

Kahwet Beirut : un nouveau café libanais au Beirut Waterfront

Seven Management a lancé un nouveau concept de café libanais : Kahwet Beirut. Situé sur une surface de 1 800 mètres carrés à deux pas du club Seven Sisters (autre propriété du groupe) l'idée est de capter la clientèle de nuit attirée au Beirut Waterfront par les nombreux clubs qui s'y trouvent. L'établissement est donc ouvert 24h/24 et propose une carte libanaise, des zones de "live cooking" et des petits déjeuners pour un ticket moyen autour de 25 dollars par personne. Autre produit phare : la chicha qui revient à la mode dans toute la région. Kahwet Beirut c'est aussi tout un décor, le restaurant se trouve sous une immense structure en verre qui doit faire sentir aux 400 clients potentiels qu'ils sont en extérieur tandis que l'ambiance intérieure est plutôt vintage beyrouthine. Pour Seven Management, qui a investi quelque 3 millions de dollars, il s'agit d'un premier pas vers le



secteur de la restauration. « Nous sommes avant tout des opérateurs de la nuit, mais il était temps de diversifier notre portefeuille, explique Rabih Fakhreddine, PDG et coproprié-

taire de Seven Management. Un café est un bon investissement, car son activité est relativement stable dans le temps et est peu affectée par la saisonnalité. »

Nagi Morkos

Le chiffre

65 %

taux d'occupation des hôtels à Beyrouth

Le taux d'occupation moyen des hôtels à Beyrouth a atteint les 65 % en novembre 2016, contre 57 % à la même période en 2015, soit l'un des taux les plus forts enregistrés depuis le début de l'année. Selon le cabinet Ernst & Young, cette embellie s'explique par un regain de confiance des visiteurs consécutif à l'élection du président de la République et la formation du gouvernement. Le regain d'activité des hôtels s'accompagne d'une baisse du tarif des chambres. Le tarif moyen par chambre s'établit ainsi à 137 dollars, soit une baisse de 16,2 % par rapport à novembre 2015.

Piscine chauffée au Montagnou



L' incontournable restaurant de montagne le Montagnou fait peu neuve cet hiver et lance un concept jusqu'alors inédit au Liban : une piscine extérieure chauffée. Moyennant 30 dollars par personne, les clients sont invités de midi à 16h à se baigner dans une eau à 30 degrés entourée par la neige. Pour compléter l'expérience, les propriétaires ont même été jusqu'à construire un bar tout en glace où les clients se voient offrir un verre de vodka avant et après le bain. « Notre clientèle est essentiellement loca-

le, alors il faut savoir se renouveler régulièrement pour ne pas la laisser, explique le copropriétaire Tony Saadé qui a investi environ 30 000 dollars pour chauffer la piscine. De plus, beaucoup de gens viennent à la montagne, mais ne skient pas, donc nous avons voulu leur proposer une activité différente. » Situé en bas des pistes à Kfardebiane, le Montagnou a ouvert en 2003 et sert une cuisine à la française pour un ticket moyen autour de 35 dollars par personne à déjeuner et 60 à dîner.

N. M.

Yabani quitte la Zone du Parc

Au centre-ville de Beyrouth, le restaurant japonais Yabani cède son emplacement au groupe Em Shérif. L'établissement ouvert en 2014 sur une surface de 480 m² pouvait accueillir jusqu'à 100 personnes pour un ticket moyen autour de 55 dollars par personne. « Le loyer était élevé et l'endroit convient mieux à un café qu'à un restaurant », explique Élias Chabtini, le propriétaire de la marque, qui assure que son investissement initial a été amorti. L'aventure Yabani, débutée en 2001, n'est pas finie pour autant. D'ici à la fin de l'année, l'enseigne japonaise doit rouvrir dans un nouveau local à Achrafié, mais le propriétaire ne souhaite pas encore dévoiler les détails du projet. En attendant, une partie des activités de l'ancien Yabani sont



transférées vers le restaurant Y by Yabani, aux Souks de Beyrouth. À l'étranger, la marque qui était déjà présente à Dubaï depuis 2014 poursuit

son expansion en franchise avec de nouvelles ouvertures prévues en Arabie saoudite et en Égypte pour 2017.

Nada Alameddine

En bref

• Après le succès de son restaurant à Adonis, **Mr Brown** ouvre un nouvel établissement de 50 places à Achrafié. « Nous avons plus de 300 commandes par jour, donc il est vraiment temps de développer la marque, explique Rami Fattal, le propriétaire. Nous avons choisi cet emplacement, car il est très central, et la clientèle qui travaille dans le quartier apporte de la stabilité. » Au menu, une sélection de sandwiches, burgers et salades pour un ticket moyen autour de 10 dollars par personne. Mr Brown Achrafié représente un investissement d'environ un million de dollars. Les propriétaires qui ont pour le moment toujours refusé de franchiser leur concept prévoient d'ouvrir une nouvelle branche en gestion directe dans le Metn.

Paper Moon entre en franchise au Liban

Le restaurant milanais Paper Moon ouvre un premier établissement en franchise à Beyrouth. Situé rue Abdel Wahab à Achrafié, le nouveau Paper Moon peut accueillir jusqu'à 90 personnes en hiver et 75 de plus en terrasse pour les beaux jours. « Nous avons choisi ce quartier, car c'est vraiment ce qu'on pourrait appeler le carré d'or de Beyrouth, explique Pierre Iskandar, le copropriétaire. Ce qui m'a tout de suite convaincu c'est d'avoir le cachet d'une demeure ancienne avec un espace extérieur où les clients peuvent fumer. » La décoration

qui représente une importante partie des 1,1 million de dollars investis dans le projet reprend le thème de la maison mère Paper Moon avec notamment des portraits d'anciennes icônes du cinéma. Au menu, une carte de plats italiens traditionnels pour un ticket moyen autour de 45 dollars par personne. Pierre Iskandar et son partenaire Charles Arbid, président de l'association libanaise des franchises, vont ouvrir un second établissement Paper Moon à Dubaï au printemps. Ailleurs dans le monde, la marque italienne est présente à Istanbul, Doha et prochainement Manille, aux Philippines.

