

restos, bars, cafés

# Restaurants : la croissance

Nagi Morkos/Hodema



# reprend à Beyrouth



**Après une période de troubles, le marché de la restauration à Beyrouth retrouve cette année le dynamisme qui l'a toujours caractérisé.**

**L**e secteur de la restauration à Beyrouth a bénéficié en 2017 d'une conjoncture plus favorable que l'an passé. Malgré quelques ombres au tableau, on observe tout de même le retour à une relative stabilité politico-sécuritaire qui semble rassurer les investisseurs.

## **RETOUR DU TOURISME**

Les professionnels du secteur ne sont pas les seuls à redonner une chance à Beyrouth, les touristes eux aussi reviennent peu à peu. Selon les chiffres du ministère du Tourisme, le Liban enregistre une augmentation de 17,5 % du nombre de touristes durant les quatre premiers mois de 2017, passant ainsi à 503 805 visiteurs contre 428 947 sur la même période l'an passé. La répartition par nationalité signale une croissance du nombre de touristes arabes, dont certains avaient, un temps, boycotté le Liban en raison de la crise diplomatique avec les pays du Golfe. Ils sont ceux qui reviennent le plus et se taillent la part du lion avec 179 828 indi- →

vidus, soit 36 % du total, rapidement suivis des Européens avec 163 002 individus ou 32 % du total.

Ainsi, le taux d'occupation moyen des hôtels à Beyrouth a atteint les 62 % au premier trimestre 2017, contre 56,3 % à la même période en 2016, selon le cabinet Ernst & Young. Après de véritables années noires, cette hausse de la fréquentation a permis aux hôteliers de remonter légèrement leurs tarifs par chambre.

Ces chiffres encourageants devraient se confirmer tout au long de l'année. Pour la saison estivale, cette fois-ci encore concomitante avec le Ramadan, les fêtes du Fitr et de Adha, hôteliers et restaurateurs ont en effet enregistré de très bonnes réservations. Le nouveau ministre Avédis Guidanian, qui succède à Michel Pharaon, s'est engagé à promouvoir le Liban auprès de 150 tour-opérateurs étrangers via l'initiative Visit Lebanon 2017.

### OUVERTURES/FERMETURES

Ce contexte encourageant se reflète sur le secteur de la restauration qui enregistre une croissance de 5,3 % : il enregistre 182 ouvertures pour 135 fermetures. Ce chiffre est d'autant plus notable que l'année dernière avait été marquée par la stagnation.

Dans les onze zones recensées dans le cadre de cette étude (Bliss, Hamra, Zone du Parc, Verdun, centre-ville, Zaitunay Bay, Gemmayzé, Mar Mikhaël, Sassine, Monnot-Sodeco, Badaro), Hodema a comptabilisé 59 285 places assises au total contre 56 986 en 2016, soit une augmentation de 2 299 chaises. Mais poursuivant la tendance des années précédentes, les restaurants et bars continuent à réduire leurs surfaces avec une capacité moyenne qui s'établit à 63 places contre 68 en 2015.

### “SYRIANISATION” DES RESSOURCES HUMAINES

Malgré un bilan plutôt positif, force est de constater que le secteur de la restauration souffre toujours d'un mal structurel : des ressources humaines sous-qualifiées. Une situation d'autant plus paradoxale que le Liban dispose d'une soixantaine d'écoles hôtelières et de centres de formation, mais ceux-ci ne comblent pas le manque. Trop souvent, les jeunes diplômés libanais préfèrent s'expatrier vers

des pays où ils toucheront un meilleur salaire, ce qui a pour conséquence de réduire la qualité du service d'année en année.

Les restaurants libanais, qui pour la plupart n'ont pas de programmes de formation en interne, ont du mal à recruter de bonnes équipes et se replient souvent sur une main-d'œuvre étrangère, majoritairement syrienne, certes peu coûteuse, mais généralement moins qualifiée.

### LE SUCCÈS DES MALLS ET DES CLUSTERS

À l'échelle du pays, on sent clairement les effets de l'arrivée en force des grands centres commerciaux et des clusters. Rien que cette année, trois mastodontes vont ouvrir leurs portes : l'ABC de Verdun, The Spot à Choueifate et Cascada Mall dans la Békaa. Chacun d'entre eux modifie considérablement le visage du quartier ou de la région où il s'installe avec en tout 240 000 mètres carrés de surface locative supplémentaire dans le pays. On attend aussi l'ouverture prochaine de plusieurs nouveaux centres à Beyrouth, à Byblos et à Tripoli.

Parallèlement au développement des centres commerciaux, plusieurs propriétaires fonciers confrontés à la stagnation, voire la baisse des prix de l'immobilier, choisissent de transformer leurs biens en conglomérats de restaurants et de boutiques. Cette tendance a gagné Beyrouth et sa proche périphérie avec une augmentation en flèche du nombre de clusters. Malgré l'ouverture de grands complexes à Hazmié et Dbayé, les investisseurs ne lèvent pas le pied au contraire : on annonce déjà de nouveaux projets à Achrafié, Ramlet el-Baida et au Biel.

### D'AUTRES MODÈLES : DU KIOSQUE AU RESTAURANT

Le succès des marchés comme Souk el-Tayeb et Souk el-Akel se confirme cette année encore. Ils se développent même à l'extérieur de Beyrouth. Ces événements ne servent plus uniquement à animer les rues, mais ce sont aussi des tremplins pour les débutants qui, après un passage fructueux en kiosque, s'institutionnalisent en ouvrant de véritables enseignes, notamment du côté de Mar Mikhaël qui semble être leur destination favorite. Mais le modèle séduit aussi les marques

existantes qui veulent lancer un produit spécifique à l'image de la "pizza donut" de Dunkin' Donuts ou encore le "sushi burrito" de Ichiban. Cette stratégie est moins risquée et moins coûteuse que d'ouvrir une nouvelle enseigne, car elle permet de tester le produit auprès de la clientèle sans avoir besoin d'élaborer un modèle économique. D'ailleurs, la plupart du temps, les marques n'utilisent pas leur nom à ce stade. Elles mettent en avant le produit et, si c'est un succès, il rejoint le menu de l'enseigne ou se développe sous une enseigne indépendante.

Dans la même veine, on observe aussi cette année le succès des concepts monoproduit. Ces petits établissements, qui ressemblent à des snacks de rue améliorés où l'on mange sur le pouce et pour pas cher, sont spécialisés sur un seul produit, parfois décliné en plusieurs recettes. C'est le cas des tacos, des burgers, desserts glacés ou encore des crêpes.

### QUELQUES TENDANCES

La vie nocturne reste un segment de marché très fort avec des boîtes de nuit comme Discothèque, Grand Factory-Reunion ou The O1NE, qui sont un vrai succès. Les rooftops, ces toits d'immeubles aménagés en bars-restaurants, constituent aussi une valeur sûre et s'étendent aujourd'hui en dehors de Beyrouth avec de nouvelles ouvertures dans la région de Dbayé.

Autre tendance, les concepts "bons pour la santé" qui ne cessent de fleurir à travers la ville. On retrouve ainsi de plus en plus d'établissements proposant quelques produits ou se spécialisant tout simplement dans le sans gluten, sans lactose, dans les "superfoods", les thérapies au jus de fruit ou les compléments alimentaires.

Les franchises de grandes marques internationales semblent en revanche en perte de vitesse, avec quelques fermetures emblématiques comme Shake Shack. Sauf quelques enseignes incontournables comme Starbucks ou Paul, la clientèle libanaise semble privilégier les concepts locaux et les marques développés par des indépendants. Les restaurants libanais sont d'ailleurs en train de gagner de plus en plus de parts de marché en partant à la conquête de nouveaux quartiers comme, par exemple, la Zone du Parc ou Mar Mikhaël dont la quasi-totalité des enseignes sont nées au Liban. →

# Beyrouth redécolle

**E**n observant la carte de Beyrouth, on distingue les tendances qui structurent le secteur de la restauration et des bars en 2017. Après une légère baisse d'activité en 2016, le secteur enregistre une belle progression cette année. Le nombre total d'enseignes dans les onze zones recensées par Hodema passe de 890 en 2016 à 937 cette année, soit une augmentation de 5,3 %. Cette

évolution est le résultat de 135 fermetures d'établissements pour 182 ouvertures.

