

hôtellerie & tourisme

Somsom veut lever 6 millions de dollars pour s'implanter aux États-Unis

La chaîne de restauration libanaise Somsom souhaite inaugurer 100 enseignes aux États-Unis d'ici à 2020. Elles seront soit développées en fonds propres (Washington D.C., Boston et New York, où la première enseigne ouvrira fin 2014), soit en franchise (dans le reste des États). Pour financer ces ambitions, Treats Holding SAL, majoritairement détenue par Christine Sfeir, également opératrice de la franchise de Dunkin' Donuts au Liban, a

mandaté FFA Private Bank pour lever six millions de dollars en deux phases auprès de nouveaux investisseurs. « Nous leur proposons une participation d'un montant minimum de 100 000 dollars bloqué sur sept années pour un retour sur investissement moyen espéré de 30 % par an », explique Julien Khabbaz, directeur de la banque d'investissement à la FFA, en charge du montage financier.

« Le marché américain de la restauration qui génère plus de 660

milliards de dollars annuels ne comporte pas d'acteurs-clés en matière de restaurants libanais. Nous voulons saisir cette opportunité et devenir la première chaîne de restauration libanaise aux États-Unis », affirme Christine Sfeir. Le concept de Somsom qui propose une cuisine libanaise "modernisée" répond, selon elle, à une demande grandissante aux États-Unis pour une cuisine saine et ethnique, et sera adapté au marché "fast casual" américain, « le segment le plus dynamique du secteur F&B des États-Unis ». Présent sur le marché libanais depuis 2008, Somsom a commencé son développement dans la région avec deux enseignes au Liban, deux en Arabie saoudite, une autre au Koweït et une à Oman. Elle souhaite atteindre les quatorze enseignes en Arabie saoudite, quatre au Koweït et à Dubaï et trois à Oman d'ici à 2016.

Nagi Morkos / Hodema

Le chiffre

36 %

taux d'occupation des hôtels de Beyrouth en janvier

Selon le cabinet de conseil Ernst & Young, le taux d'occupation moyen des hôtels de Beyrouth s'est établi à 36 % en janvier, contre 50 % en janvier 2013.

Le taux d'occupation des hôtels de Beyrouth est le deuxième taux le plus bas parmi 16 villes du Moyen-Orient, après Le Caire (25 %).

Le tarif moyen par chambre a atteint 167 dollars, en baisse de 3,5 % en glissement annuel, les revenus par chambre disponible ont diminué de 30,1 % à 60 dollars.



L'ABC d'Achrafié renouvelle son offre de restauration

Le centre commercial ABC d'Achrafié actualise son mix de restauration avec l'ouverture prévue de trois nouvelles enseignes : Shake Shack, Bar Tartine et Cozmo Café. « Nous avons repensé la stratégie de l'ABC en réévaluant et renouvelant notre mix pour répondre aux nouvelles tendances en matière de restauration tout en maintenant notre situation de destination leader sur le créneau du F&B. L'idée est de diversifier notre offre afin de couvrir tous les segments de marché », affirme Tania Ezzedine, directrice retail et marketing du groupe ABC. Le

centre introduit pour la première fois un "burger joint" dans son portefeuille avec l'ouverture de la seconde enseigne de Shake Shack au Liban dont la franchise est détenue par le groupe Alshaya. « En plus des marques internationales, nous aimons encourager de nouveaux concepts locaux qui ont fait leurs preuves sur le marché. » C'est le cas de Bar Tartine, ouvert depuis l'été 2013 à Mar Mikhaël et détenu par le groupe Breakfast & Co. de Donald Daccache (également propriétaire de Roadster et Zaatar W Zeit), qui inaugure sa troisième enseigne à l'ABC. Enfin,



Boubess Group, déjà propriétaire du Scoozy et de Napoletana à l'ABC, y ouvre Cozmo Café, un restaurant de cuisine internationale, déjà présent à Zaitunay Bay. Le lieu qui ouvrira d'ici à mai bénéficie de la plus vaste

surface des restaurants de l'ABC (515 m²). « Dans le même esprit, La Mie Dorée, présent dans le centre depuis son ouverture en 2004, planifie une rénovation cette année. »

