

# Al-Mayass inaugure à Riyad sa cinquième enseigne dans le monde

Nagi Morkos / Hodema



**A**près Beyrouth, Koweït, Abou Dhabi et New York, c'est à Riyad que la marque libanaise al-Mayass a choisi de s'établir en novembre. Ibrahim al-Munajem, propriétaire de la compagnie Thoq el-Zein, détenteur de la franchise pour l'ensemble de l'Arabie saoudite, a investi 5 millions de dollars dans le restaurant et prévoit l'ouverture d'une enseigne à Djeddah dans un an et demi, et d'une autre à Dammam dans deux ans et demi. Le restaurant bénéficie d'une capacité assise de 240 personnes à l'intérieur et 60 à l'extérieur, et reçoit sa clientèle à déjeuner et dîner. Le lieu emploie 68 personnes entre la

salle et la cuisine. Le chef Bedros Farjallah reste fidèle aux spécialités arméniennes de la maison mère telles que les aubergines au yaourt, le soubereg (feuilleté au fromage), ou encore les kebabs aux griottes, mais avec quelques additions au menu parmi lesquelles des plats de fruits de mer. Le ticket moyen est de 45 dollars. L'identité de la marque et l'esprit familial sont respectés et reflétés dans l'architecture d'intérieur signée Georges Chidiac. Qatar est le prochain pays sur la liste avec la franchise déjà acquise par Ali bin Ali Group qui inaugure la première enseigne de la marque dans l'émirat dans cinq mois.

### En bref

- **BRGR.CO** a ouvert sa seconde enseigne au Liban au centre-ville de Beyrouth avec un menu plus élaboré toujours signé par le chef et partenaire Hussein Hadid et une décoration revisitée par Gregory Gatsereia, comprenant notamment des têtes de vache décoratives conçues par neuf artistes libanais. « Nous avons voulu affiner l'identité de BRGR.CO afin de mieux refléter la qualité de nos produits et notre positionnement de gourmet accessible », explique Nadim Hammoud, l'un des partenaires de Par Contre Group qui a investi plus de 500 000 dollars prévus d'être amortis en trois ans. Le lieu peut accueillir 80 personnes. Une franchise de la marque devrait voir le jour à Londres en décembre.

## Fauchon à Beyrouth

**F**auchon a lancé sa première enseigne au Liban dans le quartier de Gemmayzé. « L'établissement a été conçu selon le modèle de Fauchon situé place de la Madeleine à Paris, mais à une échelle réduite », explique Johanna Abchee, gérante du lieu et partenaire avec son mari Michel de la compagnie Foodhalls SAL, propriétaire de la franchise au Liban. Fauchon s'étend sur une superficie de 220 m<sup>2</sup> et comprend un café-restaurant, "Le café", ouvert du petit déjeuner au dîner avec une capacité assise de 60 personnes. Ce dernier propose un menu varié composé de salades, sandwiches, plats de pâtes, viandes et poissons « élaborés uniquement avec des produits de qualité », souligne Johanna. Fauchon inclut aussi un comptoir de viennoiseries et de pâtisseries préparées quoti-



diennement, une section dédiée au chocolat fait maison, et une boutique proposant des « paniers et idées-cadeaux luxueux et raffinés pour toutes les occasions » notamment des vins, confitures, miel, biscuits, vinaigres, huiles ainsi qu'une grande variété de thés Fauchon. Les thés et chocolats sont produits par la maison mère à Paris alors que les

gâteaux, éclairs, madeleines et macarons sont préparés au Liban dans la cuisine centrale située au CityMall, mais avec les ingrédients importés de la marque. La compagnie Foodhalls SAL a investi 1,5 million de dollars dans le projet et compte développer un service traiteur avant d'ouvrir de nouvelles enseignes dans le pays.

- La rue Makdessi à Hamra accueille depuis octobre un snack libanais, **Furn al-Zaytoun**, qui propose une variété de manakich vendues à moins d'un dollar l'une. Sur une surface de 45 m<sup>2</sup> et avec une cuisine centrale de 200 m<sup>2</sup>, le lieu peut accueillir 15 personnes 24 heures sur 24, mais compte surtout sur la vente à emporter. Majdi Sharshafji, propriétaire de la compagnie Furn al-Zaytoun SAL, a réalisé un investissement de 80 000 dollars dont l'amortissement est prévu en quatre mois. La société planifie l'ouverture de deux autres enseignes à Achrafié et Dora en décembre, ainsi que la franchise de la marque au Liban.

