

## Coconoix, une pâtisserie gluten free à Abdel Wahab



Le quartier d'Achrafieh concentre de plus en plus d'enseignes "manger sain". Dernier-né : Coconoix, une pâtisserie sans gluten, sans lactose et sans sucre raffiné. Ces derniers étant remplacés par la noix de coco, le miel ou le sirop d'érable. « J'essaie de servir "tout vegan". Malgré tout,

certaines produits contiennent des œufs bio », explique Nisrine Abou Chacra, la propriétaire. « Il y a une demande grandissante pour ces produits et, même s'ils ne le savent pas encore, beaucoup de personnes ont des intolérances. Il suffit qu'ils cessent de consommer certains aliments pour sentir la différen-

ce », poursuit-elle. Situé sur un local de 150 m<sup>2</sup>, Coconoix peut même accueillir une quarantaine de convives dans un café installé sur la mezzanine. Comptez un ticket moyen de 10 dollars par personne. Ce projet représente un investissement d'environ 200 000 dollars.

Nagi Morkos

### Le chiffre

# 63,6 %

taux d'occupation des hôtels à Beyrouth

Le taux d'occupation moyen des hôtels 4 et 5 étoiles à Beyrouth a atteint les 63,6 % en septembre 2018, en baisse de 1,8 % par rapport à la même période l'an dernier. Selon le cabinet Ernst & Young, cette évolution est essentiellement due à l'absence des touristes du Golfe qui composent l'essentiel de la clientèle touristique à fort pouvoir d'achat au Liban. Cette faible activité des hôtels s'accompagne d'une baisse de 2,1 % du revenu par chambre disponible pour s'établir à 119 dollars en août 2018. Sur la même période, le tarif moyen par chambre a, quant à lui, augmenté de 0,6 % pour s'établir à 187 dollars.

## Le groupe 7 Management lance un super snack



Situé sur un local de 300 m<sup>2</sup> à Mar Mikhaël en face de l'immeuble d'Électricité du Liban, el-Kebeer est le nouveau snack libanais du moment. Organisé autour de six comptoirs (grill, boulangerie, jus et cocktails, sandwichs froids, sandwichs chauds et chawarma), le lieu se veut abordable. Comptez entre 5 et 7 dollars par personne. Si le resto ne dispose pas de salle où se poser et manger, il propose malgré tout quelques tables hautes pour grignoter sur place. Pour le groupe 7 Management, qui détient les enseignes 7 Sisters et Feb30, c'est un pre-

mier pas du côté de la restauration rapide. « Nous diversifions notre portfolio. Il existe une demande croissante pour ce type de restauration rapide. Partout où vous allez, y compris à l'étranger, on retrouve des falafels ou des chawarma. Notre but est d'abord de devenir la référence sur le marché local », explique Rabih Fakhreddine, l'un des partenaires du groupe 7 Management qui a investi 600 000 dollars dans le projet. D'ici à deux ans, el-Kebeer doit en plus ouvrir dans plusieurs pays dont les États-Unis et le Royaume-Uni.

N.M.

# Le Mythe, le club très privé des accros de la gastronomie

Situé dans une ancienne maison (la villa Ayache) de 4 600 m<sup>2</sup>, entièrement rénovée à Naccache, Le Mythe est un nouveau club privé, où quelque 300 membres de l'élite libanaise devraient vite se retrouver. « Ce nouveau club est dédié aux amateurs de la cuisine raffinée, et des activités intellectuelles et de bien-être », explique Sandra Haddad, chargée de communication qui souhaite mettre en avant le « charme discret » du lieu. Pour espérer y pénétrer, il faut montrer patte blanche : comptez l'achat d'une action (10 000 dollars environ), sans l'abonnement annuel. L'établissement a quelques précieux atours. Côté restaurants, outre un bistrot français et un bar à vins, Le Mythe dispose d'un restaurant gastronomique



que dirige Charbel Aoun. Bien évidemment, il faut en plus compter sur un cigar lounge et une bibliothèque. Côté détente, le club dispose d'un spa, d'une piscine et d'une salle de sport. En tout, Le Mythe représente un investissement total de cinq millions de dollars.