N. M.

Juice Up s'installe à Sodeco

Juice Up, un nouveau "bar à jus", a ouvert à Sodeco à la mi-mars. « Nous propo-

sons une nouvelle expérience articulée autour de jus frais, sans ajouts d'eau, sirops ou sucres, préparés en direct devant le client », explique Philippe Letayf, propriétaire de l'établissement. D'après lui, le concept répond à une tendance grandissante « pour un mode de vie et une alimentation sains ». Juice Up propose une dizaine de jus et une gamme de 13 "smoothies" parmi lesquels le "Fat Burner" composé de jus de pommes, un mix de baies et de lait de soja. Ils sont vendus par bouteille ou au verre de 300 ou 500 millilitres, soit par gallon de 1,5 litre. Les prix varient de 3 750 à 25 000 livres libanaises, selon la quantité et le type de jus. L'établissement propose aussi

une gamme détox, qui bénéficiera bientôt de sa propre sous-marque "Liv by Juice Up", avec trois programmes de 1 à 3 jours moyennant 50 dollars la journée et comprenant quatre jus de fruits et légumes livrés à domicile quotidiennement. Le comptoir et l'étalage de fruits et légumes occupent 22 m² et peuvent accueillir une dizaine de personnes de 7h à 22h du dimanche au mercredi, et de 7h à 2h du jeudi au samedi. Une section propose des sandwiches, viennoiseries et salaisons de La Mie Dorée ainsi que des crêpes "faites maison". Philippe Letayf a investi 200 000 dollars dans ce projet dont l'amortissement est prévu en 18 mois.

V. H.



1866 Tower and Suites : nouvelle destination de restauration, rue Bliss

Le groupe Tahseen Khayat a investi plus de 60 millions de dollars dans un nouveau projet rue Bliss comprenant un centre commercial et un hôtel. La première phase de 1866 Tower and Suites, inaugurée fin février, s'étend sur 4 000 m² et comprend deux salles de cinéma, des boutiques et six enseignes de restauration. « Le paysage F&B de Bliss est

en mutation ; la rue, longtemps occupée par des enseignes de restauration rapide, est désormais prête à accueillir des concepts moyens et hauts de gamme », explique Omar Mamlouk, gérant du lieu. Les premières enseignes à s'y être implantées sont Yogen Früz, Paul et Urbanista. La première, une franchise canadienne de yaourt glacé, occupe une surfa-

ce de 40 m². Paul, quant à lui, s'étend sur 135 m² avec sa terrasse et signe là sa septième enseigne dans le pays : « Nous cherchons à cibler un nouveau marché, celui des étudiants et des habitants de Bliss et ses environs », explique Raïf Letayf, copropriétaire de la franchise locale de Paul. Enfin, Urbanista, ouvert depuis 2012 à Gemmayzé, occupe deux étages et bénéficie également d'une terrasse. Trois autres enseignes sont prévues : Roadster, Bunz et ISoup. Le projet comprend également un centre médical, une garderie, un salon de coiffure et le centre sportif U Energy. Quant à l'hôtel, il sera inauguré fin juin 2014 et comprendra 92 chambres réparties sur 19 étages. « Il ciblera principalement les étudiants pour de longs séjours. »

Vanessa Habib



En bref

- La pâtisserie Secrets ouverte depuis 2004 à Koraytem et détenue par Hazem Arayssi, inaugure **Secrets Creamery**, un glacier situé à proximité de sa première enseigne. Le lieu, qui propose une variété de 28 parfums, offre également du yaourt glacé, des crêpes, des gaufres et des "smoothies" aux fruits. Le ticket moyen varie entre 5 et 10 dollars. La surface de 100 m² peut accueillir 25 personnes tous les jours de 7h30 à 23h.

- Plusieurs **fermetures** ont été enregistrées ces deux derniers mois parmi lesquelles celle du bistrot français **Paname** ouvert depuis 2012 à Gemmayzé, ainsi que **Georges Farah** (ouvert depuis 1983) et **Maysoon Café** tous deux situés à Kaslik.

- Un nouvel hôtel va ouvrir fin 2015 à Dbayé. **Louis 5** dispose d'une surface construite de 6 000 m² et comprend 50 chambres et suites de 50 m² chacune. L'établissement est détenu par le groupe Mardikian, une société de promotion immobilière.

- La boîte de nuit **Nacht by Überhaus** a ouvert à l'intérieur de Station Beirut, une salle polyvalente à Sin el-Fil. Cette boîte est détenue par la compagnie Überhaus SARL, également propriétaire de The Gärten, la boîte de nuit estivale située au Biel et de Überhaus qui a fermé ses portes à Hamra récemment.

