

Le Byblos Sur Mer fait peau neuve

Nagi Morkos / Hodema

Repris depuis novembre 2008 par Alexis Karam, l'hôtel Byblos Sur Mer, situé sur le port de Byblos (Jbeil), est en rénovation. Alexis Karam est le propriétaire du restaurant Dar L'Azrak ouvert en 2003. Situé au bord de la mer avec un accès privé, d'une capacité de 500 places assises en été, Dar L'Azrak a un ticket moyen de 35 dollars. Mais le contrat de gérance expirant en juin 2009, Alexis a choisi de ne pas le renouveler pour se concentrer sur l'ouverture, à la même date, du Byblos Sur Mer. Détenu par les familles Sfeir et Tawilé, l'hôtel Byblos Sur Mer a pour la première fois ouvert ses portes en 1964. Natif de Jbeil, Karam estime qu'il n'a jamais été exploité à sa juste valeur. Après avoir décroché un contrat d'exploitation sur 13 ans, il a décidé de rénover l'établissement. La société K2, dont Alexis Karam est le président et qui comprend quatre actionnaires dont les noms n'ont pas été communiqués, a investi 1,5 million de dollars dans les travaux. L'amortissement devrait intervenir dans cinq ou six ans, même s'il estime qu'il est difficile de prévoir : les réservations ne sont

pas encore ouvertes, car la date de fin des travaux n'est pas définitive.

L'extérieur de l'établissement ne sera que légèrement transformé, en raison notamment du caractère touristique de Byblos. En revanche, l'intérieur sera entièrement remanié. Pour cela, il a fait appel au décorateur-architecte Antoine Lahoud. Le nombre de chambres a été réduit de 40 à 30. De même, des suites vont faire leur apparition : six grandes et 16 simples. Le prix moyen des chambres devrait être de 100 dollars. « Le but est de faire un "boutique hôtel", c'est-à-dire ce qu'on appelle plus communément un hôtel de charme. Nous souhaitons accueillir des familles aisées », explique Alexis Karam. Sur la plage et la marina de plus de 2 000 mètres carrés, l'hôtel offrira deux restaurants. Le fameux restaurant l'Oursin reprendra l'enseigne Dar L'Azrak, un restaurant à taille plus humaine avec 175 places. Mais le ticket moyen sera révisé à la hausse, à 45 dollars. Outre un nouveau restaurant qui ouvrira sur la plage, un troisième restaurant est également prévu à l'intérieur de l'hôtel. □

NRC Holding reprend al-Mijana et Market

Fondé en 2007 par Ramzi Adada, Hazem et Karim Farra, NRC Holding, qui gère le Riviera Beach depuis 2008, a repris à la fin de cette même année le restaurant de cuisine traditionnelle libanaise al-Mijana, qui deviendra la Maison Jaune à partir de juin 2009. Situé rue Abdel Wahab el-Ingilzi, le local est en travaux. Plus d'un million de dollars ont été investis, dont 700 000 dollars rien que dans la rénovation de cette demeure appartenant à la famille Jazra. La décoration est signée Gregory Gatsleria (à qui l'on doit dernièrement Falamenki et Riviera Beach). La salle principale et le jardin d'hiver de cet établissement qui servira de la cuisine française avec un ticket moyen proche des 50 dollars comprendront chacun une centaine de places. L'été, une terrasse de 60 places assises ouvrira ses portes. Les trois associés et Dany Aprat, un investisseur privé, espèrent amortir leur investissement dans les deux prochaines années.

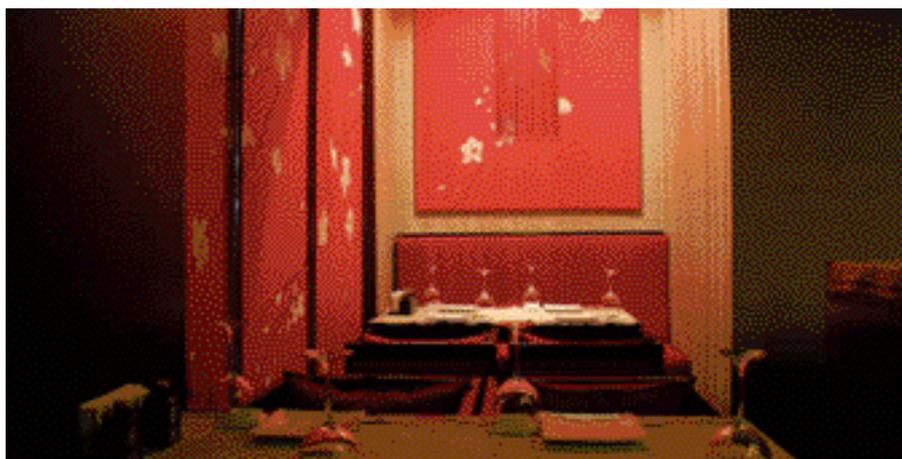
Un autre établissement a aussi été repris par NRC Holding : Le Market, situé rue de Damas (voir *Le Commerce du Levant* de juillet 2008, n° 5582). Pour le moment, les associés ne souhaitent pas communiquer sur ce projet. Une chose est sûre, l'inauguration du nouveau concept est prévue en mai. Il devrait continuer à servir de la cuisine internationale avec un ticket moyen de 35 dollars. Mais un grill viande et poisson devrait faire son apparition à l'étage. □

