

# Margherita Mare, déclinaison de l'enseigne Margherita à Jounié

Nagi Morkos / Hodema

La pizzeria Margherita Mare a ouvert en juillet à Jounié, pieds dans l'eau. Margherita Mare propose le même menu que Margherita pizzeria del quartiere dal 1959, l'enseigne beyrouthine située rue Gouraud et ouverte en juillet 2008, mais contrairement à cette dernière, l'établissement de Jounié accepte les réservations. Le lieu met en vedette deux fours au charbon de bois pour les pizzas, l'un situé à l'intérieur du restaurant et le second en terrasse. Au menu aussi une quinzaine de nouveaux plats à base de fruits de mer, signés par le chef italien Giovanni Casa. La sélection de vin est, elle aussi, plus large. Sur une



surface totale de 450 m<sup>2</sup>, l'établissement dispose d'une capacité assise de 125 personnes à l'intérieur et 125 à l'extérieur. Le restaurant est accessible par bateau. Margherita Mare accueille sa clientèle tous les jours de 12h30 à

minuit pour un ticket moyen avoisinant les 30 dollars. La société Sorrento Holding SAL, propriétaire de la marque Margherita, a investi plus d'un million de dollars dans le projet qu'elle prévoit de rentabiliser en deux ans.

# Ouverture de Pop-up Container, premier restaurant éphémère au Liban

Après San Francisco, Paris, Berlin et New York, Beyrouth s'offre depuis la fin juillet son restaurant-bar temporaire, le "Pop-up Container". Le projet, situé dans le quartier de Mar Mikhaël, comprend un "container" jaune, du mobilier et des objets recyclés, des graffitis peints sur les murs et un terrain

de pétanque. Ce concept a été « monté en quelques semaines » par la société Food for Thought créée en 2011 par Mario Jr Haddad, propriétaire du Sushi Bar, Al Falamanki et The Jasmine Room, et Tomas Reger, le chef exécutif du Sushi Bar et The Jasmine Room. Ce dernier se charge également du menu

et propose chaque jour « une cuisine de marché » basée sur les produits de saison. « L'idée du "Pop-up Container" consiste à établir un espace de restauration provisoire et attire une clientèle désireuse de vivre une expérience unique mais pendant une durée limitée, explique Haddad. C'est aussi une façon originale d'initier les Libanais à la cuisine du marché et au concept de slow food. » Le projet, dont l'investissement avoisine les 75 000 dollars, est ouvert à dîner tous les jours de 18h00 à 1h00. Le ticket moyen se situe autour de 40 dollars. Le restaurant qui peut également être privatisé a une capacité assise de 40 places, tandis que le bar peut recevoir jusqu'à 24 convives. Depuis le début de l'été 2012, Food for Thought est également en charge de la cuisine du Sky Bar, le restaurant-bar situé sur le toit du BIEL.



## Le groupe Boubess poursuit son essor

Le groupe Boubess, fort au Liban de ses 12 enseignes et 20 établissements F&B (parmi lesquels Scoozi, L'entrecôte et Bob's Diner), et à Dubaï de ses quatre enseignes et cinq établissements, continue de se développer en 2012 avec trois nouvelles ouvertures.

Tout d'abord la franchise du célèbre Café de Flore, établissement mythique de Paris, a ouvert ses portes à l'ABC Dbayé le 17 juillet. C'est le premier établissement de la marque à ouvrir à l'étranger. Le groupe Boubess, qui détient également la franchise au Moyen-Orient, planifie d'en ouvrir deux autres, l'un à Beyrouth et l'autre à Dubaï. Selon la direction du groupe, « le Liban a été choisi pour lancer le Café de Flore, car les Libanais sont familiers avec l'enseigne et restent très connectés à la France ». Le menu proposé est le même que celui de Paris, de même que l'architecture intérieure dont les plans au Liban sont signés Claude Missir. La capacité est de 180 personnes et le café ouvre tous les jours de 10 heures à minuit pour un ticket moyen de 20 dollars. Le groupe Boubess a également rouvert le restaurant italien Napoletana à l'ABC Dbayé « dans une décoration plus moderne et un nouveau menu » et lance d'ici à la fin de l'année 2012 deux autres projets de restaurants : The Butcher Shop & Grill, une franchise sud-africaine proposant viandes et burgers – que le groupe a acquis pour le Liban – et qui ouvrira dans un local de 600 m<sup>2</sup> avec un ticket moyen de 35 dollars, et Café Achrafyé, qui pourra accueillir 180 personnes 24 heures sur 24 et proposera un menu international pour un ticket moyen de 17 dollars.

