

Plages : nouvelle vague

Dossier réalisé par

hodema
consulting services



Greg Demarque

d'investissements



Les 220 plages privées du pays sont devenues un vrai business pour les Libanais, avides de profiter des quelque 200 kilomètres d'un littoral aux nombreux atouts.

Secteur touristique par excellence, les plages souffrent de l'absence relative de visiteurs étrangers, inquiétés par les crises à répétition. Pourtant, les investisseurs sont au rendez-vous, confortés par la fidélité des clients libanais. Leurs projets augmentent en taille, capacité et prestations offertes, avec une diversification des activités de plus en plus poussée.

L'essentiel des plages est concentré entre Batroun et Saïda. Certaines zones, comme Jiyé ou Byblos, ont connu un grand nombre d'ouvertures ces six dernières années et sont maintenant quasiment saturées. D'autres, comme Damour, conservent de nombreux terrains disponibles, et sont à la mode parmi les investisseurs et la clientèle, tandis que les extrémités nord et sud du pays restent largement sous-exploitées.

Radiographie d'un secteur en plein développement, de ses particularités locales et de ses tendances fortes, avec dix portraits des plages incontournables du moment.

→



L'arrivée des opérateurs internationaux change la donne

Nagi Morkos avec Rémy Pigaglio - Photo Greg Demarque

La rentabilité des plages libanaises est au rendez-vous et les inaugurations d'établissements ne faiblissent pas. En mal de touristes étrangers, les plages sont sensibles à la situation sécuritaire mais peuvent compter sur une solide clientèle locale. Les établissements multiplient les investissements, soutenus par l'arrivée d'opérateurs internationaux attirés par un secteur en pleine expansion.

Le développement des plages libanaises acquiert une autre dimension cette année sous l'impulsion d'investisseurs internationaux. Jusque-là opérées par des investisseurs locaux, les plages du Liban suscitent désormais la convoitise. Aucun établissement n'a fermé depuis des années, signe de la rentabilité du secteur qui s'appuie sur une clientèle locale très fidèle. Les opérateurs internationaux misent autant sur cette cible fidèle que sur les touristes

étrangers que le Liban sera en mesure d'attirer dès que la situation politico-sécuritaire sera apaisée.

L'américain Warwick International Hotels est le premier à s'être lancé dans l'aventure en investissant dans le Pangéa, situé à Jiyé et détenu par le Libanais Hussein Charafeddine. L'occasion pour l'établissement de relancer son projet d'hôtel, en construction depuis plusieurs années, dont l'ouverture est désormais prévue en 2013.

Tout près de là, c'est le néerlandais Golden Tulip qui opère désormais Jiyeh Marina. Suivront le Kempinski Summerland du suisse Kempinski Hotels en 2013 à Beyrouth, et le complexe de l'américain Nikki Beach en 2015 à Damour.

Tous ces établissements posséderont à terme un hôtel et, pour certains, des villas à louer ainsi que des salles de conférences, de sport et des spas. Des projets de grande envergure qui font presque oublier que le

secteur a dû tout recommencer à zéro après la guerre civile, lorsque certaines plages célèbres des années 1970, telles que le Saint-Simon et l'Acapulco, avaient été occupées par les réfugiés et remplacées par des constructions anarchiques. La baie de Jounié, le centre balnéaire le plus important du Liban, était recouverte de nombreux bâtiments illégaux construits par des promoteurs peu scrupuleux.

C'est dans ce contexte troublé que Nassif Azzi a ouvert Jonas Beach en 1993 à Jiyé, la première plage de sable du Liban d'après-guerre. Un établissement inauguré avec le strict minimum : un restaurant-snack et un bassin en guise de piscine. Quelques établissements suivent, sur le même modèle, comme le Saint-John et l'Atlas Beach (fermés depuis) à Jiyé, ou le Paradise et le Tam-Tam à Jbeil.

DES CONCEPTS PLUS ÉLABORÉS

Le développement du secteur emprunte de nouvelles voies en 1999, avec l'ouverture de plages aux concepts plus élaborés. C'est le cas de Bamboo Bay, qui devient le pionnier des beach-parties en s'associant avec le Circus, un restaurant-bar à la mode de la rue Monnot.

En 2000, le retrait israélien du Sud suscite la curiosité des Beyrouthins pour cette région méconnue et pousse des opérateurs locaux à inaugurer de nouvelles plages. C'est à cette époque qu'ouvrent l'Océana à Jiyé ainsi que La Voile Bleue à Rmailé, lancée parallèlement à La Voile Rouge à Jbeil par un groupe d'investisseurs réunis autour de la famille Boubess (propriétaires des marques de restauration Piazza, Entrecôte, Scoozi entre autres).

L'année 2003 marque un tournant, avec notamment l'arrivée de Roger Eddé à Byblos. L'homme d'affaires développe Eddé Sands, un gigantesque établissement qui s'étend aujourd'hui sur 110 000 m² et dont l'investissement a représenté 40 millions de dollars. Eddé choisit de travailler avec un architecte, Galal Mahmoud, qui construit l'identité de la plage autour de la couleur pourpre inspirée des Phéniciens. Les différentes enseignes d'Eddé se déploient aussi dans Byblos, avec six cafés et restaurants ouverts dans le vieux souk, ainsi qu'à Beyrouth avec éCafé.

La guerre avec Israël, en 2006, anéantit une année qui semblait très prometteuse. Les plages mettent trois ans à se remettre du désastre et à voir revenir les investisseurs. L'occasion pour de nombreux développeurs

de travailler leurs concepts, de plus en plus aboutis. Orchid, à Jiyé, mise sur le haut de gamme, présente une architecture étudiée et n'accepte que les clients de plus de 21 ans, sur réservation. Lazy B, à Jiyé également, opérée par la famille Boustany, propriétaire du terrain, promeut le calme et la relaxation, excluant la musique et privilégiant les espaces verts. Le C Flow, à Byblos, accueille des événements à fort potentiel médiatique afin d'attirer la clientèle branchée.

PROJETS À USAGE MIXTE

Dans ce secteur en expansion, qui emploie plus de 10 000 personnes, les opérateurs sont confrontés au problème de la saisonnalité. Les plages ne peuvent ouvrir que six mois dans l'année (de mai à octobre, généralement) et ne fonctionnent à plein régime qu'en juin, juillet et août. Au total, ces établissements travaillent seulement vingt week-ends par an, une situation qui a poussé les investisseurs à développer des projets à usage mixte. Ceux-ci comprennent, en plus de la plage, une offre hôtelière et/ou des villas à louer.

Ces prestations autorisent les complexes à rester ouverts en hiver, quand bien même la plage est inaccessible. La période d'activité passe alors de six à douze mois, ce qui permet en théorie d'accélérer l'amortissement des investissements. Mais il subsiste un doute sur la viabilité d'un tel concept, la côte libanaise n'étant pas considérée comme une destination hivernale par la clientèle.

L'appellation "plages" va ainsi du petit établissement familial du type de Jonas Beach, qui représente 150 000 dollars d'investissement, à des "resorts" du type de Nikki Beach, qui envisagent 20 millions de dollars d'investissement. Ces différents projets n'ont de commun que de posséder une façade maritime.

L'engouement des investisseurs pour les "resorts" finit par poser un problème de terrains. Les établissements à usage mixte occupent de grands espaces et les disponibilités en bord de mer sont de plus en plus rares au Liban, qui compte 220 kilomètres de côte. Par exemple, le projet Damour Beach Resort, des frères Abchee (Monoprix, BHV, CityMall, ...), doit s'implanter sur 220 000 m² de terrains déjà loués, dont 22 000 m² sont actuellement utilisés pour la plage inaugurée cette année. C'est la raison pour laquelle la zone de Damour est convoitée. Elle dispose de nombreux terrains agricoles, non encore urbani- ➔

Une clientèle jeune

La clientèle des plages évolue assez peu. Constituée en majorité de jeunes Libanais, elle cherche généralement une ambiance propice à la fête et aux rencontres.

Les familles, moins nombreuses, se pressent dans certains établissements qui leur dédient des installations particulières, comme c'est le cas au Bamboo Bay par exemple. En juillet et en août, les expatriés revenus au Liban pour l'été constituent également une part importante de la clientèle.

Les touristes, pour la plupart européens, fréquentent souvent les plages libanaises, mais ils représentent la catégorie la plus sensible à la situation politico-sécuritaire.

Pollution

Les plages subissent le problème récurrent de la pollution.

