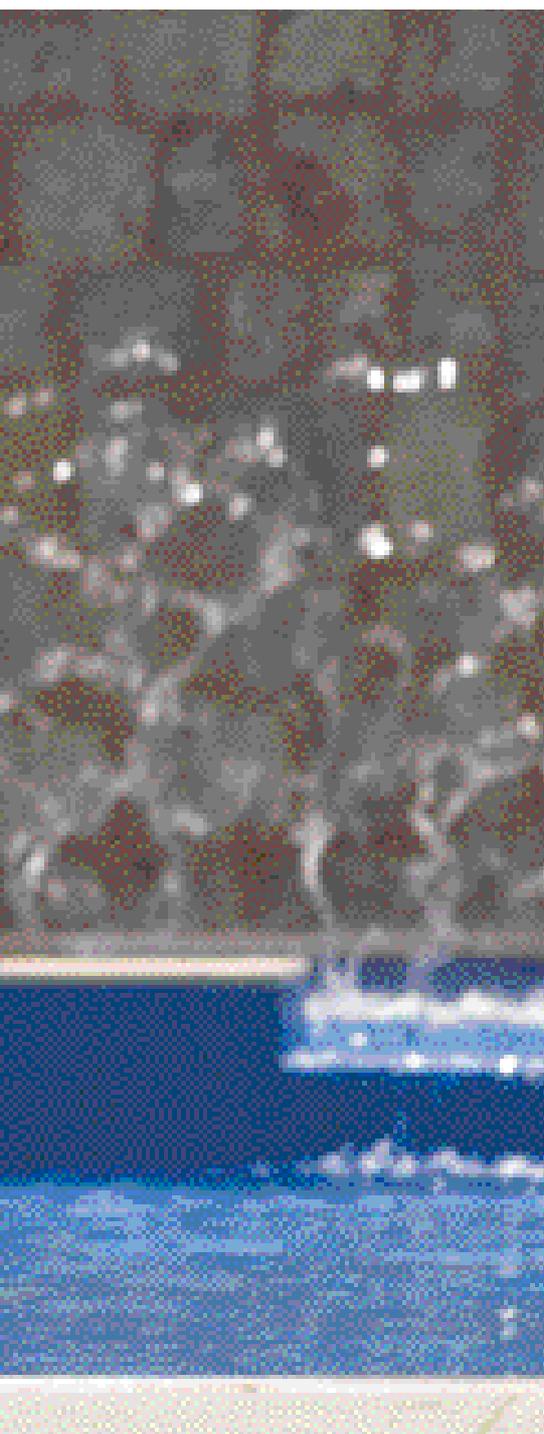


Plages : bataille pour

Nathalie Bontems - Photos Nadim Khalil



l'or bleu



La bataille est engagée en bord de mer, à coups de millions de dollars. Plages, hôtels, clubs et resorts ont une saison pour se tailler – ou garder – une place au soleil, quitte à faire de la surenchère.

Quinze millions de dollars pour Eddé Sands ; 3,5 millions pour Laguava ; 9 millions pour Pangéa ; 5,4 millions pour l'Océana... Certains investisseurs n'ont pas lésiné sur la dépense pour faire de leur plage la destination incontournable des vacanciers.

Les nouveaux projets offrent désormais une palette de services à l'adresse d'un public plus large, mais toujours aisé, l'objectif étant de sortir du schéma classique de la répartition des revenus moitié-moitié entre les billets d'entrée et la restauration.

Chez Eddé Sands, pionnier de la course au gigantisme, la restauration représente toujours 50 % du chiffre d'affaires, mais le reste se répartit entre les réceptions (15 %), les entrées (10 %) et l'hôtel (15 %). Ce dernier a ouvert en 2004 avec 45 chambres. Début juin, son taux d'occupation était déjà de 62 %, 30 à 40 % des chambres étant d'ores et déjà réservées pour juillet et août. « C'est très satisfaisant, sachant que nous ne sommes pas encore en pleine saison », déclare Ralph Nader, directeur général. L'inauguration prochaine d'un centre de conférence et d'un spa devrait encore modifier la donne.