N. A.



Il fait l'actualité

Mario Haddad ouvre Falamanki à Raouché

Incontournable café arabe de Beyrouth, le Falamanki va prochainement ouvrir à Raouché en lieu et place de l'ancien Nasr. Moyennant un investissement de deux millions et demi de dollars, le nouveau restaurant pourra accueillir jusqu'à 600 clients sur une surface d'environ 1 500 m² pour un ticket moyen autour de 20 dollars par personne.

L'année passée, la marque Falamanki s'est aussi développée à Dubaï. Moyennant un investissement de six millions de dollars, Mario Haddad et ses partenaires ont ainsi ouvert un établissement de 600 places assises. Alors que les propriétaires étaient prêts à franchiser, ils ont préféré le développer eux-mêmes. « Le concept de Falamanki nécessite de grands établissements et donc les droits de franchise pour prendre la marque sont très élevés », expliquent-ils. Ouvert en 2008 sur une idée de son partenaire Tony Rami, Falamanki a insufflé à la rue de Damas son caractère oriental avec cuisine libanaise et narguïlé.

Mario Haddad a débuté dans la restauration avec le Sushi Bar. En 1998, c'est le premier restaurant japonais au Liban à lancer un concept de bar et malgré un ticket moyen autour de 80 dollars par personne, le succès est au rendez-vous. D'abord ouvert à Monnot, le restaurant se déplace ensuite rue Abdel Wahab en 2003 et cherche aujourd'hui à déménager au centre-ville. « Quitte à payer un loyer élevé, je dois pouvoir servir midi et soir. En ce moment, le Sushi Bar ne fait qu'entre 20 et 30 couverts le midi, ce n'est pas assez », dit Mario Haddad qui cherche un



local d'au moins 500 m² pour 150 places assises.

Côté sushi toujours, Haddad et ses partenaires souhaitent relancer le Sushi Xpress, un restaurant japonais qu'ils avaient inauguré en 2003 au centre-ville, mais qui a dû fermer en 2008 suite aux nombreuses manifestations devant le Parlement qui ont bloqué l'accès à l'établissement. Sushi Xpress visait une clientèle jeune avec une décoration style manga et un ticket moyen autour de 20 dollars par personne. « L'idée depuis le départ était d'en faire une chaîne, mais ça ne s'est jamais réalisé. Aujourd'hui, je pense qu'avec notre expérience et la qualité des produits au Sushi Bar, nous pouvons toucher une niche en relançant ce concept uniquement par livraisons », explique Haddad.

À Mar Mikhaël en revanche, le bar-restaurant Junkyard, autre établissement de Mario Haddad, a bien failli fermer. Ouvert d'abord en concept pop up puis de manière permanente en

2014, l'enseigne n'a pas rencontré le succès espéré par ses propriétaires et l'investissement initial de 1,9 million de dollars n'a pas été amorti. « Le loyer était trop élevé et l'établissement aurait dû être géré comme un lieu de nuit plutôt que comme un restaurant », explique Haddad. C'est pourquoi nous avons fait un partenariat avec Jihad el-Murr, qui a plusieurs stations de radio dont NRJ et Nostalgie. Il va y organiser des soirées à thème. » Pour Mario Haddad, certains projets sont aussi des projets passion, comme le restaurant italien Mario et Mario ouvert en 2014 pour faire une surprise à son père Mario, lui-même un grand gastronome. Situé dans une petite maison de 100 m² à Mar Mikhaël, le restaurant a coûté 500 000 dollars, puis 300 000 dollars de travaux cet hiver. « Avec 50 couverts à 50 dollars par jour, je sais que cet investissement ne sera sûrement pas rentabilisé, mais ici je ne fais pas ça pour l'argent », dit-il.

Chloé Domat

En bref

• Un nouveau concept libano-italien ouvre ses portes à Tabaris.

Manuccini's propose des petits déjeuners libanais ainsi que des pizzas et recettes italiennes pour un ticket moyen autour de 10 dollars par personne. « Les deux pays ont une culture méditerranéenne partagée et c'est ce que nous avons voulu mettre en avant », explique le propriétaire Émile Moawad qui a investi environ 150 000 dollars dans ce premier restaurant. À l'intérieur, un grand four à bois et quelques tables qui peuvent recevoir jusqu'à neuf clients assis, mais ce que vise Manuccini's ce sont surtout les livraisons.

• Le restaurant **Compass Lounge** a quitté Hamra pour reprendre l'emplacement de l'ancien club Purple Moon à Gemmayzé, rue Pasteur.

L'établissement propose une cuisine internationale et une carte de boissons pour un ticket moyen autour de 40 dollars par personne, mais surtout il mise sur une programmation musicale diversifiée pour attirer une clientèle noctambule avec des soirées karaoké, musique orientale, fusion ou encore tarab. Le nouveau Compass Lounge peut accueillir jusqu'à 150 personnes assises sur une surface de 260 m² et a coûté environ 1,2 million de dollars à la société Associates SAL.

En collaboration avec
hodema
 consulting services
www.hodema.net