



Jihane Sakr, première femme directrice générale d'un hôtel au Liban.

## Valse des directeurs généraux

Nagi Morkos / Hodema - Photos Roody

La rotation des directeurs généraux bat son plein dans l'hôtellerie. Après le départ remarqué de Pascal Gauvin, directeur général du Phoenicia InterContinental qui était aussi le directeur des opérations du groupe InterContinental au Liban (cf. *Le Commerce du Levant* de juillet 2006), l'Albergo, le Vendôme et le Crowne Plaza Hamra renouvellent à leur tour leur direction. Un changement dont les effets n'ont pas pu se mesurer pendant la guerre, l'été ayant été sacrifié pour l'hôtellerie, mais qui pourraient se faire sentir dès la rentrée.

Le remplaçant de Pascal Gauvin est américain : il s'agit de Richard Riley, directeur des opérations InterContinental Liban et directeur général du Vendôme. Il a confirmé sa volonté de garder son poste après la guerre. Après deux mois passés à Dubaï, il est arrivé à Beyrouth mi-septembre. Riley a rejoint le groupe après une expérience au sein de Shangri-la. L'une de ses premières responsabilités sera de mener à bien l'extension de l'hôtel sur le terrain qui le jouxte, acquis à cet effet, puis de mettre en place la structure nécessaire au développement de l'enseigne Holiday Inn Express, pour laquelle un projet est déjà en cours, dans un emplacement encore confidentiel. Les commandes de l'établissement le plus prestigieux de Beyrouth reviennent à Joseph Coubat. Après une expérience dans l'hôtellerie en France, il a rejoint le groupe InterContinental à l'occasion de l'inauguration du Vendôme en

1996 dont il a assuré la direction financière et administrative. Il a ensuite participé au projet du Phoenicia en tant que directeur résident avant de prendre la tête du Vendôme. Sa nomination au Phoenicia laisse présager du nouveau pour l'hôtel, en phase avec la volonté d'InterContinental d'évoluer vers un segment plus luxueux, même si elle tombe au plus mauvais moment, le chiffre d'affaires ayant dramatiquement chuté : -95 % par rapport au budget prévisionnel.

Par ailleurs, le Français Vincent Arnault a pris la direction du Crowne Plaza Hamra où il succède à Jean-Baptiste Pigeon nommé à la direction de l'InterContinental Bahreïn. Arnault était précédemment directeur résident de l'InterContinental Jordanie. Son arrivée au Crowne Plaza coïncide avec une amélioration des résultats de l'établissement qui a subi pendant plusieurs saisons les travaux de la rue Hamra. On peut se demander si ce redressement sonne la fin de la guerre des prix que se livrent les hôtels du quartier.

À l'Albergo, le Français Michel Chardigny a tiré sa révérence en mai dernier après avoir dirigé l'enseigne depuis l'ouverture en 1998. Henriette Abela, l'épouse de Béchara Nammour et propriétaire-gérante de l'hôtel, a assuré l'intérim jusqu'à la nomination de Jihane Sakr, directrice des opérations depuis 2000. La première femme directrice générale d'un hôtel au Liban veut insuffler du dynamisme à l'établissement sans changements fondamentaux. ■

## Le naufrage des plages

La saison 2006 qui s'annonçait excellente pour les plages (voir *Le Commerce du Levant* de juillet 2006) a été catastrophique. Orchid, à Jiyé, a par exemple perdu 150 000 dollars et presque 250 000 dollars de manque à gagner, selon Gilbert Khoury, propriétaire et gérant de la plage. C'est d'ailleurs pour tenter de limiter les dégâts qu'à peine une dizaine de jours après le cessez-le-feu, cette plage a rouvert ses portes. « Elle est quasiment pleine les week-ends, contrairement aux jours de semaine très calmes », d'après Khoury.

