

# Plusieurs nouvelles enseignes Soto et Olio au Liban

Nagi Morkos / Hodema

**L**e groupe Lotus Management accélère son expansion au Liban avec la création d'une société sœur baptisée Two Brands, chargée du développement des enseignes hors du Grand Beyrouth. Les actionnaires de Two Brands sont les frères Mazen et Samer Maroun, partenaires de Lotus Management Group et respectivement président et directeur des opérations, ainsi qu'un nouvel associé, Joseph Béchara, qui en sera également le gérant. Le groupe Lotus a créé ses premières enseignes à Gemmayzé : le restaurant japonais Soto en juin 2004 et la pizzeria Olio en septembre 2005, suivi de Hamra en 2008 pour Olio et 2010 pour Soto. Il vient d'investir 200 000 dollars pour ouvrir une enseigne Olio dans le centre commercial Le Mall à Sin el-Fil prévue pour septembre avec une capacité assise avoisinant les

65 places. Le retour sur investissement est prévu sur un an. Sous la houlette de Two Brands, Olio et Soto ouvrent en novembre à Kaslik dans des locaux adjacents qui disposent d'une capacité assise de 60 personnes pour Olio et 35 pour Soto. L'investissement avoisine les 550 000 dollars amortissables en 18 mois. Les deux enseignes ouvriront également ensemble dans le centre Le Mall situé sur l'autoroute de Dbayé, courant 2012, avec un investissement d'un million de dollars et une capacité de 80 personnes pour Olio et 40 pour Soto. Le ticket moyen reste le même pour tous les établissements, à savoir 25 dollars pour Olio et 35 dollars pour Soto. « Nous n'avons pas d'unité centrale de production et chacun de nos restaurants possède sa propre cuisine, car nous aimons préparer nos plats sur place afin d'assurer

leur fraîcheur et leur qualité », explique Samer Maroun. L'architecture de tous ces projets est signée Rony Abou Farhat, de la société Arcréa Studio. Samer et Mazen Maroun projettent aussi d'exporter leurs deux marques :

« Nous avons été sollicités maintes fois, mais nous préférons finaliser la restructuration de notre société qui passe d'une entité familiale à une compagnie solide, ce qui nous permettra d'assurer le succès de nos franchises à l'étranger. »



## La chaîne Fuddruckers s'implante en force au Liban

**F**uddruckers, la chaîne américaine de restaurants spécialisés en burgers, qui possède plus de 200 enseignes à travers le monde, a ouvert en août sous forme de franchise au Liban sur l'autoroute de Dbayé. La société Infinity Support and Services, dont les partenaires sont Georges Karam, Élie Maalouf, Essa al-Dabal, Nadeem Younus et Amanda Karam, a investi la somme de trois millions de dollars pour lancer cette première enseigne de Fuddruckers dans le pays avec un retour sur investissement attendu au bout de deux ans. La master franchise a été remise pour l'Arabie saoudite

à la société EMA Restaurant Franchise Services, qui distribue toutes les franchises Fuddruckers au Moyen-Orient. Pour un ticket moyen de 22 dollars, la marque américaine propose deux menus différents, un pour les viandes et un autre pour les burgers qui ont fait sa renommée et qui sont proposés en trois tailles différentes. Une "boucherie" ainsi qu'un coin de préparation pour les clients souhaitant créer leurs propres burgers avec une variété de garnitures sont également disponibles. La clientèle ciblée couvre tous les segments de marché et comprend les familles puisque le

lieu organise également des anniversaires et propose un menu spécial pour les enfants. Le restaurant s'étend sur une surface de 1 200 m<sup>2</sup> répartis sur deux étages avec une capacité assise de plus de 280 personnes. Fuddruckers est ouvert tous les jours de 11 heures à 1 heure et est accessible par deux entrées, l'une située sur l'autoroute de Dbayé et l'autre sur l'autoroute du bord de mer. L'ouverture de trois autres restaurants de la marque est également prévue, dont une à Beyrouth dans un avenir proche ; les propriétaires sont déjà à la recherche d'un local.

### Le chiffre

# -4,5 %

## le taux d'occupation des hôtels

Le taux d'occupation des hôtels de Beyrouth s'est élevé à 64,5 % en juin, en baisse de 4,5 % par rapport à la même période un an plus tôt (67,6 %), selon une étude du cabinet de conseil Deloitte & Touche. Concernant les revenus par chambre disponible, ils ont chuté de 15,1 % à 136 dollars en juin.

Le taux d'occupation des hôtels au Moyen-Orient s'est, quant à lui, élevé à 59,2 % durant le mois de juin, en hausse de 4,3 % sur un an.

