

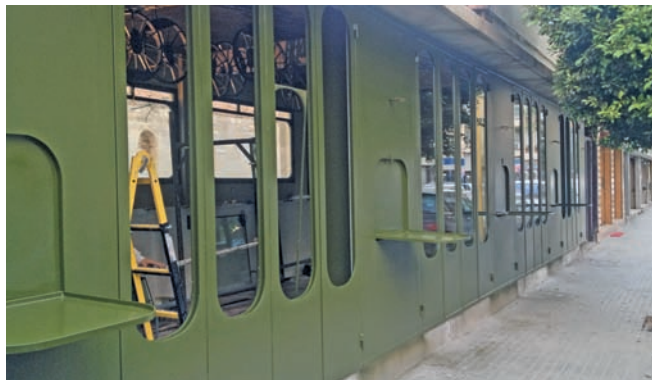
Central Station, un nouveau bar-restaurant à Mar Mikhaël

Mar Mikhaël continue de connaître une croissance rapide : Central Station, un nouveau bar-restaurant y a ouvert fin décembre. Le concept, défini par Charlie Frem – l'un des propriétaires du lieu avec, entre autres, Jad Ballout, Antoine Rached et Joe Gebrane, tous également partenaires dans le bar Garcia's à Hamra – comme un "boutique bar", s'articule autour de cocktails « innovants et hauts en couleur ». Certains contiennent des aliments tels que la mozzarel-

la, des tomates-cerises et des fruits grillés. Côté nourriture, Central Station propose une carte internationale développée par le chef Maroun Chédid et offre plusieurs spécialités parmi lesquelles la salade de chanklish à la sauce de vinaigre balsamique et sumac, le poulet mariné à la citronnelle et au curry, ainsi qu'une sélection de bagels. « Central Station est un concept dynamique, conçu comme un train qui s'arrête trimestriellement dans une nouvelle gare. Ainsi chaque trois mois nous

introduisons des spécialités d'une région du monde qui représente la station d'arrêt du train. » Le ticket moyen est de 35 dollars. Le lieu de 280 m² peut accueillir 100 personnes à l'intérieur et 80 personnes en été, en terrasse, tous les jours de midi à 2h. La décoration, signée Delphine Gebrane, évoque celle d'une gare : « Les vitrines de l'établissement sont conçues comme les fenêtres d'un train et nous avons installé entre autres des roues ferroviaires derrière le bar. » Le lieu se caractérise également par son large bar marbré. Avec leur compagnie Central Station SAL, les propriétaires ont investi 600 000 dollars prévus d'être rentabilisés en trois ans et demi, et emploient 18 personnes. Frem planifie l'ouverture en juillet 2014 de Caramel, un boutique-hôtel de 25 chambres à Hamra ainsi que d'un nouveau "boutique-bar", Propaganda, au rez-de-chaussée de la propriété.

Nagi Morkos / Hodema



Le chiffre

51%

taux d'occupation des hôtels de Beyrouth fin octobre

Selon le cabinet de conseil Ernst & Young, le taux d'occupation moyen des hôtels de Beyrouth s'est établi à 51 % sur les dix premiers mois de l'année, contre 56 % à la même période un an plus tôt. Le taux d'occupation des hôtels de Beyrouth est le troisième taux le plus bas parmi 16 villes du Moyen-Orient, suivie de Manama (42 %) et du Caire (24 %).

Le tarif moyen par chambre a atteint 168 dollars, en baisse de 17,9 % en glissement annuel, les revenus par chambre disponible ont diminué de 24,9 % à 87 dollars.