Sur le même modèle de diversification, Laguava compte investir dans un spa l'année prochaine et augmenter à 90 le nombre de ses bungalows. Construits en 2005, ils disposent tous d'un, voire de deux jacuzzis, un service qui a contribué pour 20 % au chiffre d'affaires en 2005. « Dans l'idéal, il faudrait répartir notre chiffre d'affaires à 35-65 % entre bungalows et entrées », précise Fadi LeSidon, directeur général.

C'est ainsi que la plupart des plagistes se tour-

nent vers l'hôtellerie de luxe, glorifiée sous l'appellation de "resort", à la connotation très "pro". Le Pangéa – qui offre de petites villas « où l'on se sent comme à la maison » – pousse la dimension hôtelière de son complexe assez loin pour compter davantage sur cette source de revenus que sur les entrées. Comme Eddé Sands, le directeur des opérations, Alfred Kareh, a même fait le choix d'ouvrir toute l'année. L'intérêt est de rentabiliser plus rapidement les investissements, mais aussi de fidéliser le personnel.

Car la concurrence est de plus en plus acharnée. « Il est inévitable que le marché se règle, et cela se fait toujours aux dépens des plus petits », note Ralph Nader. De fait, grâce aux gros moyens employés, Eddé Sands a affiché une augmentation de 40 % de son chiffre d'affaires entre 2004 et 2005 et les estimations pour 2006 prévoient des résultats encore en hausse de 30 à 40 %. En revanche, les petits acteurs comme Jonas souffrent : ce pionnier des plages du Sud a accusé une baisse de fréquentation de 50 % depuis 2000. De 165 000 dollars en 2001, le chiffre d'affaires est tombé à 100 000 en 2005, déplore Nassif Azzi, propriétaire des lieux. Les clubs du Kesrouan, trop bétonnés, réservés aux actionnaires et à leurs invités sont eux aussi sous le choc. Fonctionnant en copropriété et limités par la loi qui leur interdit de casser le béton en place, ils n'ont pas les moyens de s'adapter. Seul l'ATCL tire son épingle du jeu grâce à la dimension exclusive et familiale qu'il a su préserver.

Face aux nouveaux géants de ce qui est devenu une véritable industrie, les plagistes n'ont qu'une alternative : la spécialisation. Orchid, une plage réservée aux adultes, développée par Gilbert Khoury, illustre parfaitement le phénomène. Le pari semble gagné dès la première saison.



Quand la plage devient un "resort"

Le concept est à la mode, pourtant n'est pas "resort" qui veut. « Le mot désigne un lieu dans lequel le client peut rester plusieurs jours sans avoir besoin d'en sortir », explique Ralph Nader, directeur général d'Eddé Sands. « Le concept est indissociable de la dimension hôtelière et de la variété des restaurants. » Une définition qui exclut d'office bon nombre de plages, mais à laquelle tous n'adhèrent pas. Laguava est devenu Laguava Resort depuis qu'on y propose des bungalows. « Un resort est un hôtel à la plage proposant des activités balnéaires », affirme Fadi LeSidon. Le Portemilio Hotel & Resort adopte encore une autre approche, avec son hôtel cinq étoiles. « Ce n'est pas le même concept partout. Il y a une différence entre un resort, qui est un hôtel proposant des services en extérieur, et une plage faisant de l'hôtellerie. Aujourd'hui, seuls le Portemilio Resort, le Mövenpick, le Sheraton Coral Beach, Eddé Sands et bientôt le Pangéa correspondent à cette définition », explique Mohammad Kenaan, directeur des ventes.