La capacité des stations d'épuration est toujours largement insuffisante : 90 % des eaux usées étaient rejetées directement dans la mer en 2010.

Le niveau de pollution bactérienne, lorsqu'il est calculé, atteint des niveaux extrêmement élevés, bien au-delà des normes réglementaires. C'est particulièrement le cas dans les zones habitées, comme à Jounié et Beyrouth, qui accueillent de nombreux établissements balnéaires.

Le ministère du Tourisme veille

En prévision de la saison d'été, le ministère du Tourisme a émis le 25 avril 2012 une circulaire énonçant un certain nombre de règles à respecter pour les plages du Liban.

Signée par Nada Sardouk, directrice générale des affaires touristiques, elle rappelle quelques obligations, comme la présence de maîtres nageurs diplômés, la mise à disposition d'eau potable gratuite, l'affichage des prix, l'existence d'une infirmerie, mais aussi et surtout l'exigence de recevoir les clients « sans discrimination de race, de nationalité, ou de handicap ».

Les organisations de défense des droits de l'Homme dénoncent régulièrement la sélection effectuée à l'entrée des plages, qui empêcherait les travailleurs migrants d'accéder aux établissements balnéaires. Le ministère promet des contrôles réguliers effectués par les 80 agents de la police touristique et les 30 inspecteurs du ministère du Tourisme.

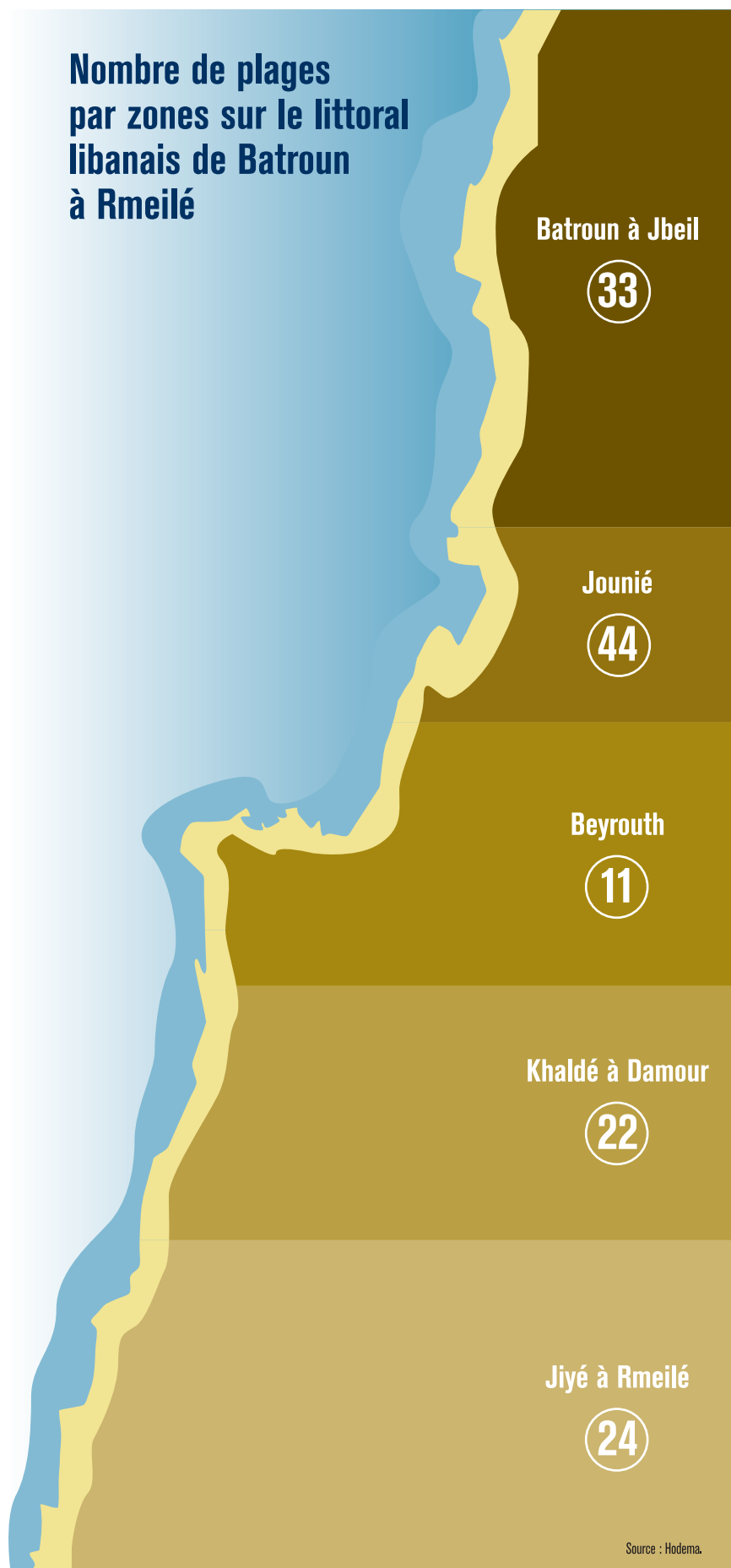
sés. Cette zone, située à 10 minutes de Beyrouth, doit accueillir trois "resorts" dans les années qui viennent : la phase 2 de Damour Beach Resort (2014), Nikki Beach (2015) et Port D'Amour.

INFLATION DES PRIX

L'émergence de ces nouvelles offres a un point commun : leur positionnement dans le segment "haut de gamme". Une tendance déjà très affirmée dans les établissements existants, qui soutiennent quasiment tous vouloir offrir un service de "qualité" afin de justifier l'augmentation de leurs billets d'entrée, qui peuvent aujourd'hui dépasser les 45 000 livres le week-end, contre un maximum de 30 000 livres en 2009. Passer une journée à la plage devient de plus en plus cher, particulièrement pour les familles. Un couple avec deux enfants dépassera facilement 100 000 livres rien que pour l'entrée. Mais les billets d'entrée n'assurent pas à eux seuls la rentabilité. Les clients consomment nécessairement un repas et des boissons. Nombre d'entre eux profitent des prestations VIP ("huts", coins privatisés, lits, jacuzzis, etc.), facturées plusieurs centaines de dollars. D'autre part, toutes les plages accueillent une activité de banquets et de mariages, qui ont lieu principalement pendant les trois mois d'été. Il faut enfin ajouter les événements (concerts, émissions de télévision...) rentabilisés grâce à la billetterie et aux sponsors recherchant la forte visibilité médiatique de ces manifestations.

UN DÉVELOPPEMENT GÉOGRAPHIQUE INÉGAL

À l'avenir, les zones les plus proches de Beyrouth devraient continuer à se développer. C'est le cas de Damour au sud de la capitale, mais également de Batroun au nord, proche à la fois de la ville et de la montagne. Quant aux zones géographiques situées à l'extrême sud et à l'extrême nord du pays, telles que les régions de Tyr et de Tripoli, elles restent en marge des développements du secteur. En proie à des tensions sécuritaires, elles sont aussi situées trop loin de Beyrouth et souffrent de l'augmentation du trafic routier qui décourage les estivants de passer une journée loin de la capitale. La région de Tyr offre pourtant les plus belles et les plus vastes plages du Liban, mais aucun investisseur ne prévoit encore de s'y implanter. Le célèbre Resthouse de Tyr tire son épingle du jeu, mais reste le seul établissement d'envergure de la région. ➔



Jbeil-Batroun

Rémy Pigaglio et Vanessa Habib

Jbeil est une zone touristique importante, avec le site archéologique de Byblos, les souks et le port... Dans les années 1970, la ville figurait parmi les destinations favorites de la jet-set. La guerre civile a mis un coup d'arrêt à son développement, qui n'a pas vraiment redécollé dans les années 1990. L'arrivée de l'investisseur libanais Roger Eddé en 2003 a changé la donne. Il crée la plage Eddé Sands et rachète une grande partie des souks de Byblos, créant restaurants, bars et boutiques. D'autres investisseurs suivent son

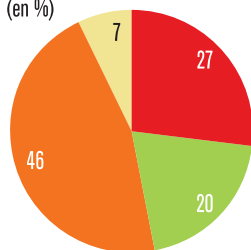
exemple en créant des plages, principalement au sud de la ville. Batroun, située plus au Nord et considérée comme l'une des plus vieilles villes du monde, est également une destination touristique. Elle accueille de nombreuses personnes qui viennent profiter des établissements balnéaires et de la vie nocturne. La clientèle est essentiellement constituée d'habitants de la région. Batroun est en effet située à plus de 50 kilomètres de Beyrouth, ce qui limite les possibilités de venir de la capitale. ■ →



