

Deux nouveaux restaurants à Mar Mikhaël



Le chiffre

63 %
taux d'occupation des hôtels au Liban en juillet

Le taux d'occupation moyen des hôtels à Beyrouth est en légère progression et atteint les 63 % en juillet 2016 contre 58 % à la même période l'année dernière. Selon le cabinet de conseil Ernst & Young, cette hausse s'explique par les vacances d'été et le retour de nombreux expatriés vers leur pays d'origine. Le tarif moyen par chambre a en revanche chuté et s'est établi à 145 dollars contre 190 l'an passé, soit une baisse de 23,7 % en glissement annuel. Il s'agit d'un des plus forts reculs enregistré sur la région. Les revenus par chambre disponible ont quant à eux baissé de 16,5 % à 92 dollars.

Développés par Rony Abou Saab, propriétaire notamment de Sandwich w Noss à Gemmayzé, et Jean-Claude Ghosn de la holding Ghia, deux nouveaux établissements ouvrent sur un espace de 1 000 m² à Mar Mikhaël. Le premier s'appelle Fabrk. Opérationnel depuis septembre, ce rooftop de 400 m² peut accueillir jusqu'à 200 personnes

pour un ticket moyen autour de 30 dollars. Au menu, une cuisine internationale et une sélection de cocktails. Au rez-de-chaussée, les propriétaires terminent les travaux d'un restaurant libanais qui devrait être fin prêt en novembre. El-Denyé Heik proposera une carte traditionnelle et pourra accueillir environ 250 personnes assises entre salle et jardin pour un

ticket moyen autour de 25 dollars. Fabrk représente un investissement de 850 000 dollars, tandis qu'el-Denyé Heik a coûté à ses concepteurs un million et demi de dollars. « Après Hamra, j'ai choisi d'investir à Mar Mikhaël, car c'est un quartier central qui attire beaucoup de clientèle », explique Rony Abou Saab.

Nagi Morkos

Le Syndicat des restaurateurs relance son festival

Pas question de passer à côté de la mode des festivals, le Syndicat des restaurateurs libanais s'y met et a inauguré le Beirut Restaurants' Festival. Organisé du 30 septembre au 2 octobre à Train Station Mar Mikhaël, cet événement était l'occasion de réunir les

acteurs de la profession autour d'un moment festif tout en collectant des fonds pour le syndicat. Les restaurateurs membres étaient en effet invités à louer des emplacements pour mettre en avant leurs marques. Le syndicat proposait ainsi 55 stands de 9 m² à 1 800 dollars et quatre

“lounges” de 35 m² à 7 000 dollars. Durant les trois jours, restaurants, cafés, pâtisseries et snacks de rue proposaient leurs spécialités au public sous forme de petites portions, tandis que les bars devaient quant à eux respecter des tarifs de happy hour. Afin de rendre l'expérience

plaisante pour les visiteurs, les organisateurs avaient aussi prévu une aire de jeux pour les enfants et une programmation de concerts. Les marques étaient aussi encouragées à sponsoriser le festival contre des tarifs allant de 5 500 à 18 000 dollars.

N.M.

Un food court s'installe à Batroun

La mode de la restauration en plein air bat son plein. Après les festivals éphémères de l'été, certains investisseurs souhaitent prolonger l'expérience. Dernier-né de cette tendance : The Village Food Court à Batroun. Situé sur un terrain de 2 000 m² proche de la côte, The Village dispose de dix-sept emplacements sous forme de kiosques en bois autour d'un espace commun à la décoration simple. Les kiosques accueillent actuellement plusieurs enseignes dont Classic Burger Joint, Malak el-Tawouk, Semsom, Crumb ou encore Lord of the Wings. « L'idée était de créer un endroit où les clients auraient le choix entre plusieurs types de nourriture, expliquent les partenaires du concept Farah Boulos, Assaf Mhanna et Mohsen Toulany.



