

hôtellerie & tourisme

Dar Alma, un boutique-hôtel, ouvre à Tyr

Un hôtel de charme a ouvert en bord de mer dans la ville de Tyr, rue Saydit el-Bihar. Dar Alma sera inauguré officiellement en mai 2015, mais il accueille depuis janvier des clients en "soft opening". Philippe Tabet, le propriétaire et gérant, est natif de Tyr. Il avait d'abord acheté cette maison pour lui avant de « réaliser le potentiel qu'elle aurait comme hôtel de charme avec sa plage de sable ». Sarah Enane Elzyr, l'architecte d'intérieur du projet de Eddé Sands, a pris en charge la décoration de l'établissement situé dans un bâtiment construit en trois étapes – l'une d'elles datant de l'époque des Croisés – et restauré en respectant son « cachet historique et authentique ». Dar Alma (baptisé en hommage à la mère de Philippe Tabet) cible principalement les couples et les familles, et dispose de neuf chambres dont cinq



suites de 65 m², deux junior suites de 40 m² et deux chambres de 25 m² bénéficiant toutes d'une vue sur mer. Le prix des nuitées varie entre 90 et 200 dollars en basse saison, et 120 et 280 dollars en haute saison. Dar Alma comprend une plage privée, un restaurant qui sert, pour l'heure, le petit déjeuner et dispose d'une terrasse

avec vue sur la citadelle adjacente à l'hôtel, et propose enfin des activités touristiques et sportives, notamment des visites de la ville, des promenades en bateau et du kayak. Le projet a nécessité deux ans de travaux et un investissement de 1,5 million de dollars dont l'amortissement est prévu entre sept et dix ans.

Nagi Morkos

Le chiffre

52 %

taux d'occupation des hôtels de Beyrouth en 2014

Selon le cabinet de conseil Ernst & Young, le taux d'occupation moyen des hôtels de Beyrouth s'est établi à 52 % en 2014, un taux inchangé par rapport à 2013.

C'est le troisième taux le plus faible parmi 13 villes du Moyen-Orient, après Le Caire (35 %), Manama (48 %) et Koweït City (48 %). Le tarif moyen par chambre a atteint 165 dollars, en baisse de 2,7 % en glissement annuel, et les revenus par chambre disponible ont chuté de 2,8 % à 86 dollars.

P. S.

Une nouvelle enseigne Shogun inaugurée à Beyrouth

Le restaurant japonais Shogun a inauguré le 22 janvier sa troisième enseigne dans le pays, après celle de la place de l'Étoile opérationnelle de 1998 à 2010, et la deuxième à Verdun lancée en 2007. Pour ouvrir ce nouvel établissement situé au huitième

étage de l'immeuble an-Nahar en lieu et place du bar hivernal Iris Garden, les propriétaires de Shogun, notamment Aref Saadé, se sont alliés à la société Addmind de Tony Habre (Iris, White, Caprice) et ont légèrement revisité et adapté le concept initial au nouveau local.



Ce Shogun sert toujours des spécialités japonaises, sushi et teppanyaki, préparés par le chef Imad Saadé mais, à la différence de l'enseigne de Verdun, pas de menu chinois et l'introduction d'un bar à cocktails « dans une atmosphère branchée et plus festive » alimentée tous les soirs par un "live DJ" aux platines. La décoration intérieure signée par l'architecte Suzy Nasr est également différente : elle mélange les influences asiatiques et le design contemporain, et utilise le bois, le métal et le marbre « combinant élégance et simplicité ». Le ticket moyen demeure toutefois le

même et oscille entre 65 et 85 dollars. Une formule déjeuner est proposée à 35 et 45 dollars. Le lieu est ouvert tous les jours pour déjeuner de midi à 16h et dîner de 20h à minuit. Le bar à cocktails sert des boissons jusqu'à 2h. Étendu sur une surface de 400 m², Shogun dispose d'une capacité assise de 130 personnes entre la salle, le bar à sushis et le bar à cocktails, et emploie 34 personnes. La société propriétaire Pepper & Addmind a investi plus de 800 000 dollars prévus d'être rentabilisés en deux ans.

Vanessa Habib

Lancement d'une stratégie de développement du tourisme rural

Le Premier ministre Tammam Salam a organisé une conférence au Grand Sérail, le 11 février, pour lancer une stratégie de développement du tourisme rural qui réunit différents ministères et acteurs du secteur sous la houlette du ministère du Tourisme.

