d'en profiter aussi. » Chafic el-Khazen a étudié à l'USJ avant d'obtenir une licence de gestion à la Pepperdine University de Californie en 2000. À son retour au Liban, il commence par travailler dans l'entreprise familiale et aide sa mère Gloria Ayoub el-Khazen à créer la Boutique du monde au moment de sa séparation de Sleep Comfort. Aujourd'hui, son objectif est de développer le Skybar à l'étranger et d'ouvrir une boîte de nuit à Beyrouth. Mais son rêve est de gérer un hôtel de charme quelque part sur une île du Pacifique. ☐

En collaboration avec **hodema**.<sup>sg</sup>  
hospitality development  
[www.hodema.net](http://www.hodema.net)