

Fiona's : la nouvelle attraction de Saïfi

Nagi Morkos / Hodema



Contrairement aux restaurants du centre-ville qui souffrent du sit-in des opposants, Fiona's bénéficie paradoxalement de la fermeture de la circulation à quelques mètres de sa porte, car elle a transformé sa rue en parking pour une clientèle de plus en plus fidèle. L'enseigne qui est située à Saïfi a été inaugurée le 16 novembre 2006, soit deux semaines avant le début des manifestations du centre-ville. Le restaurant devait ouvrir l'été dernier, mais a dû revoir ses plans en raison de la guerre. En choisissant de maintenir ses projets malgré tout, la propriétaire et gérante Maya Bekhazi, à qui l'on doit déjà la renaissance du Beirut Cellar, a fait un

pari risqué, mais réussi : Fiona's ne désemplit pas. Le projet a coûté 560 000 de dollars d'investissement, y compris la première année de loyer de 120 000 dollars. Le bail a été signé pour neuf ans. La "brasserie italienne" sert 100 personnes à l'intérieur et 60 en terrasse et dispose d'un petit coin de vente de produits faits maison à l'entrée. Le retour sur investissement est prévu sur 14 mois, précise Maya Bekhazi, qui a fait ses classes dans la finance avant de s'intéresser à la restauration. Sa société Ventures International (chargée de la gestion, alors que la propriétaire du bail est la société Acquisti) envisage de franchiser Fiona's à l'étranger. ■

Horeca 2007 a attiré 15 000 visiteurs

Malgré la situation difficile du secteur, l'édition 2007 du Salon de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme a été un succès, avec 15 000 visiteurs, soit presque autant qu'en 2006, selon Randa Dammous Pharaon, l'une des organisatrices. Horeca s'est tenu à Beyrouth pour la 14^e année. « Beaucoup d'étrangers ont participé cette année : 450 Syriens, 250 Jordaniens et beaucoup de visiteurs originaires du Golfe. » Le salon

avait choisi pour thème la promotion des produits et des compétences libanaises avec des programmes de développement financés par USAid tels l'ASAIL (Action for Sustainable Agro-Industry in Lebanon) ou le stand "Cheese Lebanon" exposant principalement une gamme de produits laitiers et de produits du terroir libanais. Au total, 150 exposants ont loué un espace dans l'enceinte du BIEL, dont une quarantaine d'étrangers. ■

Tickets-restaurants prépayés

À fin de revivifier une activité touristique moribonde, le Syndicat des propriétaires de restaurants, cafés, boîtes de nuit et pâtisseries a inauguré un nouveau site Internet de promotion du Liban, www.restovisa.com. Ce site a pour objectif d'informer la communauté libanaise vivant à l'étranger, les Arabes et les fans du Liban à propos des problèmes du secteur qui emploie quelque 150 000 personnes et permet à beaucoup d'étudiants de financer leurs études. Soutenu par le ministère du Tourisme, le site vend des tickets-restaurants (un minimum de quatre au prix unitaire de 25 dollars) qui permettent aux bénéficiaires de se constituer un fonds de roulement. Ces tickets prépayés sont aussi intégrés à une loterie faisant gagner des billets d'avion, des voitures, des séjours hôteliers, etc. ■

Un nouveau McDo à Aley

La chaîne de restauration rapide McDonald's a ouvert un point de vente à Aley. Le local, d'une superficie intérieure de 350 m² avec une terrasse de 170 m², a une capacité d'accueil de 300 à 350 personnes. Le coût de construction et d'aménagement du restaurant est d'environ un million de dollars, selon le responsable de la branche d'Aley, Rachwan Meknass. Il s'agit de la 11^e implantation de l'enseigne au Liban après les neuf restaurants du Grand Beyrouth et celui de Chtaura. ■



Christine Assouad Sfeir développe la franchise régionale Dunkin' Donuts

Photo Mark Mansour

La guerre de juillet dernier a poussé Christine Assouad Sfeir, propriétaire et gérante des 25 points de vente Dunkin' Donuts au Liban, à réorienter sa stratégie de développement de la marque vers l'étranger.

Elle finalise un contrat de master franchise pour la Jordanie et l'Égypte, avec des ouvertures prévues en 2008, ainsi que pour la Syrie et Chypre (2009).

De franchisé pour le seul Liban, Sfeir devient ainsi franchiseur pour les quatre pays voisins. Elle décidera qui seront les représentants de Dunkin' Donuts dans chacun de ces territoires et elle gardera la gestion des enseignes durant les trois premières années.

C'est dire le chemin parcouru depuis 1996, lorsque son père, Élias Assouad, signe avec Dunkin' Donuts une licence pour le Liban. Christine revient à cette date au Liban, un BS en nutrition de l'AUB et une maîtrise en "Food Science" de l'Université McGill au Canada en poche.

Elle ouvre le premier restaurant Dunkin' Donuts en 1998 à Zalka sur l'autoroute. La stratégie de pénétration du marché libanais est d'emblée différente du reste du monde avec des magasins plus grands. Alors qu'à l'international, le concept s'apparente davantage à de la vente directe ou à de la vente à emporter, au Liban, l'image de Dunkin' Donuts est plus proche de celle d'un café. Un concept qui touche tout le monde : les 30-60 ans le matin, les jeunes l'après-midi. Le succès est au rendez-vous : 10 000 beignets sont produits chaque jour dans la cuisine centrale de Daraya dans le Kesrouan et ils sont distribués à l'aide de quatre camions qui livrent tous les points de vente du Liban, de Batroun à Masnaa, à la frontière syrienne.

Bien que le chiffre d'affaires de Dunkin' Donuts-Liban reste marginal sur le plan international, le franchisé est ainsi devenu une sorte de laboratoire pour la maison mère, à Boston. Christine Assouad est en



effet la première à avoir accordé une place aussi importante à l'espace café et la première à appliquer le concept de cuisine centrale.

Sur les 25 enseignes libanaises, l'opération de Zalka est la plus rentable puisqu'elle enregistre 3 000 transactions par jour. Alors que Sfeir avait prévu, en 1998, un développement maximum de 20 restaurants pour le Liban, elle a déjà dépassé ce plafond et prévoit de le porter à 40, dans les six à sept prochaines années. Deux inaugurations ont lieu en mai, l'une rue de Damas, qui remplace le local de Sassine dont le bail touche à sa fin. L'investissement prévu est de 150 000 dollars, rentabilisable en moins de deux ans. La deuxième est un "drive thru" (vente à emporter en voiture), le premier du genre, qui sera situé à la nouvelle station Coral sur l'autoroute de Jal el-Dib.

En revanche, l'enseigne du centre-ville a été momentanément fermée : les pertes étaient de 210 000 dollars.

Le secret de sa réussite est « d'avoir bâti une structure » qui coûte certes cher, mais qui lui a permis d'ouvrir 10 points de vente en une année (2001) et, aujourd'hui, de se développer à l'étranger. Christine est surtout passionnée de marketing et de ressources humaines : « La gestion de la relation clientèle est le sujet de mon mémoire à l'ESA. » Elle travaille sur deux autres concepts de restauration rapide pour les pays du Golfe, au Koweït notamment. ■

En collaboration avec

hodema.so
hospitality development
www.hodema.net