Il fait l'actualité

# Walid Ataya mise sur le "slow burger"

**W**alid Ataya développe Cow and Apple, un burger joint qui met en avant pour la première fois au Liban la viande de bœuf vieillie et comprend un "coin du boucher" où il vend les viandes produites, vieilles et cuisinées par ses soins. En cela, il respecte la philosophie du Slow Food, un mouvement "éco gastronomique" dont il est le président au Liban. Il s'agit de « prendre le temps de bien choisir, connaître, cuisiner et savourer ses aliments ». Ouvert à Hamra, « le seul quartier cosmopolite et creuset social de la capitale », Cow and Apple a requis un investissement de 300 000 dollars financés par un prêt Kafalat avec un amortissement prévu en cinq ans.

Walid Ataya est entré dans la restauration « par amour de la bonne nourriture ». Diplômé d'architecture au Liban puis en Caroline du Nord aux États-Unis, il déménage en 1985 à Los Angeles où il travaille dans la construction et la réhabilitation de maisons, puis dans la revente de voitures de collection. Durant ces années américaines, « fatigué de me nourrir de fast-food », Ataya décide à 21 ans de se mettre à la cuisine et à la préparation de pains sans rien connaître au domaine. Sa cuisine plaît et ses "food parties" se multiplient.

Il rentre au Liban en 1995 et, tout en continuant à cuisiner et cuire ses pains, il se lance à son propre compte comme architecte et vit quelques mois en Arabie saoudite. Sa passion pour la bonne chair, et le pain en particulier, le rattrape et il ouvre en 2003 la boulangerie Bread Republic à Achrafîé. Il a contracté un crédit Kafalat de 175 000 dollars sur sept ans, mais amortit son investissement dès la première année. Ataya est aux fourneaux et propose plus de cinquante genres de pains "artisa-



Mark Mansour

naux à 100 %", notamment son pain de campagne, "signature du lieu". Depuis son ouverture, il a vendu environ « un million de pains à raison d'une tonne de farine par semaine » et emploie 12 personnes. L'année suivante, il se lance dans la restauration et crée avec Johnny Farah et Nemr Abboud la société Bread SARL qui investit 240 000 dollars pour ouvrir le Bread rue Gouraud dans lequel chacun détient un tiers des parts. Le lieu peut accueillir 40 personnes.

En 2006, en pleine guerre, Ataya ouvre Bread Republic Café dans un local à quelques mètres de sa boulangerie et y investit 60 000 dollars. À partir de là, les projets se succèdent : il déménage ce café en 2008 à Hamra grâce à un nouveau prêt Kafalat de 150 000 dollars qui sont amortis en 18 mois. En 2010, il le remplace par un restaurant de pizzas, La Pizzeria, dans lequel il investit 30 000 dollars et qui contient une vingtaine de places assises. « Je considère ce local

comme un laboratoire. Une fois le concept testé, je le déménage ailleurs », explique-t-il.

En mai 2011, il agrandit le Bread Republic Café à Hamra, y ajoute un coin boulangerie, une boutique de vins et élargit sa carte. Coût de l'opération : 150 000 dollars déjà amortis. Il explique son succès par le fait qu'il choisit ses adresses en refusant les loyers trop élevés et offre « une excellente nourriture à un prix accessible ».

Ataya avoue ne pas être intéressé par la nourriture elle-même, mais par son industrie. Ainsi, Cow and Apple produit et vend des sauces et de la bresaola à d'autres restaurants, et projette d'en exporter dans la région. Il cherche également à délocaliser sa pizzeria et développer un nouveau projet de restaurant qui offrirait une cuisine "du terroir" et dans lequel seraient vendus des ustensiles de cuisine.

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

En bref

- Un nouveau bar, **The Angry Monkey**, remplace Cloud 9 à Gemmayzé. Les actionnaires (Ziad Kamel, Patrick Cochrane et la société Les Enfants Terribles dont les partenaires sont Joey, Eddie et Charlie Ghazal) ont investi 250 000 dollars qu'ils espèrent rentabiliser en huit mois. Le bar qui s'étend sur 160 m<sup>2</sup> peut accueillir 100 personnes et propose une carte limitée servie tous les jours à partir de 19 heures pour un ticket moyen de 40 dollars.

- Octobre verra l'ouverture de la deuxième enseigne du "burger joint" **Mrs. Robinson**, après celle du centre-ville. Installée rue Abdel A'al à Hamra, elle occupera 195 m<sup>2</sup> sur deux étages avec une capacité assise de 100 personnes. Le groupe Mash SAL a investi 450 000 dollars et le ticket moyen s'élève à 15 dollars. Mrs. Robinson ouvrira tous les jours de midi à minuit.

- **Casper & Gambini's** a lancé un service de livraison de sa carte diététique préparée par des "diététiciens certifiés". Cette carte comprend salades, soupes, sandwiches, burgers, pizzas et desserts. Les plats sont préparés dans l'unité centrale de production qui se trouve à Beyrouth et sont livrés par les centres de livraison de Beyrouth et Zouk.

## Erratum

Dans *Le Commerce du Levant* n° 5619 du mois d'août 2011, une erreur s'est glissée dans l'article intitulé : "Les burgers à l'assaut de Beyrouth" à la page 42. En réalité, l'investissement de Burger Bites est de 100 000 dollars et le ticket moyen est de dix dollars.