Les raisons de cette reprise sont multiples. Après des années difficiles, et malgré une ambiance économique générale un peu morose, le pays semble avoir retrouvé une forme de stabilité politique avec l'élection d'un président de la République et la formation d'un gouvernement. Cela a rétabli la confiance des investis-

seurs qui s'engagent sur de nouveaux projets. Le nombre de places assises pour la capitale s'établit à 59 285 contre 56 986 en 2016, soit une moyenne de 63 places par établissement contre 64 l'an passé. Ces chiffres confirment la tendance selon laquelle les investisseurs privilégient de plus en plus les surfaces réduites. Comme les années précédentes, le positionnement de l'offre oscille entre un tiers de

## Capacité assise par zone F&B en 2017

≈ 1 500 places assises



## Méthodologie

Pour déterminer les zones Food & Beverages de la capitale, nous nous sommes appuyés sur les plans déjà publiés de 2010 à 2016. Nous avons également visité, au cours des mois d'avril et de mai 2017, les 937 établissements présents dans ces zones – restaurants, cafés, bars, boîtes de nuit, kiosques et comptoirs. Nous avons relevé le nombre d'établissements dans chaque rue des onze zones étudiées et recensé pour chaque établissement le nombre de places assises, le positionnement, le concept, le ticket moyen et le type de nourriture offerte. Nous avons ensuite choisi trois quartiers qui se sont distingués par leur progression cette année pour établir leur plan détaillé. Les statistiques et les évolutions présentées et analysées dans ce dossier sont issues de l'ensemble de ces paramètres. D'une année à l'autre, nous sommes dans l'obligation d'ajuster les chiffres présentés dans le numéro précédent du fait de la volatilité rapide de l'offre de restauration et afin de préciser nos analyses. Au lieu du chiffre de 862 enseignes recensées en juin 2016, nous avons utilisé celui de 890 dans l'étude actuelle, des ouvertures ayant eu lieu entre le moment de notre enquête et la publication du numéro au cours de l'été. Les établissements situés hors des onze zones identifiées n'ont pas été comptabilisés.

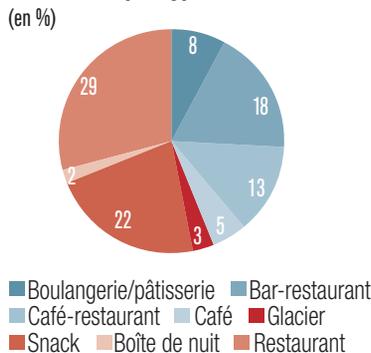
concepts entrée de gamme, 58 % bas et moyen de gamme, et seulement 10 % de concepts moyen-haut à haut de gamme.

Cette année, la carte montre que deux zones enregistrent une croissance particulièrement favorable. La Zone du Parc arrive en tête et s'étend vers le Biel où de nombreux concepts de nuit comme le SkyBar, Seven Sisters ou Gärten sont installés. Du changement aussi du côté du Pavillon Royal qui a été repris par un nouveau groupe. Le quartier est suivi de près par Badaro où le nombre d'enseignes a augmenté de 74 % en seulement trois ans. À noter aussi le centre-ville qui reprend sa croissance grâce à l'activité des Souks et Verdun qui affiche un dynamisme exceptionnel lié à l'ouverture de l'ABC. Hamra est la grande perdante de l'année. Le quartier souffre d'une désaffection de sa clientèle qui a été accentué par la tentative d'attentat au Costa Café en janvier dernier. Du côté des valeurs sûres, on retient la place Sassine et la rue Bliss. À noter aussi du changement à Achrafyé où un nouveau petit cluster de six restaurants développé par Venture Group (Backyard à Hazmié et The Village à Dbayé) est attendu face au Mandaloun Café.



### Chiffres-clés dans les 11 zones F&B de Beyrouth

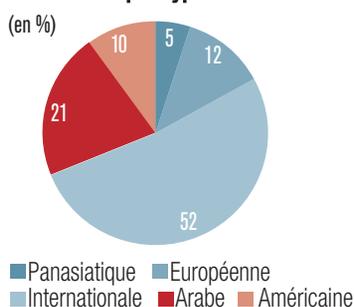
#### Distribution par type d'établissement (en %)



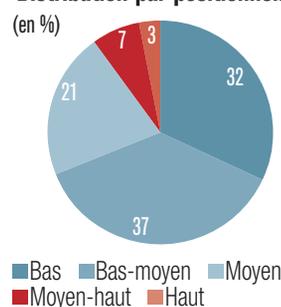
#### Distribution par origine du concept (en %)



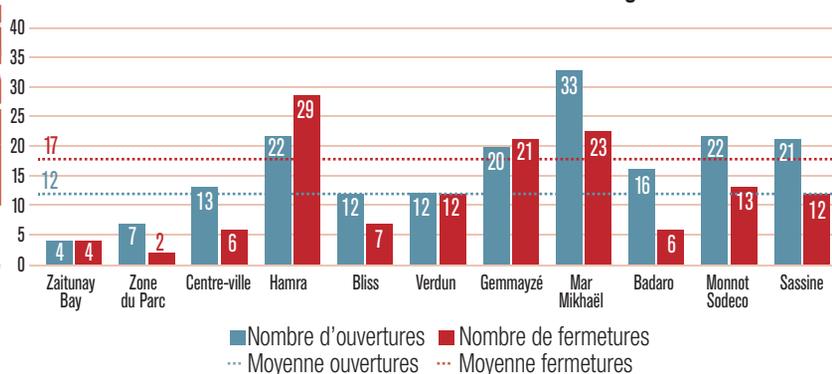
#### Distribution par type de cuisine (en %)



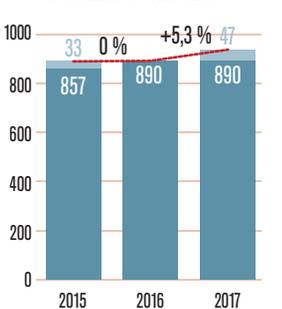
#### Distribution par positionnement (en %)



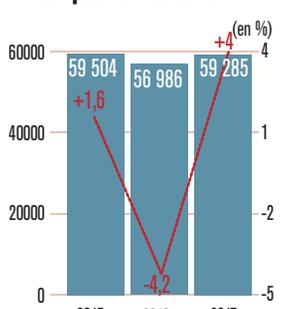
### Ouvertures et fermetures en nombre d'enseignes



#### ... en nombre d'établissements



#### Évolution... ... en nombre de places assises



#### ... de la croissance du nombre d'enseignes (en %)



# VERDUN

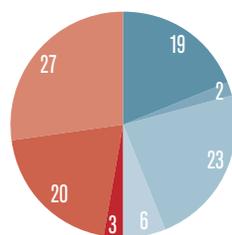
## change de visage

L'arrivée de l'ABC entraîne une accélération fulgurante de ce quartier plutôt tranquille et familial. Du seul fait des ouvertures au sein du centre commercial, le nombre total d'enseignes passe de 64 en 2016 à 92 cette année. Parmi les 28 nouveaux établissements, la moitié sont des cafés-restaurants de moyenne gamme, déjà présents dans d'autres ABC, comme Bar Tartine, Leila, Mie Dorée, Duo ou Pinkberry. Toute la question maintenant est de savoir quel va être l'impact de l'arrivée de ce nouvel acteur sur les enseignes déjà implantées, car, en dehors du centre commercial, Verdun est resté figé. Le quartier vit depuis deux ans dans l'attente de l'ABC et les opérateurs, incertains de leurs perspectives d'avenir, n'investissent plus. Le regain d'activité économique engendré par le mall va-t-il redynamiser l'ensemble du quartier ou bien au contraire rendre impossible toute compétition ? Certains, comme l'emblématique Starbucks Verdun 732 accueille de nouvelles opportunités et fait de l'ABC son allié en ouvrant deux nouveaux emplacements en son sein, mais ce n'est pas la règle.