Le Eddé Sands de Jbeil, qui a fermé ses portes très tôt alors qu'il n'était pas dans la zone la plus exposée, au sud de Beyrouth, a quant à lui rouvert le samedi 2 septembre. « Les pertes et le manque à gagner s'élèvent à plus d'un million de dollars », confie Ralph Nader, directeur général, selon qui « le chiffre d'affaires du mois de septembre est inférieur de 50 % à celui de septembre 2005 ». Les clients ne sont plus au rendez-vous. « On n'espère plus rien pour 2006 et juste une année correcte en 2007 », ajoute Nader.

Plusieurs plages n'ont même pas eu le temps d'ouvrir officiellement, tel le Lazy B de Georges Boustani dont l'inauguration était prévue du 12 au 15 juillet.

Le Pangéa a, lui aussi, raté son entrée sur le marché des plages malgré l'ambition qu'il affichait de par sa taille et son envergure. Le Pangéa a tout de même rouvert début septembre et tente comme les autres de limiter les dégâts, tout en affichant une volonté de rester ouvert en hiver.

Du côté du Bamboo Bay, la situation est tout aussi difficile : 560 000 dollars de pertes sèches et 350 000 dollars de manque à gagner. La plage qui a rouvert le 1<sup>er</sup> septembre n'a tenu que 10 jours et a refermé ses portes le 11 septembre faute de clientèle. « L'avenir est sombre », affirme le propriétaire gérant Gilbert Khoury. ■

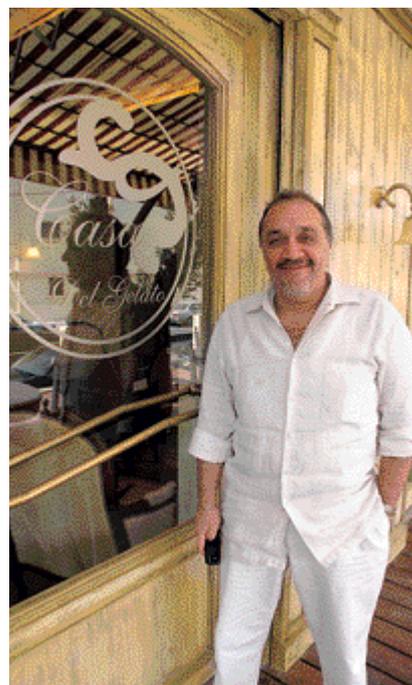


# Gilbert Abela, faiseur de prénoms

**D**igne fils et neveu des trois frères Abela (Albert, Joe et Edwin, les fondateurs du groupe éponyme), Gilbert Abela est en train de se faire un prénom et, comme un clin d'œil, a choisi de baptiser ses deux premiers restaurants rue Abdel Wahab el-Ingilzi comme ses filles, Julia et Claudia, inaugurés respectivement en 2003 et 2005. Sa holding, G. Abela Group, possède parfois jusqu'à 70 % des parts des restaurants qu'il dirige à travers un contrat de gestion. Il ne conçoit d'ailleurs pas de gérer un restaurant s'il n'en est pas un des actionnaires principaux. Cette formule, nouvelle sur le marché libanais, est la base de son succès. Gilbert Abela est omniprésent dans ses six enseignes de Beyrouth. Il passe du service à la cuisine, tout en recevant ses clients. Autodidacte, il a appris le métier sur le terrain, lors d'un séjour de trois ans aux États-Unis entre 1990 et 1993. De la cuisine à la gestion, il a appris toutes les ficelles de la restauration. En 2003, son oncle Albert Abela le rappelle à

Beyrouth pour l'intégrer dans le groupe familial. Il y passe dix ans et monte plusieurs projets dont le service traiteur de l'Escwa (la maison des Nations unies à Beyrouth) ou celui du Casino du Liban. En parallèle, en 1995, il développe le Way's Café, place Sassine, qui sera son premier projet personnel de restaurant. En 2003, il quitte le groupe pour ouvrir le Julia's, puis le Claudia's.

