

Le CityMall rénove et étend son espace restauration

Le centre commercial CityMall situé sur l'autoroute de Dora et ouvert en 2004 a entamé un vaste projet de rénovation et d'extension dont la première étape verra le jour en avril. Cette phase, qui a été lancée en partie pour se mettre en conformité avec la loi antitabac, vise à améliorer l'espace de restaurants situé face à la mer. Ainsi la façade maritime a été déplacée et ouverte afin que ces enseignes bénéficient en plus des espaces intérieurs, de larges terrasses pour les fumeurs.

« Ces travaux sont également pour nous l'occasion de répondre à la tendance actuelle des espaces en plein air de plus en plus prisés par les clients, explique Michel Abchee, président-directeur général d'Admic, société propriétaire du CityMall ; ces terrasses bénéficieront d'un climat contrôlé afin de pallier aux changements de température. » La deuxième étape des travaux porte sur l'addition d'un étage qui ajoutera 10 000 m² aux 87 000 actuels de surface commerciale utile et qui continuera de placer le CityMall en tête des



centres commerciaux en termes de taille de surface marchande. L'extension accueillera le "food court", la zone de kiosques se partageant l'espace assis commun actuellement situé au premier étage, ainsi que de nouveaux concepts de restauration ; elle permettra une augmentation du nombre total d'enseignes à une cinquantaine contre 33 aujourd'hui et permettra l'introduction d'un plus grand nombre d'établissements de moyenne gamme. L'espace comprendra, entre autres, « une large aire de jeux pour enfants et une patinoire permanente ». En parallèle, le

CityMall rénove son intérieur avec l'adoption de nouveaux matériaux et couleurs, et l'intégration d'activités supplémentaires afin de « rafraîchir l'apparence des lieux et s'adapter à la nouvelle génération de centres commerciaux ». L'extension et la rénovation seront finalisées d'ici à la fin de l'année 2014. Le CityMall demeure une destination courue pour ses concepts de restauration, « car les enseignes sont complémentaires et ciblent tous les publics ; certaines servent jusqu'à 800 couverts par jour en week-end ».

Nagi Morkos / Hodema

Le chiffre

49 %

Taux d'occupation des hôtels de Beyrouth en janvier

Selon la dernière étude du cabinet de conseil Ernst & Young, le taux d'occupation moyen des hôtels de Beyrouth s'est établi à 49 % en janvier 2013, contre 60 % à la même période un an plus tôt.

Le taux d'occupation des hôtels de Beyrouth a été le deuxième taux le plus bas parmi 16 villes au Moyen-Orient, suivi du Caire (32 %) et arrivant après Amman (50 %). Selon le rapport du cabinet de conseil, les établissements quatre ou cinq étoiles auraient réussi à enregistrer des taux d'occupation à 64 %, soit en légère hausse par rapport aux 61 % enregistrés un an auparavant.

Par ailleurs, toujours selon les mêmes sources, le tarif moyen par chambre a atteint les 167 dollars, enregistrant une baisse de 27,2 % en glissement annuel, les revenus par chambre disponible ont diminué de 41,2 % à 82 dollars contre 139 durant la même période un an plus tôt.

Vingtième anniversaire du Salon Horeca

Le Salon Horeca, qui célèbre son 20^e anniversaire cette année, se tient au Biel du 9 au 12 avril 2013. Plus de 385 exposants et 12 000 visiteurs sont attendus à ce rendez-vous annuel qui regroupe les professionnels de l'industrie de la restauration et de l'hôtellerie au Liban et au Moyen-Orient. Selon Joumana Damous-Salamé, directrice générale de Hospitality Services, organisateur de l'événement, « le salon a

encore prouvé sa popularité avec un taux de réservation remarquable de 90 % trois mois à l'avance ». Outre le Liban, la Pologne, l'Italie, la Thaïlande, la Malaisie, la Turquie, la France, l'Australie, l'Iran, l'Italie, la Jordanie, les Émirats arabes unis, l'Espagne et le Sri Lanka sont également représentés. De nombreuses activités sont prévues parmi lesquelles le salon culinaire avec plus de 250 participants et 12 juges internationaux,