### Répartition des restaurants par :

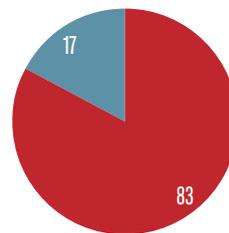
(en %)

#### Catégorie de restaurants



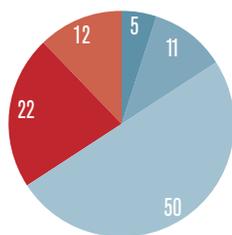
■ Boulangerie/pâtisserie ■ Bar-restaurant  
 ■ Café-restaurant ■ Café ■ Glacier  
 ■ Snack ■ Restaurant

#### Origine du concept



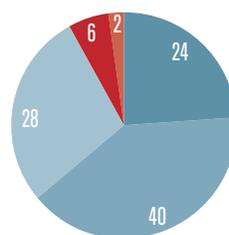
■ Internationale  
 ■ Libanaise

#### Type de cuisine

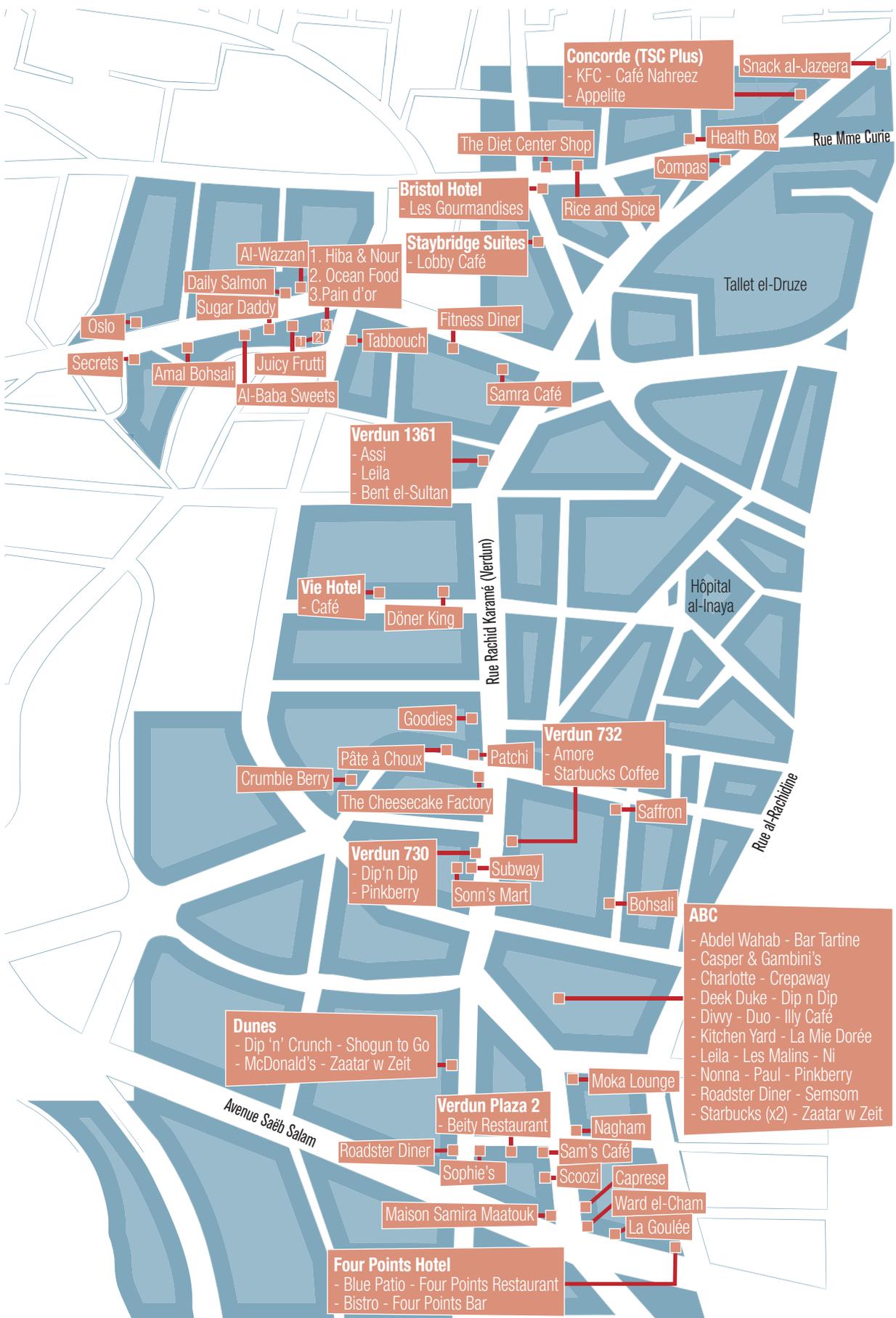


■ Panasiatique ■ Européenne  
 ■ Internationale ■ Arabe ■ Américaine

#### Positionnement



■ Bas ■ Bas-moyen ■ Moyen  
 ■ Moyen-haut ■ Haut



# ZONE DU PARC

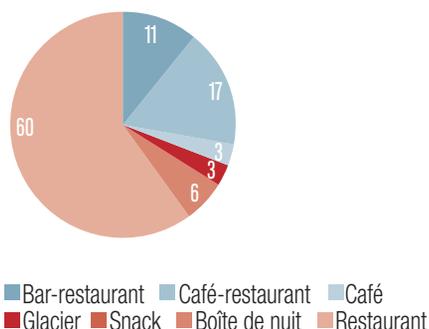
## Le grand gagnant

La Zone du Parc est sans aucun doute le grand gagnant de l'année 2017. Avec 17 % de croissance, le nombre d'enseignes passe de 30 à 35, un chiffre modéré mais significatif, car la taille des établissements y est beaucoup plus importante qu'ailleurs. On compte en effet une moyenne de 157 places assises dans la Zone du Parc contre 63 sur l'ensemble de Beyrouth. Parmi les acteurs de cette croissance, on note que le quartier est principalement animé par trois grands groupes : la holding SP (Kampaï, Cocteau, Lily's Café, Gavi, L'Avenue du Parc et Celcius), le groupe Boubess (Metropole, Cucina et Market) et Sogeres (Em Sherif Café et Numéro 6). À noter tout de même la fermeture de l'emblématique restaurant japonais Yabani. Le quartier continue d'attirer une clientèle à fort pouvoir d'achat puisqu'on constate que 73 % des enseignes présentes proposent un ticket moyen à 50 dollars par personne ou plus. Au niveau des menus, l'offre est diversifiée même si on observe cette année un début "d'orientalisation", passant de 7 % en 2016 à 11 % cette année. Après le lancement de Arabesque au Four Seasons et du café Em Sherif, on attend l'ouverture prochaine de Mandarin en lieu et place de l'italien Cucina et du Sérail du Parc, deux concepts arabes. Proche du centre-ville et de nombreux bureaux, ce quartier est donc une valeur sûre qui présente de plus un fort potentiel de croissance avec le développement de nouvelles zones résidentielles à proximité.

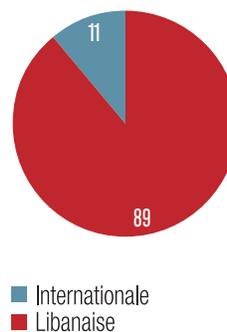
### Répartition des restaurants par :

(en %)