Ichiban s'installe au cœur de Beyrouth

Situé depuis 2004 à Jal el-Dib, Ichiban devrait ouvrir ses portes à Borj el-Ghazal début juin. Le succès de ce restaurant japonais, qui attire plus de 2 000 clients par mois, a poussé Fadi el-Khoury, le propriétaire, à dépenser près de 400 000 dollars pour doubler sa capacité (désormais 70 places) en acquérant le magasin voisin. Mais,

surtout, Ichiban s'attaque à un nouveau défi : conquérir Beyrouth ! Fadi el-Khoury, seul actionnaire de la société Ichiban Group, cible aujourd'hui une nouvelle niche. « L'implantation à Beyrouth s'inscrit dans une logique d'expansion de la marque », affirme l'ancien trader. Deux années de recherches ont été nécessaires pour trouver cet espace de 500 mètres

carrés à Borj el-Ghazal, au cœur de la capitale, dont le loyer atteint 200 000 dollars par an charges comprises. « Cet espace est stratégique. Il attire une clientèle d'affaires en raison des trois ambassades et des bureaux situés dans la tour », poursuit Khoury. Malgré le coût de l'investissement qui s'élève à 800 000 dollars, il prévoit un amortissement en deux ans et demi. Certes une quinzaine de restaurants japonais sont déjà présents à Beyrouth, mais Ichiban offre un menu « fusion », explique Khoury, qui compte aussi sur le décor confié à Georges Chidiac, déjà auteur du Casper & Gambini's. Ichiban Borj el-Ghazal proposera aussi un sake bar, un teppanyaki bar et une salle privée d'une dizaine de places assises. Le ticket moyen sera de 50 dollars. □



Joe Boulos veut faire du téléphérique une destination de divertissement familial

Et si le téléphérique de Jounié devenait un centre de loisirs pour enfants ? Food-court, restaurants, aire de jeux et une vue à couper le souffle... c'est du moins le projet de Joe Boulos, le PDG de la Compagnie libanaise du téléphérique et d'expansion touristique, officiellement lancé le 11 mars lors d'une conférence de presse sur le chantier. Créé en 1964, le téléphérique de Jounié « a accompagné l'histoire contemporaine du Liban. Et comme le Liban, il est toujours là », déclare Joe Boulos avec un sourire. Le téléphérique n'a jamais arrêté de fonctionner, malgré les 15 années de guerre et l'instabilité qui a prévalu ces dernières années. Il est devenu dès sa création l'un des symboles du tourisme libanais et l'un des sites les plus visités au Liban, bénéficiant du voisinage immédiat de Notre-Dame du Liban, à Harissa, qui accueille près de 1,5 million de visiteurs par an.

2008 n'a pas été si mauvaise : près de 400 000 personnes ont emprunté le téléphérique, et, selon Joe Boulos, 2009 devrait être une année record. Il veut profiter de cette vague d'optimisme pour donner une seconde jeunesse au téléphérique.

D'ici à la fin de l'année, un food-court (une série de petits restaurants entourant un espace commun de chaises et de tables) devrait ouvrir à l'arrivée du téléphérique, à Harissa. Huit kiosques, dont un restaurant libanais, se répartiront ainsi une surface de près de 600 mètres carrés. Les noms des établissements concernés ne sont pas encore définis, mais les négociations au sujet des contrats de location sont en cours. Joe Boulos prévoit aussi d'aménager une aire de jeux pour enfants en extérieur et en intérieur, sur une surface de 600 mètres carrés également. Au total, la société dont il est l'un des actionnaires aux côtés des héritiers des fondateurs du téléphérique a investi 1,5 million de dollars dans l'espoir d'attirer près d'un million de visiteurs par an. L'aller/retour coûte 7 500



livres (cinq dollars) et devrait continuer à représenter la recette principale de la société. La location de l'aire de restauration et de jeux ajoutera 10 à 15 % au chiffre d'affaires annuel, proche en 2008 de deux millions de dollars.

« Ce projet s'inscrit dans la continuité familiale » pour Joe Boulos, qui est né en 1957 et a grandi avec le téléphérique fondé par son père, Fouad Boulos, appuyé par ses deux frères, Joseph et Paul. À l'époque, Fouad Boulos avait demandé une concession de 50 ans au président de la République Fouad Chéhab. Depuis, la concession a été prolongée de 11 ans et court jusqu'à 2025.

Joe Boulos en a pris les rênes en 1998. Diplômé en génie mécanique à l'Université américaine de Beyrouth et détenteur d'un master de l'Université de Stanford à San Francisco, son parcours professionnel s'est jusque-là surtout déroulé à l'étranger. Pendant près de cinq ans, il a travaillé pour Procter & Gamble en Suisse, au

Canada, en Arabie saoudite. Ensuite, c'est la société SC Johnson qui l'embauche pour un peu moins de 10 ans, avec des postes à Chypre, au Moyen-Orient, en Afrique et au Mexique. Il ne revient au Liban qu'en 1994. Il intègre alors l'équipe de la société du téléphérique, mais travaille toujours dans un autre domaine, en parallèle. Jusqu'à la formation de ACE Craft en 2006, un magasin de bricolage situé à Sin el-Fil dont il est le PDG, il occupait diverses fonctions au sein de l'entreprise familiale d'électroménager Boulos Frères & Co., fondée dans les années 1930. Le téléphérique ne l'occupe toujours pas à temps plein, puisqu'il prévoit un plan d'expansion de l'enseigne ACE Craft, l'un des leaders mondiaux du bricolage, avec six ouvertures de magasins prévues au Liban en 10 ans. ■

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