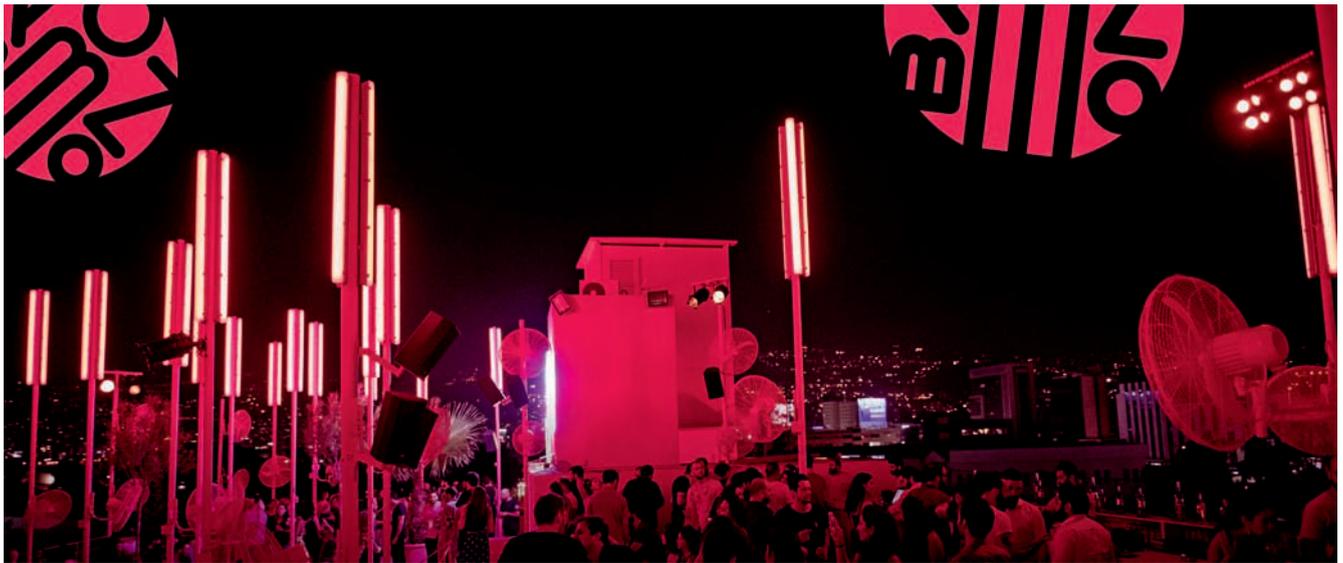


Baboon : humeurs berlinoises à Beyrouth



Un nouveau club a rejoint le paysage nocturne beyrouthin en juin dernier : Baboon. Ouvert par Joe Mourani sur le toit de l'immeuble Harley Davidson à la Quarantaine, le club représente un investissement de 500 000 dollars – comprenant les installations faites pour le

club qui l'a précédé, du même propriétaire.

Joe Mourani y reçoit des DJ berlinois : « On va les dénicher dans des boîtes pas très commerciales, ce sont les futurs talents de Berlin. » Le club de 350 m² peut accueillir jusqu'à 700 personnes sur une musique électronique down-

tempo pour un ticket d'entrée de 15 à 20 dollars – avec boisson avant minuit.

Joe Mourani planche en parallèle sur un deuxième projet : le Ballroom Blitz, un club électro multisalle qui devra accueillir entre 700 et 800 personnes sur 800 m² à la Quarantaine fin 2018. Ce club – dont le mon-

tant de l'investissement n'a pas été communiqué – offrira notamment une salle dédiée à la musique expérimentale, un espace lounge et un espace pour grand public. Les clients pourront ainsi passer d'une salle à l'autre au fur et à mesure que la soirée avance.

N.M.

Starbust ranime la rue Uruguay



Avec un million de dollars d'investissement, la compagnie Starbust de Wadhi Khalifé veut redonner vie à la rue Uruguay. Cette rue piétonne du centre-ville de Beyrouth abritait en 2016 pas moins de 21 établissements, mais le restaurant de Starbust, Tartan, est le seul à y être resté.

L'entreprise a désormais repris quatre espaces sur les 21 et y a ouvert Shutters, un restaurant international qui remplace Tartan, Boulangi, une boulangerie-pizzeria, Vyn, un pub anglais, et Walls, un bar-club. Le ticket moyen varie entre 20 et 25 dollars par personne, selon l'établissement.

