

hôtellerie & tourisme

La Cigale Achrafié déménage

La Cigale, le traiteur libanais emblématique fondé en 1981 par Élias Bousamra, a opéré cet été un repositionnement stratégique à Achrafié, passant de Sofil à Sassine. « Ce déplacement nous permet de moderniser la marque », explique Élias Bousamra Junior, gérant de l'enseigne. « La Cigale Sassine lance les nouvelles tendances en pâtisserie, cho-

colat, glaces et confiseries. » Pour séduire une clientèle plus jeune, La Cigale s'est aussi dotée d'un café et d'une terrasse où les clients sont invités à déguster une sélection de salades, sandwiches, desserts et plats du jour pour un ticket moyen de 30 dollars. La superficie de la nouvelle enseigne est de 300 m² pour 20 employés et peut accueillir jusqu'à 80 personnes entre 7h

et minuit. Si le montant de l'investissement n'est pas communiqué, le traiteur déclare vouloir l'amortir en cinq ans. La Cigale, qui connaît depuis 2007 un succès impressionnant au Qatar, entame une dynamique pour réaffirmer sa position au Liban avec l'ouverture à l'été 2016 d'une nouvelle enseigne à Byblos.

N. M.



Le chiffre

56 %
taux d'occupation
des hôtels
de Beyrouth
fin juillet

Selon le cabinet de conseil Ernst & Young, le taux d'occupation moyen des hôtels de Beyrouth s'est établi à 56 % sur les sept premiers mois de l'année, soit une augmentation de neuf points de pourcentage par rapport à la même période un an plus tôt. Il s'agit de la deuxième plus importante croissance de la région après l'Égypte.

Ernst & Young explique cette hausse par l'augmentation de 15 % du nombre de touristes sur cette période. C'est le 8^e taux le plus élevé du Moyen-Orient, après notamment Dubaï (79 %), Doha (71 %).

Le tarif moyen par chambre a atteint 179 dollars, en hausse de 5,4 % en glissement annuel, et les revenus par chambre disponible ont augmenté de 23,7 % à 101 dollars.

S. A.

Un duo culinaire au Musée Sursock

Pour son restaurant, le nouveau Musée Sursock a choisi le duo Joanna Debbas, ancienne du Kitch à Gemmayzé, et Tony Saadé, propriétaire du Stove à Monnot. Ils mettent en commun leurs expériences pour relever le défi et ont imaginé un lieu simple et épuré où les visiteurs peuvent se sentir bien à toute heure de la journée

ou du soir. Dès l'ouverture prévue le 1^{er} octobre, le restaurant pourra accueillir, de 10h à 1h, 30 personnes à l'intérieur et 20 en terrasse pour un ticket moyen à 20 dollars. « Nous avons décidé de rester ouverts plus tard que le musée, car le cadre est superbe la nuit », explique Joanna Debbas. Seule partie rajoutée lors des travaux de

rénovation de l'ancienne demeure de Nicolas Sursock, le bâtiment, qui abrite le restaurant et la boutique à souvenirs, est une structure moderne tout en verre, pensée par les architectes Jean Michel Wilmotte et Jacques Abou Khaled. Pour la carte, Joanna Debbas a mis l'accent sur la qualité des produits : « Tout est

frais, tout est fait maison, insiste-t-elle. Le Liban a la chance d'avoir un beau climat, notre cuisine est à la hauteur des produits de saison. » Parmi les nombreux sandwiches, salades et plats du jour proposés, on retrouve avec plaisir le Crispy Roast Beef, le best-seller du Kitch.

Nagi Morkos

Ambiance conviviale à l'hôtel Meshmush

Parce qu'on n'est jamais aussi bien servi que chez soi, Michel Chebli ouvre dans l'immeuble où il a vécu pendant six ans son premier hôtel-auberge. Situé sur les marches de l'escalier Saint-Nicolas à Gemmayzé, l'hôtel Meshmush est un immeuble orange d'une surface de 650 m² répartis sur six étages. À l'intérieur : un premier étage de dortoirs (chambres de six ou quatre lits) à 22 dollars par personne, un second de chambres triples à 90 dollars, puis au troisième et quatrième des chambres doubles entre 65 et 95 dollars. Enfin tout en haut, une suite panoramique à 160 dollars. Ces prix très compétitifs, Michel Chebli y tient. « Il n'existe pas d'auberges de jeunesse au Liban, explique-il. Nous sommes proche de l'Europe,



c'est un avantage, mais pour attirer des touristes il faut avoir une offre variée, on ne peut pas faire que du luxe. » La décoration est simple mais efficace : des couleurs pastel sur les murs, des meubles chinés

auprès de l'ONG Arcenciel et une grande table commune pour le petit déjeuner... ambiance conviviale. « Ce que j'aimerais c'est qu'il se crée une interaction entre les visiteurs et le quartier. » En plus du loyer

annuel, l'hôtelier a investi près de 300 000 dollars en travaux et équipements. Financé principalement par un prêt Kafalat, il espère un retour sur investissement en deux ans.