et la compétition de l'art du service organisé pour la première fois au Liban et regroupant 100 participants et 10 juges venus d'instituts hôteliers et d'hôtels 5 étoiles. Autre première cette année, l'invitation du ministère du Tourisme libanais de 15 journalistes gastronomiques et experts en vins européens qui viennent « découvrir à Horeca la cuisine libanaise et les vins locaux pour les faire rayonner à l'étranger ». Le Salon recevra également des

acheteurs internationaux du secteur de la restauration et de l'hôtellerie dans le cadre du "Hosted Buyers Program" ou Programme d'acheteurs, une initiative de la Chambre de commerce et d'industrie visant à encourager la vente de produits et de services libanais. En parallèle, Horeca continue de servir de « plate-forme pour la promotion de Beyrouth comme capitale du goût au Moyen-Orient ».

N. M.

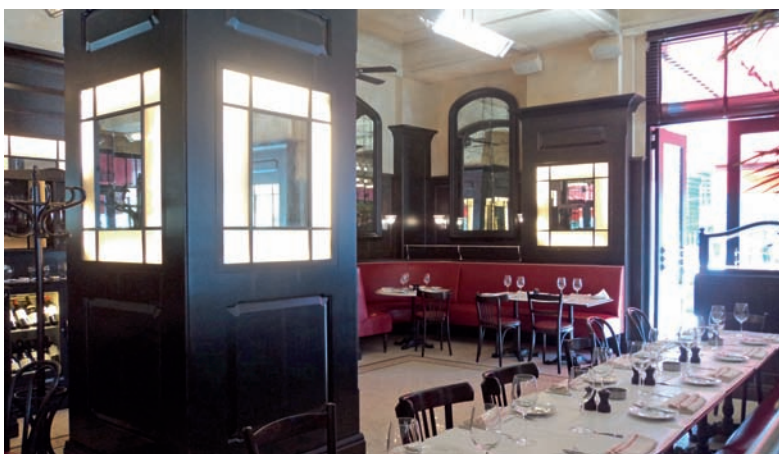
Métropole, dernier-né du groupe Boubess, ouvre au centre-ville

Le groupe libanais de restauration Boubess a ouvert une nouvelle brasserie française, Métropole, dans le centre-ville de Beyrouth en lieu et place du restaurant Soho. Au menu, « des plats français et des classiques de la cuisine américaine et italienne » notamment des steaks, un « gourmet burger », des pâtes, et des

spécialités maison telles que les moules-frites et le poulet grillé à l'estragon préparés par le chef français Stéphane Loison, ancien chef des restaurants Centrale et Stay à Beyrouth. L'établissement présente également une large sélection de vins. Métropole peut accueillir 180 personnes tous les jours à

déjeuner et à dîner de 9h à 23h30 pour un ticket moyen variant de 35 à 85 dollars et sert un brunch tous les dimanches. Boubess Group, détenu par les frères Samir et Tarik Boubess, a déjà à son actif 15 marques de restauration, parmi lesquelles Napoletana, Mandarine, Benihana, La Piazza, Scoozy, The Met, Cozmo Café ou encore Café de Flore. Avec Métropole, le groupe signe là l'ouverture de son 22^e établissement dans le pays. Boubess Group, qui est également présent à Dubaï avec cinq enseignes, planifie plusieurs lancements prochains au Liban, notamment celui de Scoozy dans le centre commercial Beirut City Center ainsi qu'un nouveau concept italien, Pomodoro, qui viendra remplacer le restaurant Salmontini à Zaitunay Bay.