## Al Antabli se réinstalle dans les Souks de Beyrouth

**A**l Antabli, célèbre avant-guerre pour ses jus et pâtisseries, a signé en juin son grand retour dans les Souks de Beyrouth renouant ainsi avec son histoire. Comme par le passé, Al Antabli a élu domicile dans le souk Ayass, mais pas à l'endroit de la fontaine qui porte son nom, le local ayant été déjà loué. Al Antabli propose les jellabs et limonades préparés à la minute qui ont fait sa renommée mais également quelques jus de fruits, pâtisseries orientales et glaces artisanales que Adel al-Antabli fils et petit-fils des fondateurs de la marque concocte lui-même tous les jours. Le ticket moyen est de 5 000 livres libanaises. « Ce projet a requis un investissement de 100 000 dollars, un minimum de nos jours ; nous pensons rentabiliser en trois ans », explique Adel, qui continue de travailler selon les systèmes instaurés par son père, à savoir « une préparation au jour le jour, verre après verre avec des ingrédients achetés le matin même, des produits concoctés à la main et jamais à l'avance ». D'où son refus de se franchiser à l'étranger malgré les nombreuses demandes : « Franchiser tuerait la spécificité de mon enseigne. » La superficie du lieu avoisine les 25 m<sup>2</sup>. Hormis l'enseigne du souk, Adel al-Antabli gère également celle de Mar Élias ainsi que sa cuisine centrale. Son retour dans les Souks n'était pas aussi aisé qu'il le pensait. Lors d'une de ses participations au Souk el-Barghout, marché aux puces organisé par Solidere dans les années 90 afin d'attirer à nouveau les Libanais vers le centre-ville, Adel avait



rencontré Rafic Hariri alors Premier ministre qui lui aurait annoncé : « Tu resserviras bientôt tes jus dans les Souks à l'endroit de la fontaine. » Avec l'assassinat de Hariri et les retards accumulés du projet des Souks, Al Antabli a été « oublié » et n'y croyait plus jusqu'au jour où il est contacté par Solidere qui lui promet une place de choix au souk Ayass. « J'ai choisi la plus proche de la fontaine. » Adel al-Antabli, fils de hajj Ahmad al-Antabli qui avait ouvert le lieu dans les années 60, a repris le flambeau très jeune, puisque dès l'âge de sept ans il passait des journées entières avec son père au café avant de commencer à y travailler à 13 ans. « À cette époque le loyer annuel s'élevait à 22 livres et nous avons signé

un contrat directement avec Saïd Beik Ayass dont la rue porte le nom », se rappelle Antabli. La guerre les contraint de fermer en 1976, mais la famille continue de payer le loyer jusqu'en 1984. Après avoir déménagé tout le matériel de souk Ayass « sous les tirs », il inaugure une enseigne à Tarik Jdidé qui connaît un succès immédiat. Jusqu'en 1982, la famille Antabli ouvre deux autres établissements, un à Hamra et le deuxième au jardin Sanayeh, ainsi que trois magasins et une cuisine centrale, avant d'être contrainte par la guerre d'en fermer certains. « Mon père avait si bien organisé le travail et réparti les tâches que le lieu fonctionnait tout seul. Je continue selon le même modèle afin de léguer à mon fils une affaire viable à long terme. »

• Un centre de 5 000 m<sup>2</sup> exclusivement dédié aux restaurants et cafés ouvre en août sur l'autoroute de Dbayé. **Blueberry Square** cherche à attirer « les marques de restauration les plus populaires du pays ». Couqley, Margherita, Al Balad, Let's Burger et Leil Nhar ont déjà confirmé l'ouverture de leurs établissements dans le centre qui peut accueillir environ treize enseignes avec des concepts différents et non concurrentiels entre eux. Le centre inclura également un espace pour enfants et un pub-lounge sur le toit. Il mettra à la disposition des restaurants un parking et des voituriers, ainsi que de nombreux services parmi lesquels la sécurité, le nettoyage et la maintenance.

• La société Kazami SARL, propriétaire des enseignes Osaka et Patrick's Irish pub, a ouvert un restaurant chinois haut de gamme à Saifi Village II. **Chenbao** peut accueillir 77 personnes tous les jours de 12h30 à 15h30 et de 19h30 à 23h30 pour un ticket moyen de 80 dollars.

• À l'occasion de son cinquantième anniversaire, l'hôtel **Phoenicia InterContinental** publie un livre aux éditions Tamyras retraçant son histoire des années 1960 à aujourd'hui, en passant par les années de guerre et de reconstruction. De nombreux textes et photographies témoignent de la vie de cet "hôtel dans l'histoire".

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