Ouverture de Cinco Lounge au centre Sofil, Achrafié

Cinco Lounge, un nouveau restaurant et cocktail bar, a ouvert au centre Sofil en novembre. Il propose une cuisine internationale mais « est spécialisé en cuisine péruvienne, une première au Liban », précise Yasmina Yared, PDG du groupe Maillon. C'est la seule enseigne au Moyen-Orient à proposer le Pisco péruvien, un alcool dont le groupe est le distributeur exclusif. « Lors d'un voyage au Pérou, nous sommes tombés sous le charme de la culture péruvienne que nous avons voulu transmettre aux Libanais. » Parmi les spécialités, la soupe au quinoa (produit typiquement péruvien), le ceviche et

le "lomo saltado" : des tranches de viande servies avec du riz et des frites. « Nos plats peuvent être partagés ; nous proposons également un menu de bouchées (à 2 dollars l'une) comprenant de petites portions de certains de nos plats. » Côté bar, l'établissement propose, entre autres, des cocktails à base de Pisco tels que le pisco-jito (version revisitée du mojito). Le ticket moyen est de 30 dollars. Le lieu peut accueillir 110 personnes tous les jours de 17h à 2h. Cinco Lounge est le cinquième concept du groupe Maillon (d'où le nom de l'enseigne) détenu par le Dr Joseph Azouri, après le restau-

rant Maillon, le Maillon Club et le traiteur Gada by Maillon, tous situés dans le centre Sofil, ainsi que le Maillon Café à Zalka. Le lieu a requis un

investissement de 300 000 dollars dont l'amortissement est prévu en trois ans. Il emploie 15 personnes.

Lina Raphaël



Kitchen Central, traiteur et académie gastronomique, ouvre à Dora

inauguré début décembre sur l'autoroute de Dora, Kitchen Central est une cuisine qui propose à la fois un service traiteur, la vente de produits semi-finis et des cours de cuisine. Farid Chéhab, chef et propriétaire du lieu, a suivi une formation à l'Académie Alain Ducasse et a voulu créer un concept qui combine ces trois services complémentaires. « Il faudrait comprendre la composition d'un plat, son histoire, afin de tirer le plus grand plaisir à le déguster », affirme-t-il. Kitchen Central cible les acteurs

du secteur de la restauration et de l'hôtellerie, « ainsi que tout passionné du monde culinaire ». Le service traiteur, desservi par une cuisine centrale de 125 m², couvre des événements privés de taille moyenne (autour de 100 personnes) tels que des dîners, des mariages et des banquets, et propose une offre intégrale incluant la location du matériel (chaises, tables et coutellerie). Il présente une carte méditerranéenne, saisonnière, développée par Chéhab, offrant « des mets raffinés aux standards les plus éle-

vés ». Quant aux produits en vente, ils sont préparés sur place et sont composés entre autres de « jus de viandes », condiments, sauces et tapenades ; ils sont principalement destinés aux restaurateurs, traiteurs et hôtels. Enfin, l'académie propose deux types de cours de cuisine « interactifs » : l'un de deux heures dispensé deux fois par semaine, contre un ticket de 55 dollars, et l'autre, « marathon », de quatre heures, donné une fois par semaine, moyennant 90 dollars. Les cours peuvent accueillir jusqu'à huit personnes, et sont organisés et dispensés par Chéhab qui prévoit également d'accueillir des chefs spécialisés pour certaines sessions. Le projet a requis un investissement avoisinant les 200 000 dollars, dont l'amortissement est prévu en 24 mois.

N. M.



Badaro accueille Kissproof, un bar-café de quartier

Kissproof, un nouveau concept de restauration s'est installé rue Badaro en décembre. L'établissement est un « bar-café, parfaitement adapté à Badaro qui accueille de plus en plus de bureaux et de jeunes résidents. La demande dans le quartier est croissante pour des concepts de restauration », explique Michel Abou