L. R.



Le concept canadien MBCo s'implante au Liban à Dbayé

Le café-restaurant canadien MBCo ouvre sa première enseigne au Liban en franchise dans le centre Blueberry Square. Comme au Canada et aux États-Unis – les deux seules

régions avec le Moyen-Orient où la marque est présente –, l'établissement propose les services de restauration et de traiteur, ainsi que la vente de produits. Le menu présente des salades « gourmet » et des sandwiches frais, des plats cuisinés, des omelettes, des pizzas, des muffins, des desserts et jus de fruits. Le lieu offre une large sélection de cafés issus du commerce équitable et propose à la vente divers genres de pains et des produits « uniques » tels que des huiles (d'olive, de truffe et d'avocat), des vinaigres (de mangue, de noisette et à la pulpe de tomate), ou encore des chocolats à la fraise. Étendu sur une surface de 170 m², l'établissement peut accueillir 110 personnes tous les jours de 9h à

minuit. Le ticket moyen varie entre 10 et 30 dollars. Quant au service traiteur, il cible des événements de petite taille comme les repas d'affaires. La compagnie D's Holding détenue par Dori Labaki a acquis la franchise de la marque au Liban de la société Hospitality Concept & Solutions, propriétaire de la master franchise de MBCo au Moyen-Orient, notamment au Qatar, en Arabie saoudite et à Dubaï. D's Holding a investi 700 000 dollars dans ce premier établissement, prévus d'être amortis en cinq ans, et planifie d'autres ouvertures de la marque dans le pays. D's Holding est déjà propriétaire de la franchise de Crepaway à Byblos et à Batroun.

L. R.



En bref

- **Casper & Gambini's** a ouvert sa cinquième enseigne au Liban à l'Hôpital américain de Beyrouth. L'établissement dispose d'une terrasse et s'étend sur une surface de 500 m² pour une capacité assise de 170 personnes. Le menu et l'architecture d'intérieur ont été adaptés à la demande des employés du centre médical et des élèves de l'Université américaine qui bénéficient par ailleurs d'un escompte de 15 %. Ainsi, ce Casper & Gambini's offre une plus large section de petit déjeuner, inclut une vitrine de sandwiches, jus, salades et desserts pour la vente à emporter, et comprend une large table d'hôte pour accueillir les groupes d'étudiants. La marque a également intégré depuis février du sushi à son menu dans l'ensemble de ses établissements.

- **Tredici**, un nouveau bar italien « pizzeria & cocktaileria », a ouvert en mars rue Gouraud à Gemmayzé. Son menu est composé de salades, pizzas et desserts. Sur une surface de 140 m², Tredici peut accueillir 80 personnes tous les jours à partir de 18h pour un ticket moyen de 17 dollars.

- Après Gemmayzé, la compagnie Breakfast & Co. choisit Hamra pour y ouvrir la dernière enseigne en date de la marque **Zaatar W Zeit**. Ouvert 24 heures sur 24, l'établissement s'étend sur une surface de 90 m² avec une capacité assise de 80 personnes, portant à 11 le nombre total d'enseignes de la marque dans le pays.

Ils font l'actualité

Le MusicHall de Michel et Jean Elefteriades à l'assaut de Dubaï

Dix ans après son ouverture à Beyrouth, le club-théâtre MusicHall s'installe à Dubaï au Jumeirah Zabeel Saray Hotel, à Palm Jumeirah. Pour les frères Michel et Jean Elefteriades, propriétaires des lieux, « le concept du MusicHall avec sa variété de shows et de musiques s'adapte parfaitement à la ville multiculturelle de Dubaï ». L'établissement de 3 000 m² dispose d'une capacité de 1 000 personnes et accueille sa clientèle les jeudis et vendredis de 21h à 3h. Michel et Jean envisagent d'organiser 50 soirées privées par an. Le ticket moyen est de 130 dollars. Les deux frères sont les seuls partenaires du projet à travers leur compagnie Elef Entertainment et ont signé un contrat avec l'hôtel sur 10 ans. Le MusicHall propose des représentations qui s'enchaînent toutes les 10 minutes avec 15 groupes et chanteurs couvrant une large panoplie de styles musicaux – américain, arabe, opéra, pop, cubain, flamenco, grec, reggae et français –, alternés par la performance d'un DJ. « Nous avons adapté nos spectacles aux différents publics de Dubaï d'où l'ajout de shows indiens et russes, de même qu'un spectacle de musiques arabes pour le ramadan, explique Jean. Nous ciblons un chiffre d'affaires plus élevé qu'à Beyrouth. Mais les coûts opérationnels à Dubaï sont le double de ceux du Liban. »