Dès le début du projet les restaurateurs nous ont suivis, il y a aujourd'hui une liste d'attente pour pouvoir ouvrir chez nous. » Parmi les marques présentes au Village Food Court, certaines louent des kiosques, tandis que d'autres ont vendu une franchi-

se aux propriétaires. Cet espace représente un investissement d'environ 500 000 dollars, selon Farah Boulos et ses partenaires, qui travaillent actuellement à un nouveau projet plus hivernal.

C. D.

Bayrut Street Food ouvre à Gemmayzé

Situé en lieu et place de l'ancien Fauchon, à l'entrée de la rue Gouraud, Bayrut Street Food est un nouveau concept de restauration libanaise. « On a beaucoup dit que cet emplacement était maudit, mais j'aime les défis, dit Pierre Abou Jaber, copropriétaire du restaurant. En étant placé à cet endroit, je peux servir Achrafié, l'ouest de Beyrouth, voire une partie du Grand Beyrouth. » Au menu, des spécialités de toutes les régions du Liban. « Nous avons cherché quels étaient les meilleurs plats à travers le pays et nous les avons regroupés sur une seule carte », dit le restaurateur. Les plats sont proposés selon deux formules : un restaurant classique au ticket moyen



autour de 25 dollars et une sandwicherie autour de 12 dollars par personne pour un charma avec une boisson. L'établissement de 255 m² dispose d'une centaine de places assises entre la salle et la terrasse, mais propose aussi des livraisons et un service de trai-

teur. Les propriétaires ont apporté deux millions de dollars à un fonds d'investissement destiné à développer la marque Bayrut Street Food au Liban et à l'étranger. L'objectif est d'augmenter ce fonds à plus de cinq millions de dollars.

C. D.

En bref

- Du nouveau au centre commercial **ABC Achrafié**. L'enseigne **Classic Burger Joint** ouvre en lieu et place de l'italien Margherita. Sur une surface de 100 m², le nouveau restaurant peut accueillir jusqu'à 40 personnes assises midi et soir. « Cela fait six ans que je souhaite ouvrir à l'ABC, mais je ne trouvais pas d'emplacement », dit Donald Batal, l'un des propriétaires de la marque qui a investi environ 400 000 dollars dans l'opération. Un peu plus loin, l'enseigne **Divyv** s'apprête à ouvrir un nouveau restaurant portant ainsi à quatre le nombre de ses établissements au Liban. Enfin, le café **La Mie Dorée**, situé dans le grand magasin, a terminé ses travaux de rénovation.

- Le bureau de contrôle **Socotec** est désormais chargé par le ministère du Tourisme de la certification des hôtels et restaurants au Liban. L'entreprise remplace ainsi Bureau Veritas dont le contrat est arrivé à expiration. La mission de Socotec – qui s'est déjà chargée de la certification de la grotte de Jeïta après la mort d'un touriste égyptien – est donc d'inspecter les établissements et de desservir les précieuses étoiles aux hôteliers et restaurateurs. L'attribution de la classification dépend des standards internationaux comme la taille des chambres ou la qualité des services proposés.

Il fait l'actualité

En bref

Marcus Van der Wal inaugure le Kempinski Summerland Hotel & Resort

Du mythique Summerland ouvert par la famille Saab en 1978 et où le Tout-Beyrouth se retrouvait autour de la "cascade", il ne reste rien. Quelques bungalows gardés affectueusement par leurs propriétaires conservent un goût d'antan, mais c'est un tout nouveau établissement qui a ouvert ses portes depuis septembre. Des années après l'annonce du début des travaux, le public n'y croyait plus.

« Nous n'avons gardé que le nom », dit Marcus Van der Wal, directeur général des opérations du groupe hôtelier Kempinski depuis 2014, qui gère l'hôtel. Le nouveau Summerland, c'est 153 chambres, 73 appartements privés et 583 cabanes de plage. Le complexe offre aussi une marina, une plage, des piscines, sept restaurants, deux spas, des salles de conférences. Le tout disposé sur une surface de 75 000 m² à Ouzai.