Merhi, un des propriétaires avec Élie Nehmé. Ils sont tous deux également partenaires et gérants des restaurants-bars Vyvan's et The Happy Prince à Mar Mikhaël et Oscar Wilde à Hamra. Le lieu propose entre autres des sandwiches, des salades, des soupes et une sélection de charcuterie. Le bar sert une large panoplie de bières importées (notamment

françaises et belges), propose trois types de bières libanaises à pression, ainsi que des cocktails préparés par le barman Yves Khoury également partenaire. Parmi les boissons-signature, Kissproof propose le « Honey Monkey », un cocktail à base d'infusion de vodka, d'hydromel et de lait de noix de coco. Le ticket moyen est de 20 dollars. Étendu sur une surface de 80 m², Kissproof qui dispose également d'une terrasse sur le trottoir peut accueillir 60 personnes tous les jours à partir de 10h. La société propriétaire, Cafévisors SAL, a investi 250 000 dollars dans ce projet, prévus d'être rentabilisés en 18 mois.

V. H.



En bref

- La société de promotion immobilière **Sayfco Holding** lance son premier projet de complexe balnéaire en avril 2014, à Zouk. Étendu sur 100 000 m² (dont 50 000 m² à gagner sur la mer), le projet disposera d'une surface construite de 188 000 m². Il comprendra des chalets de 50, 75 et 100 m² – vendus à partir de 300 000 dollars –, un boutique-hôtel de plus de 70 chambres et son spa, qui seront gérés par une chaîne hôtelière. Côté loisirs, le complexe proposera, entre autres, des piscines, un parc aquatique, une marina, ainsi que plusieurs boutiques et restaurants. L'ouverture est prévue dans quatre à cinq ans.

- Deux nouvelles ouvertures d'hôtels **Golden Tulip** sont prévues au Liban d'ici à 2015. Le premier, **Lili's Resort**, est un hôtel 4 étoiles de 45 chambres situé à Aley et sera inauguré en 2014. Il comprendra un spa, deux piscines ainsi que des espaces dédiés aux enfants. Le second, **Golden Tulip Ashrafieh Hotel**, prévu pour 2015, est un hôtel écologique (le premier de la chaîne au Moyen-Orient) de 76 chambres et suites, offrant des salles de conférences et centres d'affaires. Avec ces deux nouvelles ouvertures, la marque comptera six hôtels dans le pays ; et plus de 130 emplois seront créés pour ces deux hôtels seulement.

- Le **Monoprix** de Naccache a inauguré un kiosque **Fauchon** proposant café et pâtisseries. Le groupe Admic, détenteur des franchises de Fauchon et du Monoprix au Liban et propriétaire du CityMall, prévoit l'ouverture d'un autre point de vente au CityMall.

Ziad Barakat derrière le succès de Falafel Aboulziz

Ziad Barakat a inauguré la troisième enseigne de Falafel Aboulziz, à Dahié, dans le quartier de Ghobeiri. C'est en avril 2012 que Barakat et son partenaire Walid el-Hage ouvrent le premier établissement de la marque à Dora, suivi d'une enseigne à Hamra en novembre 2012. « Nous avons voulu créer un concept urbain et populaire qui cible le grand public, d'où le choix des emplacements de nos établissements. » Contrairement aux nouveaux concepts modernisés de restauration rapide monothématiques, Falafel Aboulziz propose une expérience "authentique" en offrant des falafel traditionnels. En effet avec un menu composé de deux types de sandwiches, version "standard" (à 2 500 livres libanaises) ou "extra" (à 3 000 livres libanaises), la marque réussit à concurrencer les enseignes libanaises de falafel « les plus populaires » et propose « les prix les plus bas du marché ». « Nous avons produit autour d'un million de falafel en 20 mois », affirme Barakat, pour qui la clé du succès réside dans « l'excellent rapport qualité/prix » qu'il offre. C'est Barakat lui-même qui crée, après plusieurs mois de recherches et d'essais, la recette de ses sandwiches et falafel dont il est le seul à détenir le secret, « c'est ainsi que j'assure la constance de ma production ». Celle-ci, centralisée dans un local de 100 m² à Achrafié, dessert les trois enseignes destinées à la vente à emporter et à la consommation sur place. La surface moyenne d'un restaurant est de 40 m² et l'investissement de 100 000 dollars par établissement. La livraison à domicile est uniquement proposée à proximité des points de