Greg Demarque

Type d'établissement

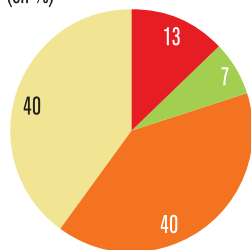
(en %)



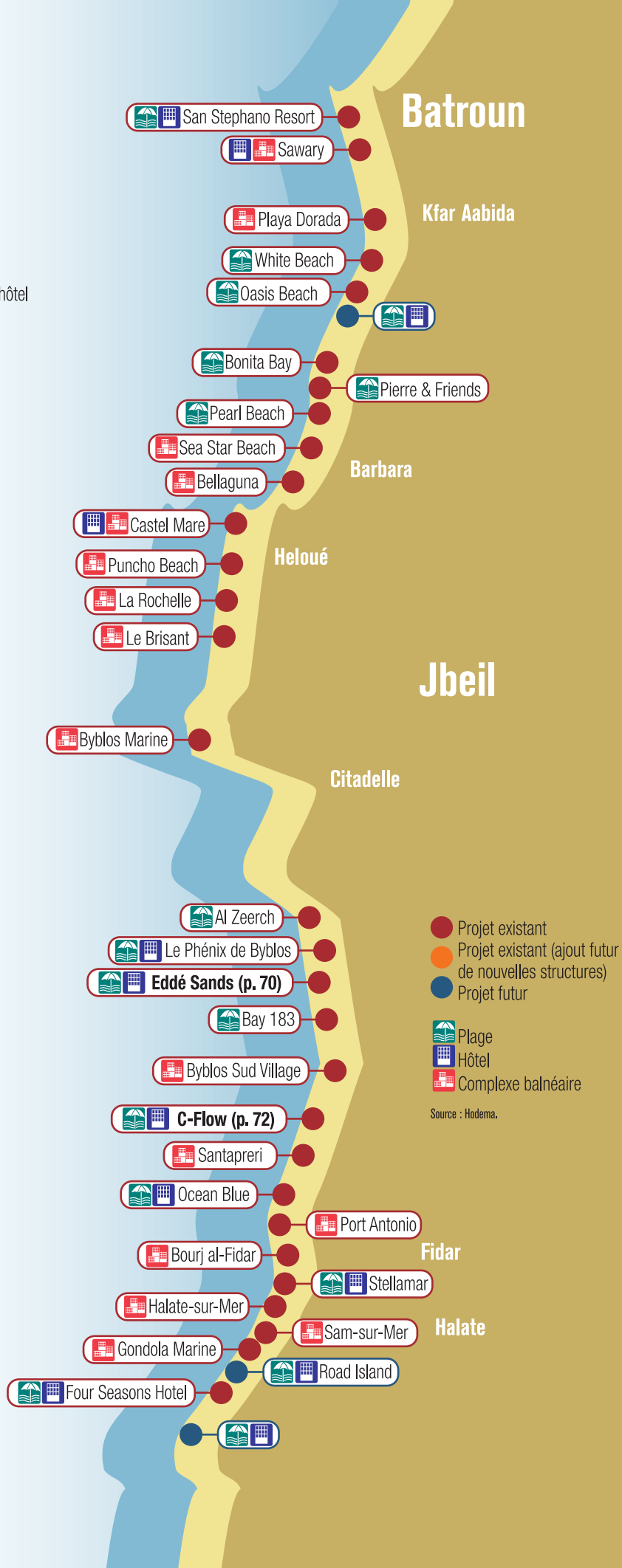
■ Plage
■ Plage et hôtel
■ Complexe balnéaire
■ Complexe balnéaire et hôtel

Positionnement

(en %)



■ Haut de gamme
■ Moyen de gamme
■ Entrée de gamme
■ ND



Eddé Sands

Une évolution constante depuis 2003

Rémy Pigaglio

Que l'on considère sa taille ou la gamme des services proposés, Eddé Sands occupe une place à part dans le paysage libanais : une plage de sable, sept piscines, deux hôtels, trois boutiques, trois spas, sept restaurants, trois bars, sans compter les différentes extensions situées à Byblos... Eddé Sands s'étend sur près de 110 000 m².

Ouvert en 2003, avec un investissement initial de 40 millions de dollars, Eddé Sands évolue sans cesse, avec l'injection de deux à trois millions de dollars chaque année. « Ce sont de gros investissements, mais ils sont très rentables », affirme le propriétaire Roger Eddé.

Située dans un cadre idéal, à deux pas du site archéologique de Byblos, la plage d'Eddé Sands ne compte que pour 10 % du chiffre d'affaires. « Les rentrées à la plage sont minoritaires, les mariages assurent 15 % des revenus, le reste provient des hôtels, des cabanas et des différents événements », explique Roger Eddé.

Émissions de télévision, concerts, réceptions sont organisés à Eddé Sands, avec un « reten-

tissement médiatique, dans tout le monde arabe », se félicite Eddé. Pour l'avenir, l'établissement souhaite plus particulièrement développer le tourisme d'affaires : « Nous voulons créer un petit Davos. » La capacité hôtelière va être renforcée et de nouveaux centres de conférences vont être créés.

L'ambiance et le style de la plage sont aussi en train d'évoluer d'un style d'inspiration asiatique à celle d'un « village libanais ». « La qualité de l'offre, donc de la clientèle, est très importante, indique Eddé. Elle permet de faire venir les sponsors, qui financent au prix fort de nombreux espaces dans Eddé Sands. »

L'établissement dispose pour l'instant d'un hôtel trois étoiles de 28 chambres, dont les tarifs varient de 150 à 250 dollars pour une chambre double, et d'un boutique-hôtel de 20 bungalows, dont les prix varient de 350 à 1 400 dollars en haute saison.

Le complexe offre aussi 10 cabanes permettant d'accueillir 12 à 20 personnes chacune. La plupart sont dotées d'une piscine, toutes ont au moins un jacuzzi. Ces cabanes offrent plus ou

Localisation : Byblos

Date d'ouverture : 2003

Propriétaire : Roger Eddé

Type : plage et hôtel

Superficie : 110 000 m²

Capacité : 3 000 personnes

Nombre d'employés : 900

Période d'ouverture : avril à octobre (plage), toute l'année (hôtel et certains restaurants)

Entrée pour un adulte (semaine/week-end) :

18-24 dollars

Hébergement : deux hôtels

moins d'intimité, selon ce que souhaitent les clients. Jusque-là, Eddé Sands enregistrait une croissance annuelle de l'affluence de 30 % chaque année. « À cause de la situation sécuritaire et du mois de jeûne du ramadan, qui aura lieu du 20 juillet au 20 août, nous prévoyons une croissance modérée de 15 % en 2012 », estime Roger Eddé. ➔



D. R.

C Flow

Pari sur les grands événements

R. P.

Inauguré en 2010 à Byblos, le C Flow est l'une des plages les plus récentes du Liban. Détenu par Fadi Salameh, associé à Alain et Élie Matar.

Réservée aux plus de 18 ans, la plage exclut la clientèle familiale et vise plus particulièrement les jeunes aisés. Un positionnement haut de gamme qui se traduit par un prix à l'entrée de 17 dollars en semaine et 22 dollars le week-end, mais également par la nature des prestations. En plus de sa plage de sable et d'une piscine, l'établissement propose six jacuzzis pouvant accueillir six personnes chacun (200 dollars la journée, en plus de l'entrée) et trois autres jacuzzis pouvant accueillir dix personnes chacun (400 dollars la journée, comprenant l'entrée). Des beach-parties sont organisées chaque

soir, les jeudis, vendredis et samedis, ainsi que les dimanches après-midi. La plage mise aussi sur des événements à forte visibilité médiatique et accueille un artiste international une fois par mois. Le C Flow a par exemple accueilli le DJ français Bob Sinclar le 29 juin 2012.

Quelque huit millions de dollars ont été investis depuis l'ouverture. Chaque année, de petites nouveautés sont proposées aux clients, comme de nouveaux jacuzzis ou une nouvelle décoration.