Mais ouvrir un hôtel de luxe dans un quartier populaire ne fait pas peur à Marcus Van der Wal, qui peut se prévaloir de trente ans d'expérience dans le métier. Interrogé sur la question de l'emplacement de son établissement, le chef des opérations se veut rassurant. « Une fois que vous êtes dans le Summerland, il y a tout sur place, on se sent coupé du monde », dit-il.

Face à la crise du tourisme que traverse actuellement le Liban, le groupe Kempinski espère attirer une clientèle locale. « Nous souhaitons que le Summerland redevienne une destination pour les Libanais et plus particulièrement pour les hommes d'affaires et les membres de la diaspora », dit Marcus Van der Wal. Pour ce faire, le Summerland, qui aligne ses tarifs sur ceux de ses concurrents – à savoir le Four Seasons, Le Gray, le Phoenicia et le Mövenpick –, a prévu des offres promotionnelles. Jusqu'à la fin de l'année, la campagne "Proud to be Lebanese" permet par exemple aux visiteurs disposant d'un passeport libanais d'obtenir 20 % de réduction sur les chambres et les restaurants. Si l'opération est un succès, Kempinski envisage de mettre en place un tarif préférentiel permanent pour la clientèle locale.



La famille Saab a vendu son bien il y a deux ans et les nouveaux propriétaires de l'hôtel souhaitent rester anonymes. Selon Kempinski, qui reçoit un montant annuel de leur part en échange de la gérance, il s'agit d'un groupe détenu à 85 % par un Saoudien et à 15 % par des Libanais. Toujours selon Kempinski, ils auraient investi 500 millions de dollars dans l'acquisition et les travaux de rénovation de l'hôtel. « C'est un montant beaucoup trop important, mais les propriétaires sont des passionnés de cet endroit », commente Marcus Van der Wal.

Pour le groupe Kempinski, la plus ancienne chaîne hôtelière européenne de luxe, il s'agit du premier établissement au Liban. « Nous choisissons des destinations de caractère. Notre enseigne sert une clientèle de niche », ajoute le directeur des opérations. À ce jour, le groupe Kempinski a reçu des propositions, mais n'annonce pas de nouveaux projets au Liban.

« Nous choisissons des destinations de caractère. Notre enseigne sert une clientèle de niche », ajoute le directeur des opérations. À ce jour, le groupe Kempinski a reçu des propositions, mais n'annonce pas de nouveaux projets au Liban.

« Nous choisissons des destinations de caractère. Notre enseigne sert une clientèle de niche », ajoute le directeur des opérations. À ce jour, le groupe Kempinski a reçu des propositions, mais n'annonce pas de nouveaux projets au Liban.

Nada Alameddine

• À Achrafîé, le restaurant **Little**, situé pendant quinze ans au sein du club Les Créneaux, se déplace et ouvre rue du Liban. Connue pour ses organisations d'anniversaires et de soirées privées, Little s'est installé dans un local de 150 m² qui peut accueillir jusqu'à 80 personnes assises et une centaine debout. Le restaurant propose une carte de cuisine internationale et une sélection de plats du jour à déguster sur place ou en livraison pour un ticket moyen autour de 20 dollars par personne. Pour ce nouvel établissement, les propriétaires ont investi environ 100 000 dollars.

• Un nouveau restaurant de burgers a ouvert à Hamra. Franchise d'un concept qui a déjà fait ses preuves au Canada, **Le Gourmet Burger** propose à ses clients de composer leur propre burger, salade ou poutine (plat canadien composé de frites arrosées de fromage fondu) à partir d'une liste d'ingrédients. Pour un ticket moyen de 20 000 livres libanaises, l'établissement de 50 m², plutôt destiné à la vente sur le pouce ou à la livraison, dispose d'un grand comptoir avec quelques chaises hautes pouvant accueillir une quinzaine de clients sur place. Les propriétaires, qui ont aussi franchisé le concept en Arabie saoudite, ont investi environ 250 000 dollars dans ce restaurant.

En collaboration avec
hodema
consulting services
www.hodema.net