

## affaires hôtellerie & tourisme

# 961 Beer, un concept autour de la "mousse" locale

Nagi Morkos / Hodema

**9** 61 Beer est un nouveau concept installé à Gemmayzé dont le but est de commercialiser 12 genres de bière fabriquée par la brasserie du même nom à Nahr el-Mott. L'appellation de l'enseigne fait référence à l'indicatif téléphonique du Liban, car son but est de promouvoir les produits locaux. « Il est temps de casser le monopole de la production de bière au Liban », clame Mazen Hajjar, maître brasseur comme il se définit lui-même, mais aussi propriétaire et gérant des lieux.

Hajjar a investi 1,4 million de dollars dans la brasserie et le bar, et s'est associé avec un Danois, Henrik Haagen, et trois Libanais : Omar Bekdache, Chahid el-Khoury et Joe Kesrouani (le décorateur des lieux).

Ils espèrent ouvrir quatre autres restaurants-bars au Liban avant de s'attaquer à l'étranger, « plutôt vers l'Ouest et la Méditerranée », confie Hajjar. 961 Beer

innove aussi en donnant à ses employés des participations au capital de la société.

Mazen Hajjar, 34 ans, est titulaire d'une maîtrise en sciences politiques en 1996 de l'Université SOAS de Londres. Il s'est lancé dans la finance après un bref passage en tant que photographe de guerre en Bosnie. Il monte un fonds de 50 millions avec un associé pour créer la compagnie d'aviation à coûts réduits MenaJet, avant de se lancer dans cette aventure de bières artisanales.

Son objectif est de démocratiser la bière au Liban et la rendre aussi populaire que le vin ou l'arak. L'usine de Nahr el-Mott peut produire jusqu'à 300 000 litres de bière par an, ce qui devrait suffire à la distribuer ailleurs que dans leurs propres établissements. L'affaire a été financée en partie par un prêt Kafalat de 400 000 dollars. Les associés espèrent un retour sur investissement en trois à cinq ans. ■



## Baisse du taux d'occupation des hôtels

**L**e taux d'occupation des hôtels de Beyrouth a été de 38 % au cours des huit premiers mois de 2007 contre 57 % au cours de la même période de l'an dernier, qui comprenait pourtant deux mois de guerre. C'est le plus faible taux de la région. Selon une enquête réalisée par Ernst & Young, le tarif moyen par nuitée a été de 111 dollars, inférieur au tarif moyen de la région qui est de 161 dollars, en baisse de 15,1 % par rapport à l'an dernier. Les revenus par chambre disponible se sont élevés à 51 dollars, contre 91 dollars au cours de la même période de l'an dernier. ■

### Performances hôtelières au Moyen-Orient

	Taux d'occupation	Revenus par chambre (dol.)
Dubaï	85 à 93	150 à 429
Hurghada	83	43
Abou Dhabi	82	164
Le Caire-Pyramides	80	55
Doha	78	186
Le Caire global	76	74
Ryad	76	120
Le Caire ville	75	82
Manama	74	140
Charm el-Scheikh	72	35
Amman	70	98
Al-Aïn	70	82
Djeddah	69	83
La Mecque	64	91
Koweït	59	132
Médine	57	54
<b>Beyrouth</b>	<b>38</b>	<b>51</b>

Source : Ernst & Young.

## Ouverture de Lord of the Wings à Gemmayzé

**L**ord of the Wings, un nouveau restaurant de Gemmayzé, est l'une de ces enseignes dont le concept peut prêter à confusion : l'associé et gérant Marc Moudabber confirme qu'il est entièrement local, alors que la première réaction de la clientèle est de croire qu'il s'agit d'une franchise.

La spécialité du restaurant est inscrite dans son nom : les ailes de poulets accommo-

dées avec 12 sauces différentes. L'idée est aussi d'offrir la possibilité à chacun de composer son hamburger, à partir d'une liste d'ingrédients.