En termes d'hébergement, le C Flow dispose de trois bungalows pouvant être loués pour la nuit, pour 440 dollars en semaine et 550 dollars le week-end. Les partenaires veulent développer cette capacité et prévoient la construction de 20 nouveaux bungalows sur la plage. Ils envisagent aussi la construction

Localisation : Byblos
Date d'ouverture : 2010
Propriétaire : Fadi Salameh
Type : plage et hôtel
Superficie : 10 000 m²
 (avec le parking)
Capacité : 700 personnes
Nombre d'employés : 40-50
Période d'ouverture :
 mai à octobre
Entrée pour un adulte
(semaine/week-end) :
 17-22 dollars
Hébergement : bungalows

d'un hôtel, pas forcément sur la plage elle-même, mais ce projet dépendra de la situation sécuritaire. ➔



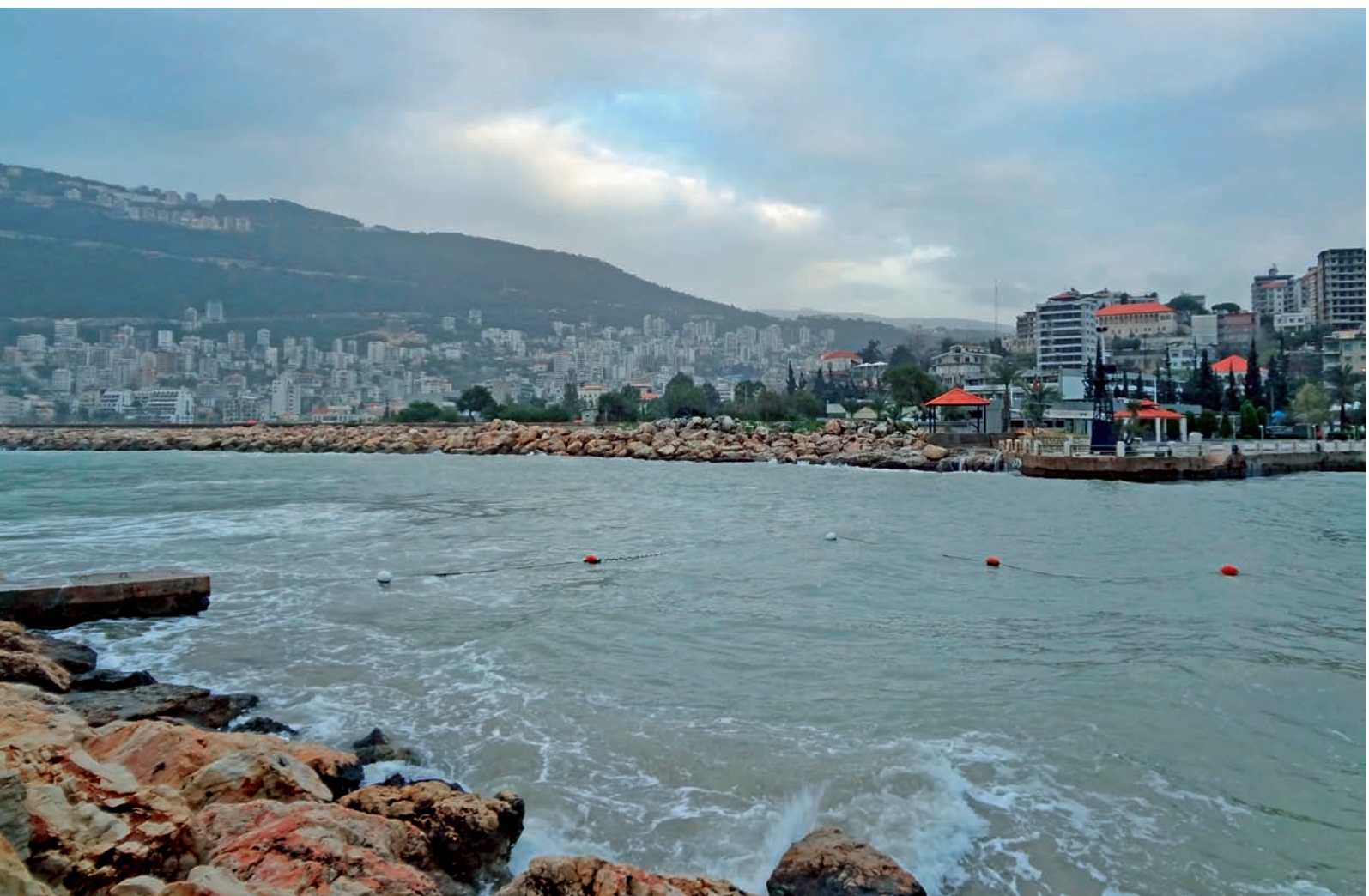
Greg Demarque

Jounié

R. P. et V. H.

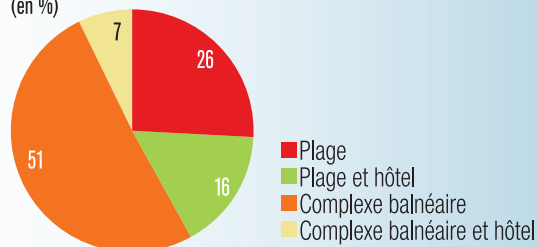
Jounié a la particularité d'être une zone qui accueille énormément de "resorts". Le premier établissement de ce type, l'ATCL, y a été inauguré dans les années 1960. Plus tard, pendant la guerre, Jounié a accueilli de nombreux Beyrouthins fuyant les combats de la capitale. La ville a alors connu un développement accéléré, avec de nombreuses constructions illégales. Jounié a perdu de son attrait après la fin de la guerre, lorsque les Libanais ont recommencé à fréquenter Beyrouth. Depuis quelques années, la ville recommence à attirer

les estivants et les investisseurs. Un nouvel établissement proposant une offre hôtelière, Veer Boutique Hotel and Resort, vient d'ailleurs de voir le jour à Kaslik, le quartier commerçant jouxtant Jounié. De nombreux projets de restaurants et de bars sont inaugurés, témoignant de la vitalité de la zone. La ville profite notamment de sa proximité avec Beyrouth, située à quinze minutes en voiture. Avec plus de quarante établissements balnéaires installés sur le front de mer actuellement, les possibilités de développement y sont toutefois limitées. ➔



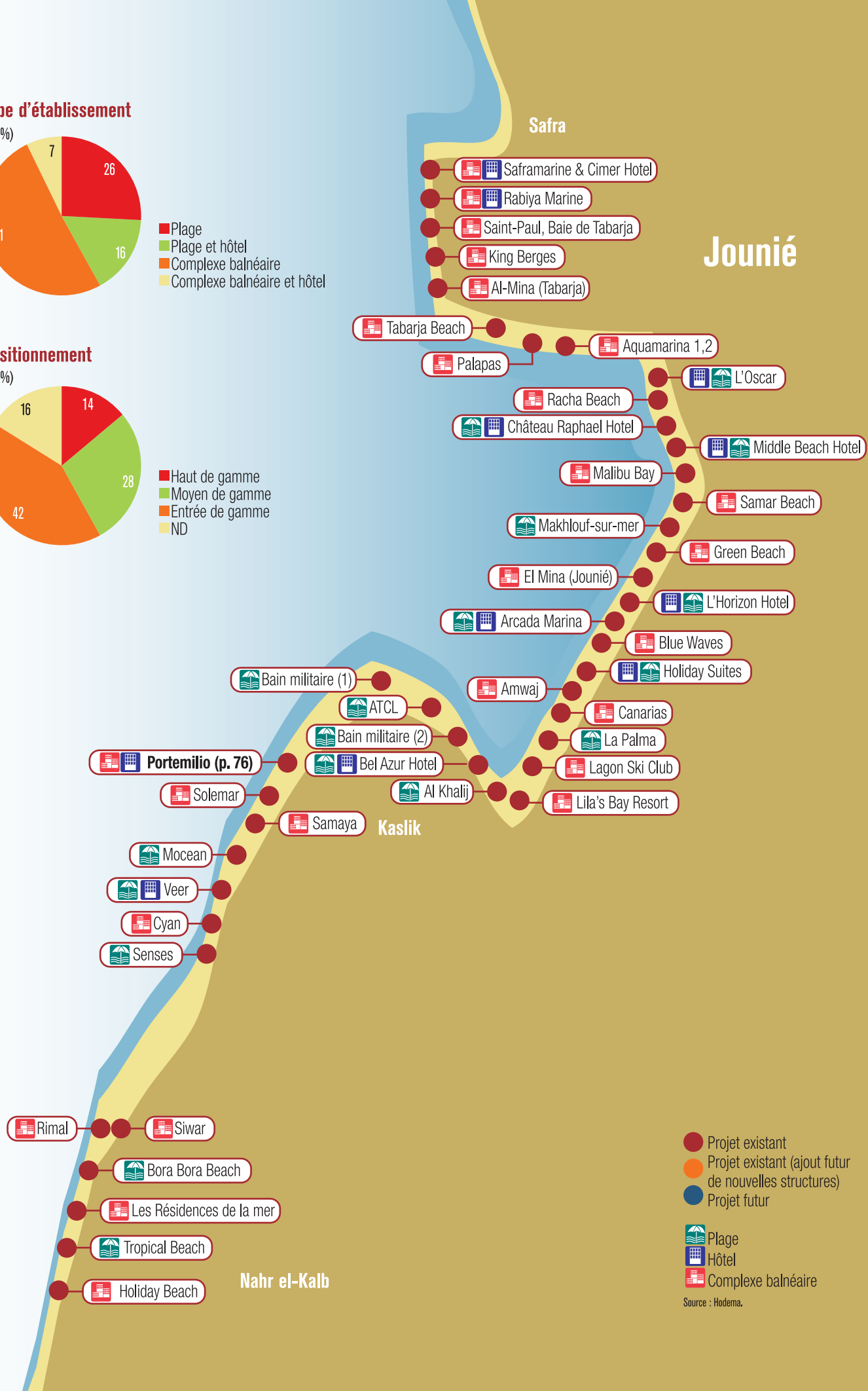
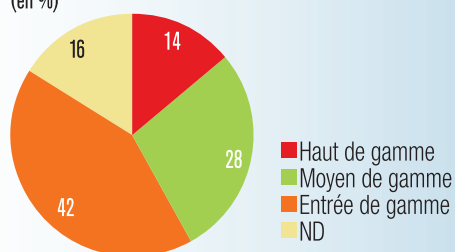
Type d'établissement