Le bistrot français et le bar à vins sont accessibles sans abonnement. Le bistrot peut accueillir jusqu'à 120 personnes pour un ticket moyen autour de 50 dollars, tandis que le bar a une capacité de 50 personnes pour un ticket moyen à 30 dollars.

Nada Alameddine

## Eco 101 Mall, ça déboîte

Sur l'autoroute côtière (Antélias) a ouvert Eco 101 Mall, un centre commercial d'un nouveau genre : une succession de conteneurs recyclés disposés sur une surface totale de 2 000 m<sup>2</sup>. Le concept existe déjà notamment en Asie ou en Europe

où il offre un espace marchand original et souvent temporaire. Les baux étant signés pour des périodes limitées de temps.

En tout, Eco 101 Mall compte 11 restaurants et 18 boutiques. Chacun des espaces dispose d'une taille unique (30 m<sup>2</sup>), auquel

peut s'ajouter, dans le cas des restaurants, une terrasse de 30 m<sup>2</sup>.

« L'idée était d'offrir des loyers à bas prix et de permettre à de nouveaux commerçants et restaurateurs de se lancer. Côté clientèle, nous visons la classe moyenne », explique Élie Tomé, l'un des partenaires du projet, qui affirme que son offre locative se situe deux tiers en dessous du prix du marché, sans vouloir préciser davantage. En contrepartie, les restaurateurs proposent une facture moins salée que dans un mall traditionnel, entre 10 et 20 dollars. On retrouve donc des burgers, pizzas, mais aussi un café libanais. Parmi les premières marques connues à y poser ses valises, la chaîne de café Starbucks. Eco 101 Mall a demandé un investissement de 1,2 million de dollars.

N.A.



## En bref

- Le restaurant-poissonnerie **Le Merou** ferme son enseigne de Sassine pour déménager à Mar Mikhaël. « Nous souhaitons nous positionner davantage comme un restaurant, tout en gardant une partie vente directe », explique Karine Khoury, directrice marketing du groupe Disruptive Entertainment qui a investi 500 000 dollars dans le projet. Le groupe détient par ailleurs Mothershucker, un bar à huîtres à Mar Mikhaël. Le nouveau restaurant d'une surface de 250 m<sup>2</sup> accueille une quarantaine de convives. Au menu, on retrouve une sélection de produits frais de la mer, pêchés localement ou importés, pour un ticket moyen de 35 dollars.

- À l'occasion du seizième anniversaire de la marque, **Tsunami** s'offre un joli cadeau : un nouveau restaurant à Antélias. « Il est important pour nous de nous renouveler sans cesse », explique Rita Ekmekjian, copropriétaire. Situé à quelques pas seulement de l'ancien local, le nouvel emplacement de 225 m<sup>2</sup> peut accueillir jusqu'à 80 hôtes entre salle, terrasse et jardin. La note reste accessible pour le spécialiste de sushis : comptez 35 à 40 dollars par personne. Ce projet représente un investissement d'environ un million de dollars. Tsunami est aussi présent à Achrafîé, Kaslik et Hazmié.

## Il fait l'actualité

### Charles Azar, fondu de la glace

**C**hef pâtissier de renom, star de la télé, consultant et enseignant... Charles Azar multiplie les casquettes. Obnubilé par les desserts glacés, ce touche-à-tout a ouvert un glacier artisanal à Antélias en 2017 pour 350 000 dollars d'investissements.

Dénommée Flocon, sa marque de glaces et de desserts glacés est aussi depuis 2018 disponible dans les cafétérias Cafématik de l'aéroport de Beyrouth. Charles Azar prévoit même l'ouverture d'une seconde boutique à Sassine au printemps 2019. Flocon devrait s'y installer dans une boutique de 75 m<sup>2</sup>, qui réservera une dizaine de places assises.

Flocon se veut un concept "tout glacé". On y retrouve bien sûr des glaces artisanales à tomber, sorbets, cornets maison, petits pots... Mais aussi des entremets meringués et bien d'autres délices. Parmi les parfums qui soufflent le chaud et le froid sur les papilles des amateurs, son caramel Toffee, son Mont Blanc et son intrigant Single Malt font partie des saveurs prisées.