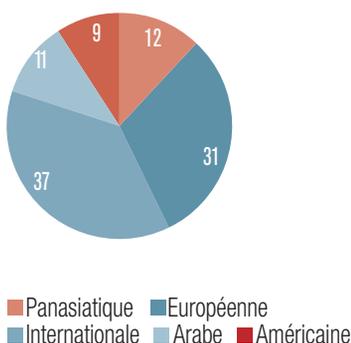
#### Catégorie de restaurants



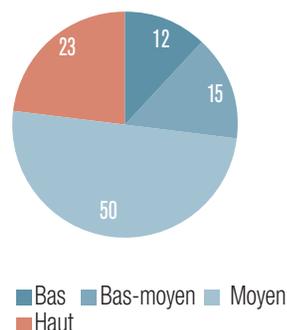
#### Origine du concept



#### Type de cuisine



#### Positionnement



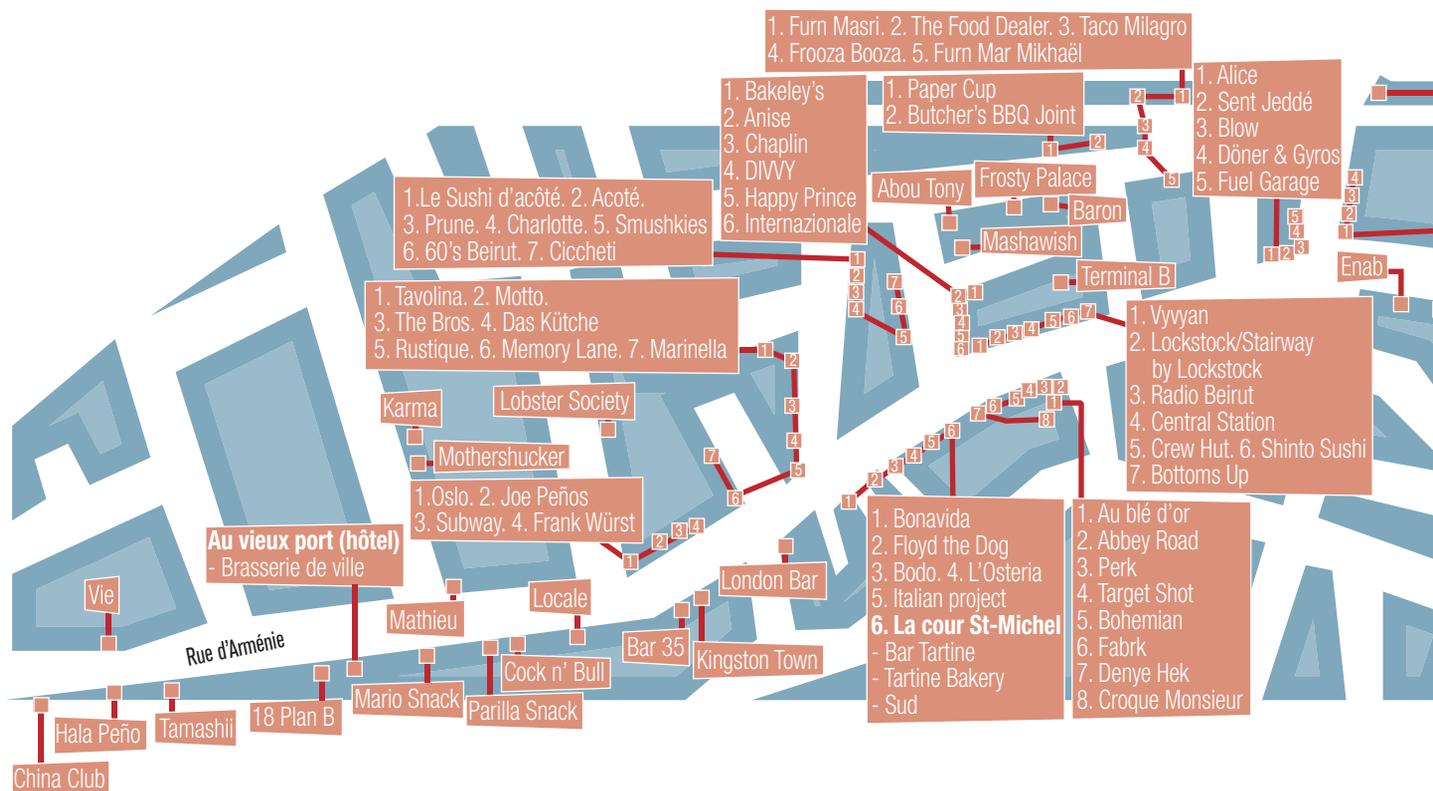


# MAR MIKHAËL

## Victime de son succès

**D'**année en année, Mar Mikhaël ne perd rien de sa popularité et passe de 102 enseignes en 2016 à 112 en 2017, soit une croissance de 9,8 %. Le quartier a notamment attiré beaucoup de nouveaux "snacks améliorés", ces concepts dont une partie vient de Souk el-Akel et qui sont centrés sur un produit qu'on mange sur le pouce avec un ticket moyen-bas. C'est notamment le cas de The Bros, Frooza Booza, l'Atelier Potato Bar ou encore Sausage House. Cette tendance contribue à démocratiser le quartier en faisant baisser le ticket moyen. Même si les

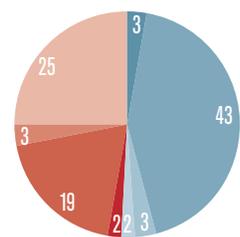
classiques comme Tawlet, Tavolina ou Marinella restent stables, on note quatre fermetures de restaurants dont Classic Burger Joint et Sticks and Maki. Autre perte emblématique : la boîte de nuit Behind the Green Door qui avait été l'un des premiers succès de la rue a fermé définitivement. Malgré de nombreux nouveaux projets annoncés, Mar Mikhaël souffre de son succès. Embouteillages, manque de parkings, étroitesse des trottoirs et nuisances sonores font que le quartier risque d'arriver rapidement à saturation.



# Répartition des restaurants par :

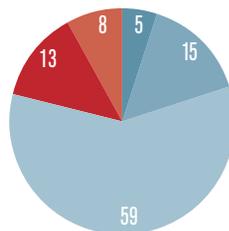
(en %)

### Catégorie de restaurants



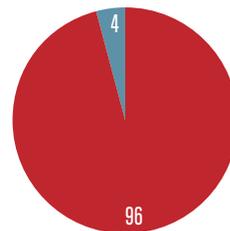
- Boulangerie/pâtisserie
- Bar-restaurant
- Café-restaurant
- Café
- Glacier
- Snack
- Boîte de nuit
- Restaurant

### Type de cuisine



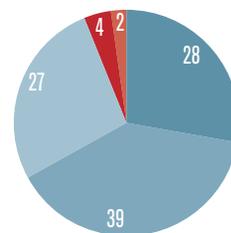
- Panasiatique
- Européenne
- Internationale
- Américaine
- Arabe

### Origine du concept

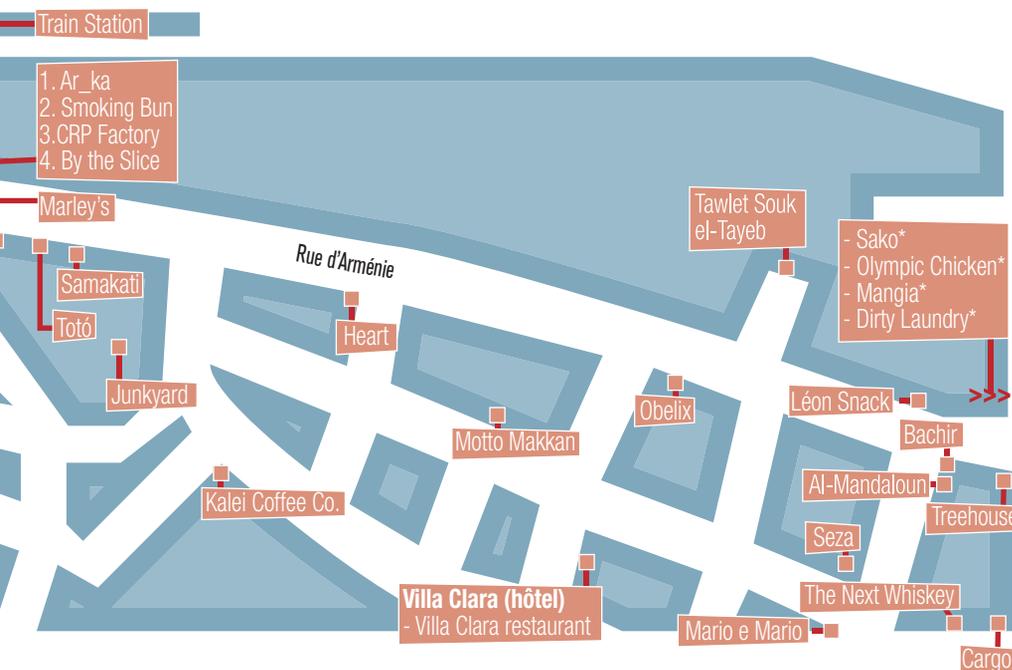


- Internationale
- Libanaise

### Positionnement



- Bas
- Bas-moyen
- Moyen
- Moyen-haut
- Haut



(\*) hors carte

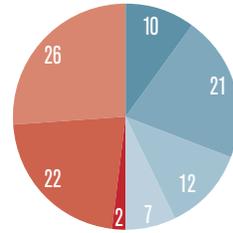


## HAMRA La chute

Avec plus de 4 % de chute du nombre d'enseignes, Hamra est la grande perdante de l'année. La perte nette de sept établissements fait baisser le nombre de places assises disponibles de 8,2 % pour s'établir à 8 578 contre 9 344 en 2016. Hamra c'est le quartier populaire par excellence, 99 % des établissements se situent sur les segments bas et moyen de gamme. Avec sa rue commerçante et ses nombreux centres d'affaires, le quartier a toujours bénéficié d'une réputation tolérante et multiculturelle qui pourrait bien, dans le climat actuel d'insécurité, lui jouer des tours. L'attentat déjoué de justesse en janvier dernier au Costa Café a marqué un tournant en ce sens et les investisseurs semblent aujourd'hui frileux à l'idée de lancer de nouveaux projets, notamment liés à la vie nocturne qui, il y a peu, était florissante. Parmi les 29 fermetures enregistrées cette année, beaucoup de bars-restaurants dont February 30 et Walkman, tandis que les quelques ouvertures à noter sont des sandwicheries libanaises comme Sandwich W Noss ou bien Tabliyet Massaad.