(en %)



Positionnement

(en %)



Source : Hodema.

Portemilio Hotel & Resort

Une grande rénovation prévue pour bientôt

R. P.

Le Portemilio a ouvert en 1984 lorsque Jounié concentrait les loisirs que Beyrouth ne pouvait offrir en pleine guerre civile. Le complexe propose alors d'acheter des "chalets", c'est-à-dire des appartements en bord de mer qui donnent accès aux piscines et aux autres installations. En 1996, un hôtel de 180 chambres et suites est inauguré à côté du bâtiment accueillant les chalets.

Fondé par Émile Boustany, Portemilio Hotel & Resort est divisé en deux entités, toutes deux dirigées par Laila Boustany. La société al-Manara Estate Development SAL détient l'hôtel et gère les chalets, tandis que Portemilio Investment Corporation SARL est chargée de gérer l'hôtel. Les chalets sont détenus en copropriété par leurs différents propriétaires.

Depuis l'ouverture, le principe reste le même : seuls les clients de l'hôtel et les occupants des chalets ont accès aux installations. Afin d'accueillir des amis, ces derniers disposent de huit invitations les week-ends et dix en semaine. Il n'est pas possible d'accéder à la piscine

en s'acquittant d'un droit d'entrée.

Si Jounié a souffert de la réouverture du centre-ville de Beyrouth, il y a une dizaine d'années, Fadi Kaedbey, directeur général du Portemilio Hotel, reste confiant : « Jounié continue de se développer, et de nombreux hôtels et restaurants doivent ouvrir, notamment avec des fonds émiriens. Le potentiel est là, plus particulièrement autour de la ville. »

Le complexe dispose aujourd'hui de trois piscines, dont une olympique, d'un gymnase, d'un sauna, d'un jacuzzi, de courts de tennis et de basket-ball, d'un spa et d'un accès à la mer protégé par une jetée. Les bâtiments abritent aussi six salles de conférences et de banquets, qui accueillent de nombreux mariages.

Le chiffre d'affaires de l'hôtel est constitué à 53 % par la facturation des chambres et à 42 % par les revenus du bar et des restaurants, dont 21 % sont assurés par les banquets et les mariages. « Nous souhaitons surtout développer le tourisme d'affaires au sein du complexe, ce qui permettrait d'amé-

Localisation : Kaslik

Date d'ouverture : 1984

Propriétaires : Laila Boustany, Fadia Faloughi

Type : complexe balnéaire

Superficie : 50 000 m²

Nombre d'employés : 200

Période d'ouverture : toute l'année

Hébergement : hôtel et chalets

liorer les taux d'occupation pendant l'hiver », explique Fadi Kaedbey.

La clientèle est notamment constituée de personnes du Moyen-Orient, mais aussi d'expatriés libanais qui reviennent au Liban en été. La direction tente de diversifier cette clientèle, afin de ne pas dépendre de la situation politique dans la région et de limiter l'impact du ramadan. Aucune construction ou évolution particulière du "resort" n'est prévue, mais une grande rénovation doit bientôt être réalisée afin de moderniser les installations. ➔



Rémy Pigaglio

Beyrouth

R. P. et V. H.

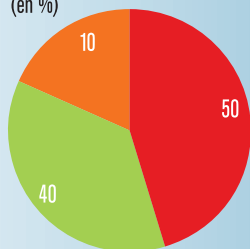
La capitale libanaise a toujours accueilli des plages. Le Saint-Simon, établissement emblématique, a fermé ses portes au début de la guerre. Le Saint-Georges, un hôtel situé à Ain el-Mreissé, a ouvert dans les années 1930 et a rouvert au début des années 2000. Les Libanais ont également toujours fréquenté la fameuse plage publique de Ramlet el-Baïda, surnommée “Saint-Balesh”, car gratuite. Plusieurs établissements ont été construits depuis la fin de la guerre, comme le Mövenpick Hotel and Resort ou le Riviera Beach

Hotel. Les plages de Beyrouth sont donc principalement des hôtels ou des complexes qui disposent de piscines et/ou d'accès à la mer. Du fait de l'urbanisation, il reste peu de possibilités d'aménagement du littoral, particulièrement à Ras Beyrouth, où se concentrent la plupart des établissements. Un seul projet doit voir le jour, le Summerland Kempinski. Actuellement en construction à Jnah, il doit ouvrir en 2013 et comportera un hôtel de 151 chambres et 45 appartements, ainsi que deux piscines. ➔



Type d'établissement

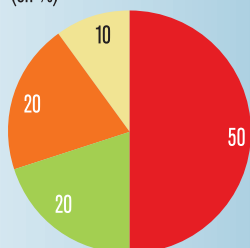
(en %)



- Plage
- Plage et hôtel
- Complexe balnéaire
- Complexe balnéaire et hôtel (0 %)

Positionnement

(en %)



- Haut de gamme
- Moyen de gamme
- Entrée de gamme
- ND



Source : Hodema.

Khaldé-Damour

R. P. et V. H.

Khaldé se situe tout près de Beyrouth. À dix minutes du centre-ville de la capitale lorsqu'il n'y a pas d'embouteillage. Un avantage certain qui explique que Khaldé ait toujours accueilli des plages. Pendant la guerre du Liban, la zone a été dévastée et Khaldé ne renaît que maintenant, avec notamment le projet de refaire la Siesta, un établissement qui existait avant le conflit. La zone de Damour, située plus au Sud, est nettement plus agricole. L'Océana est le premier projet qui s'y est implanté, en 2002. Ce n'est que depuis deux

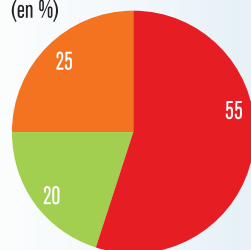
à trois ans que d'autres établissements ont ouvert et la zone de Damour est aujourd'hui très en vogue. Trois projets d'envergure y sont en cours de développement dans les cinq prochaines années : Damour Beach Resort, Nikki Beach et Port D'Amour. Tous seront du type "resort" et posséderont un hôtel et des villas à louer. Peu urbanisée et recouverte essentiellement de champs de bananiers, Damour est l'un des derniers secteurs du littoral à pouvoir accueillir de tels projets, qui réclament des surfaces extrêmement vastes. →



Greg Demarque

Type d'établissement

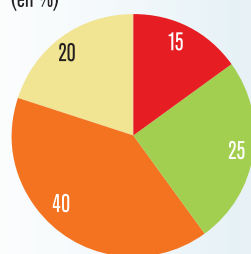
(en %)



■ Plage
■ Plage et hôtel
■ Complexe balnéaire
■ Complexe balnéaire et hôtel (0 %)

Positionnement

(en %)



■ Haut de gamme
■ Moyen de gamme
■ Entrée de gamme
■ ND



Damour Beach Resort

Première étape d'un grand complexe balnéaire

R. P.

La première phase du projet Damour Beach Resort a été inaugurée le 8 juin 2012. Il comporte une plage de sable, sept piscines, un espace de jeux pour les enfants ainsi qu'un espace de promenade.