Le projet vise à raviver ce secteur en difficulté, compte tenu de l'instabilité politique et économique du pays. « Le potentiel touristique du Liban n'a pas encore été entièrement exploité et la capacité d'accroissement demeure importante. La campagne "Live Love Lebanon" a déjà contribué à améliorer le tourisme au Liban qui a enregistré une augmentation de 15 % en 2014 par rapport à l'année précédente », a affirmé le ministre Michel Pharaon. L'événement a été l'occasion de présenter des programmes locaux de promotion des établis-



sements touristiques en zones rurales. L'un d'entre eux, "Dhiafee", fondé par l'organisation Anera en 2006 a pour but de créer de l'activité à travers un label "cottage inn", servant de réseau et de support aux logements touristiques alternatifs à prix abordables. Ce label est décerné notamment aux établissements situés hors de la capitale et composés d'un maximum de 30 chambres à prix abordables. Un autre projet, baptisé "L'hôte libanais" et lancé il y a près de 10 ans, est un site de

réservations dédié aux maisons d'hôtes libanaises comprenant plusieurs adresses réparties sur l'ensemble du pays. Bien qu'actives depuis plusieurs années, ces initiatives locales sont aujourd'hui placées sous le feu des projecteurs pour la promotion du tourisme rural et domestique. Un segment de marché qui représente actuellement près de 5 % du secteur touristique au Liban et qui devrait atteindre les 15 à 20 % dans cinq ans, espère le ministre.

N. M.

Le Pacifico déménage

Pacifico, enseigne emblématique beyrouthine, a déménagé. Après 18 ans passés dans une impasse de la rue Monnot, il prend ses nouveaux quartiers quelques mètres plus haut, toujours sur la même rue, en lieu et place du restaurant italien Acki'z. Une décision due à la démolition imminente de l'immeuble où était située l'enseigne. Les pro-

priétaires Michel Saidah et Camille Chehwane ont tenu à garder la même décoration bien que le nouveau local soit plus spacieux, afin de « reproduire la même atmosphère intimiste ». Pour cela, ils ont déménagé tout le mobilier ainsi que le bar « emblématique de l'établissement », et ont rétréci l'espace restauration au profit d'une salle de stockage. L'établissement

d'une capacité assise de 150 personnes bénéficie d'un jardin sur lequel un second bar a été aménagé. Côté cocktails et nourriture, le Pacifico sert la même carte « qui a fait le succès de la marque avec plus de 280 000 margaritas et plats de fajitas servis depuis les débuts en 1997 », mais avec quelques nouveautés, notamment le "Acaraje" composé de croquettes de haricots servis avec des crevettes et calamars sautés. Les partenaires planifient également d'organiser un brunch les dimanches à partir du début de la saison estivale. Ce nouvel établissement « qui a donné un coup de jeune à la marque » a requis un investissement de 300 000 dollars.

V. H.



En bref

- Michel Aramouni franchise son enseigne libanaise **Boubouffe** aux Émirats arabes unis. « Après 37 ans de succès sur le marché libanais, j'ai réalisé qu'il était temps de développer la marque à l'étranger », déclare Aramouni dont les partenaires dans ce projet sont Ralph Nader et Galal Mahmoud. L'accord de franchise a été signé au mois de janvier pour l'ensemble du territoire émirien avec la société Addmind (Iris, Caprice, White) : « Nous étions à la recherche d'un partenaire stratégique ayant une expérience et une réputation établies dans la région. » Avec un investissement entre 10 et 15 millions de dollars, Boubouffe prévoit d'ouvrir six restaurants d'ici à 2017, « créant ainsi autour de 400 emplois ». Les trois premières enseignes ouvriront leurs portes au troisième trimestre de 2015. Les propriétaires planifient de développer ultérieurement la marque dans d'autres pays du Golfe.

- Deux nouvelles enseignes **Tomatomatic** ont vu le jour, l'une à Rabié, l'autre à Hamra. Donald Batal du groupe Ministry of Food, propriétaire de la marque ainsi que de Classic Burger Joint et Cafe Diem, a d'abord lancé Tomatomatic en 2011 à Sodeco avec une offre centrée sur les "pizzas à l'américaine". L'établissement a depuis fermé, mais la marque a continué à livrer à domicile depuis une cuisine située à Jeitaoui. Les enseignes de Rabié et Hamra sont dédiées à la vente à emporter et la livraison à domicile. Les prix des pizzas sont de 17 500 et de 19 500 livres libanaises, selon leur taille.

hôtellerie & tourisme

Ils font l'actualité

Olivier et Marie-Hélène Gougeon décrochent le Trip Advisor 2015 Travelers' Choice Award pour Villa Clara