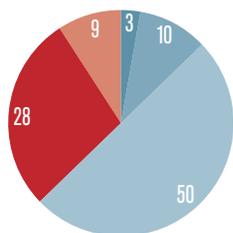
Répartition des restaurants par : (en %)

Catégorie de restaurants



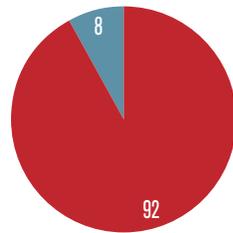
■ Boulangerie/pâtisserie ■ Bar-restaurant  
■ Café-restaurant ■ Café ■ Glacier  
■ Snack ■ Restaurant

Type de cuisine



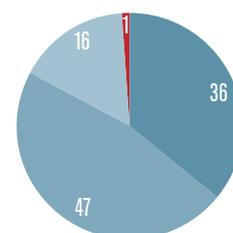
■ Panasiatique ■ Européenne  
■ Internationale ■ Arabe ■ Américaine

Origine du concept



■ Internationale  
■ Libanaise

Positionnement



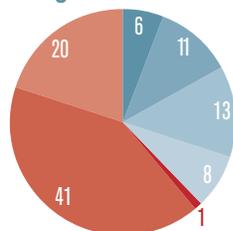
■ Bas ■ Bas-moyen ■ Moyen  
■ Moyen-haut

## BLISS reste stable

Après deux années de baisse, la rue Bliss et les ruelles adjacentes enregistrent 7 % de croissance en 2017. Un chiffre encourageant, qui confirme l'attractivité de la zone. Quartier étudiant par excellence, on y retrouve aussi des clients de bureau ou les visiteurs de l'hôpital AUBMC qui veulent se restaurer rapidement pour pas cher. L'activité y est essentiellement portée par la rue Bliss qui longe l'Université américaine de Beyrouth et ses nombreuses sandwicheries. À noter aussi le succès du minicluster 1866 Court and Suites qui dispose d'une offre de restauration différente : moyenne gamme avec de grandes terrasses, les enseignes comme Urbanista ou Paul sont prisées par une clientèle qui vient travailler pour quelques heures, tendance confirmée par l'ouverture de SushiKo.Life. Autre spécificité du quartier, la présence de 14 % de marques internationales, une plus forte concentration que dans le reste des zones, où le taux est en moyenne à 10 %. Malgré une rotation en terme d'ouvertures et de fermetures, Bliss reste très stable cette année avec 3 100 places assises, soit une croissance de 1 % par rapport à 2016.

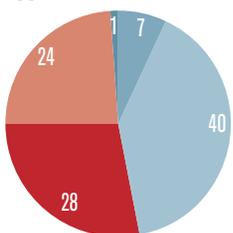
Répartition des restaurants par : (en %)

Catégorie de restaurants



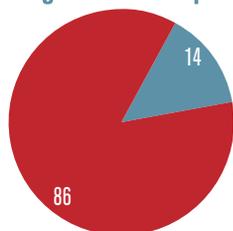
■ Boulangerie/pâtisserie ■ Bar-restaurant  
■ Café-restaurant ■ Café ■ Glacier  
■ Snack ■ Restaurant

Type de cuisine



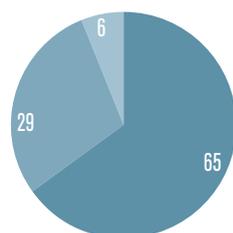
■ Panasiatique ■ Européenne  
■ Internationale ■ Arabe ■ Américaine

Origine du concept



■ Internationale  
■ Libanaise

Positionnement



■ Bas ■ Bas-moyen  
■ Moyen

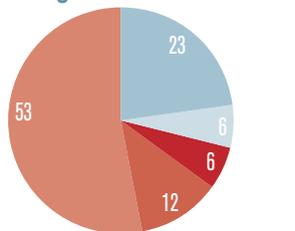
## ZAITUNAY BAY

Avec 17 établissements en tout, Zaitunay Bay conserve le même nombre d'enseignes qu'en 2016. On compte néanmoins quatre fermetures pour quatre ouvertures, soit un taux de rotation de près de 25 %, ce qui est très élevé par rapport à Beyrouth. Karam al-Bahr, St Elmo's, Pomodoro et la Maison de la Gaufre ont ainsi baissé le rideau, tandis que Leila, Sushi Burrito et Bar Tartine ont ouvert. Le groupe Boubess a agrandi son enseigne Cozmo Café de 120 places en reprenant l'emplacement de son voisin Pomodoro. Avec sa promenade le long du port de plaisance, Zaitunay Bay pensé au départ comme un projet haut de gamme s'est démocratisé ces dernières années. La clientèle qui défile sur les planches vient pour se balader, mais ne consomme pas forcément. Résultat, cette zone peine à trouver son identité et perd en cohérence. Des concepts d'entrée de gamme comme Zaatar W Zeit côtoient des restaurants distingués comme Babel Bay. À noter les ouvertures annoncées du restaurant-bar 40 Kong et du nouveau restaurant de Nicolas Audi sous le Yacht Club, ainsi que la reprise du local de Karam al-Bahr par le groupe Em Sherif.

## Un bilan mitigé

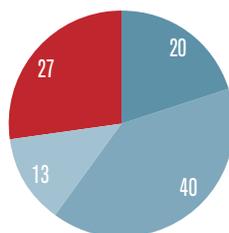
Répartition des restaurants par :  
(en %)

Catégorie de restaurants



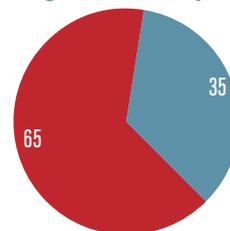
■ Café-restaurant ■ Café  
■ Glacier ■ Snack ■ Restaurant

Type de cuisine



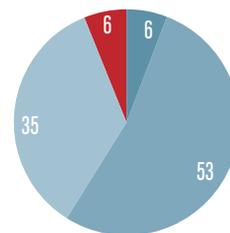
■ Européenne ■ Internationale  
■ Arabe ■ Américaine

Origine du concept



■ Internationale  
■ Libanaise

Positionnement



■ Bas ■ Bas-moyen ■ Moyen  
■ Moyen-haut

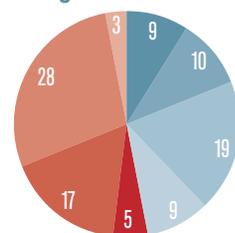
## CENTRE-VILLE

Avec 8,5 % de croissance, le centre-ville affiche un dynamisme de façade qui cache une réalité disparate. La place de l'Étoile et Uruguay Street, qui un temps étaient les poumons d'activité de cette zone, ont rendu leur dernier souffle après une lente agonie due aux crises politiques successives. Ainsi, Starbucks, Main Street et Karam, trois établissements pionniers de ce quartier, ont tiré le rideau sans trouver repreneurs. Pourtant, le centre-ville enregistre 13 ouvertures en 2017, dont huit aux Souks de Beyrouth. Car ce sont bien les Souks qui tirent la croissance avec l'ouverture du Café Centre-Ville de plus de 300 places ou encore des enseignes comme Sax. Pour les investisseurs, la zone est porteuse d'opportunités avec notamment un nouveau projet immobilier de 25 000 mètres carrés en front de mer. Porté par le bureau de l'architecte Zaha Hadid, cet espace va accroître la taille des Souks pour atteindre une superficie totale de 100 000 mètres carrés. Enfin, les rues de Saïfi semblent plutôt stables. Malgré la fermeture du café-restaurant Balima, deux nouveaux projets, Beurre et Backburner, ont vu le jour l'an passé.

## Les Souks sauvent la situation

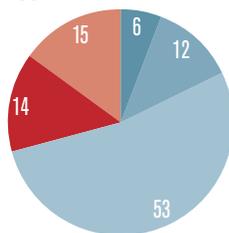
Répartition des restaurants par :  
(en %)

Catégorie de restaurants



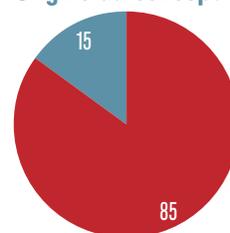
■ Boulangerie/pâtisserie ■ Bar-restaurant  
■ Café-restaurant ■ Café ■ Glacier  
■ Snack ■ Restaurant ■ Boîte de nuit

Type de cuisine



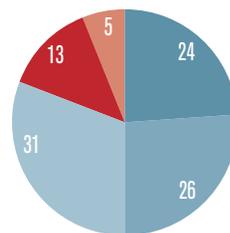
■ Panasiatique ■ Européenne  
■ Internationale ■ Arabe ■ Américaine

Origine du concept



■ Internationale  
■ Libanaise

Positionnement



■ Bas ■ Bas-moyen ■ Moyen  
■ Moyen-haut ■ Haut

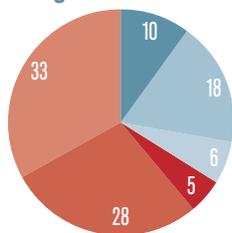
## SASSINE au beau fixe

Lieu de passage, quartier d'affaires, destination shopping et zone résidentielle, la place Sassine et ses environs peuvent compter sur une clientèle stable et variée. Malgré 12 fermetures cette année, dont Margherita, Magnolia Bakery et Shake Shack, tous les trois à l'ABC, le quartier est en progression avec 21 nouvelles ouvertures. Parmi elles, quelques grands noms comme Starbucks qui ouvre un troisième café dans la zone, Classic Burger Joint qui rejoint l'ABC et Pizza Hut qui s'agrandit. À noter que Sassine a aussi attiré le restaurant Mr Brown, qui a ainsi ouvert son premier établissement à Beyrouth après son succès à Adonis. Ceci confirme par ailleurs que les concepts locaux savent se défendre et trouver leur place aux côtés des marques internationales. Au total, on compte 118 enseignes cette année contre 109 en 2016, soit une progression de 8,2 %. Autre indicateur de croissance, le nombre de places assises qui passe de 7 130 à 7 757, soit une augmentation de 8,8 %. Cette année encore, Sassine s'est attiré la confiance des investisseurs et confirme son positionnement comme l'une des valeurs sûres de Beyrouth.

