

MAISON D'HÔTES

Colonel Beer ouvre Bed & Brew à Batroun

Nada ALAMEDDINE

La microbrasserie Colonel, qui propose aussi un bar-restaurant, a ouvert une maison d'hôtes, Bed & Brew, à Batroun (Liban-Nord). Il s'agit d'un ensemble de six unités construit dans un style grec. Quatre d'entre elles peuvent accueillir deux personnes dans un espace de 30 m² avec terrasse privée, pour un tarif de 40 dollars la nuit en semaine et 70 dollars en week-end, petit déjeuner compris. Deux autres unités de 100 m² ouvriront au printemps prochain.

« Depuis le lancement de Colonel en 2014, j'avais en tête d'ouvrir ce projet de Bed & Breakfast, en plus de la brasserie et du restaurant. J'ai préféré prendre mon temps pour réunir les conditions nécessaires », explique Jamil Haddad, le propriétaire de la brasserie Colonel qui a investi entre 200 000 et 250 000 dollars dans ce projet.

Localité en plein essor, Batroun est désormais un hub touristique prisé par la clientèle libanaise pour ses plages, ses loisirs et sa vie nocturne. La ville a vu son attractivité monter en flèche ces deux dernières années à la faveur de la crise sanitaire. « Depuis la crise du Covid-19, la clientèle libanaise aisée, qui avait l'habitude de voyager, a dû se recentrer sur le Liban. Cette dynamique a largement profité à Batroun. Il y a dix ans, on comptait seulement trois centres balnéaires familiaux à Batroun. Aujourd'hui, il y a plus de 100 adresses disponibles en ligne sur Airbnb », développe Jamil Haddad. Depuis l'ouverture de la maison d'hôtes, il y a quelques semaines, les chambres affichent complet en week-end malgré la saison hivernale et l'absence de communication autour du projet. « Batroun reste attractive, même en hiver et même si les activités changent. La saison attire une clientèle qui veut bénéficier



Les quatre suites de 30 m² avec terrasse privée sont louées pour 40 dollars la nuit en semaine et 70 dollars en week-end. Photo DR

de tarifs plus abordables qu'en été », ajoute Jamil Haddad.

Jamil Haddad mise sur la diversification

Enfant de Batroun, Jamil Haddad a travaillé dans le marketing chez Adidas jusqu'en 2013, avant de se lancer dans l'aventure Colonel. Pionnier de la production de bière artisanale locale et écologique, il lance sa propre marque, Colonel Beer, dès 2014, ainsi qu'un restaurant. Le terrain devant la brasserie accueille des événements et des concerts. À partir de 2018, il diversifie sa production d'alcool pour produire du gin, de la vodka et bientôt du whisky, qui devrait être proposé à la carte cette année. Un pari gagnant : avec la crise économique, la plupart des spiritueux importés sont devenus inaccessibles

pour une grande partie des consommateurs libanais qui se sont rabattus sur une production locale devenue pléthorique. « Une bouteille de gin importée coûte aujourd'hui entre 300 000 et 400 000 livres. Nous vendons la nôtre 84 000 livres et 66 000 livres pour la vodka. Le marché de l'alcool produit localement a explosé, avec plusieurs dizaines de marques différentes, mais il est amené à s'autoréguler », ajoute Jamil Haddad.

Avec la crise, le propriétaire a dû s'adapter car les coûts de production se sont envolés et les marges se sont effondrées. Tous les ingrédients inclus dans les bières Colonel sont payés en euros. La production de bière, dont la durée de vie est limitée, a été divisée par cinq depuis le début de la crise sanitaire et la fermeture des bars pendant le confi-

nement. À l'inverse, la production de spiritueux, qui n'ont pas de date de péremption, a été multipliée par 40.

Jamil Haddad espère que le lancement de la maison d'hôtes et la location en dollars des chambres apporteront un bol d'air à son activité.

hodema
consulting services

Cet article réalisé dans le cadre d'un partenariat avec Hodema Consulting Services n'a aucune vocation promotionnelle. Ce rendez-vous hebdomadaire sera consacré au secteur de la restauration et de l'hôtellerie qui continue, malgré tout, de se battre.

