

## MatchBox Park : un concept saisonnier de food trucks



**O**uvert à Gemmayzé cet été, MatchBox Park est un nouveau concept qui regroupe plusieurs food trucks sur un même terrain avec un bar central. Lancé par Élie Khoury, propriétaire de la marque de camion-bars Butler's Bottle, il s'agit d'un concept saisonnier, qui est amené à changer d'emplacement. Actuellement, MatchBox Park est situé à Gemmayzé, en contrebas de la rue Pasteur, sur

un terrain de 800 m<sup>2</sup> qui peut accueillir jusqu'à 200 personnes assises dans une ambiance vintage avec même quelques palmiers. Il propose cinq camions permanents : mexicain, US grill, pâtes, pizzas, salades et un visiteur qui change régulièrement, pour un ticket moyen autour de 15 dollars par personne. « La mode des food trucks marche très bien dans le Golfe et j'avais déjà de l'expérience dans le

domaine, c'est ce qui m'a poussé à lancer ce nouveau projet », explique Élie Khoury. Pour l'hiver, MatchBox Park prendra le chemin d'un entrepôt couvert, probablement dans le quartier de Mar Mikhaël ou sa prolongation. L'été prochain, Khoury, qui a investi jusqu'à présent 400 000 dollars notamment dans l'achat de nouveaux camions, se voit bien déménager à Faqra ou Faraya.

Nagi Morkos

### Le chiffre

# 64 %

taux d'occupation  
des hôtels  
à Beyrouth

Le taux d'occupation moyen des hôtels à Beyrouth a atteint une moyenne de 64 % en juillet 2017, contre 57 % à la même période en 2016. Selon le cabinet Ernst & Young, cette progression doit être attribuée à une saison estivale couronnée d'un relatif succès avec notamment le retour des touristes du Golfe. Cette reprise d'activité des hôtels s'accompagne d'une hausse du revenu par chambre disponible. Le revenu par chambre disponible est ainsi passé à 97 dollars, en glissement annuel de 21,4 %. Sur la même période, le tarif moyen par chambre est, lui, passé de 141 à 152 dollars.

## Ummi, un nouveau libanais au centre-ville

**D**ernier-né de la société Par Contre, qui possède déjà Brgr.co, Pzza.co et Deli.co, Ummi est un nouveau restaurant libanais développé autour de la notion de nourriture faite maison. Ouvert juste à côté des autres établissements du groupe dans les Souks de Beyrouth, Ummi propose une carte de plats typiques libanais comme du chich barak, de la kebbé saynié ou encore de la moghrabié pour un ticket moyen autour de 17 dollars le midi et 35 dollars le soir. Situé sur 100 m<sup>2</sup>, le restaurant peut accueillir jusqu'à 60 personnes en salle et 35 en terrasse. « De fait, nous sommes

devenus un petit cluster au sein des souks », remarque Nadim Hammoud, cofondateur de Par Contre.

« Le positionnement dans le centre commercial est important pour nous, nous captions à la fois la clientèle de passage, mais aussi tous les gens qui travaillent d'un endroit pratique où déjeuner », poursuit-il. Cette concentration permet aux quatre restaurants de partager une même cuisine centrale de 450 m<sup>2</sup>. Pour ce dernier projet en date, Par Contre a investi environ 700 000 dollars.

N. M.



# Fait maison : une boulangerie chez soi

**A**vec pignon sur rue à Achrafié, Fait Maison est une boulangerie d'un nouveau genre. Ici, pas question d'acheter pains et viennoiseries chauds, mais congelés. Les produits sont importés directement de France puis packagés au Liban avant d'être vendus dans la boutique, sur commande ou via le site internet. « Le e-commerce en est encore à ses débuts au Liban, donc nous avons ouvert un concept store pour que les clients puissent venir goûter le produit », explique Sami Darouni, le copropriétaire. L'établissement de 120 m<sup>2</sup> propose donc des dégustations, mais à la vente les produits sont toujours congelés – pour un prix moyen autour de 2 500 livres libanaises le croissant ou 3 500 la baguette. Selon Darouni, le secteur des produits congelés, qui représente environ



150 milliards de dollars dans le monde d'après lui, présente de nouvelles opportunités grâce aux avancées technologiques. « Les technologies ont beaucoup changé, avant il aurait fallu du matériel spécifique, mais aujourd'hui il suffit de mettre le croissant ou la baguette dans un four ordinaire »,

explique-t-il. Pour lancer le concept Fait Maison avec l'ambition d'ouvrir prochainement d'autres boutiques, voire de tenter une expansion régionale, Sami Darouni et ses partenaires ont investi plus d'un million et demi de dollars.