### Répartition des restaurants par :

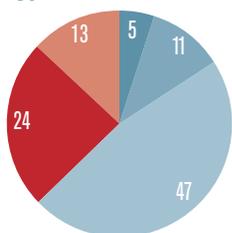
(en %)

#### Catégorie de restaurants



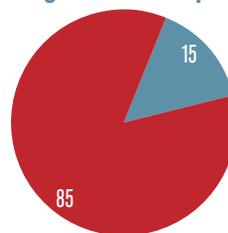
■ Boulangerie/pâtisserie ■ Café-restaurant ■ Café ■ Glacier ■ Snack ■ Restaurant

#### Type de cuisine



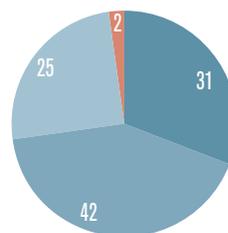
■ Panasiatique ■ Européenne ■ Internationale ■ Arabe ■ Américaine

#### Origine du concept



■ Internationale ■ Libanaise

#### Positionnement



■ Bas ■ Bas-moyen ■ Moyen ■ Moyen-haut ■ Haut

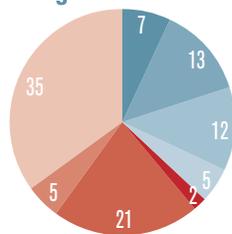
## SODECO - MONNOT rebondit

Passant de 92 enseignes en 2016 à 101 cette année, soit un taux de croissance de 9,8 %, le quartier de Sodeco-Monnot affiche un franc dynamisme. La zone est divisée en deux sous-espaces : d'une part la rue de Damas et de l'autre la rue Monnot. La première confirme son caractère oriental avec notamment l'ouverture de Dalida Shisha Bar qui vient s'ajouter à la dizaine de restaurants proposant déjà des concepts tournant autour de la nourriture libanaise et de la chicha. On note aussi l'ouverture d'une nouvelle boîte de nuit, Volume, et de plusieurs snacks, comme Glace Bachir, en descendant vers le centre-ville. À l'intérieur du quartier, la rue Monnot et ses alentours affichent un autre visage. Tandis que les classiques haut de gamme comme Liza ou Em Sherif ont su fidéliser leur clientèle, d'autres se développent à l'image d'Abdel Wahab qui a terminé cette année ses travaux de rénovation, ou encore Brass qui a changé d'emplacement pour s'agrandir. Le quartier sait aussi séduire les investisseurs, on note par exemple l'ouverture de la franchise italienne Paper Moon et du Barbizon en lieu et place de La Posta.

### Répartition des restaurants par :

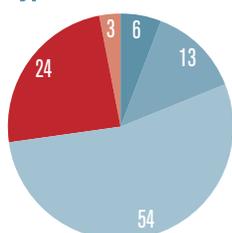
(en %)

#### Catégorie de restaurants



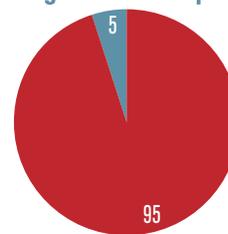
■ Boulangerie/pâtisserie ■ Bar-restaurant ■ Café-restaurant ■ Café ■ Glacier ■ Snack ■ Boîte de nuit ■ Restaurant

#### Type de cuisine



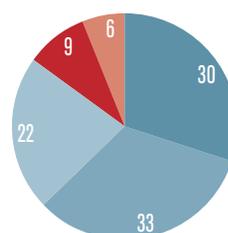
■ Panasiatique ■ Européenne ■ Internationale ■ Arabe ■ Américaine

#### Origine du concept



■ Internationale ■ Libanaise

#### Positionnement



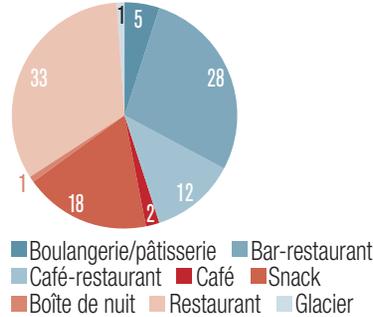
■ Bas ■ Bas-moyen ■ Moyen ■ Moyen-haut ■ Haut

## GEMMAYZÉ stagne

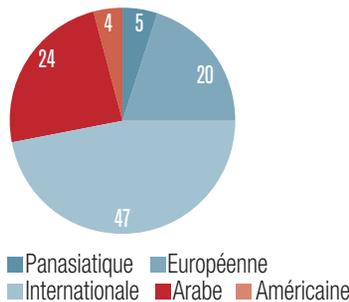
Avec 92 enseignes en 2017 tout comme en 2016, Gemmayzé est un quartier qui stagne. Après avoir été un temps la destination nocturne par excellence, le développement de Mar Mikhaël a plongé le quartier dans une descente aux enfers qui semble aujourd'hui toucher à sa fin. Plusieurs établissements y ont ainsi ouvert cette année comme Malolo, L'Os en ville, Cyrano ou Bayrut Street Food. Un résultat d'autant plus encourageant, que ces enseignes sont des premiers concepts. Avec ce début de reprise, Gemmayzé change de visage. Alors qu'en 2011, plus de la moitié des établissements étaient des bars, on note aujourd'hui un retour en force des restaurants avec 33 % du mix total. Certaines fermetures sont toutefois à noter comme Olio ou Margherita, deux enseignes pionnières de la rue Gouraud. Beaucoup d'emplacements sont encore à la recherche de repreneurs, mais grâce à des loyers attractifs, le quartier pourrait reprendre vie. Certaines enseignes phares comme Mayrig, Urbanista, Paul ou Torino continuent d'attirer une clientèle fidèle tout au long de la journée et de nouveaux concepts se lancent dans les rues parallèles.

Répartition des restaurants par : (en %)

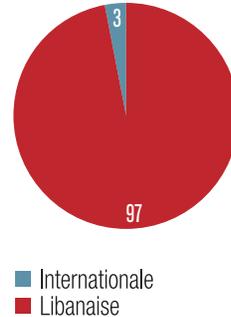
Catégorie de restaurants



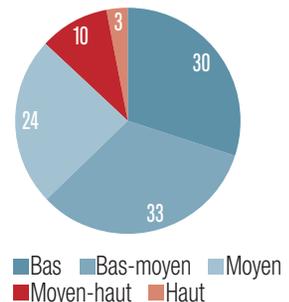
Type de cuisine



Origine du concept



Positionnement

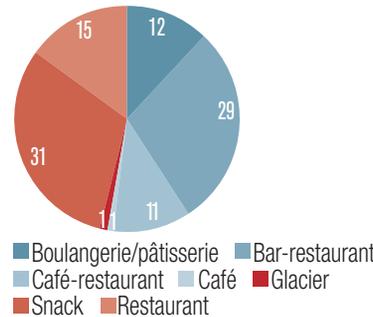


## BADARO La croissance ralentit

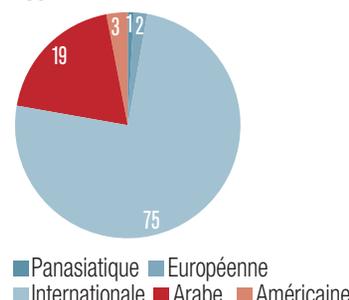
Le quartier de Badaro reste l'une des zones les plus dynamiques de Beyrouth avec une augmentation de 14,3 % du nombre d'enseignes cette année, portant ainsi le nombre total d'établissements à 80, alors que le quartier était quasiment vide il y a quelques années. Si nous pondérons la croissance moyenne depuis 2015, nous obtenons un taux de 25 % par an. Même si aucune fermeture majeure n'est à constater cette année, ce succès est à relativiser, car on note que la zone attire très peu de grands opérateurs, à l'exception du groupe Zeidan, de Olio et de Lina's. Avec ses larges trottoirs, Badaro reste le temple des bars-restaurants (29 % de l'offre) tenus par des indépendants, et on attend prochainement l'ouverture d'une micro-brasserie. Par rapport à d'autres quartiers, on note aussi une forte présence des "furns" et boulangeries, qui représentent 12 % des établissements. Globalement, Badaro est la destination moyenne de gamme par excellence puisqu'on y mange partout pour moins de 50 dollars par personne. Après un départ en flèche, le quartier semble ainsi avoir trouvé son rythme de croisière et sa clientèle. ▣