La seconde phase du projet, prévue pour 2015, comprendra un boutique-hôtel et des villas construits sur un terrain de 220 000 m², loué pour une durée de 30 ans, dont seulement 22 000 m² sont exploités actuellement.

Implanté en terrasses, Damour Beach Resort mise sur la verdure. « Nous avons souhaité conserver le charme de l'endroit, en plantant bananiers, oliviers et orangers, explique Michel Abchee, partenaire du projet avec ses frères Pascal et Gaby. Damour est l'une des rares zones préservées du littoral libanais, qui présente aussi l'avantage d'être très proche de Beyrouth et de son aéroport. »

Les frères Abchee, par ailleurs associés dans le groupe de distribution Admic (Monoprix, BHV, CityMall, etc.), ont investi plus de 2 millions de dollars dans la première phase du projet. Aucun montant n'est encore défini pour la phase 2. Le concept du "resort" se veut "haut de gamme familial". « Il n'y a pas beaucoup d'établissements de qualité destinés aux familles au Liban, assure Michel Abchee. Nous avons souhaité que les familles puissent venir chez nous pour profiter soit de la plage, soit de la promenade, en se sentant en sécurité. »

La plage accueillera mariages et soirées privées, mais il n'est pas prévu d'y organiser des beach-parties pour le moment. Un restaurant libanais, un sushi bar et un snack y sont exploités en gestion propre, ainsi que deux bars. Quinze "huts" peuvent être loués à la journée. Ces espaces VIP disposent d'une pis-

Localisation : Damour

Date d'ouverture : 2012

Propriétaires : Michel, Pascal et Gaby Abchee

Type : plage

Superficie : 22 000 m²

Capacité : 1 000 personnes

Nombre d'employés : 60

Période d'ouverture : mai à octobre

Entrée pour un adulte (semaine/week-end) :

15-20 dollars

Hébergement : non

cine privative et d'un service personnalisé.

« Le Liban vit au rythme des crises, mais nous pensons que les projets touristiques ont quand même leur place dans le pays », affirme Michel Abchee. ➔



Rémy Pigaglio

Nikki Beach Resort and Spa – Lebanon

Le groupe américain choisit Damour pour s'implanter

R. P.

La société américaine Nikki Beach lancera au printemps 2014 à Damour un complexe balnéaire très haut de gamme dans le cadre de sa stratégie de déploiement à l'international. Au total, une quinzaine d'hôtels doivent être ouverts dans autant de pays, sur le même modèle qu'à Damour. Au Moyen-Orient, trois destinations ont été sélectionnées : le Qatar, les Émirats arabes unis et le Liban.

« Beyrouth était un choix naturel, affirme Jihad el-Khoury, PDG, fondateur de Nikki Beach EMEA. Le pays est une référence régionale en matière d'hôtels, de restaurants et de divertissement, et les Libanais s'approprient très facilement ce genre de marques. » La société Luxury Boutique Hotels SAL a loué 70 000 m² de terrains à Damour et loue également les installations hôtelières à Nikki Beach. « Le site est exceptionnel : du sable fin, entouré de verdure, avec un front de mer particulièrement étendu. » Montant prévu de l'investissement : 20 millions de dollars avec un retour sur investissement prévu en sept ans. Le projet qui cible une clientèle entre 25 et 55 ans comprendra un "lifestyle" boutique-

hôtel 5 étoiles avec 30 suites, ainsi que deux restaurants et un beach club. Quarante-cinq villas seront aussi construites dans le complexe, « dans une résidence complètement fermée, sécurisée et dotée d'un concierge », explique Sary Arab, directeur général de Nikki Beach Resort & Spa pour le Liban.

Les villas bénéficieront du service de l'hôtel et elles pourront être mises en "rental pool" par leurs propriétaires. Cela consiste, pour ces derniers, à confier la gestion locative de leur bien à Nikki.

La plage sera uniquement accessible sur réservation. Des bungalows et des espaces privés pourront être réservés dans l'établissement, qui disposera d'un spa et d'une piscine, en plus de celle réservée à l'hôtel. L'architecture est signée Soma et l'architecture d'intérieur Gatsereia Design.

La société Nikki a été fondée en 1996 à Miami par Jack Penrod et Éric Omoré. Simple plage à l'origine, la société s'est rapidement développée dans plusieurs pays et a élargi son domaine d'activités à l'événementiel, la musique, les vêtements, la presse...

Localisation : Damour
Date d'ouverture : 2014
Propriétaire : Jihad el-Khoury
Type : complexe balnéaire et hôtel
Superficie : 70 000 m²
Période d'ouverture : toute l'année
Hébergement : hôtels et villas

En 2008, Jack Penrod s'associe à l'homme d'affaires libanais Jihad el-Khoury pour développer le secteur de l'hôtellerie. Ils créent la joint-venture Nikki Beach Hotel and Resorts, une société offshore enregistrée à Beyrouth.

« Nous pensons que le Liban deviendra à terme une destination touristique majeure du Moyen-Orient », affirme Sary Arab. « Pour l'instant, nous n'avons pas d'autres projets dans le pays. Mais nous ne nous interdisons rien, et nous envisageons notamment l'ouverture d'un hôtel urbain dans Beyrouth », indique-t-il. ➔



D. R.

Jiyé-Rmailé

R. P. et V. H.

Jiyé et Rmailé sont réputées pour leurs plages de sable. C'est à Jiyé qu'a été inaugurée, en 1993, la première plage d'après-guerre, Jonas, sur le terrain du propriétaire Nassif Azzi. L'établissement a fait des émules, et plusieurs plages ont ouvert dans le secteur dans les années 1990 et 2000. Toutefois, Jiyé a toujours été handicapée par la présence de la centrale électrique, au sud de la ville. Les plages ont d'ailleurs subi de plein fouet la marée noire causée par le bombardement de l'usine par Israël en 2006.

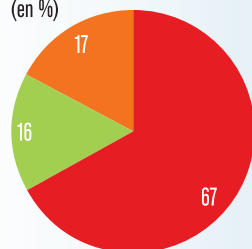
Depuis, Jiyé s'est bien développée, et de nombreux établissements prospèrent, profitant notamment de la beauté du front de mer. Rmailé, la zone la plus éloignée de Beyrouth, a mis davantage de temps à se développer. La première version de l'Océana s'y était implantée en 1999, avant de déménager à Jiyé. Des plages comme Laguava (2004), inaugurée sur l'ancien site de l'Océana, ou La Voile Bleue (2002) ont ouvert depuis à Rmailé. Mais aucun nouveau projet ne doit s'y implanter, notamment en raison de l'absence de terrains disponibles. ■ →



Greg Demarque

Type d'établissement

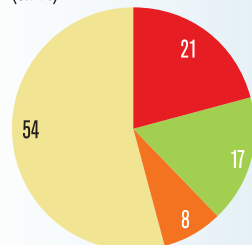
(en %)