C. D.

Les grands groupes hôteliers continuent d'investir au Liban

Malgré les menaces sécuritaires, l'instabilité politique et le manque criant d'infrastructures, les groupes hôteliers internationaux, aussi bien opérateurs

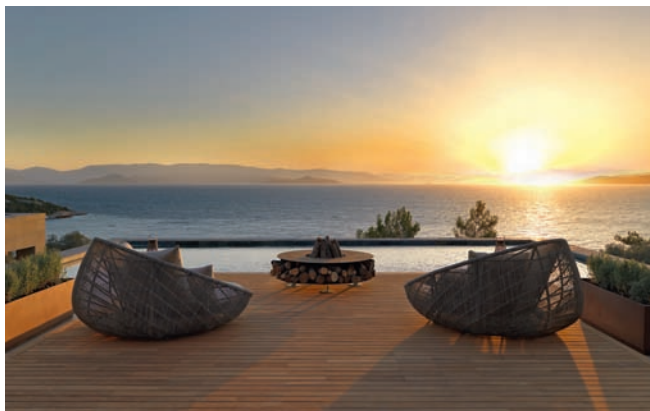
qu'investisseurs, maintiennent leur pari sur le Liban. Avec le Golden Tulip Achrafyé et le Golden Tulip Jounié, le groupe Louvre Hôtels porte à sept le nombre d'établissements

quatre étoiles qu'il gère au Liban. « Grâce à ces hôtels, nous allons promouvoir des packages pour encourager le tourisme local », explique Amine Moukarzel, président de la marque Golden Tulip Mena. L'hôtel de Jounié proposera dès 2016, 60 chambres et suites pour un investissement de 12 millions de dollars.

Au centre-ville de Beyrouth, c'est le géant asiatique Mandarin oriental qui prend la gestion d'un nouveau complexe de luxe. « Ce nouvel établissement représente une étape importante pour l'implantation de la marque Mandarin oriental au Moyen-Orient », affirme Édouard Ettedgui, directeur

général du groupe. L'hôtel qui doit ouvrir en 2018 sera composé de deux bâtiments, en cours de développement par la multinationale saoudienne Olayan Group. Une première tour dite "sud" accueillera 280 chambres et suites ainsi que 25 appartements, tandis qu'une tour "nord" abritera 103 résidences de luxe. Tout en gardant son cachet oriental, l'architecture reprendra des éléments libanais, notamment la pierre jaune. Signature du Mandarin oriental à travers le monde, le spa, sera accompagné à Beyrouth d'un centre de fitness et de piscines intérieures et extérieures.

C. D.



Le Mandarin oriental de Bodrum.

hôtellerie & tourisme

Elle fait l'actualité

Carine Chebli-Desplats ouvre un restaurant-salon de thé Ladurée au centre-ville

Après avoir ouvert la franchise Ladurée en 2010, Carine Chebli-Desplats lance en octobre le premier restaurant-salon de thé de l'enseigne française dans la villa Zein au centre-ville de Beyrouth entre Starco et la boutique Élie Saab. « Depuis le début, les clients nous le réclament, mais j'attendais de trouver le lieu adapté » à l'image de cette référence mondiale de la pâtisserie et des salons de thé à la française, explique-t-elle.