« Notre taux d'occupation moyen est de 70 à 80 %. Nous nous adressons à une élite qui souhaite être servie de façon très spécialisée », dit le patron qui a conçu ce produit en complément de son autre plage, Bamboo Bay, dont le positionnement est désormais axé sur la famille – avec un espace pour enfants de 2 000 m². C'est aussi la stratégie de Georges Boustani qui a pris la concurrence à contre-pied en développant sa Lazy B, conçue comme un retour à la plage authentique, faite de soleil, de sable et de mer.

La marge de manœuvre des uns et des autres reste toutefois tributaire d'un facteur essentiel : l'achat ou la location du terrain. Beaucoup n'auraient tout simplement pas survécu s'ils n'avaient été propriétaires du terrain. : « Dans la région, la location coûte 10 à 11 dollars le m² par mois. Sur 20 000 m², le calcul est simple. Aujourd'hui, je peux me permettre de lancer un projet uniquement parce que je suis propriétaire », précise Georges Boustani.

Outre le fait que le bail pèse lourdement sur les budgets (le loyer annuel de l'Océana représente 20 % de ses coûts de fonctionnement), sa trop courte durée – en moyenne six ans – freine les velléités de développement. « Difficile dans ces conditions de se lancer dans de gros investissements qui ne seront pas amortis avant cinq ans », explique Tarek Mounir, directeur général de l'Océana. Il négocie une extension de bail pour construire des bungalows. Gilbert Khoury a fait le même raisonnement pour le Bamboo Bay pour lequel il a obtenu un bail à long terme.

Nom	Inauguration	Superficie (en mètres carrés)	Investissement (en dollars)
Jonas	1993	10 000	40 000
Bamboo Bay	1999	30 000*	1 500 000
La Voile bleue	2002	15 000 (Rmeilé) 30 000 (Jbeil)	3 500 000
Eddé Sands	2003	110 000	15 000 000
Océana	2004	40 000	5 400 000
O Cap	2004	10 000	1 700 000
Laguava	2004	35 000	3 500 000
Janna-sur- Mer	2005	6 000	-
Pangéa	2006	7 500	9 000 000
Orchid	2006	5 000	600 000
Lazy B	2006	20 000	350 000

(*) Dont 14 000 m² exploités actuellement.

Luxe, sable et volupté

Pour séduire, les plagistes jouent la carte du luxe. Le temps des chaises longues est dépassé : la mode est désormais aux lits disposés autour des piscines. Eddé Sands propose 80 lits de deux mètres sur deux, disponibles pour 20 dollars la journée et donnant accès à une piscine interdite aux enfants de moins de six ans. Ce genre d'espace réservé aux adultes – lancé il y a un an au sein de plages grand public comme l'Océana – a connu un tel succès que Gilbert Khoury l'a poussé à son paroxysme en ouvrant l'Orchid à l'adresse

exclusive des plus de 21 ans. Cette plage joue aussi sur une autre tendance très en vogue cette année : les esplanades réservées à la journée, qu'elles soient appelées cabanas, VIP deck ou terrasses... La location de terrasses privées à l'Orchid s'échelonne de 50 000 livres à 200 000 livres. « Notre système de terrasse est comparable à un hôtel. Nous avons un service de chambre qui assure des serviettes, des consommations, des voituriers... », déclare Khoury. Pour 500 à 1 500 dollars, il est aussi possible de louer l'une des dix cabanas d'Eddé

Sands, une hutte de 60 m² disposant de sa propre salle de bains et de son jacuzzi. A Laguava, le VIP deck à 300 dollars pour six personnes fait aussi un tabac.

La surenchère est aussi manifeste au niveau des tarifs de l'hôtellerie : le prix d'une chambre varie de 100 à 500 dollars à Eddé Sands, de 250 à 500 dollars (100 dollars supplémentaires pour le jacuzzi) à Pangéa, de 250 à 500 dollars à Laguava...