## Ahwak by Abdel Wahab ouvre dans le centre Le Mall de Dbayé



**L**e restaurant Ahwak by Abdel Wahab a ouvert dans Le Mall de Dbayé. Il s'agit du troisième concept du groupe GHIA Holding dans ce centre, après Marion et Caribou Coffee. Café-restaurant libanais, Ahwak est une déclinaison de la marque d'un autre concept de GHIA Holding, le restaurant libanais Abdel Wahab situé à Achrafié. L'établissement propose une cuisine libanaise traditionnelle mais « servie de façon moderne, dans un cadre

contemporain » pour un ticket moyen de 20 dollars. Kamil Bouloot, chef exécutif de Marion et Ahwak, utilise « les recettes et les produits authentiques de Abdel Wahab » et propose des spécialités telles que le Kabab Ahwak, le Kafta Burger, le Soujouk Sub et, en dessert, le Maamoul Crumble et le Malban Rolls. Le restaurant est desservi par une cuisine centrale située à Hazmié et s'étend sur une superficie de 380 m<sup>2</sup>. L'architecture d'intérieur, signée Tony Tabet, a été conçue

pour s'adapter à un centre commercial. Le lieu, qui dispose d'une capacité assise de 150 personnes, accueille sa clientèle tous les jours de 11h à 1h et emploie 30 personnes. Le projet a requis un investissement « d'un million de dollars avec un amortissement prévu en trois à six ans suivant la situation du pays ». Outre les concepts cités, la société GHIA Holding a également développé les concepts DUO et Harbor 201. Elle est détenue et gérée par Jean-Claude Ghosn.

### Le chiffre

# 58 %

## Taux d'occupation des hôtels de Beyrouth

Selon la dernière étude du cabinet de conseil Ernst & Young, le taux d'occupation moyen des hôtels de Beyrouth s'est établi à 58 % sur les neuf premiers mois de l'année, contre 55 % un an plus tôt. Le taux d'occupation des hôtels de Beyrouth est inférieur à celui de Dubaï (79 %), Abou Dhabi (74 %), Amman (73 %) et Charm el-Cheikh (67 %). Le tarif moyen par chambre a atteint les 200 dollars, en baisse de 9,5 % en glissement annuel, les revenus par chambre disponible ont diminué de 4,9 % à 117 dollars, contre 123 durant la même période un an plus tôt.

## Hotdog & Beyond veut redorer l'image du hot dog au Liban

**H**otdog & Beyond, un nouveau concept de hot dog, a inauguré sa première enseigne au centre Le Mall de Dbayé au mois d'août. Développé par la compagnie Hotdog and Beyond SAL de Michel Salamé, l'établissement a requis un investissement de 800 000 dollars prévus d'être rentabilisés en trois ans. « Le concept est né d'un désir de modifier l'image du hot dog, perçu comme un produit de snack, et de relever son positionnement à celui d'un produit de restauration à part entière »,

explique le développeur du projet. Le menu conçu par le chef Tarek Jalkh propose vingt sandwiches de hot dogs variés, dix burgers, des salades et des spécialités maison préparés dans la cuisine centrale à Fanar. Le ticket moyen est de 12 dollars. Situé au deuxième étage du centre commercial dédié aux restaurants, l'établissement dispose d'une superficie de 132 m<sup>2</sup> et d'une capacité assise de 70 personnes. Il accueille sa clientèle de midi à minuit et emploie trente personnes. L'architecte du projet Tarek Nassar a développé un



décor « inspiré des concepts de restauration américains », avec une dominance des couleurs rouge, blanc et noir, emblématiques de la marque. Hotdog and

Beyond SAL prévoit une expansion au Liban avec une nouvelle enseigne à Hamra en décembre 2012 et une seconde à Zalka en février 2013.