« C'est la meilleure rue possible pour la vie nocturne : il n'y a pas de conflit avec les voisins et l'emplacement est idéal près des hôtels », justifie Wadhi Khalifé. Les quatre établissements ouverts depuis juin peuvent accueillir 650 personnes au total sur 1 000 m², avec une terrasse qui couvre les deux tiers de la rue que l'entreprise utilisera à partir d'août – date du lancement officiel – pour des concerts. « C'est un espace décontracté, les établissements fonctionnent en synergie : vous pouvez prendre une pizza à Boulangi et vous installer à Vyn ou Shutters pour boire un verre. »

Nagi Morkos

Ouverture d'un premier Patchi café

La marque de chocolat Patchi a ouvert en juin dernier un nouvel espace à l'ABC Verdun. Il ne s'agit pas seulement d'une boutique cette fois, mais aussi d'un café. Le

local de 260 m² propose 48 places assises, qui passeront à 60 à l'avenir, et un menu dessert qui offre une dizaine de pâtisseries faites maison, des chocolats chauds, des cocktails

chocolatés et des granités, pour un ticket moyen de 16 dollars. L'espace boutique accueille, quant à lui, une nouvelle ligne de chocolats non emballés ainsi que des macarons et mignardises. Patchi n'a pas souhaité communiquer l'investissement effectué pour cette ouverture, mais il dit miser sur l'espace dégustation pour booster les ventes et développer les relations avec les clients. « Les consommateurs recherchent désormais une expérience d'achat plus active et mémorable », souligne le directeur exécutif, Hadi Choucair. L'entreprise prévoit de dupliquer le concept dans ses autres enseignes, existantes et futures. Cinq nouvelles boutiques-café sont prévues, selon Hadi Choucair, à Achrafié, au centre-ville, et Dbayé et Hazmié.

Nada Alameddine



En bref

- L'espace de 50 000 m² de l'ABC Verdun a célébré le 27 juillet son premier anniversaire. En un an, l'espace commercial a accueilli environ une vingtaine de restaurants et cafés. Dernier en date : Burger King, qui remplace Kitchen Yard, tous deux de Kallassi Group. De son côté, le restaurant Charlotte, qui partageait un espace avec le restaurant Nonna, quitte les lieux, laissant toute la place au restaurant italien. Deux ouvertures sont prévues cette année : Zaat w Zeit et Deek Duke.

Vertical 33, trinquer avec le caviste

Vous ne connaissez peut-être pas Vertical 33. Ce jeune vignoble de 3,5 hectares a été fondé en 2013 sur les flancs arides de Jabal Knaissé, au-dessus de Zahlé. Azar Aïd, Georges Cortas et Joseph Ghosseïn, qui se sont

associés dans l'aventure, y prônent la redécouverte du terroir libanais. Avec une obsession : initier le Liban aux "vins naturels", soit des vins bio, souvent en monocépages, sans intrants ni levures ajoutées. « Nous ne les faisons même pas vieillir en fûts de bois, car nous recherchons l'expression du terroir », précise Azar Aïd. Pour se faire connaître, Vertical 33 vient d'ouvrir une boutique rue Gouraud à Gemmayzé. Un investissement de 100 000 dollars pour un espace de 40 m² qui se veut à la fois bistrot et caviste. « Nous avons besoin d'éduquer le consommateur libanais à la notion de vins naturels. Ce sont des vins dont les saveurs sont inusitées au Liban. D'où la nécessité d'un rapport plus direct, plus personnel avec le client. »

À Vertical 33, la formule est

simple : vous payez votre vin (50 dollars pour le rosé, 60 pour le rouge, ou 80 pour le blanc) et la maison vous offre l'accompagnement pour trois personnes : une salade croquante agrémentée d'une série de petits tapas. « Comme pour le vin, on mise sur la simplicité des produits, on valorise le terroir et on recherche les accords mets et vins », fait encore valoir Azar Aïd. De ceux testés, on retiendra la kebbé d'amande et la poutargue, des œufs de poissons à essayer avec l'obeïdi maison. Signé par les jeunes architectes Léa Hérou et Candis Naïm, le lieu est également privatisable. « Nous avons une cuisine qui permet des gastronomies plus élaborées. » Et pour ceux trop pressés pour s'arrêter, le bistrot fait aussi caviste.

M.R.

- Au menu des fermetures : Barbizon, restaurant installé dans la villa Bustros récemment rachetée par Joylee Tabet, ferme ses portes après un an d'existence. Le restaurant français et d'inspiration italienne pouvait accueillir 90 personnes en salle et 50 en terrasse pour un ticket moyen de 70 dollars par personne. Joe Mourani a aussi fermé le Myu, son bar de Gemmayzé vieux de 12 ans avec le projet de le déplacer : « Gemmayzé devient un espace de jour et de début de soirée » alors que Myu se veut un établissement de nuit.