Nada Alameddine

# Enab ouvre à Byblos

**U**ne nouvelle branche du restaurant Enab a ouvert à Byblos. Situé sur un local de 450 m<sup>2</sup>, le restaurant peut accueillir jusqu'à 180 personnes assises pour un ticket moyen autour de 30 dollars. La carte traditionnelle libanaise reste la même que dans les autres établissements de la marque, à quelques rares exceptions près. « Byblos est une destination touristique pour les étrangers et un endroit aussi très fréquenté par les Libanais. Il s'agit d'une clientèle très différente de celle de Beyrouth et pour nous cela représente une nouvelle opportunité », explique Zahy Rizkallah, copropriétaire de l'enseigne. Avec ses partenaires, il a investi 1,2 million de dollars dans ce projet. Ouvert en 2012 à Mar Mikhaél, le restau-



rant Enab a rencontré un franc succès et s'est immédiatement exporté vers les autres pays de la région. L'enseigne existe aujourd'hui en franchise en Égypte (trois branches), à Dubaï et à Koweït. En 2016, Zahy Rizkallah et ses partenaires ont ouvert un

deuxième établissement au Liban, au sein de leur cluster The Gardens à Naccache. Enab poursuit son expansion régionale avec deux ouvertures prévues au Bahreïn et en Arabie saoudite d'ici à la fin de l'année.

N.A.

## En bref

• **Bloom**, un restaurant et bar à cocktails, a ouvert à Badaro en lieu et place de l'ancienne supérette Neighborhood. L'établissement de 160 m<sup>2</sup> dont une terrasse de 20 m<sup>2</sup> peut accueillir jusqu'à 70 personnes assises midi et soir. Au menu, on retrouve une cuisine internationale pour un ticket moyen autour de 25 dollars par personne. « Nous avons choisi Badaro, car ce quartier compte déjà beaucoup de bars, de restaurants spécialisés, mais pas encore d'endroits où la carte est vraiment internationale », explique Ramy Naïm, copropriétaire de Bloom avec Raphaël Nassif, sans divulguer le montant investi. Raphaël Nassif vient par ailleurs de prendre la franchise d'une enseigne française pour l'Iran, où l'ouverture d'un premier restaurant est prévue en 2018.

• **Meats and Bread** spécialisé dans les viandes grillées vient d'ouvrir à Gemmayzé dans un local de 90 m<sup>2</sup> dont la moitié est une cuisine ouverte. Le concept, testé d'abord à Souk el-Akl, a fait un tabac motivant pour Riad Abou Lteif qui a investi plus de 150 000 dollars pour passer du street-food à un restaurant. « Gemmayzé a toujours été connu pour son mélange de cultures même s'il attire moins aujourd'hui. Nous pensons que si le produit est bon, le client se déplacera », explique Abou Lteif. Meats and Bread peut accueillir jusqu'à 25 personnes assises autour d'une table centrale ou sur des tables individuelles, midi et soir, pour un ticket moyen autour de 25 dollars par personne. Avec sa société Ocrá, Abou Lteif prépare par ailleurs deux autres projets pour 2018 : un bar à Hamra et un restaurant qui servira les produits de la ferme.

## Il fait l'actualité

# Michel Éleftériades lance le B à Antélias

**A**près le grand succès du MusicHall, Michel Éleftériades ouvre un nouvel établissement nommé B, sur le toit de la Fondation Aïshti de Antélias. Situé sur une surface d'environ 1 500 m<sup>2</sup>, B est un restaurant méditerranéen qui peut accueillir environ 200 clients en première partie de soirée pour un ticket moyen autour de 80 dollars. Au menu, on retrouve une sélection de plats finement travaillés comme des tomates farcies aux calamars avec risotto à l'encre de seiche et au comté, ou encore un bœuf mijoté 18 heures servi avec des champignons marinés au vinaigre de cerise.

Passé minuit, le lieu se transforme en une boîte de nuit électro-deephouse qui peut accueillir environ 1 000 personnes.

Le maître des lieux, qui a investi plusieurs millions de dollars dans ce projet, n'y va pas par quatre chemins : « C'est un lieu dédié au bon goût, c'est-à-dire le mien, dit-il avec humour. Il y a peu de temps encore, je voulais partir m'installer en Italie, à Florence, où je possède un hôtel. Puis finalement, j'ai donné une dernière chance à ma vie au Liban. Ce lieu, c'est un défi lancé contre la vulgarité et la déliquescence dans laquelle nous vivons. »

Personnage au parcours éclectique, Michel Éleftériades a débuté par des études d'art en France, puis à l'Académie libanaise des beaux-arts. Touche-à-tout, il est à la fois artiste, compositeur, metteur en scène, peintre, sculpteur... Mais ce qu'il aime avant tout, c'est promouvoir des artistes, leur donner un espace où s'exprimer, un public. En 1999, il crée le Festival international de Byblos, qu'il dirige jusqu'en



2003, l'année charnière où il ouvre le MusicHall au centre-ville de Beyrouth.