BOURSE

Anghami, première entreprise tech du monde arabe à être cotée à New York

L'annonce était attendue depuis des mois. Elle est enfin tombée, avec le coup d'envoi symbolique donné par les Libanais Eddy Maroun et Elie Habib, cofondateurs de la plateforme de streaming musical Anghami, qui ont sonné la cloche d'ouverture de la Bourse de New York ce 3 février, marquant l'introduction de leur entreprise à la Bourse de Nasdaq. De l'inédit, puisque Anghami devient ainsi la première entreprise tech du monde arabe à y être cotée, ainsi que la première compagnie arabe à y être introduite depuis 25 ans.

Fusion avec VMAC

Mi-2021, Anghami fusionnait avec Vista Media Acquisition Company (VMAC), une société d'acquisition à vocation spécifique (ou SPAC en anglais, pour Special Purpose Acquisition Company) qui, au moment de son entrée en Bourse, n'a pas d'activité opérationnelle et dont le seul objectif est de lever des fonds pour financer une acquisition ou une fusion future. Ce moyen permet aux sociétés d'être introduites en bourse sans passer par un processus long et coûteux. « Nous cherchions à lever des fonds lorsque VMAC a manifesté son intérêt », avait indiqué à l'époque Elie Habib au *Commerce du Levant*. Suite à cette fusion, le duo de cofondateurs détenait 32 % des parts de cette nouvelle entité et dont l'introduction en Bourse était à l'époque valorisée à près de 220 millions de dollars.

Lors d'une assemblée extraordinaire tenue le 19 janvier 2022, les différents actionnaires de VMAC ont voté à presque 98 % en faveur du regroupement d'entreprises proposé et qui était alors supposé mener à une introduction imminente d'Anghami en Bourse.

Ces actions sont désormais échangeables sur le Nasdaq sous le ticker (l'acronyme utilisé en Bourse) « ANGH ». Ce résultat témoigne « du travail acharné et du dévouement de notre entreprise, de nos employés et de

nos partenaires chez Vista Media Acquisition Company », a déclaré Eddy Maroun dans un communiqué publié pour l'occasion. « En tant que société publique, nous allons développer davantage notre écosystème de talents créatifs, élargir notre contenu et (fidéliser) des millions d'utilisateurs dans la région MENA (Moyen-Orient et Afrique du Nord) et dans le monde entier », a-t-il ajouté. Aujourd'hui, Anghami enregistre environ 1 milliard de titres écoutés par mois, grâce à ses 75 millions d'utilisateurs et à son répertoire composé de plus de 75 millions de titres musicaux.

Déménager à Abou Dhabi

Lancée en 2012 au Liban, la première plateforme de streaming musical de la région a dû déménager en 2021 à Abou Dhabi, au sein du centre technologique Hub71. « Nous avons déjà des interrogations avant la crise quant à notre capacité de croître au Liban mais, avec la crise bancaire, il est devenu impossible pour n'importe quelle entreprise de pouvoir lever des fonds et se développer », indiquait à l'époque Elie Habib au *Commerce du Levant*.

Cependant, il insistait sur le fait qu'« Anghami ne quittera jamais le Liban ». Les bureaux beyrouthins accueillent une équipe resserrée dédiée uniquement au marketing et à la création de contenu, tandis que son siège principal aux Émirats arabes unis représente, lui, le pôle technologique. « Nous resterons une compagnie libanaise où que nous soyons », ajoutait-il. « Cette relocalisation partielle va nous permettre de continuer à embaucher des Libanais. Près de 90 % de notre équipe est libanaise et les recrutements se poursuivront à Beyrouth, y compris pour nos autres bureaux ». Outre Abou Dhabi et Beyrouth, la société Anghami possède des bureaux à Dubaï, au Caire et à Riyad, et opère dans 16 pays de la région ME