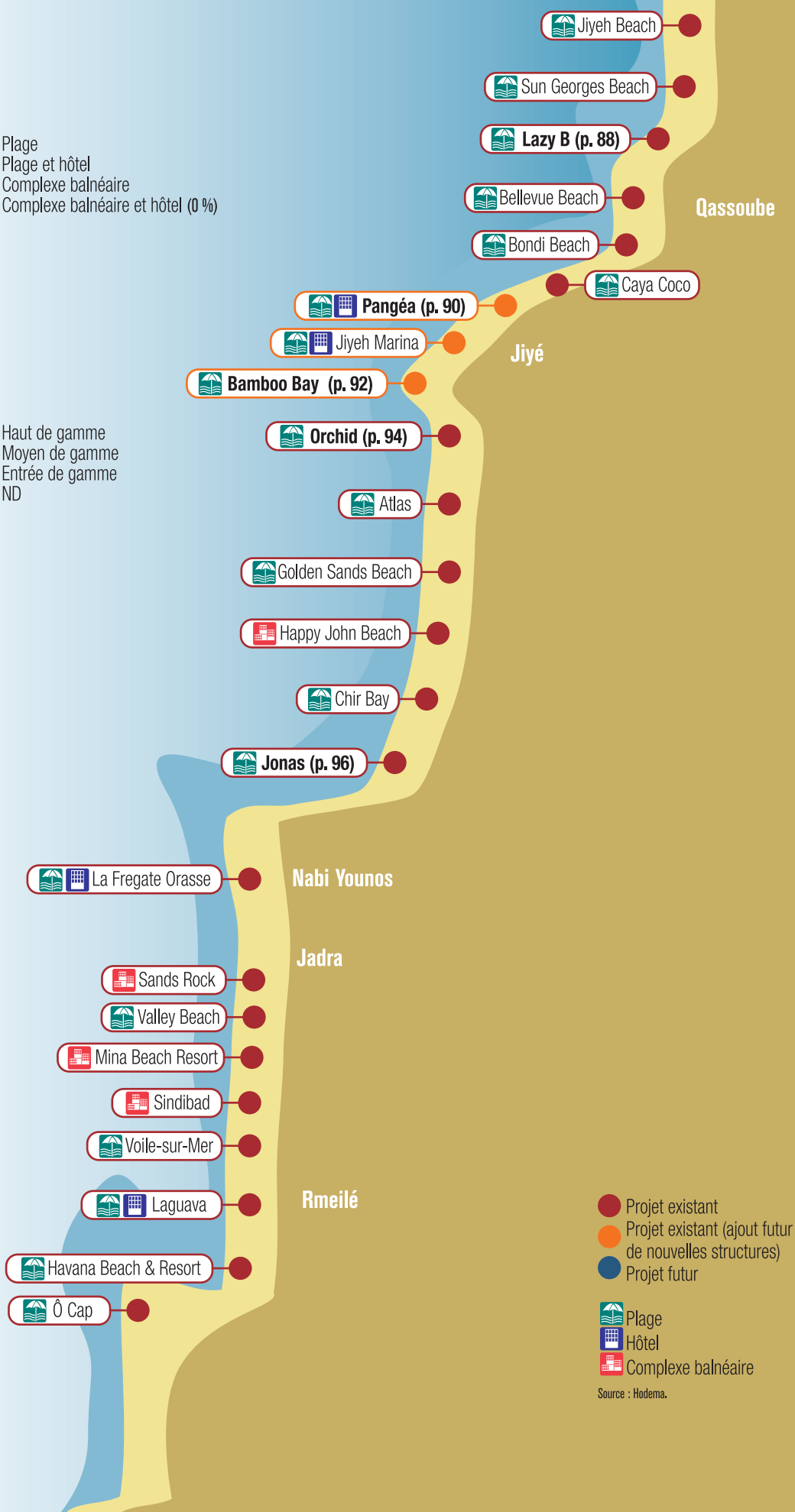
- Plage
- Plage et hôtel
- Complexe balnéaire
- Complexe balnéaire et hôtel (0 %)

Positionnement

(en %)



- Haut de gamme
- Moyen de gamme
- Entrée de gamme
- ND



Source : Hodema.

Lazy B

Le calme et la relaxation haut de gamme

R. P.

Lazy B a réalisé 400 000 dollars d'investissements pour la saison 2012. Une nouvelle "zone famille" a été construite, avec une piscine accessible aux enfants et un espace de jeux. Le nouvel espace est érigé sur un terrain loué pour l'occasion, adjacent à celui de la famille Boustany, propriétaire de la plage.

Le concept de Lazy B n'a pas changé depuis ses débuts il y a six ans : pas de musique, de nombreux espaces vides (surtout des pelouses), l'objectif est d'y assurer calme et relaxation. Avant l'extension, la plage accueillait principalement des célibataires et des couples sans enfant. Le terrain, en pente douce, est divisé en terrasses. Trois piscines y sont aménagées, dont deux réservées aux adultes. La plage de sable fin, de 100 mètres de long, est protégée par des criques naturelles. En plus du nouveau self-service, Lazy B dispose d'un restaurant libanais, géré par la société Larissa.

« Nous avons une clientèle importante d'Occidentaux et d'expatriés, explique Georges Boustany. Lazy B leur rappelle les plages européennes, alors que nos concu-

rents ressemblent davantage à des boîtes de nuit en plein air. »

Lazy B est une entreprise familiale. Patrick, le frère de Georges, a réalisé le design et l'architecture de la plage. Daisy, leur mère, s'occupe de la décoration. « Le caractère familial de l'entreprise nous donne une grande souplesse, explique Georges Boustany. Si nous étions une société, nous aurions dû maximiser le terrain en utilisant tous les espaces disponibles ou en construisant un hôtel. »

Le prix de l'entrée s'élève à 23 dollars en semaine et 27 dollars le week-end. Un tarif que Georges Boustany justifie par les nombreux espaces laissés vides. « Ce sont des espaces que nous ne rentabilisons pas. »

Au total, 1,2 million de dollars ont été investis dans Lazy B depuis l'ouverture en 2006. Une année désastreuse pour les plages du Liban, à cause de la guerre avec Israël. « Nous avons mis trois ans à nous en remettre. »

Outre son "espace famille", Lazy B mise également cette année sur un nouvel espace bien être : le "well-being lounge" géré par un pres-

Localisation : Jiyé

Date d'ouverture : 2006

Propriétaire : Georges Boustany

Type : plage

Superficie : 25 000 m²

Capacité : 1 200 personnes

Nombre d'employés : 120

Période d'ouverture :

mai à octobre

Entrée pour un adulte

(semaine/week-end) :

23-27 dollars

Hébergement : non

tataire externe. « Cela s'inscrit dans le concept de la plage, mais il faudra du temps pour le populariser, car nous ne faisons pas de publicité et comptons uniquement sur le bouche-à-oreille », précise Georges Boustany.

Les Boustany possèdent plusieurs terrains à Jiyé (dont celui du Bamboo Bay). Rien n'est encore décidé, mais la famille envisage à terme de construire un hôtel sur l'un d'entre eux. ➔



D. R.

Warwick Pangéa Beach Resort and Spa

Première saison avec la société américaine

R. P.

Le Pangéa, à Jiyé, est la première plage située hors de Beyrouth à avoir intéressé un investisseur international : la société de gestion américaine Warwick International. Le propriétaire du terrain, le Libanais Hussein Charafeddine, de la société CCA for Tourism, a convaincu Warwick de s'associer à lui pour lancer de grands travaux de rénovation et faire du Pangéa l'un des établissements incontournables du littoral, avec deux restaurants, un spa, une salle de conférences et un hôtel cinq étoiles.

En construction depuis plusieurs années, l'hôtel est censé ouvrir en 2013. Opéré par Warwick International Hotels, il disposera de 63 chambres, d'un nouveau restaurant, d'un club de fitness, de terrains de squash et de tennis.

« À terme, nous souhaitons disposer de 150 chambres. Tout dépendra de la situation sécuritaire au Liban », indique Ali Serhan,

directeur général de l'établissement. Le Pangéa offre déjà 20 bungalows de 60 à 90 m², qui peuvent être loués pour la nuit avec une capacité totale de 83 personnes. Leur prix varie de 400 à 500 dollars la nuit (week-end, en haute saison).

Le billet d'entrée est fixé à 20 dollars en semaine et 27 dollars le week-end (vendredi, samedi et dimanche). Les clients ont accès aux trois piscines ainsi qu'à la plage de sable, d'une longueur de 200 mètres.

Warwick International est une société d'hôtellerie américaine, créée à New York en 1980. La branche "Resorts" dispose actuellement de quatre établissements dans le monde (Thaïlande, Jordanie, Italie et Liban).

