

Le restaurant libanais Liza dans le guide Michelin

Nagi Morkos / Hodema

« **L**a table de Liza Souhayar ressemble au Liban d'aujourd'hui : moderne et métissée. » C'est ainsi que le guide Michelin décrit dans son édition 2009 le restaurant Liza ouvert dans le prestigieux quartier de la Bourse à Paris depuis mars 2005.

Le restaurant libanais Liza (créé par Liza Souhayar et Ziad Asseily, mariés depuis dans le civil) offre une cuisine libanaise allégée qui s'adresse à une clientèle parisienne aussi bien privée que professionnelle. Le ticket moyen s'élève à 35 euros à déjeuner et 55 euros à dîner. En 2008, quatre ans après son ouverture et malgré un marché parisien très concurrentiel, le Liza a su s'imposer ; il génère un chiffre d'affaires annuel avoisinant les 1,2 million d'euros. Avant son entrée dans le célèbre guide Michelin, référence absolue qui fait la pluie et le beau temps dans le monde de la restauration, Liza est aussi référencé dans les guides Gault & Millau, Lebey et Zagat.

Au départ, la famille et quelques amis ont investi près d'un million d'euros pour l'ouverture de cet établissement de 320 mètres carrés dont la décoration a été confiée à une équipe de jeunes designers

libanais. L'établissement, capable d'accueillir 80 personnes, propose aujourd'hui un service de traiteur auprès des professionnels, comme les hôtels, les compagnies aériennes ou encore les jets privés. Mais Liza cible également une clientèle

plus diversifiée, comme les ambassades, les musées ou encore les traiteurs français qui sous-traitent une partie de leur offre. En septembre 2009, Liza devrait ouvrir un deuxième établissement au Qatar. ■



Purple Moon a ouvert ses portes rue Pasteur



La rue Pasteur, parallèle de la rue Gouraud à Gemmayzé, continue de se développer en une destination de restaurants et de bars. Elle connaît toutefois un rythme de développement plus lent que Gouraud, malgré son avantage d'être plus accessible.

Le dernier arrivé sur la rue Pasteur s'appelle Purple Moon. Ce nouveau restaurant-bar a ouvert le 11 avril à côté du restaurant arménien Mayrig. Plus d'un million de dollars ont été investis, principalement par Pierre Iskandar (l'initiale I du groupe GHIA), pour ouvrir cet établissement de quelque 170

mètres carrés. L'architecte Omar Chéhab a décoré l'espace d'une capacité de 160 personnes, sans couleurs agressives, dans des tonalités de bois et de pourpre.

Le ticket moyen de ce restaurant servant de la cuisine internationale est situé autour des 40 dollars. Il s'agit d'une cuisine « raffinée », assure Hani Alameddine, le manager de l'endroit.

Ce dernier explique que « l'année 2009 devrait être exceptionnelle ». Il espère que son établissement, ouvert tous les soirs de la semaine, sera complet « du jeudi au dimanche, et ce pendant toute la saison ». ■

Haitham Mattar prend la tête du groupe InterContinental au Liban

Haitham Mattar est le nouveau directeur des opérations de la chaîne InterContinental (InterContinental Hotels Group) au Liban qui regroupe cinq hôtels : Phoenicia, Vendôme, Mzaar, Crowne Plaza et Holiday Inn. Arrivé le 15 février au Liban, il retrouve Beyrouth, ville qu'il a quittée à l'âge de cinq ans, il y a plus de 34 ans. Il est aussi le premier directeur des opérations à ne pas être directeur général d'un des hôtels de la marque au Liban : « Ceci pour ne privilégier aucun établissement par rapport à l'autre », affirme Haitham Mattar.

Mattar est aussi le premier Libanais à devenir directeur commercial du groupe hôtelier InterContinental, responsable des pays de la zone Afrique et Moyen-Orient. Il a ainsi pour mission d'ouvrir une dizaine d'établissements au Liban, en Égypte, en Libye, en Jordanie ou encore en Syrie, dans les deux ans qui viennent.

Né en 1970, Haitham Mattar a grandi aux États-Unis. Licencié de marketing à l'Université de Georgetown, à Washington, il poursuit ses études de marketing avec un MBA qu'il effectue à l'Université de Liverpool en Grande-Bretagne. À sa sortie, il se tourne vers le monde de l'hôtellerie, un milieu qui lui est alors totalement étranger. Il intègre en 1987 un groupe hôtelier international concurrent d'InterContinental. Il commence en cuisine et grimpe les échelons un à un.

Ce n'est qu'en 2000 qu'il rejoint les rangs d'InterContinental et déménage à Dubaï pour occuper le rôle de directeur commercial de l'hôtel InterContinental de l'émirat. Depuis sa mutation au Liban, Haitham Mattar est chargé de développer la marque InterContinental au pays du Cèdre. « Nous sommes en ce moment en négociation avec de nombreux investisseurs, dont des Libanais et des Koweïtiens », précise-t-il. Selon lui, les investisseurs sont intéressés par le pays, en raison de son fort potentiel touristique, mais aussi par InterContinental. Mattar explique que le Liban a besoin de davantage d'hôtels 3 étoiles, comme ceux de la marque Holiday Inn



Express, notamment à Achrafié. Autre ouverture envisageable, celle d'un nouveau Crowne Plaza, ou le développement de l'annexe de l'hôtel Vendôme (voir *Le Commerce du Levant* de janvier 2007).

Le groupe IHG gère quelque 4 200 hôtels à travers le monde, répartis sous sept marques différentes, IHG est le groupe hôtelier le plus présent au Moyen-Orient avec pas moins de 83 établissements. La clientèle d'affaires représente près de 70 % du chiffre d'affaires du groupe.

La nomination de Mattar boucle le cycle des nominations de directeurs du groupe IHG au Liban : le Phoenicia et le Vendôme ont accueilli deux nouveaux directeurs généraux en ce début d'année 2009, respectivement, Georg Weinlaender et Guy Bertaud (voir *Le Commerce du Levant* de mars 2009).

« L'année 2009 devrait être un bon cru, si toutefois la situation politique reste stable. Depuis début janvier, le taux d'occupation des hôtels du groupe est supérieur à 85 % », poursuit-il. Quant à l'arrivée de la concurrence, comme celle des hôtels Four Seasons ou Le Gray prévus tous les deux cette année, Haitham Mattar estime que c'est une bonne chose pour le marché, tout en précisant que « InterContinental est l'opérateur hôtelier le plus important au Liban, et qu'il ne compte pas se laisser dépasser ni au niveau du nombre d'hôtels ni au niveau de la qualité des services offerts ». ■

En collaboration avec **hodema**^{scl}
hospitality development
www.hodema.net