

La plate-forme ChefXChange lance un 1^{er} restaurant : **Lobster Society**

Après le succès de ChefXChange, une plate-forme numérique qui donne la possibilité à n'importe qui de recevoir un chef professionnel à domicile, le cofondateur de la start-up Karl Naïm lance avec sa sœur Candice Lobster Society, un restaurant spécialisé dans le homard. Situé à Mar Mikhaël, l'établissement peut accueillir une vingtaine de personnes assises, sans réservations. « L'idée est venue de ChefXChange. En septembre 2016, nous avons lancé un service de consulting sur le site afin de répondre à la demande de restaurateurs qui cherchaient à réorganiser leurs menus ou à embaucher de nouveaux chefs », explique Karl Naïm. C'est ainsi que sa sœur Candice Naïm trouve le chef dont elle a besoin pour concrétiser son rêve : ouvrir un établissement de



homard au Liban. Baptisé Lobster Society, le restaurant sert évidemment des plats à base de homard mais aussi quelques créations végétariennes. Malgré le prix d'importation élevé du crustacé, Karl Naïm affirme que son menu est 30 % moins cher que celui de

ses concurrents avec un ticket moyen autour de 40 dollars par personne. Si les propriétaires ne souhaitent pas divulguer le montant de l'investissement réalisé, ils affirment toutefois souhaiter développer leur marque à l'étranger.

Nagi Morkos

Le chiffre

62 %

taux d'occupation des hôtels à Beyrouth

Le taux d'occupation moyen des hôtels à Beyrouth a atteint les 62 % au premier trimestre 2017, contre 56,3 % à la même période en 2016. Selon le cabinet Ernst & Young, cette progression est essentiellement due à l'amélioration de la situation politique et institutionnelle au Liban. Cette reprise d'activité des hôtels s'accompagne d'une hausse du revenu par chambre disponible. Il s'établit à 86 dollars contre 76 dollars en mars 2016. Sur la même période, le tarif moyen par chambre est passé de 139 à 140 dollars.

Decks on the Beach s'associe à Kissproof, Vyvian's et Happy Prince

Cette année, les soirées Decks on the Beach font peau neuve grâce à un partenariat avec les bars et restaurants Kissproof, Vyvian's et Happy Prince. « L'idée était de trouver un moyen d'améliorer la qualité du service et de l'offre produite en s'associant à des partenaires qui nous complètent », explique Olivier Gasnier Duparc, cofondateur avec Youssef Harati de la société Alternite qui gère Decks on the Beach depuis maintenant six ans. Decks on the Beach version 2017 c'est donc une nouvelle programmation musicale mais aussi

une nouvelle carte de boissons avec cocktails et pitcher, ainsi qu'une sélection de nourriture composée par Happy Prince. Au menu, cheeseburger, hot dog ou bien beef briskets pour 10 dollars la pièce, servis à table ou dans un espace "chill out" en contrebas de la terrasse. « Le but est d'offrir de la qualité pour pas cher », poursuit Gasnier Duparc selon qui l'opération a coûté environ 30 000 dollars en travaux et installations. Les soirées Decks on the Beach seront organisées tous les vendredis soir jusqu'à la fin de l'été.

N. M.



À Achrafié, le restaurant Brass s'agrandit



Le restaurant Brass, anciennement situé au cœur d'Achrafié, rue Baroudi, a fermé pour rouvrir quelques pas plus loin, à Monnot/Sodeco. Le nouvel établissement s'étend sur 200 m² où peuvent s'asseoir 160 personnes midi et soir entre salle et terrasse. Grâce à ce déménagement, Brass triple quasiment sa capacité d'accueil. Au menu, une sélection de plats

français et européens pour un ticket moyen autour de 12 dollars par personne en formule midi et 35 dollars à la carte, alcool compris. « Le concept n'a pas changé, mais nous avons ajouté de nouveaux plats à la carte », explique Nawaf Beydoun, copropriétaire. Parmi ses nouveautés, on retrouve des pâtes orzo à la truffe ou bien aux fruits de mer et sauce pesto. La

décoration se veut toujours simple et conviviale avec des tables et chaises en bois style brasserie parisienne, et un grand olivier au centre de la salle. Pour ce nouvel établissement, Nawaf Beydoun et ses partenaires de la holding Mindset, par ailleurs propriétaire de l'enseigne Bodo, ont investi environ 500 000 dollars.

N. M.

7 management lance Feb30 summer edition

Feb30 summer édition, c'est le dernier-né de la holding 7 management, qui détient entre autres Seven Sisters et Checkpoint Charlie. Situé sur un terrain de 1 000 m² dans l'ancienne gare de Mar Mikhaël, le nouveau resto-bar peut accueillir jusqu'à 350 personnes assises et 1 000 debout du jeudi au dimanche pour un ticket moyen autour de 40 dollars. Au programme,

musique orientale et internationale, journées brunch ou barbecue dans un cadre hors du commun, au milieu des trains. « Après la fermeture de Feb30 à Hamra, c'est une manière de préserver la valeur de la marque, tout en remplissant un manque à gagner qui existait sur le marché. Nous n'avons pas de compétition directe, car nous ne sommes ni un restaurant, ni un rooftop, ni une boîte

de nuit, c'est un concept original », explique Rabih Fakhreddine, l'un des partenaires du groupe. 7 management a investi 500 000 dollars dans ce nouveau projet saisonnier qui devait fermer à la fin de l'été. Pour la rentrée, la holding travaille déjà sur d'autres projets au Liban et aux Émirats arabes unis.