La société familiale Moudabber Food Concepts, dont le capital de 20 000 dollars est partagé moitié-moitié entre Marc et Hilda Moudabber et Joseph et Jacky Moudabber, a réalisé un investissement de 330 000 dollars pour ce premier local.

La décoration est signée Makram Dimas. Son objectif est de développer le concept au Liban et dans la région, en franchise et/ou en direct. Avec un ticket moyen de 15 dollars, pour 40 places assises et six au bar, le retour sur investissement est prévu d'ici deux à trois ans.

« Le restaurant de Gemmayzé est un prototype que nous avons entièrement conçu en interne », dit Marc Moudabber. ■



## IL FAIT L'ACTUALITÉ

# Joseph Coubat est le premier directeur général libanais du Phoenicia depuis 1961

**J**oseph Coubat est le premier Libanais à diriger l'hôtel Phoenicia InterContinental, un symbole de l'industrie touristique libanaise, qui a rouvert en 2000 avec un investissement total de près de 120 millions de dollars. Coubat a pris ses fonctions le 17 juillet 2006, cinq jours après le début de la guerre. « Je suis arrivé en plein conflit et aujourd'hui je gère l'entreprise en pleine crise », dit l'hôte des 40 députés de la majorité qui sont réfugiés dans son établissement.

Les chiffres sont en effet alarmants dans le pays. Le taux d'occupation du Phoenicia, qui s'en est pourtant toujours mieux tiré que les autres, était de 79 % en 2004, et est tombé à 47 % en 2005, après l'assassinat de Rafic Hariri et les trois mois de fermeture de l'hôtel qui ont suivi. La situation s'est améliorée en 2006, avec un taux moyen de 52 % malgré la guerre de juillet, mais elle est aujourd'hui au plus bas depuis la réouverture de l'établissement en 2000 : le taux d'occupation est estimé à 37 % pour 2007.

Les standards requis par la chaîne n'ont pas bougé, sauf certains détails de luxe supplémentaires qui faisaient le succès du Phoenicia comme le club floor (un "butler" à chaque étage) et qui ont été temporairement éliminés.

« Dans ces conditions, il faut consacrer plus de temps à la gestion de l'hôtel qu'en temps normal quand tout fonctionne, les employés ont le sourire, des pourboires, ne discutent pas de politique, n'ont pas peur pour leur sécurité. »

En plus du "moral des troupes", Joseph Coubat s'efforce de rester créatif pour pouvoir aux postes vacants en capitalisant sur les qualités de l'équipe actuelle. Il travaille à une stratégie de relance en cas de reprise en 2008 et souhaite maintenir les points forts du Phoenicia, un "happening place", avec par exemple un marché de Noël en décembre et le salon du mariage début 2008.



Joseph Coubat est né en 1962, il obtient en 1990, une maîtrise en gestion hôtelière de l'IMHI dont le programme est associé à l'université américaine Cornell et l'Essec en France. Il a rejoint le groupe InterContinental en 1995 après des débuts professionnels en France dans le groupe Forest Hill Hotels. C'est en 1996 qu'il s'installe au Liban en tant que contrôleur financier et directeur administratif du Vendôme. Il en devient le directeur résident en 1999, puis directeur général en janvier 2003.

Désormais à la tête du Phoenicia, son souci majeur est de conserver ses ressources humaines intactes et d'éviter que

les chasseurs de tête et les hôtels du Golfe ne débauchent ses employés parfaitement formés.

Parallèlement, le phénomène de la "libanisation" des effectifs est flagrant : « En 2004, nous employons 30 expatriés, ils ne sont plus que deux aujourd'hui. ». Le Phoenicia continue d'employer actuellement près de 850 personnes pour un montant total de près de 900 000 dollars par mois. ■

En collaboration avec **hodema**<sup>sal</sup>  
hospitality development  
[www.hodema.net](http://www.hodema.net)