Organisé tel un café-théâtre comme à Beyrouth, le MusicHall Dubaï se décline en tables et lounges avec, en plus, des coins privés dans les balcons. Côté nourriture, l'établissement propose un menu « à la carte » pour le service à table et un autre réduit à base de



bouchées pour les lounges. Il compte 100 employés et a déjà accueilli depuis son ouverture le 24 janvier 2013 plus de 12 000 clients. Michel, 42 ans, et Jean, 41 ans, répartissent leur temps entre Beyrouth et Dubaï. Ils sont tous deux impliqués dans la gestion des établissements et forment une équipe complémentaire. Le premier s'occupe des relations publiques et de la direction artistique, sélectionne les musiciens, artistes et chansons, dirige et supervise les répétitions et arrangements musicaux tout en gardant un œil sur les opérations. Jean est en charge de gérer les opérations et les différents départements. Les deux frères étaient prédestinés à se lancer dans « le domaine de la nuit, car le fait d'avoir grandi dans ce milieu (leur père André avait ouvert en 1977 la boîte de nuit La Macumba à Ajaltoun) a naturellement nourri notre savoir-faire ; le défi était de nous développer et de nous positionner sur la scène internationale ». Jean est architecte et expert en scénographie ; Michel a suivi des études en art, graphisme et publicité en France et au Liban,

et est diplômé de l'Alba. Ensemble, ils ont créé plusieurs festivals et concerts, géré et produit des artistes. En 1998, ils ouvrent leur première boîte de nuit à Kaslik, Amor y Libertad. En parallèle, Michel est producteur musical, compositeur (de plus de 120 chansons pour des artistes locaux et internationaux tels que les frères Chehade et Demis Roussos), écrivain, peintre et activiste sociopolitique. Il est le fondateur et copropriétaire de Elef Records qui a produit 16 albums de « world fusion », un genre musical dans lequel il est considéré comme « précurseur ». « Au départ conçu comme une évolution naturelle des concepts de Macumba et Amor y Libertad, et comme la scène nécessaire aux représentations de nos artistes, MusicHall s'est avéré être un grand succès avec plus d'un million de clients au Liban en 10 ans », poursuit Jean. Les frères Elefteriades planifient d'autres ouvertures de MusicHall dans les quatre prochaines années, notamment à Londres et Istanbul.

L. R.

En bref

- Un bar à vins, **The Wine Teller**, a ouvert à Jal el-Dib. Il peut accueillir 23 personnes tous les jours de 11h à 23h sur une surface de 80 m².

Le menu présente de la charcuterie, des fromages et autres produits du terroir pour un ticket moyen de 55 dollars, ainsi qu'une large sélection de vins – 200 labels libanais et 200 internationaux – à consommer sur place ou à emporter.

The Wine Teller propose divers services liés au vin tels que des dégustations et cours privés, et l'aide à l'aménagement de caves d'appartement.

La société Terroirs Conseils SARL, propriétaire du concept et détenue par Linda et Najib Moutran, est également spécialisée dans la plantation de vignobles, la consultation pour la création de marques de vins, ou encore la distribution de barriques en chêne.

- Un nouveau concept de restauration rapide, **Burger Stop**, a inauguré sa première enseigne dans la région de Achkout. Installé dans un « Volkswagen van des années 60 », Burger Stop propose burgers, desserts et milkshakes pour un ticket moyen de 6 dollars. Les propriétaires Carl Sabounjian et Serge Dekermedjian planifient l'ouverture prochaine de plusieurs autres « vans », notamment à Jbeil et à Beyrouth.

En collaboration avec
hodema
 consulting services
www.hodema.net