N. A.

En bref

- La holding **FIG** qui détient les établissements arméniens **Mayrig** et **Batchig** change de direction. Aline Kamakian, qui détenait une partie du capital, a racheté toutes les parts pour un investissement de 1,8 million de dollars. « Avec ce rachat l'idée est de passer d'un mode de fonctionnement familial à une logique d'entreprise », explique la propriétaire. Fondée en 2003, la société détient Mayrig à Gemmayzé et en franchise à Riyad, ainsi que Batchig à Antélias. « Nous allons nous développer à la fois en franchise et en acquisition au Liban et dans la région », ajoute Aline Kamakian.

- À Badaro, l'hôtel **Smallville** lance **Red Boom**, un nouveau bar-restaurant.

Situé en terrasse, ce nouveau concept vise à attirer une clientèle autre que celle de l'hôtel. « Souvent les gens n'osent pas entrer au Smallville s'ils n'y dorment pas, alors qu'avec Red Boom c'est ouvert à tous », dit Sophia Fakhry, la directrice générale qui a investi environ 25 000 dollars dans ce projet. Le bar-restaurant peut accueillir jusqu'à 80 personnes assises à toute heure de la journée, pour un ticket moyen autour de 30 dollars par personne.

Khaled Nazha célèbre les 30 ans du Blue Note Café de Hamra

Depuis 30 ans maintenant l'incontournable Blue Note Café de Hamra accueille les grands noms du jazz. Charles Davis, Andrew Hill, Eddy King mais aussi Ziad Rahbani ou Charbel Rouhana se sont succédé sur ses planches.

Derrière cette salle emblématique, un homme : Khaled Nazha. Après un début de carrière auprès d'une compagnie aérienne suisse, il se lance dans la restauration et le spectacle en 1987, année de l'ouverture du Blue Note. Beyrouth est alors en guerre, mais cela ne décourage pas l'entrepreneur. « Le Blue Note remplissait un réel besoin. Nous avons choisi d'ouvrir à Hamra, car à cette époque c'était une zone plutôt stable qui offrait en plus un mélange des cultures et une relative ouverture d'esprit », explique-t-il.

Le jazz club est prisé de tous, le propriétaire se souvient que sa clientèle comptait aussi bien des « batteurs aux cheveux longs » que « des politiciens qui contrôlaient la moitié du pays » en passant par des diplomates, des journalistes, des médecins et des étudiants.

En plus de la programmation musicale, l'idée est de maintenir de la qualité à la carte malgré les aléas de la guerre. « Les clients qui prenaient parfois des risques pour sortir s'attendaient à retrouver la même qualité de hommos ou de feta au four à chaque fois », poursuit Nazha.

Toute la semaine, le restaurant sert un plat du jour libanais à environ 10-15 dollars par personne. Le soir c'est à la carte avec un ticket minimum de 50



dollars qui comprend les frais des artistes. Le restaurant de 140 m² peut accueillir jusqu'à 90 personnes assises.

Après un investissement initial modeste, Nazha doit vite se mettre à la page des dernières innovations techniques. « Dès que le lieu a atteint une certaine notoriété, nous avons dû investir dans un nouveau système acoustique, car notre clientèle est sensible à la qualité du son », dit-il. Plus récemment, Nazha a choisi d'investir dans le numérique et les réseaux sociaux pour promouvoir les activités de son club. « Les Libanais aiment voir et être vus », dit-il avec humour.

En plus du Blue Note, Khaled Nazha est aussi partenaire de la société Dawa Management fondée en 2008 et spécialisée en création et gestion de concepts de bar et restauration

au Liban et dans la région. Dawa Management travaille ainsi avec des enseignes comme Dany's, Wall Street, Main Street ou Locale.

Tandis que les établissements de nuit beyrouthins connaissent un fort taux de rotation, le Blue Note fait figure d'exception. « Beaucoup de nos clients ont commencé à venir au Blue Note avec leurs parents, et y accompagnent aujourd'hui leurs enfants », explique le propriétaire qui est par ailleurs vice-président du syndicat des restaurateurs depuis 1999.

La popularité du Blue Note, Nazha a bien l'intention de la faire connaître à l'étranger. Le mois dernier, il était en déplacement à New York pour promouvoir son investissement et planifier la programmation musicale pour les 30 ans du club.

Nada Alameddine

- La holding **Cin Cin**, qui gère Cin Cin Services ainsi que le B018 et Trainstation, a ouvert un nouvel établissement à Sodeco/rue de Damas. **Dalida** est un bar à chicha de 600 m² qui peut accueillir jusqu'à 200 personnes entre 18h et 2h pour un ticket moyen autour de 50 dollars par personne. « Nous avons choisi cet emplacement, car nous sommes à proximité de huit cafés-restaurants orientaux et quatre boîtes de nuit orientales, l'idée est donc de faire le lien entre les deux », explique Adham Beaini, le copropriétaire qui ne souhaite pas dévoiler le montant de l'investissement.

- À Gemmayzé, le restaurant italien

Margherita ferme ses portes. Après Olio il s'agit de la deuxième pizzeria emblématique de la rue Gouraud qui disparaît.

Ouvert en 2008 avec un ticket moyen autour de 30 dollars par personne, ce restaurant était le tout premier de la marque qui a ensuite décliné son concept de four à pizza de quartier au Liban – Sin el-Fil, Saïfi et Jounié – ainsi qu'à l'étranger avec plusieurs établissements en Arabie saoudite, au Koweït, aux Émirats arabes unis.