Ces services haut de gamme – et chers – s'adressent évidemment à une élite vivant au Liban, mais aussi aux touristes, en particulier aux expatriés. « Nous avons beaucoup de demandes pour des séjours d'environ deux semaines. De nombreux clients sont issus de la diaspora libanaise installée au Brésil, en Australie et aux États-Unis », constate Ralph Nader, directeur général d'Eddé Sands, pour qui cette ville miniature est appelée à devenir un acteur de l'offre régionale au même titre que les grands resorts de Chypre ou de Charm el-Cheikh. « Notre clientèle est composée à 50 % de résidents libanais, à 20 % d'expatriés libanais, à 25 % de touristes venant du Levant et du Golfe et à 5 % d'Occidentaux », indique-t-il. Ces touristes européens faisant un séjour de deux nuits dans le cadre d'une tournée régionale ont représenté 30 % des locataires de bungalows à Laguava en 2005. Un chiffre que le directeur aimerait voir augmenter, sans trop d'espoir pour l'instant : « Nous visons davantage les expatriés que les résidents, car nous sommes loin de Beyrouth », explique Fadi LeSidon, selon qui le public libanais ne se déplace pas la nuit sans événement particulier.



L'offre reste inférieure à la demande

Nagi Morkos

La demande de plages est croissante, mais l'offre n'est pas toujours adaptée. Après 10 ans de développement, le secteur est à un tournant.

Aussi extravagante qu'elle puisse paraître, l'effervescence sur le secteur des plages est justifiée par une demande croissante : les Libanais partent rarement en vacances à l'étranger alors qu'ils accueillent un nombre grandissant de touristes.

Une quinzaine de plages se partagent désormais plus de 150 000 clients, l'activité étant répartie sur une vingtaine de semaines estivales. Mais l'investissement cumulé du secteur ne dépasse pas les 50 millions de dollars, un chiffre qui reste en somme limité à

l'échelle d'un pays, un seul projet d'hôtel pouvant dépasser ce montant.

Car si les opportunités sont nombreuses, l'essor de l'offre est entravé non seulement par l'instabilité de la situation politique, mais surtout par le sous-développement des infrastructures. À l'exception de l'autoroute de Saïda, le réseau routier est un frein. Le trajet Beyrouth-Jbeil décourage plus d'un baigneur potentiel en week-end. Mais la qualité de l'eau reste le véritable problème. Les stations

La saga des plages

N M

Lessor des plages de sable au Liban a commencé à la fin de la guerre alors que la configuration de la côte, longue de plus de 220 km, avait complètement changé, défigurée par les exodes successifs dus au conflit.

Les plages illustres des années 1970, telles que le Saint-Michel, le Saint-Simon, ou encore l'Acapulco, ont été squattées par les réfugiés originaires du sud du pays, notamment après l'invasion israélienne de 1982. Même la plage publique gratuite "Saint-Balech" a été menacée de constructions illicites.

Au nord de Beyrouth, la baie de Jounié a aussi accueilli beaucoup de réfugiés et des bâtiments de béton de plus en plus hauts y ont fleuri. Des promoteurs peu scrupuleux ont abusé des biens maritimes publics et vendu des centres balnéaires et autres complexes de chalets à divers clients qui n'ont pas été en mesure d'enregistrer leur acquisition.

C'est dans ce contexte bouleversé qu'en 1993, une première plage de sable voit le jour à Jiyé entre Saïda et Beyrouth, sur le modèle des plages dénudées de Tyr et de Jbeil. Il s'agit de Jonas Beach. Le service y est minimal : un restaurant-snack et, à l'époque, un petit bassin en guise de piscine.