Salle de spectacle, restaurant ou bar, le MusicHall est le joyau de Michel Éleftériades. La décoration y est baroque avec tapis rouges et dorures, l'ambiance feutrée. La salle peut accueillir jusqu'à 800 personnes assises pour un ticket moyen autour de 80 dollars par personne. Avec une programmation locale et internationale, le MusicHall s'impose immédiatement comme l'un des lieux incontournables de la vie nocturne libanaise. En un an, l'investissement est amorti et le propriétaire affirme qu'à l'exception de 2006, son chiffre d'affaires n'a fait qu'augmenter d'année en année.

En plus de recevoir des artistes comme Toni Hanna, les Chehadé Brothers ou encore Bilal, Éleftériades a aussi produit leurs albums

sous son label Elef.Records.

Dix ans après son ouverture, le MusicHall fait des petits avec une branche à Dubaï, aux Émirats arabes unis et un établissement d'été en bord de mer, au Biel, le MusicHall Waterfront.

Personnalité du monde culturel, Michel Éleftériades est aussi connu pour ses engagements politiques. Il s'est notamment autoproclamé Empereur Michel 1<sup>er</sup> du Nowheristan – un nouvel État qu'il a créé en 2003 lors de sa période "mégalomane". Dernier soubresaut dans cette histoire fantastique, l'empereur vient tout juste d'abdiquer. Libéré de ses fonctions, Éleftériades est méconnaissable. Finis les grands manteaux noirs, la canne et la Bentley sur mesure, le nouveau Éleftériades est rasé, porte des habits colorés, roule en Kia Picanto et s'amuse qu'on ne le reconnaisse plus.

Nagi Morkos

## En bref

- La marque de sandwich turque **Döner and Gyros** se lance au Liban avec une première enseigne à Mar Mikhaël. Sur 70 m<sup>2</sup>, le restaurant peut accueillir jusqu'à 26 personnes assises pour un sandwich sur le pouce et assure un service de livraison en continu. Au menu, différents types de sandwiches, mais aussi des plateaux et des salades pour un ticket moyen autour de 8 dollars. Pour ce projet, le détenteur de la franchise, George Karam, a investi environ 400 000 dollars. Lui, qui possède déjà quatre établissements de la marque à Abou Dhabi, a misé sur le succès rencontré auprès des Libanais expatriés pour se lancer au Liban. Après Mar Mikhaël, Karam souhaite ouvrir trois autres points de vente Döner & Gyros à Hamra, Byblos et peut être Dbayé.

- Ouvert en lieu et place de l'ancien Classic Burger Joint de Mar Mikhaël, **Ahi Poke** est un nouveau concept de cuisine hawaïenne. « Lors d'un voyage aux États-Unis, j'ai découvert la cuisine hawaïenne qui fait un carton là-bas, je me suis dit que ce serait parfait pour Beyrouth », dit Khoder Hammoud, propriétaire du restaurant. Novice dans le secteur, Hammoud, qui a investi environ 125 000 dollars dans ce projet, s'est fait aider par un ami, le chef Karim Bibi, pour mettre en place la carte. Au menu, différentes combinaisons à base de riz, nouilles ou bien salade pour un ticket moyen autour de 15 dollars par personne. Le restaurant de 60 m<sup>2</sup> peut accueillir une trentaine de personnes assises.

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

# Nightlife : à ciel ouvert, mais plus terre à terre

Si les rooftops se multiplient dans les régions, à Beyrouth les fêtards estivaux plébiscitent les terrains en plein air. Concentrés sur le Beirut Waterfront District (BWD), les établissements se livrent à une concurrence acharnée.