Trois ans après son ouverture à Mar Mikhaël, l'hôtel de charme Villa Clara est propulsé par le site Trip Advisor à la première place des "Bed & Breakfast" et "Inns" au Liban, et est le seul établissement libanais à entrer dans le classement des 25 meilleures adresses dans cette catégorie au Moyen-Orient. Les propriétaires Olivier et Marie-Hélène Gougeon ont accueilli cette nouvelle avec enthousiasme car, malgré la situation politique et économique du pays qui décourage nombre d'étrangers de se rendre au Liban, « le pays reste sur l'échiquier régional du tourisme ; cette récompense est un pied de nez à tous les sceptiques ». Toutefois, il est encore tôt pour en mesurer l'impact sur les réservations. Pour ce couple à la ville comme au travail, la clé du succès de Villa Clara est d'avoir répondu aux attentes des visiteurs qui recherchent « de l'authenticité et une nouvelle approche du luxe, celui de s'immerger dans les émotions, l'art de vivre, l'atmosphère et la culture d'une ville comme si on y avait toujours vécu ». Selon les propriétaires, leurs clients sont généralement lassés des enseignes de l'hôtellerie traditionnelle et recherchent un service efficace mais personnalisé : « Villa Clara devient leur maison le temps d'un voyage ». L'hôtel qui a enregistré un taux d'occupation de 85 % en 2013 et 2014, occupe une maison libanaise traditionnelle des années 1920 réaménagée pour offrir « modernisme, confort et un mélange entre le passé et le présent ». Il comprend sept chambres, chacune ayant sa



Roger Moukharzel

décoration propre. Amoureux d'art, Olivier et Marie-Hélène ont sélectionné avec l'aide de l'architecte Ramy Boutros chaque pièce d'ameublement, du lustre Murano au mobilier d'Andrée Putman. Le prix en chambre double s'élève à 185 dollars et à 165 dollars en chambre simple, petit-déjeuner inclus. Olivier Gougeon est également le chef exécutif du restaurant Villa Clara où il sert une cuisine française préparée à base de produits du terroir, frais et bio pour un ticket moyen de 75 dollars. Le couple se répartit la gestion : il est en charge des opérations, elle de l'administration. Le projet avait requis un investissement de 1,4 million de dollars prévus d'être amortis d'ici à trois ans. Major de sa promotion à l'École supérieure de cuisine française, Olivier officie comme cuisinier et pâtissier pour des établissements réputés dont le restaurant parisien étoilé Le Grand Velfour. Arrivé au Liban en 2000 à 23 ans, il travaille comme chef à

la résidence de l'ambassadeur de France. Il lance une société de traiteur Lady M en 2004 puis participe au développement de Eddé Yard qui regroupe dix enseignes dans le Vieux Byblos, et du restaurant Aziz à Kantari. Entre 2006 et 2009, il est directeur général de Villa Moda Food & Beverage en charge entre autres de la négociation des franchises de Ladurée et Dean & DeLuca dans le Golfe, avant d'ouvrir le Balima à Saïfi et le Bali Balima dans les souks. Marie-Hélène suit des études supérieures à l'ESCP Europe, avant de décrocher un DEA de l'École centrale de Paris et un doctorat d'État en sciences de gestion et marketing en France. Elle est chercheuse, enseignante, consultante et conférencière sur divers sujets liés au luxe, la mode et l'art. Le couple envisage d'exporter ses activités : il planifie une franchise de Villa Clara et un nouvel hôtel en Grèce sur une île des Dodécanèse en 2016.

Lina Raphaël

En bref

- **MJ's Burger**, un nouveau burger joint a récemment ouvert à Mar Mikhaël, rue Pharaon. Le lieu propose des burgers « gourmet à prix abordables » parmi lesquels le "MJ's", signature de la maison, composé de sauce barbecue, de fromage à la crème, de poivrons rouges et aubergines grillés ; le "fitness freak" servi sans pain, ainsi qu'une nouvelle spécialité servie chaque mois. « Nous utilisons de la viande de bœuf Angus nourri aux grains et la plupart de nos produits sont faits maison », affirme Mohammad Jaroudi, propriétaire du restaurant qui porte ses initiales. Les prix des burgers varient entre 15 000 et 23 000 livres libanaises. Étendu sur une surface de 49 m², le lieu qui dispose notamment d'une table communale peut accueillir une vingtaine de personnes tous les jours de midi à 23h.

- Warwick International Hotels a ouvert **Warwick Stone 55** à Zalka, le troisième hôtel de la marque au Liban. Le groupe avait déjà repris la gérance du Pangéa Beach Resort & Spa à Jiyé en 2012 et de l'hôtel Palm Beach à Ain el-Mreissé, devenu Warwick Hotel Palm. Ce nouveau "boutique-hôtel", classé 4 étoiles, comprend 46 chambres et a requis un investissement de près de 15 millions de dollars. Le groupe, fondé en 1980 à New York et qui possède une cinquantaine d'établissements répartis sur les cinq continents, prévoit de continuer son développement dans le pays.

En collaboration avec
hodema
 consulting services
www.hodema.net