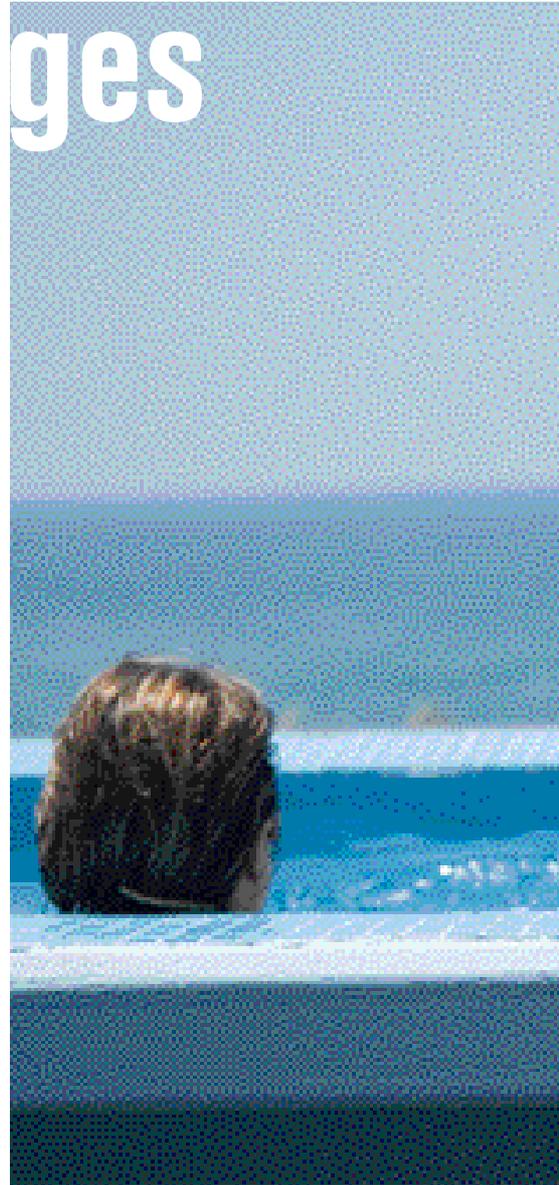
Le développement ne fait que commencer. Il est d'abord assez lent, la sortie sud de Beyrouth étant entravée par les embouteillages de la Banlieue-Sud. Jonas fait malgré tout des émules

qui s'installent à Jiyé, en offrant toujours le strict minimum, comme le Saint-John et Atlas Beach. Cette dernière est née de l'association des propriétaires du terrain, les Boustani, avec ceux de l'Atlas Café, rue du Liban à Achrafié, dont Nayla Audi qui développera ensuite le glacier et pâtisseries Oslo. Au milieu des années 1990, les plages sont encore faites de parasols, de sable et de restauration très simple. Au nord de Beyrouth, Jbeil ne propose que Paradise et Tam Tam, sur le même principe.

C'est en 1999 qu'apparaît Bamboo Bay, la première plage offrant des services plus élaborés, sous l'impulsion de la famille Boustani, propriétaire des lieux. L'association avec le Circus, un restaurant-bar à la mode de la rue Monnot, en fait le pionnier des "beach parties".

La nouvelle offre à l'attention des fêtards coïncide avec le retrait israélien du sud du Liban et la curiosité de la population qui redécouvre cette destination avec d'autant plus d'enthousiasme que l'autoroute du Sud est inaugurée en 2001 : Saïda est désormais à moins de 20 minutes de la capitale.

Les plages s'étendent le long du littoral. Un groupe d'investisseurs dont Gilbert Khoury ouvre l'Océana. La Voile bleue, dont le nom s'inspire de la fameuse plage de Saint-Tropez, la Voile rouge, s'installe quant à elle parallèlement au sud et au nord de Beyrouth, à Rmeilé et à Jbeil. Le projet est développé par un groupe d'investisseurs autour de la famille Boubess (Piazza, Entrecôte,