**P**arti en fumée lors d'un incendie en 2015, le pionnier des rooftops libanais ne pouvait espérer meilleure renaissance. « Le SkyBar a débuté la saison en retard avec une ouverture en août, mais depuis il affiche complet chaque soir, c'est bien au-dessus de nos prévisions », se félicite Chafic el-Khazen, président-directeur général de Sky Management. Situé sur le toit du O1NE, son nouveau complexe a nécessité un investissement de près de quatre millions et demi de dollars et peut accueillir jusqu'à 1 500 personnes à raison de quatre soirs par semaine. « Le nouveau SkyBar est une version améliorée de l'ancien, on a essayé de garder la même architecture, tout en l'embellissant », précise le gérant. À son inauguration en 2003 sur le toit du Palm Beach Hotel – il s'installera plus tard en 2007 dans le Beirut Waterfront District (BWD) sur le toit du Pavillon royal –, le SkyBar consacre à Beyrouth une tendance mondiale : celle de ces rooftops, espaces festifs en plein air avec vue dégagée. En 2006, le groupe Addmind emboîtera le pas en inaugurant le White sur le toit du journal *an-Nahar*, tandis que le Capitole optera pour le sommet de l'immeuble Asseily, à deux pas du Parlement en face de la place Riad el-Solh. Mais dans un Beyrouth à forte densité urbaine, où les décibels se heurtent aux réglementations de Solidere, certains propriétaires choisissent d'essaimer le modèle plus au nord. « Les loyers y sont moins chers, il n'y a pas de problèmes de parking, nous pouvons cibler une nouvelle clientèle en se rapprochant du Metn et du Kesrouan, explique Karine Khoueiry, responsable marketing d'Addmind. Pour une boîte de nuit, il est préférable de s'installer dans une zone industrielle. » Sur le toit de l'immeuble d'*an-Nahar*, le groupe inaugure donc un espace plus "lounge" avec le Iris et réinstalle le White à Dora. À l'image d'Addmind, d'autres professionnels de la nuit partent à l'assaut du Nord comme à Dbayé avec l'Oreent ou le Killer Queen. Le dernier du genre, le B voyait le jour fin août sur le toit du centre commercial Aishti à Antélias.

Quant aux professionnels désireux de rester dans la capitale, ils ont dû renoncer aux toits, pour s'installer en bord de mer. Avec ses soi-



Le dernier en date, AHM, a été inauguré le 27 juillet.

rées Decks on the beach, la société Alternite lance le mouvement en 2012. « Il y avait des endroits pour faire la fête sur de la musique commerciale, mais pas pour des soirées électro-innovantes », raconte Olivier Gasnier Duparc, cofondateur du groupe. Tous les vendredis d'été, le Sporting Club se transforme en boîte de nuit à ciel ouvert, moyennant le paiement d'un loyer indexé sur le nombre d'entrées. « Le bilan de cette année est excellent. Avec entre 1 000 et 1 600 personnes chaque semaine, nous avons réalisé notre meilleur été », se réjouit l'organisateur. L'une des explications de ce succès : la venue de grands noms de la scène électro internationale : « Sur des soirées comme celles-là, nous enregistrons 200 à 300 personnes de plus que d'habitude », indique Olivier Gasnier Duparc, qui fixe le ticket d'entrée à 23 dollars. Sur ce segment des nuits beyrouthines, la concurrence se concentre principalement sur le Beirut Waterfront District (BWD). Ses espaces dégagés à quelques encablures du centre-ville en ont fait le cadre idéal. Pas moins de quatre clubs (en plus du rooftop du SkyBar) – Garten, MusicHall, Seven Sister – se disputent chaque week-end l'affiche. Le dernier en date, AHM, a été inauguré le 27 juillet. « Notre lancement a été un gros succès, nous avons fait le plein

avec près de 5 000 personnes chaque semaine, revendique l'un des trois fondateurs qui préfère rester anonyme. Pour sortir du lot, les propriétaires – en plus de bénéficier du statut de "petit nouveau" – ont misé sur un design et un éclairage novateurs.

« C'est un milieu concurrentiel, il faut pouvoir offrir quelque chose de neuf et d'original », explique ce professionnel de la nuit qui détient aussi une partie du Grand Factory et de Reunion. Dans ce marché rythmé par une saisonnalité courte (les espaces en plein air ouvrent de mai à septembre), les professionnels du secteur anticipent l'entrée dans la basse saison. Loin de ses performances estivales, Alternite va rouvrir les portes de sa boîte de nuit Miss Jones dans le quartier Solidere, Caprice fermera de son côté son rooftop en mesure d'accueillir 8 000 personnes en été, pour un espace fermé d'une capacité de 600 personnes. Quant aux propriétaires de AHM, ils pourront se reposer sur la notoriété Grand Factory en mesure d'accueillir jusqu'à 1 200 personnes. Sky Management misera sur le O1NE et sur le Sax, et le MusicHall reprendra ses quartiers à Starco. Le temps pour chacun de peaufiner sa stratégie bien au chaud. Avant l'été prochain.

Nagi Morkos/Hodema avec Élias Kassim