Les frères Younès à la conquête du Liban et de la région



Faysal, Amin et Karim Younès.

Le premier café Younès a ouvert à Hamra en 1935. Quatre-vingt-trois ans plus tard, Amin et Faysal Younès gèrent neuf cafés et prévoient d'en ouvrir onze autres au cours des deux prochaines années avec un objectif clair : « 20 cafés en 2020. »

Quand Amin reprend l'affaire familiale en 1996, après avoir travaillé pendant trois ans dans le secteur bancaire, seul l'un des cafés ouverts par son grand-père et son père avait survécu à la guerre. Le jeune homme renforce d'abord l'enseigne, puis commence à la développer. Entre 2008 et 2010, il ouvre trois nouveaux établissements, dont un à Aley. « Ma famille possédait un café là-bas dans les années 1950 et elle a dû le fermer. Nous l'avons rouvert presque au même endroit », raconte Amin Younès, qui tient à préserver l'identité familiale de la marque, tout en la modernisant.

« C'est un café de quartier, authentique, qui s'intègre naturellement dans son environnement. L'espace est accueillant pour que le client s'y sente comme à la mai-

son. » Au-delà de l'ambiance, le lieu mise sur son café, fraîchement moulu chaque jour.

Pour Amin, l'esprit Younès c'est aussi le soutien de l'entreprise à la communauté et aux associations locales : « Nous organisons une quarantaine de soirées par an pour lever des fonds et communiquer sur le travail mené par des ONG libanaises. Nous sommes aussi le premier café du Moyen-Orient à avoir réalisé un menu en braille avec l'aide de l'Université américaine de Beyrouth et la Young Association for the Blind. Cela a demandé beaucoup de travail et j'en suis très fier. »

L'enseigne regroupe aujourd'hui neuf établissements au Liban, dont le dernier a ouvert sous le nom de Black Coffee en mai dernier. Amin Younès se dit « très satisfait des résultats financiers » du groupe, lui permettant de financer sa stratégie d'expansion avec un investissement moyen de 150 000 dollars par café.

Avec 80 employés et 200 transactions en moyenne – soit environ 450 à 500 clients effectifs – par jour et par café, l'enseigne progresse vite vers son objectif de

13 cafés d'ici à fin 2018 et 20 en 2020. Une levée de fonds dont la hauteur n'a pas été précisée a été effectuée cette année.

Depuis début 2018, Amin peut aussi compter sur une nouvelle compétence au sein du groupe : son frère Faysal l'a rejoint après avoir contribué à ouvrir près de 200 cafés "starbucks" pour le compte de l'entreprise Alshaya. « J'ai toujours voulu intégrer l'entreprise familiale, mais quand j'ai fini mes études, les opérations étaient encore trop limitées », raconte Faysal.

Aujourd'hui, les deux frères voient grand. « Amin a réussi à créer une marque très forte, dit-il admiratif. Le défi désormais est de la développer dans la région. » Après une première ouverture à Riyad, l'enseigne veut s'étendre au reste de l'Arabie saoudite, puis dans les autres pays du Golfe.

À la fratrie, il ne manque plus que Karim, qui travaille dans le domaine du marketing et qui conseille ses frères de manière informelle. Mais ces derniers ne perdent pas espoir de le voir revenir un jour dans le giron familial.

Nagi Morkos

• Le 5 juin dernier, Zalfa Naufal a ouvert **Rose Canteen**, restaurant à la carte crue à 90 %, et végétalienne, de la salade au dessert. Pour un investissement de 150 000 dollars, Rose Canteen accueille à Mar Mikhaël une quinzaine de personnes sur 37 m² et dans un cadre d'inspiration scandinave. « J'avais ce projet depuis un an et demi. C'était déjà censé être sain, mais maintenant c'est végétalien. Je ne voulais plus faire d'argent sur les animaux. C'est une prise de conscience », explique Zalfa Naufal, ancienne propriétaire de Frosty Palace et créatrice de The Food Box, un service de livraison de déjeuners, salades et sandwiches.

• **Bayrut Street Food Bites** a ouvert deux nouveaux espaces, l'un à Broummana et l'autre au CityMall, pour 600 000 dollars d'investissement au total. Celui de Broummana, de 40 m², est un espace de service express, tandis que celui du CityMall peut accueillir 48 clients sur 165 m², avec un ticket moyen par personne de 10 dollars. Un troisième espace devrait prochainement ouvrir à Dbayé, pour une consommation sur place et à emporter.

En collaboration avec
hodema
 consulting services
www.hodema.net