Il fait l'actualité

# Walid Hachem revisite le concept du snack libanais

Lina Raphaël

**W**alid Hachem, propriétaire des enseignes Moka & More et distributeur du café Kimbo, se lance dans la restauration rapide avec al-Batal, un snack libanais « modernisant et innovant aussi bien dans les recettes, les sauces et le choix des ingrédients que dans la présentation et le packaging ». L'idée est de développer un snack facile à dupliquer en franchise. Avec Maurice Sursock (copropriétaire du bar à vins Merlot), son partenaire dans al-Batal, il insiste dès le départ sur la création d'une identité solide pour la marque, notamment sa charte graphique et son architecture. La première enseigne de la marque ouvre en décembre rue Hamra et accueillera sa clientèle tous les jours de 10h à minuit. Le ticket moyen avoisine les 8 dollars. La superficie du lieu est de 65 m<sup>2</sup> et la capacité assise de 22 personnes entre la salle et la terrasse. À part la vente à emporter, al-Batal se focalise sur le service de livraison « de plus en plus sollicité par les clients libanais », explique Hachem. La compagnie HERO SAL, propriétaire de la marque al-Batal, a investi autour de 250 000 dollars avec un retour sur investissement prévu en 24 mois.

Économiste de formation, Walid Hachem travaille plusieurs années dans l'affaire familiale de textile. En 2002, il décide de se lancer dans l'industrie de la restauration et devient le distributeur exclusif au Liban de la marque italienne de café Kimbo, et de machines à café aussi bien pour l'usage des ménages que celles semi-professionnelles et professionnelles pour les bureaux et



restaurants. Ses activités s'étendent à la Syrie, au Qatar et à l'Arabie saoudite où il « surfe sur la tendance de la préparation et la consommation de l'expresso chez soi ». Le succès est tel qu'il lui arrive certaines années de vendre autour de 1 600 machines dans les quatre pays. Au Liban, il distribue le café à plus de 350 clients parmi lesquels des restaurants et hôtels, certains pour lesquels il crée le menu de boissons. C'est là que germe l'idée de mettre son savoir-faire au service de son propre projet et le premier établissement Moka & More naît en 2006 au CityMall à Dora. L'enseigne propose une large gamme de boissons à base de café et de desserts, ainsi que des sandwiches et salades « préparés à la minute » pour un ticket moyen de 11 dollars. Moka & More compte aujourd'hui six établissements au Liban qui servent « annuellement autour de 68 000 expressos », et totalise 12 fran-

chises à l'étranger (Syrie, Égypte, Géorgie, Soudan, Oman). Pour Hachem, seul partenaire de la marque, la clé du succès réside dans « l'instauration de standards élevés, le choix de produits et d'un service de qualité, et la mise en place d'un contrôle de qualité dans toutes les enseignes, locales et franchisées ».

En parallèle à l'enseigne de café, il ouvre en 2007 avec deux partenaires un pub-restaurant, The Venue, à Gemmayzé, avec un investissement de 700 000 dollars entièrement amortis. Le lieu accueillera prochainement un nouveau concept. Aujourd'hui, Walid Hachem se concentre sur al-Batal qui ouvrira une deuxième enseigne dans le pays en 2013 avant de s'exporter. Il ne délaisse pas pour autant Moka & More qui inaugurera un établissement à l'aéroport de Mascate en janvier 2013, un au Congo et une deuxième enseigne au Soudan.

En bref

- **Coffee Bean and Tea Leaf** ouvre sa troisième enseigne au Liban, située à Sassine. Sur une superficie de 195 m<sup>2</sup> pouvant passer à 253 m<sup>2</sup> en élargissant la terrasse, l'établissement dispose d'une capacité assise de 50 personnes et accueille sa clientèle de 7h à minuit pour un ticket moyen de 10 dollars. Al-Arz Catering Group, détenteur de la franchise au Liban et dans plusieurs pays du Moyen-Orient, prévoit l'ouverture de 11 autres enseignes d'ici à cinq ans.

- La compagnie Blends (Waterlemon, Zahr el-Laymoun et Living Colors) inaugure le deuxième établissement **Café Blanc** au Liban, à Verdun, après celui de l'ABC Achrafié. Le lieu peut accueillir 120 personnes de 10h à minuit pour un ticket moyen de 20 dollars. Après le Liban, l'Arabie saoudite, le Koweït, Dubaï, Qatar et l'Égypte (neuf enseignes au total), Abou Dhabi accueillera la marque début 2013.

- Un nouveau restaurant italien, **Canaletto**, a ouvert à Achrafié. Il propose une cuisine traditionnelle préparée par un chef italien Maximiliano Parigi, pour un ticket moyen de 50 dollars. La capacité est de 118 personnes. La société Ristorante SAL, dont les propriétaires sont Giorgio, Randa et Pia Dandolo, a investi 700 000 dollars prévus d'être rentabilisés en quatre ans.

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