vente. « Je n'encourage pas ce service qui limite l'expérience urbaine », explique Barakat. Il a créé ce concept avec son partenaire dans le but de l'exporter en Europe, aux États-Unis et au Moyen-Orient. « J'ai d'abord voulu le tester au Liban, le mettre au point et le développer localement avant d'envisager la franchise. » Voilà pourquoi il conçoit Falafel Aboulziz sur un modèle adapté au marché libanais, avec un nom authentique « qui n'est pas nécessairement exportable », et mise sur la duplication de son savoir-faire à l'étranger où il envisage de créer une sous-marque adaptée à la région d'implantation. Barakat, 40 ans, obtient un diplôme en management hôtelier de l'école suisse Les Roches en 1999. Il effectue plusieurs stages dans des hôtels à Dubaï et en Suisse, notamment auprès de la chaîne InterContinental. De retour au Liban, il décroche son premier emploi à l'hôtel Phoenicia où il passe un an, puis participe à l'ouverture de plusieurs restaurants comme le Noodles, La Pravda et La Posta, rue Maarad, au centre-ville. C'est en 2002 qu'il crée la

compagnie Hosman propriétaire et gérante de Falafel Aboulziz et Doodle Doo, toujours présent place de l'Étoile au centre-ville. La marque propose entre autres sucreries, crêpes et hot dogs. Doodle Doo connaît un vif succès entre 2002 et 2005, période durant laquelle Barakat amortit quatre fois son investissement initial de 70 000 dollars. Avec les événements de 2005 à 2008, la fréquentation de Doodle Doo faiblit pour tomber parfois à 10 dollars de vente par jour. 2008 est par contre une année record durant laquelle la marque réussit à atteindre certains mois 75 000 dollars de chiffre d'affaires mensuel. Sans pour autant délaisser Doodle Doo, Barakat se concentre aujourd'hui sur le développement de Falafel Aboulziz et prévoit l'ouverture de deux nouvelles enseignes dans le pays dans des quartiers populaires comme Furn el-Chebbak ou Bourj Hammoud. « J'ai créé un concept monothématique afin de me spécialiser et de devenir expert dans la production d'un seul type de produit, mon but est de monter une institution et la développer. »

Vanessa Habib

• La compagnie Alshaya a annoncé la signature d'un partenariat de franchise avec Afkar Holding Group, société propriétaire et gérante de la marque de restauration libanaise **Babel**. Cette collaboration vise à exporter Babel au Moyen-Orient et en Afrique du Nord. Les premières enseignes de la marque à être gérées par Alshaya sont prévues au Koweït et aux Émirats arabes unis.

• **Abou Shawarma**, un nouveau snack libanais, a ouvert ses portes à Achrafié, place Sassine. Le lieu propose une variété de quatre sandwiches de shawarma : poulet, viande, soujouk et poisson, dans un format "standard" (à 5 000 livres libanaises) ou "large" (à 7 000 livres libanaises). Le lieu est ouvert du lundi au samedi, de midi à minuit, et les dimanches de 18h à minuit. Avec une surface de 55 m², Abou Shawarma peut accueillir 25 personnes et propose les services de vente à emporter et de livraison à domicile. Les propriétaires Joseph Bahou et Fawzi Hawasli ont investi plus de 300 000 dollars prévus d'être rentabilisés en deux ans, et planifient de développer la marque au Liban et la franchiser à l'étranger.

• **Hotdog & Beyond**, la marque de restauration libanaise détenue par Michel Salamé a fermé ses deux enseignes dans le pays : au Mall de Dbayé (qui sera remplacé par **Shawarmanji**) et à Hamra. Également, **Bunz**, situé au centre commercial CityMall, a mis la clé sous la porte le mois dernier.

En collaboration avec
hodema
 consulting services
www.hodema.net