Mais c'est cette année qu'il passe à la vitesse supérieure. En mai, il ouvre le "restaurant-diner" 405 rue Monnot (ancien Le Coffee) et en juin le Bar Tabac à Sodeco (ancien French Café). Le chiffre d'affaires cumulé de ses restaurants tournait autour de trois millions de dollars avant la guerre. Son dernier projet en date est le Casa del Gelato. L'ouverture a eu lieu cet été, pendant la guerre. Ce concept de salon de thé et glacier à l'italienne a été inspiré par Sandro Cornacchia, un ami d'Abela, aujourd'hui décédé, qui lui a légué ses recettes. L'investissement est de 250 000 dollars.



# Optimisme mesuré pour ramadan

Sabine Bahry

**L**es promesses des différents pays du Golfe entretiennent l'espoir au Liban que le mois de ramadan, ou tout du moins la fête du Fitr, permettra de remplir les hôtels dont le chiffre d'affaires a chuté en raison de la guerre. Le Phoenicia InterContinental, qui sert souvent de baromètre pour le secteur, affirmait toutefois fin septembre qu'il n'avait pas encore de réservations pour la période concernée.

Plusieurs établissements se veulent malgré tout optimistes. C'est le cas du Holiday Inn Dunes. Rita Atwan, coordinatrice de la restauration, espère un chiffre d'affaires semblable à celui de l'année dernière. Le Royal Dbayé, aussi, a par exemple lancé une campagne publicitaire pour l'occasion, l'objectif étant de compenser autant que possible les pertes de l'été. Anne-Marie Hachem, directrice des revenus, affiche des objectifs de 40 à 45 % de taux d'occupation des chambres au cours du mois et de 80 à 90 % durant les trois jours du Fitr. Rares sont toutefois les établissements qui investissent dans des opérations spéciales ou des décorations adap-

tées au mois du jeûne musulman. La concurrence effrénée que se sont livrés en la matière les hôtels de Beyrouth les années précédentes a, en effet, propulsé les coûts à la hausse, sans que les recettes ne permettent forcément de les rentabiliser. La plupart des établissements préfèrent donc éviter les risques cette année.

Le Four Points Verdun assurera par exemple des buffets pour les iftars nocturnes, accompagnés des traditionnels narguilés. Il a en revanche annulé ses programmes spéciaux dans les salles de réception, explique Jad Shamseddin, directeur marketing. Il a aussi revu à la baisse ses objectifs de taux d'occupation : 20 % au lieu de 30 pendant le mois de ramadan, même s'il espère rééditer les 68 % pour la fête. Idem au Mövenpick où des artistes de la maison Rotana (qui appartient au groupe du prince al-Walid ben Talal, propriétaire de l'enseigne) animeront des soirées autour des iftars, mais le projet d'installer une tente en bord de mer, d'une capacité d'un millier de convives, a été reporté.

D'ordinaire, le taux d'occupation des hôtels est faible – autour de 40-45 % – pendant le mois de ramadan, ce n'est que pour la fête du Fitr qu'il dépasse les 85 %, explique Rami Assily, directeur général adjoint du Mövenpick.

C'est donc sur les trois jours de la fête que se concentreront les espoirs du secteur. Tout au long du mois, en effet, l'activité restauration augmente certes, mais elle ne génère pas des bénéfices très importants, les marges étant beaucoup moins grandes que dans la location de chambres, affirme Hala Hachache, directrice marketing et ventes au Sheraton Coral Beach. Elle ajoute que la direction de l'hôtel a choisi de ne rien changer à la stratégie marketing adoptée en 2005 qui lui avait permis de réaliser 3 300 couverts pour le ramadan, et un taux d'occupation des chambres de 50 % en moyenne sur le mois. ■

En collaboration avec

**hodema**.sgl  
hospitality development  
[www.hodema.net](http://www.hodema.net)