« Nous avons choisi le Pangéa car il dispose d'un gros potentiel, explique Ali Serhan. L'établissement a de très bons équipements, sur un emplacement magni-

Localisation : Jiyé
Date d'ouverture : 2006
Propriétaire : Hussein Charafeddine (CCA for Tourism)
Type : plage et hôtel
Superficie : 7 000 m²
Capacité : 1 600 personnes
Nombre d'employés : 120
Période d'ouverture : juin à octobre
Entrée pour un adulte (semaine/week-end) : 20-27 dollars
Hébergement : bungalows

fique tout près de Beyrouth. » C'est le tout premier investissement de Warwick au Moyen-Orient. « Nous sommes nouveaux au Liban, mais nous verrons si nous pouvons nous étendre. » ➔



Greg Demarque

Bamboo Bay

Un projet hôtelier annoncé pour la saison 2013

R. P.

Le Bamboo Bay a diversifié son offre en divisant la plage en deux sections : l'une pour les familles, l'autre pour les adultes. La première, Bamboo Bay Famille, est accessible avec le billet d'entrée, fixé à 27 dollars pour les adultes et 10 dollars pour les enfants. Elle dispose d'une grande piscine, d'un bassin pour les enfants et d'un snack. Au sein de cette section, douze "gardens" (espaces privatifs avec lits, transats, table pour déjeuner, sous un abri en toile) et treize "terraces beaches" (situées sur la plage) peuvent être loués respectivement 67 et 100 dollars la journée. La seconde section, Bamboo Bay Adultes, dispose de neuf jacuzzis, loués 200 dollars la journée, ainsi que d'une piscine. Il est également possible de louer un "sundeck VIP" pouvant accueillir vingt personnes, pour 400 dollars la journée. Inaugurée en 1999, la plage appartenait d'abord à la famille Boustany qui détient toujours le terrain d'une surface de 55 000 m². Les installations étaient alors très simples,

avec quasiment aucune construction en dur. En 2002, les Boustany revendent l'exploitation de la plage à Gilbert Khoury, qui va faire du Bamboo Bay une plage à la clientèle familiale tout en développant les installations de l'établissement. Après avoir revendu ses deux autres plages, l'Orchid et l'Océana, Gilbert Khoury va faire évoluer le concept du Bamboo Bay en créant les deux sections pour adultes et pour les familles.

Trois millions de dollars environ ont été investis depuis dix ans dans la plage. Chaque année, de 150 000 à 300 000 dollars sont de nouveau investis dans le projet. Un montant qui devrait augmenter d'ici à la saison prochaine, avec l'ouverture d'un nouveau restaurant-grill et surtout avec la création de bungalows au sein de l'établissement. Ces petites villas en bois, qui disposeront d'un jardin, pourront être louées à la nuit. Si le concept fonctionne bien, la plage, ouverte uniquement l'été, pourrait à terme ouvrir à l'année.

Le Bamboo Bay appartient aujourd'hui à la

Localisation : Jiyé

Date d'ouverture : 1999

Propriétaire : Edge Capital Hospitality

Type : plage

Superficie : 55 000 m²

Capacité : 1 000 personnes

Nombre d'employés : 140

Période d'ouverture : mai à fin octobre

Entrée pour un adulte (semaine/week-end) : 27 dollars

Hébergement : non

société Edge Capital Hospitality, dont Gilbert Khoury est directeur général, et filiale de Edge Capital, dont le PDG est Jad Najem. Edge Capital Hospitality a un seul autre projet de plage, qui doit ouvrir au cours de la saison à Rmailé, et qui sera tourné vers les jeunes et proposera de nombreuses activités sportives. ➔



Greg Demarque

Orchid

Un positionnement haut de gamme réservé aux adultes

R. P.

Orchid se positionne résolument dans la catégorie "haut de gamme". Son concept : luxe et relaxation. « Nous sommes pionniers en matière de plage de luxe au Liban », affirme Khalil Noujaim, l'un des associés.

Orchid dispose d'une plage de sable fin de 70 mètres de long. La piscine et les coins privatifs (ou "huts") sont disposés sur un terrain qui descend en pente douce vers la mer. Quelque 13 huts pouvant accueillir six à huit personnes sont proposées à la location pour 80 à 100 dollars la journée. Quatorze autres huts disposent d'un jacuzzi et ont une capacité allant de six à 30 personnes. Leur prix varie de 167 à 400 dollars la journée.

La plage, qui s'étend sur 10 000 m² à Jiyé, comprend aussi un petit spa et une boutique. L'entrée coûte 23 dollars en semaine et 30 dollars le week-end, mais le chiffre d'affaires tient surtout aux prestations du "Luxury Resort". La réservation est obligatoire et seuls les adultes de plus de 21 ans sont acceptés. Orchid forme ses 80 employés à servir les clients où qu'ils se trouvent sur la plage sans

qu'ils aient besoin de se déplacer. Le seul restaurant de la plage est opéré en gestion propre, tout comme le bar, qui propose une gamme élaborée de cocktails afin de satisfaire la clientèle haut de gamme, visée par l'établissement. Il s'agit principalement de Libanais, mais aussi d'Européens (40 % environ).

L'établissement développe aussi des partenariats originaux, comme celui conclu en 2010 avec Guy Manoukian, compositeur et pianiste libano-arménien, qui a sorti un CD "inspiré par Orchid". Quelque deux millions de dollars ont été investis dans Orchid depuis l'inauguration en 2006, sur un terrain loué "pour une longue durée". En dehors de petits aménagements, comme un nouveau bar, Orchid ne prévoit pas de nouveaux investissements importants pour le moment. « Nous avons atteint un optimum », estime Khalil Noujaim, selon qui Orchid n'a pas encore de concurrent sur son segment au Liban. L'arrivée prévue en 2014 de Nikki Beach Resort, à Damour, tout près de Jiyé devrait créer l'émulation sur ce segment.

La plage appartient à la société Level 5 Holding,

Localisation : Jiyé

Date d'ouverture : 2006

Propriétaire : Level 5 Holding et d'autres partenaires

Type : plage de jour

Superficie : 10 000 m²

Capacité : 350 personnes

Nombre d'employés : 80

Période d'ouverture : mi-avril à fin octobre

Entrée pour un adulte (semaine/week-end) :

23-30 dollars

Hébergement : non

représentée par Mazen Moussallem, ainsi qu'à trois autres partenaires, Georges Chehadé, Khalil Abboud et Khalil Noujaim. L'entreprise est présente dans l'habillement, où elle possède l'exclusivité pour la distribution des marques Eden Park et Mauboussin. Elle possède également Tree Ad, qui s'occupe de la régie publicitaire de plusieurs médias au Liban. ➔



Greg Demarque

Jonas Beach

De nombreux investissements en 2012

R. P.

Jonas Beach est la plus ancienne plage de sable au Liban inaugurée après la guerre (en 1993). Depuis ses débuts, elle n'a pas changé la simplicité de son concept : une plage de sable, un restaurant-snack et deux piscines. « La plage, c'est la plage ! » explique Nassif Azzi, propriétaire de l'établissement. Ici, rien de comparable avec les différents complexes balnéaires qui fleurissent partout au Liban : pas d'hôtel, pas de spa, pas de musique, pas d'activités nautiques... La clientèle, plutôt familiale, vient chez Jonas pour profiter du sable et de la mer, et rien d'autre.

Un cachet de simplicité qui a tout de même un coût. Depuis l'ouverture, la famille Azzi, qui possède le terrain (en copropriété), a réalisé environ 150 000 dollars d'investissement. 40 000 dollars ont été investis rien que cette année pour construire une nou-

velle piscine de 7,5 mètres de diamètre, accessible aux enfants, ainsi qu'une nouvelle terrasse pour le restaurant. Ces installations s'ajoutent à la piscine semi-olympique, à la pelouse (qui accueille une piscine en plastique) et aux deux terrasses déjà existantes.

Ces différents aménagements ont triplé la capacité de la plage dont la surface est de 7 000 m² pour la porter à 2 000 personnes. « Nous ne voulons pas aller au-delà, car il faut que le restaurant puisse servir tout le monde », explique Nassif Azzi.

Les investissements se sont répercutés sur le prix d'entrée. Celui-ci s'élevait à 7 dollars en semaine et 10 dollars le week-end en 2009. Aujourd'hui, le tarif est de 17 dollars, quel que soit le jour de la semaine. « Les billets d'entrée ne permettent pas de rentabiliser suffisamment l'activité », précise

Localisation : Jiyé

Date d'ouverture : 1993

Propriétaire : famille Azzi

Type : plage

Superficie : 7 000 m²

Capacité : 2 000 personnes

Nombre d'employés : 20

Période d'ouverture : mai à octobre

Entrée pour un adulte

(semaine/week-end) : 17 dollars

Hébergement : non

Nassif Azzi, qui mise beaucoup sur l'ouverture prochaine d'un nouveau restaurant. « Nous allons investir 25 000 dollars dans un restaurant, Les Caves de Jonas, qui sera ouvert toute l'année, et proposera des produits frais de la mer. » ■



Greg Demarque