Cinq mètres de hauteur sous plafond, deux salons, les arcades symptomatiques du style libanais et un jardin planté d'oliviers centenaires, voilà pour le cadre. Moyennant un investissement de 1,5 million de dollars que les actionnaires souhaitent rentabiliser en moins de cinq ans, l'établissement fait 250 m² en intérieur, 200 m² en extérieur et peut accueillir 125 personnes, le tout de plain-pied. Un lieu d'exception, dans un quartier stratégique. « Nous sommes au cœur de Beyrouth, où sont installées toutes les enseignes haut de gamme. Je vise une clientèle essentiellement libanaise, des hommes d'affaires et des femmes qui aiment se faire plaisir. »

La carte se veut simple et raffinée. En plus des classiques macarons et des pâtisseries, le restaurant propose une sélection de recettes salées qui ont fait le succès de Ladurée. Parmi les incontournables : le vol-au-vent de volaille aux morilles, la salade Concorde ou encore le brunch avec son omelette aux truffes. Le restaurant ouvre du matin au soir sans interruption pour un ticket démarant à 35 dollars. Côté décoration, conçue par Ladurée Paris en coor-



Dina Debbas

dination avec la Libanaise Lina Tannous, la tradition française se mêle à l'héritage oriental sur des tons parme, vert, bleu, ivoire et or. Chaque pièce a été chinée ou choisie sur mesure comme le papier peint Zuber (l'une des dernières manufactures de décor à la planche), les lustres Istanbuli, ou la moquette signée Madeleine Castaing.

Ce n'est pas un hasard si c'est Carine Chebli-Desplats qui porte ce projet, car depuis l'enfance elle sait faire la synthèse entre la France et le Liban. Diplômée de Jamhour, elle poursuit son parcours à l'École supérieure de commerce de Paris (ESCP) avant de débiter sa carrière chez Danone France. En 2004, elle accélère le rythme de ses allers-retours avec le Liban. L'envie de se rapprocher du pays mais aussi de travailler à l'essor de Synthèse, la société familiale de vente de prêt-à-porter, qui détient notamment les marques Gérard Darel et 1.2.3. à l'ABC. C'est en 2010 qu'elle saute le pas. Encouragée par son mari, elle acquiert la franchise Ladurée pour le Liban. Elle développe alors trois points de vente : une micro-bou-

tique rue Foch et deux « carrosses » à l'ABC Achrafié et Dbayé. « Ladurée est une enseigne qui dispose d'un fort capital sympathie auprès des Libanais, constate Carine Chebli-Desplats. La diaspora libanaise, par exemple, y est très fidèle. » L'année 2013 est une nouvelle étape, avec l'entrée au capital d'investisseurs qatariens, al-Hussam Holding, qui permet de financer le développement de la marque et d'ancrer son activité au Liban. Précédemment importées de France, les pâtisseries sont désormais préparées sur place par un chef pâtissier – Michael Demonte – sélectionné et formé par Ladurée, conformément à l'accord de franchise.

En parallèle, Carine Chebli-Desplats travaille à la croissance de la société familiale qu'elle a rachetée et renommée MO Distribution en 2013. Même si la situation économique et politique au Liban en décourage plus d'un, l'entrepreneuse préfère voir les bons côtés : « Il est plus facile de créer une entreprise au Liban qu'en France. Les barrières à l'entrée sont moins importantes et les opportunités plus nombreuses. »

Nagi Morkos

En bref

- Initialement situé sur la rue principale de Hamra dans l'immeuble du Café de Paris, **Crepaway** a déménagé début septembre 800 mètres plus bas, dans les locaux de l'Hôtel Plaza. « C'est une opération avantageuse, car le Plaza est partenaire avec nous de cette nouvelle enseigne », explique Mario Thoumy responsable de la communication. Autre avantage : pouvoir bénéficier de la clientèle de l'hôtel. Le nouveau restaurant dispose d'une surface de 200 m² en rez-de-chaussée et peut accueillir 100 personnes de 9h jusqu'à minuit, pour un ticket moyen de 15 dollars. Au passage, Crepaway en profite pour moderniser son image avec une nouvelle déco ambiance bois et métal. Cette nouvelle ouverture à Hamra représente un investissement de 750 000 dollars. Crepaway a déjà 14 enseignes au Liban, deux au Qatar et lance en octobre son 15^e établissement dans le cluster «The Village» à Dbayé.

- Submergé par des dizaines de milliers de manifestants #YouStink, le rooftop **Capitole** a été contraint d'écourter sa saison. Situé depuis 2008 à Riad el-Solh, l'établissement est habitué aux aléas de la vie politique libanaise : « On a vu des sit-in, les familles des soldats disparus, les rassemblements des enseignants... On ferme toujours un jour ou deux, mais cette année c'est différent, les manifestations bloquaient l'entrée du bar », dit Carlos Asseily, partenaire du Capitole qui n'a pas encore chiffré ses pertes. Il espère pouvoir rouvrir avant la fermeture annuelle, en octobre.

En collaboration avec
hodema
 consulting services
www.hodema.net