Alice Eddé développe les séjours bien-être à Eddé Sands

Alice Eddé propose des mois d'octobre à mai des programmes de bien-être dans le complexe balnéaire d'Eddé Sands. Étudiés de manière à compléter l'offre du spa, ces traitements "detox" comprennent des soins variés et repas adaptés, et sont proposés en demi-journées, journées ou semaines. « Les Libanais voyagent pour faire des cures, alors que nous avons tout ce qu'il faut ici : le personnel qualifié, l'infrastructure, la plage de sable, les espaces verts et le climat, explique Alice Eddé. Nous cherchons à garder cette clientèle au Liban. ». Le service cible également « les étrangers en quête de soleil en hiver ». Les forfaits démarrent à 120 dollars par personne pour un week-end jusqu'à 244 dollars pour une "retraite antistress" comprenant une nuit d'hôtel. Quant aux "semaines detox", elles sont organisées deux fois par an à partir de 2 100 dollars par personne avec le concours d'experts venus de l'étranger – homéopathe, ostéopathe et naturopathe. Des programmes sont également proposés aux entreprises. Quant au menu, il est conçu par la chef péruvienne Brisa Deneumostier « spécialiste en cuisine santé qui a créé des plats adaptés aux goûts des Libanais et formé nos chefs ». Il est servi quotidiennement aux restaurants La Pêche du Jour à Eddé Sands et éCafé à Achrafié. Alice Eddé a lancé le programme en 2009, mais « les Libanais n'étaient pas prêts ; aujourd'hui, avec le stress lié à l'insécurité chronique du pays, ils ont pris conscience de l'importance du bien-être ». L'activité "Wellness" – compre-



nant l'agrandissement du spa et la construction d'une piscine chauffée – a requis un investissement de 3 millions de dollars et généré depuis son introduction en 2009 un chiffre d'affaires du même montant. Ce service, qui emploie entre 15 et 20 personnes selon la saison « toutes originaires de Byblos ou de sa région », contribue également à remplir l'hôtel d'Eddé Sands hors saison. Ainsi, le taux d'occupation pour l'année 2013 a atteint 25 % en saison basse et 95 % d'avril à septembre. Les programmes ont été tous conçus par Alice Eddé : « Passionnée par le domaine du bien-être », qui a acquis une grande expérience en la matière grâce à de nombreux voyages à travers des centres aux États-

Unis, en Europe et en Inde où elle découvre les traitements ayurvédiques. Elle est la première à les introduire au Liban. Américaine d'origine, Alice a rencontré Roger Eddé en 1973 lors d'un voyage au Liban. Mariés deux ans plus tard, la guerre les contraint à quitter le pays. Ils rentrent en 1997 avec la volonté « d'aider la région de Byblos » et développent Eddé Sands, un projet de 100 000 m². Ils ont aujourd'hui à leur actif sept enseignes de restauration – six à Byblos et une à Achrafié. Au printemps, elle lancera la première enseigne portant son nom, une boutique d'articles autour du thème du jardin. « D'ordinaire discrète, j'ose enfin me mettre en avant. »

Lina Raphaël

- La marque de restauration libanaise **Babel** a reçu la récompense du "Meilleur groupe de restauration du Moyen-Orient", de l'association Tatweej Academy. La remise de prix a eu lieu à Dubaï, lors d'une cérémonie organisée en collaboration avec l'Organisation mondiale du tourisme, récompensant des personnalités influentes et les institutions arabes-clés dans les domaines du tourisme, de l'hôtellerie et du voyage, pour leurs initiatives et accomplissements. Le groupe Afkar Holding a été sélectionné pour le succès de sa marque Babel et grâce au contrat de développement signé avec la société Alshaya.

- **Chopsticks Hamra** a rouvert ses portes après rénovation. Le lieu dispose maintenant d'une terrasse pour fumeurs et d'une décoration plus décontractée. Cette décision a été prise par le groupe Ratio Plus SAL, propriétaire de Chopsticks, principalement en raison de la loi antitabac. La marque est présente au Liban avec huit enseignes, aux Émirats arabes unis avec trois enseignes et quatre en Arabie saoudite. Ratio Plus SAL a investi 600 000 dollars dans cette rénovation. Le groupe a également inauguré **TRI-S** à Hamra, un nouveau concept de restauration rapide ouvert tous les jours de 8h à minuit, proposant sandwiches, salades et sushi (d'où le nom), pour un ticket moyen de 15 dollars. Ce dernier projet a requis un investissement de 350 000 dollars.

En collaboration avec
hodema
 consulting services
www.hodema.net