Répartition des restaurants par : (en %)

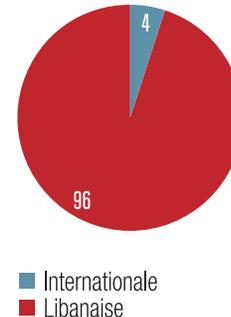
Catégorie de restaurants



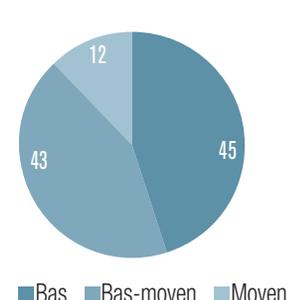
Type de cuisine



Origine du concept



Positionnement



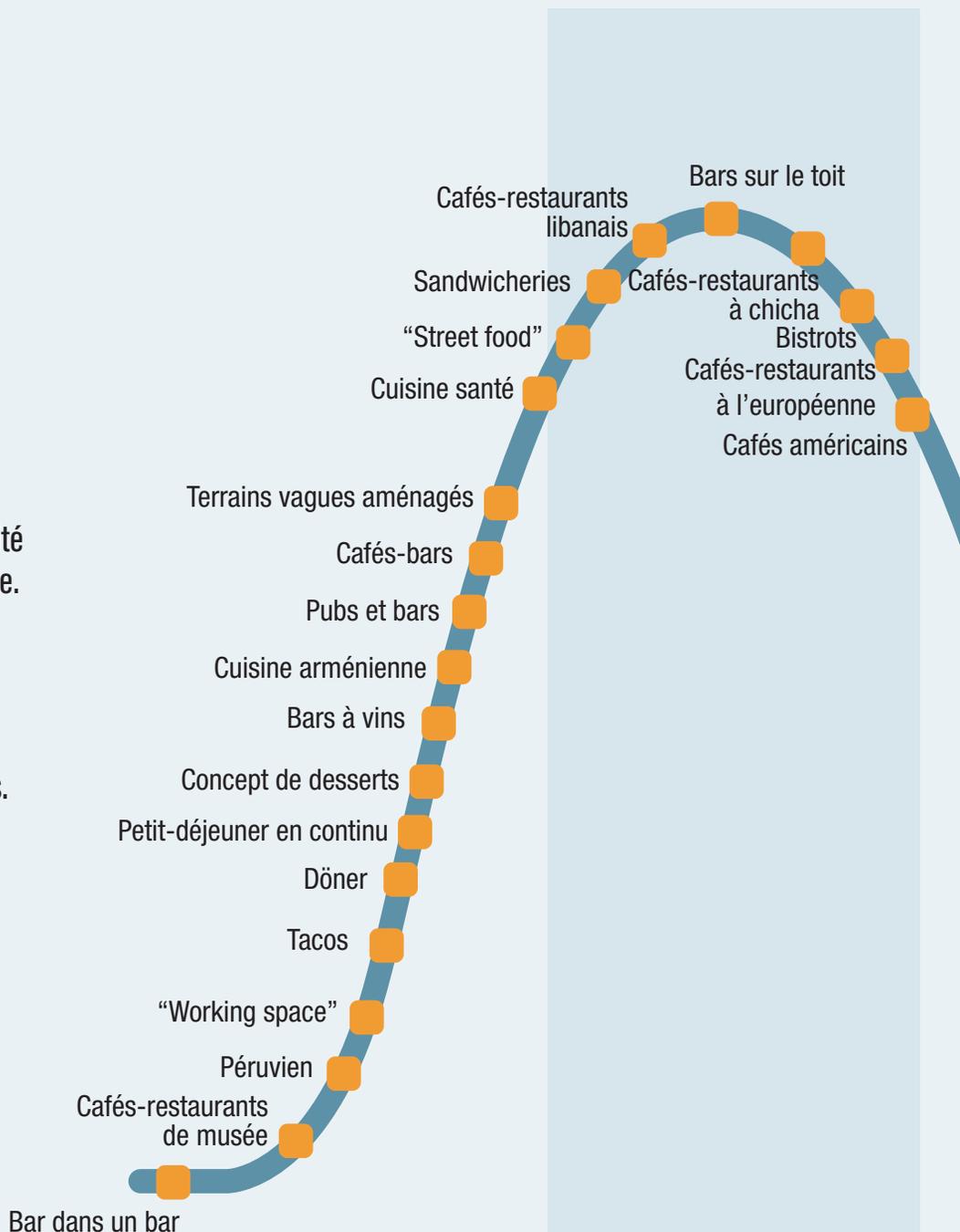
# Les tendances

Nagi Morkos

Comme chaque année, Hodema a identifié les tendances qui caractérisent l'offre de restauration beyrouthine. En 2016, nous en avons décompté 50 et avons décrit les plus marquantes. Ces tendances ont été sélectionnées selon plusieurs critères : le nombre total d'établissements de la catégorie, le nombre d'ouvertures rapportées à celui des fermetures, les projets en vue, la popularité et la perception de la clientèle. Certains produits ont disparu du classement au fil des années, de nouveaux ont, quant à eux, vu le jour. Voici le bilan de nos assiettes.

## Émergentes

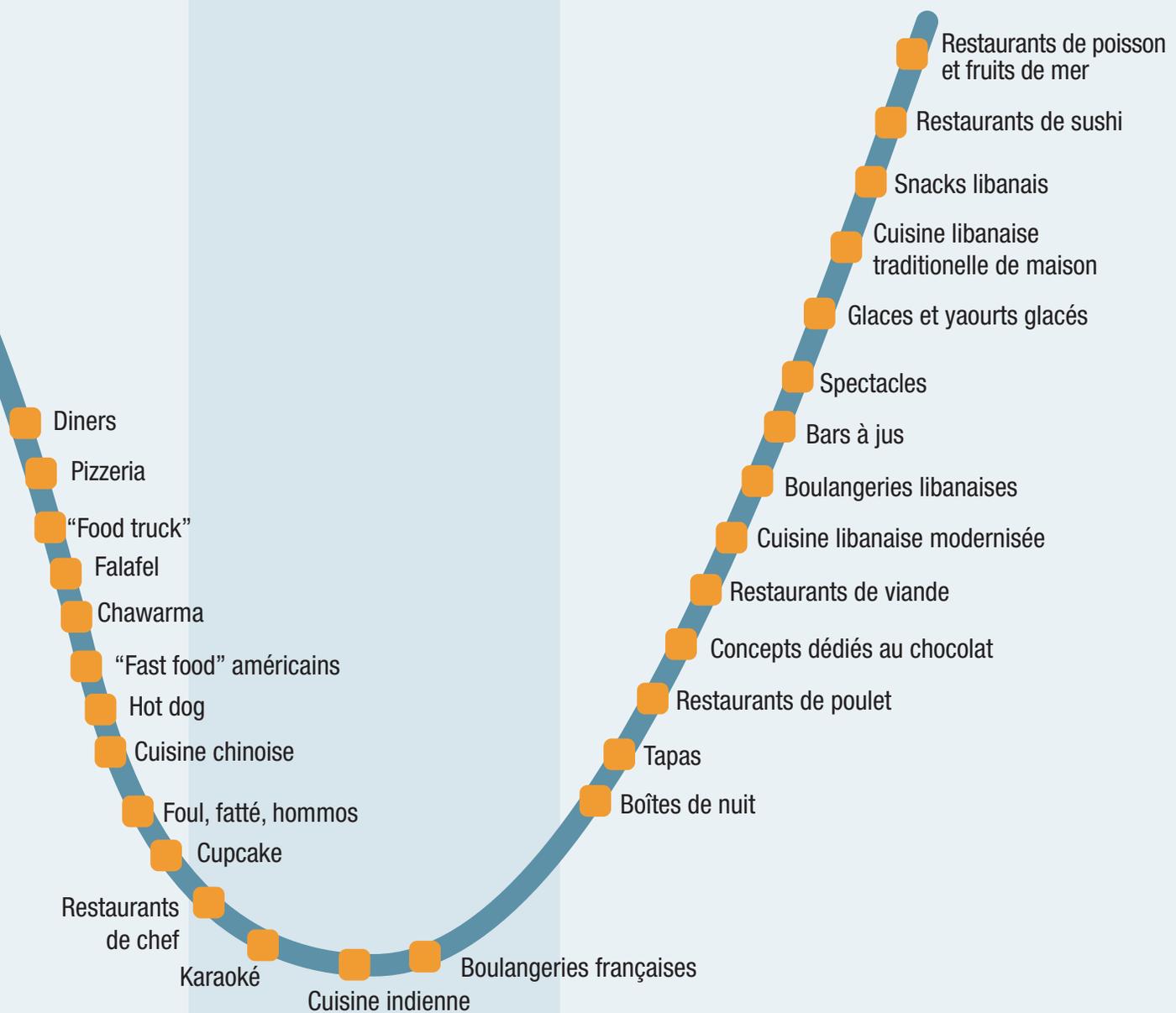
## Au top



## En baisse

## Dépassées

## Renaissances



# La restauration prolifère dans les malls

L'année 2017 signe le triomphe des centres commerciaux. Toujours plus nombreuses et toujours plus grandes, ces icônes de la consommation de masse, encore rares il y a quelques années, sont devenues incontournables. Pour s'imposer comme des destinations non seulement de shopping mais aussi de loisirs, les "malls" misent sur des espaces de restauration de plus en plus sophistiqués. Une nouvelle tendance qui transforme le paysage et offre de nouvelles opportunités aux opérateurs.