Eddé Sands

Lancé en août 2003, Eddé Sands – du nom de son promoteur Roger Eddé – s'étend sur 110 000 m² et a coûté entre 15 et 20 millions de dollars (certains travaux sont encore en cours). L'investissement est triple si l'on inclut le prix du terrain. Eddé Sands comporte cinq restaurants en gestion propre (un sixième est prévu en 2007), quatre piscines, 11 bars, 10 cabanas, un hôtel, des spas, un centre de convention de 1 260 m² qui sera achevé fin juin, 50 000 m² de jardins... La capacité d'accueil est de 3 500 à 4 000 personnes et le droit d'entrée de 18 000 livres le week-end et 15 000 livres en semaine pour les adultes (8 000 livres et 6 000 livres pour les enfants). Deux formules d'abonnement sont proposées depuis 2005.

Laguava

C'est sur le site du premier Océana à Rmeilé que Laguava (baptisée ainsi en référence aux goyaviers de la région) a démarré en 2004. Mohammad Zeidan, proprié-

taire du terrain, a décidé de développer lui-même une plage en collaboration avec Synergy, déjà gérant de l'Océana, dont il s'est par la suite séparé. L'investissement initial est de 3,5 millions de dollars. Laguava s'étend sur 35 000 m² et profite d'un kilomètre de plage, avec une capacité d'accueil de 2 000 personnes. Le complexe comporte dix bungalows, deux restaurants en gestion propre et deux bars. Un spa et une nouvelle piscine sont prévus pour l'année prochaine. Le droit d'entrée est de 18 000 livres le week-end et de 12 000 livres en semaine pour les adultes (8 000 livres pour les enfants).

Pangéa

Ouvert en mai 2006, le complexe appartenant à l'homme d'affaires Rafic Charafeddine s'étend sur 7 500 m² à Jiyé. Il a coûté 9 millions de dollars (y compris les terrains). Outre l'hôtel cinq étoiles qui sera achevé l'année prochaine, le Pangéa dispose de trois chalets en triplex, 22 bungalows, trois piscines (dont l'une est inter-

dite aux enfants), deux restaurants (La Mie dorée et Le Poisson) et quatre bars. L'entrée pour adultes est à 20 000 livres le week-end et 18 000 livres en semaine (11 000 livres pour les enfants), avec la possibilité de s'abonner du 15 mai au 15 septembre pour 1 500 dollars (22 cabines sont disponibles à cet effet). Le Pangéa peut recevoir 2 500 personnes en journée, mais peut accueillir jusqu'à 5 000 personnes dans le cadre d'événements (mariages, défilés de mode, etc.).

Orchid

L'Orchid a fait sensation lors de son ouverture début juin. Le nouveau projet de Gilbert Khoury est en effet la première plage totalement interdite aux moins de 21 ans. Située à Jiyé sur 5 000 m², elle remplace le Morea, racheté par Khoury pour un dollar symbolique et la prise en charge de ses dettes. Quelque 600 000 dollars ont été injectés pour le réaménagement et le rééquipement des lieux. Seules la piscine et les cuisines ont été



conservées. L'Orchid peut accueillir 300 adultes pour un droit d'entrée de 20 000 livres. Elle dispose de 45 mètres de plage, d'une piscine et de 22 terrasses privées.

Bamboo Bay

Première plage sophistiquée à ouvrir au Liban, le Bamboo Bay est géré par Gilbert Khoury. La plage dispose de 30 000 m² dont 14 000 sont déjà exploités avec une capacité d'accueil de 1 200 personnes. Le droit d'entrée est de 20 000 livres pour les adultes et de 10 000 livres pour les enfants. Quatre piscines y sont installées, ainsi qu'un restaurant et un snack. L'investissement initial a été de 1,5 million de dollars, mais le Bamboo Bay devrait changer de visage en 2007. Un investissement de trois à quatre millions de dollars est prévu pour la construction de 29 chalets sur 15 000 m².