Si Flocon est sa première enseigne, Charles Azar n'a pourtant rien d'un débutant : formé à l'École technique supérieure de Dékouané, il en sort avec un diplôme d'hôtellerie ainsi qu'un diplôme de gestion d'hôtels et de restaurants. Ses études terminées, Azar part en France pour se consacrer à sa passion : la pâtisserie.

« Pour moi Paris était la capitale de la gastronomie, le pays natal des grands chefs, des fondateurs de la pâtisserie », se souvient-t-il, des étoiles dans les yeux. Le rêve devient vite réalité. Charles Azar suit une formation complémentaire à l'école Lenôtre, l'un des établissements les plus réputés



de la capitale parisienne. Lenôtre lui inculque le goût de la précision qu'il emporte avec lui lorsqu'il revient s'installer dans la région, au Koweït. « S'affirmer dans ce monde-là était un immense défi », dit-il.

Mais c'est au Liban que Charles Azar souhaite s'établir. De retour à Beyrouth, il poursuit sa carrière comme chef-pâtissier dans de grands hôtels dont l'InterContinental Phoenicia, le Vendôme, le Metropolitan Palace ou encore le Four Seasons.

Aujourd'hui, le chef a monté Charles Azar Consultancy Services, sa propre société de consulting, recherche et développement en boulangerie, pâtisserie, chocolaterie et glaces. Parmi ses clients : l'aéroport Rafic Hariri, les restaurants Abdel Wahab, Babel ou Burj el-Hammam, mais aussi des hôtels comme le Lancaster, Eddé Sands ou le Hilton. « Quel que soit le domaine, le challenge est d'aider une marque à développer

sa signature exclusive », dit-il. L'autre passion de Charles Azar, c'est l'enseignement. Il est d'ailleurs en charge des cours de pâtisserie de la branche hôtellerie de l'Institut de gestion des entreprises de l'Université Saint-Joseph. En 2003, puis 2005 et 2009, il a même occupé les fonctions d'entraîneur et de capitaine de l'équipe libanaise en vue de la Coupe du monde de pâtisserie, qui se déroule à Lyon, en France, ainsi que pour les Bocuse d'or.

Charles Azar, c'est aussi un personnage médiatique. Président de l'Académie nationale de cuisine, Liban – pays du Golfe – Moyen-Orient, il est très actif sur les réseaux sociaux et participe en plus à de nombreuses émissions télévisées, notamment sur la chaîne libanaise MTV.

Entre toutes ses activités, Azar a une ligne directrice, qui est aussi le slogan de sa page Instagram : « Le bon ne m'intéresse pas du tout... Ce que je veux c'est le sublime ! »

Nagi Morkos

## En bref

• Nouvel italien au Phoenicia : le **Rossini Osteria e caffè** remplace le Café Mondo. Situé au rez-de-chaussée de l'hôtel, il propose les habituels succès de la cuisine italienne (anti-pastis, pâtes et autres pizzas) pour une ardoise d'environ 35 dollars par personne. « L'idée était de donner un coup de neuf tout en restant dans une ambiance décontractée et d'attirer une clientèle plus jeune », explique Peggy Houry, directrice marketing du Phoenicia. Le Rossini accueille une centaine de personnes assises en salle et 45 en terrasse.

• Ouvert début novembre, **Bistro 04** est un bistrot gastronomique à la française, dans le cluster Zero 4 à Naccache. « Le but est d'offrir une carte variée, avec des produits de qualité à petit prix », fait valoir Paul Hadife, propriétaire de l'enseigne qui détient aussi le restaurant Lola à Naas. Le nouvel établissement représente un investissement d'environ 200 000 dollars. Bistro 04 accueille une cinquantaine de personnes pour un prix avoisinant 25 dollars par personne. Le cluster Zero 4 accueille aussi depuis peu une branche de l'hawaïen **Ahi Poke**.

En collaboration avec  
**hodema**  
consulting services  
[www.hodema.net](http://www.hodema.net)