Nagi Morkos

**L'**agglomération de Beyrouth compte de plus en plus de "malls". CityMall, City Centre, Beirut Souks, ABC Achrafié et Verdun, LeMall à Dbayé et Sin el-Fil, Beirut Mall, The Spot à Choueifate... en quelques années seulement, une dizaine de nouveaux centres commerciaux sont sortis de terre. À ceux-là, il faut aussi ajouter ceux qui se trouvent en dehors de Beyrouth comme LeMall à Saïda, The Spot à Saïda et Nabatiyé, mais surtout un nouveau géant, Cascada Mall, dans la vallée de la Békaa.

Avec les ouvertures cette année de The Spot Choueifate, de l'ABC à Verdun et Cascada Mall dans la Békaa, ce ne sont pas moins de 240 000 mètres carrés de surface locative commerciale supplémentaires (restaurants inclus) qu'il faut ajouter aux dizaines de centres déjà présents. Cette surface est d'autant plus impressionnante que les Libanais consomment traditionnellement dans des enseignes ayant pignon sur rue.

Conçus sur le modèle des "malls" à l'américaine qui ont ensuite fleuri dans la région du Golfe avant d'arriver au Liban, ces centres commerciaux concentrent boutiques en tout genre et loisirs dans un même espace, offrant ainsi à la clientèle une alternative pratique – notamment pour le parking – aux rues commerçantes de Beyrouth. Leur multiplication entraîne une explosion du nombre d'enseignes de restauration : en 2017, on en compte près de 150 dans les centres de

Beyrouth et proche banlieue contre 87 en 2012. Les plus grands se taillent évidemment la part du lion avec 28 enseignes à l'ABC Verdun, 28 à Beirut Souks et 27 au City Centre Beirut.

## UNE CLIENTÈLE EN CONTINU

La clé du succès est simple : les malls attirent plusieurs millions de visiteurs par an et cette clientèle est susceptible de manger à toute heure. Parmi les profils les plus fréquemment visés par les restaurateurs, on retrouve les familles qui, faute d'espace public en ville, viennent passer du temps avec leurs enfants dans les aires de jeux, ainsi que les adolescents et les jeunes qui utilisent souvent le "mall" comme un lieu de sociabilité.

Par conséquent, les propriétaires de centres commerciaux restent majoritairement sur une offre moyen de gamme qui correspond au pouvoir d'achat et au mode de consommation rapide de cette clientèle.

« La sélection des enseignes diffère suivant le centre commercial afin qu'elle corresponde au mieux à la zone d'implantation, à la clientèle cible et au positionnement », dit Muhannad Bashir, directeur marketing chez Acres Holding, qui gère les centres LeMall.

## DESTINATION CULINAIRE

Si les restaurants des centres commerciaux sont pensés à la base pour servir la clientèle

du centre, on voit aussi de plus en plus de personnes choisir d'aller au "mall" uniquement pour manger. Dans certains cas, en effet, les "malls" sont devenus de véritables destinations culinaires.

« L'avenir des centres commerciaux est d'être beaucoup plus qu'un lieu où l'on fait des achats. Depuis nos débuts en 2005, nous remarquons que les clients dépensent entre 15 et 18 % de plus dans les restaurants », explique Simon Houry, PDG du CityMall, pour qui l'avenir passe forcément par le développement de nouveaux concepts de restauration. Même son de cloche à l'ABC qui concentre 69 enseignes sur ses trois emplacements. « Nos centres proposent une sélection d'enseignes locales et internationales qui mêlent différentes catégories de prix et de cuisines. Ainsi, de nouveaux concepts ont choisi l'ABC pour se lancer, comme le restaurant libanais Leila. Nous suivons aussi les modes comme celle des produits sans gluten avec Oh Bakehouse!. D'une manière générale, nos restaurants ne sont pas pensés uniquement pour servir les clients des boutiques, l'ABC est une destination de restauration en soi », affirme Franz Kuntermann, vice-PDG des centres ABC.

## AVANTAGES COMPÉTITIFS ET CONCURRENCE

En s'installant dans un "mall", les marques paient un loyer plus important qu'à l'extérieur. Mais en contrepartie,

elles ont accès à une large clientèle, gagnent en visibilité et bénéficient des services partagés par toutes les enseignes, comme l'air conditionné, le parking, la sécurité ou le nettoyage.

Si l'engouement pour les centres commerciaux n'est plus à prouver, ceux-ci doivent faire face à un phénomène nouveau, celui des "clusters". Ces espaces, souvent conçus à ciel ouvert et qui regroupent exclusivement des restaurants, sont une concurrence directe. Depuis cinq ans, on compte une dizaine d'ouvertures autour de Beyrouth et la tendance se confirme avec de nouvelles ouvertures prévues.

« Nous sommes clairement affectés par l'arrivée des clusters. Nos enseignes sentent la compétition surtout durant l'été, les vacances ou bien le soir, quand la clientèle préfère se retrouver dans un espace à l'air libre », dit Muhannad Bashir.

Pour les opérateurs, l'arrivée des clusters change en partie la donne. « Le principal avantage d'un "mall" était d'attirer un grand nombre de clients pour compenser le loyer élevé.

Aujourd'hui ce n'est plus le cas. Les clusters attirent beaucoup de monde, cela coûte moins cher de s'y implanter et les loyers sont plus logiques par rapport à la demande, ainsi qu'aux revenus anticipés », explique Jean-Claude Ghosn, de la Holding GHIA, propriétaire de plusieurs marques présentes en centres commerciaux comme Duo, Abd el-Wahab Bistrot Ahwak ou Beirut by Grill.

## PRÈS D'UN MILLION DE M<sup>2</sup> DE SURFACE COMMERCIALE LOCATIVE

En cumulant tous les projets en cours, on arrive à environ 400 000 mètres carrés de surface commerciale locative supplémentaire dans les malls qui viennent s'ajouter aux 500 000 déjà existants. Pour un pays de quatre millions d'habitants, ce chiffre est particulièrement impressionnant. À titre de comparaison, Paris ne dispose que de 4 millions de mètres carrés de surface commerciale locative en "malls" pour huit millions d'habitants intramuros et 16 millions de visiteurs par an.

Avec de tels investissements et une telle augmentation de la surface locative disponible, alors que le pays est en crise et n'a pas de perspectives de croissance à court terme, le pari sera donc de savoir si ces "malls" sauront tenir dans la durée. ■



Nom	Année d'ouverture	Total SCL* m <sup>2</sup>	SCL/F&B m <sup>2</sup>	Nb. d'enseignes F&B
LeMall Sin el-Fil	2009	12 000	De 8 à 16 %	12
LeMall Saïda	2010	10 000	De 8 à 16 %	7
LeMall Dbayé	2012	23 000	De 8 à 16 %	18
ABC Dbayé	1979	25 000	2 565	16
ABC Achrafié	2003	35 000	5 171	26
ABC Verdun	2017	50 000	5 491	28
Beirut Souks	2009	100 000	10 000	28
Beirut Mall	2006	50 000	2 000	14
CityMall Dora	2005	80 000	12 000	26
CityCenter Hazmié	2013	63 000	8 000	27
The Spot Saïda		11 381		9
The Spot Nabatiyé	2014	14 226		6
The Spot Chouefate	2017	45 000		25
Cascada Mall	2017	150 000		17

(\*) SCL : surface commerciale locative

Projets en cours : LeMall Byblos (2019) ; LeMall Tripoli ; CityCenter Dbayé ; The Spot Tayouné (2018) ; The Spot Tyr