Océana

L'Océana nouvelle version (après trois ans passés à Rmeilé) s'étend depuis juillet

2004 sur 40 000 m² à Jiyé. Détenue à 90 % par Antoine Sehnaoui, le projet a coûté 2,5 millions de dollars en 2004, puis 5,4 millions entre 2005 et 2006 pour des travaux de rénovation et de nouvelles extensions. La capacité d'accueil est de 2 500 personnes. L'entrée coûte 20 000 livres le week-end et 15 000 livres en semaine (12 000 livres pour les enfants). Sept restaurants sous-louent des emplacements autour des quatre piscines et des deux jacuzzis. L'un d'entre eux et la piscine attenante sont interdits aux moins de 18 ans. L'Océana héberge aussi quatre boutiques.

Lazy B

B comme Boustani, beach, ou bee... Georges Boustani, propriétaire du terrain sur lequel a été développé le Bamboo Bay, se lance aujourd'hui en solo pour un projet axé sur le retour aux sources, prenant le contre-pied des plages commerciales. Pas de grandes piscines ni d'hôtel : le Lazy B, qui a ouvert ses portes fin juin sur une propriété de 20 000 m², mise sur sa plage et

Scoozi...) qui vendra ses parts quelque temps plus tard, laissant à Nicolas Cattan (Cat & Mouth) la gestion des deux plages.

En 2002, c'est à nouveau Bamboo Bay qui innove. La plage est reprise par le groupe Sunbed, dirigé par Gilbert Khoury, qui fait appel pour la première fois à un architecte pour aménager l'espace. L'investissement est de 700 000 dollars. Galal Mahmoud donne à la plage un esprit de village haut en couleur qui perdure encore malgré de petits élargissements (reprise du Saint-John en 2004 et du Moorea). Le secteur passe alors à la vitesse supérieure. L'émergence d'Edde Sands en 2003 en témoigne. Roger Eddé confie aussi l'architecture de son mégaprojet à Galal Mahmoud qui utilise l'artisanat local et essaie d'ancrer la plage dans son environnement en choisissant la couleur pourpre qui a fait la réputation des Phéniciens. Des détails comme l'utilisation de galets ou de lettres phéniciennes en guise d'appliques lumineuses montrent à quel point le design et l'esthétique sont figés.

La contre-attaque ne tarde pas. En 2004, la Guava fait appel à l'architecte Charles Hadifé pour réaménager le terrain. La formule a du succès et, cette année, pas moins de trois nouveaux projets ont vu le jour, après l'interruption de 2005. Le plus gros revient à la famille Charafeddine. Elle inaugure le Pangea qu'elle confie au même Charles Hadifé. L'architecte tente cette fois de s'éloigner des ambiances inspirées du Sud-Est asiatique pour miser sur le caractère méditerranéen. Il utilise de la pierre locale et aménage des volumes et des espaces différents rappelant parfois les maisons grecques blanchies à la chaux des Cyclades.

son ambiance paisible. Elle peut accueillir 1 500 personnes mais se limitera à 800. Un seul restaurant, La Posta, y est installé. Le droit d'accès est de 20 000 livres pour les adultes et 10 000 pour les enfants. Le Lazy B bénéficie d'un financement original : 200 000 dollars par un prêt Kafalat et 150 000 dollars en fonds propres.

Jonas

La famille Azzi a inauguré Jonas en 1993, dans le village alors méconnu de Jiyé. Nassif Azzi a emprunté 20 000 dollars et en a apporté 20 000 autres en fonds propres pour aménager sa propriété de 6 000 m². Depuis, un terrain voisin de 4 000 m² a été loué et Jonas fait figure d'institution. Plage familiale par excellence, elle peut accueillir 400 à 500 habitués pour 12 000 livres par adulte et 6 000 livres par enfant. Jonas dispose de deux piscines pour enfants et d'une piscine olympique. Face à la concurrence, la plage pourrait se transformer l'année prochaine en restaurant ouvert en continu, pouvant accueillir 150 personnes.