

## Oaks Beirut, un nouvel hôtel à Sodeco

Un nouvel hôtel s'apprête à ouvrir ses portes rue de Damas en lieu et place de l'ancien Hôtel de Ville à quelques pas de l'ambassade de France. Oaks Beirut est la première enseigne de la marque autrichienne Oaks Hotels, du groupe Minor Hotels. « Après des ouvertures aux Émirats arabes unis et au Qatar, Oaks Hotels poursuit son développement au Moyen-Orient avec Beyrouth », explique Maria Mouawîé, directrice des ventes et marketing de Oaks Beirut. Entièrement rénové moyennant un investissement de plusieurs millions de dollars, le nouvel établissement est un quatre étoiles supérieures avec 110 chambres et suites pour un tarif moyen compris entre 140 et 160 dollars la nuit. « Nous visons à la fois une clientèle touristique pour de courts séjours



mais aussi des clients d'affaires qui seront amenés à rester sur de plus longues périodes », souligne Mouawîé, en rappelant l'emplacement stratégique de l'hôtel, proche des ambassades, de l'Université Saint-Joseph et

d'autres administrations.

L'établissement propose trois restaurants, une piscine sur le toit, trois salles de conférences, une salle de gym avec sauna et un parking privé.

Nagi Morkos

### Le chiffre

# 65,1 %

taux d'occupation  
des hôtels  
à Beyrouth

Le taux d'occupation moyen des hôtels 4 et 5 étoiles à Beyrouth a atteint les 65,1 % en décembre 2018, en hausse de 1,4 point de pourcentage par rapport aux 63,7 % enregistrés à la même période l'an dernier. Le revenu par chambre disponible a, lui, augmenté de 4,3 % par rapport aux 117 dollars de décembre 2017, pour atteindre 122 dollars cette année. Sur la même période, le tarif moyen par chambre est passé de 184 à 188 dollars.

## Michel Khalifé lance Cuizina



Après plus de vingt-cinq ans d'expérience dans le monde de la restauration auprès des plus grands traiteurs, dont quinze ans chez Faqra Catering, Michel Khalifé lance sa propre enseigne, Cuizina, en partenariat avec Liliane Rahmé, épouse de l'homme d'affaires Teddy Rahmé, pour un investissement total d'environ cinq millions de dollars.

« Devenir entrepreneur à 46 ans comporte son lot de surprises et de challenges, mais c'était le moment de se lancer », explique Michel Khalifé. Cuizina offre à la fois des services de restauration collecti-

ve – entreprises, administrations, hôpitaux, écoles et universités – ainsi qu'un service traiteur pour les événements en tout genre et notamment des mariages.

Sur ce type de prestation, Cuizina peut accommoder plusieurs milliers de personnes pour un prix allant jusqu'à 250 dollars, avec des mets libanais, européens, asiatiques ou même péruviens.

La société basée au Liban dispose d'une cuisine centrale de 1 000 m<sup>2</sup> à Beyrouth et a vocation à travailler également à l'international, au Moyen-Orient ou ailleurs.

N.A.

## Bread Republic revient au pain

L'enseigne Bread Republic située à Achrafîé depuis 2003, qui avait un temps été un restaurant méditerranéen, pizzeria et bar à vins, se transforme et revient à ses premiers amours, la boulangerie, tout en conservant à côté le wine bar. « À un moment Bread Republic s'est trop diversifié, on a préféré revenir à l'ancienne formule et retrouver la base », explique Walid Ataya, propriétaire. La base, c'est donc le pain. Moyennant environ 10 000 dollars d'investissement, le local de 25 m<sup>2</sup> reprend des allures rustiques. Côté boulangerie on peut acheter du pain, des pâtisseries, des sandwiches et des salades. À un comptoir adjacent, l'enseigne propose un bar à soupes et plats mijotés de saison. L'enseigne peut accueillir une douzaine de personnes assises pour un ticket



moyen autour de 10 dollars. « La clientèle est totalement différente, nous visons les gens qui veulent

consommer bon, facile et pas cher », ajoute Ataya.

Nada Alameddine

### En bref

#### • Le nombre de passagers à l'aéroport de Beyrouth

a augmenté de 2,6 % sur les deux premiers mois de 2019, à 1 131 577 voyageurs (arrivées, départs, transits), contre 1 102 742 sur la même période en 2018, d'après les chiffres de l'aéroport. Plus en détail, le nombre d'arrivées a enregistré une légère hausse de 0,4 % à 528 849 passagers, tout comme le nombre de départs qui a augmenté de 2,4 % à 589 288 passagers.

## Mayha à la pointe de l'omakase

Situé à Mar Mikhaël, Mayha est un nouveau restaurant japonais, « un omakase au sens strict du terme », explique Karim Arakji, copropriétaire. Un

omakase, qui veut dire « je m'en remets à vous » en japonais, est un restaurant où c'est au chef de surprendre les clients par une sélection de produits frais qu'il

cuisine devant eux. Mayha propose ainsi deux formules à midi, l'une à 45 et l'autre à 70 dollars, et une formule à 150 dollars le soir. À table, les plats se succè-

dent, soupes, poissons crus ou maturés, fruits de mer ou encore bœuf wagyu. Moyennant un investissement d'environ 500 000 dollars, l'établissement peut accueillir onze personnes assises de 13h à 15h et de 19h à 23h30. En parallèle, toujours à Mar Mikhaël, Arakji lance By Skirt, un nouvel établissement dérivé du restaurant de viande Skirt et spécialisé dans le burger. Cette nouvelle enseigne représente un investissement d'environ 200 000 dollars et peut accueillir une vingtaine de personnes. Au menu : une dizaine de plats pour un ticket moyen autour de 30 dollars. Karim Arakji est par ailleurs le copropriétaire et gérant du groupe Meat the Fish, Maryoul et des cafés Backburner.

N.M.



Ils font l'actualité

# Karim et Carla Keyrouz déménagent L'Appartement

Cinq ans après l'ouverture du bistrot-resto L'Appartement, Karim et Carla Keyrouz poursuivent l'aventure à quelques centaines de mètres, dans une petite maison avec jardin. « On a tenu à rester dans le même quartier et à préserver la même ambiance, c'est un lieu chaleureux et intimiste », explique Carla. La nouvelle maison peut accueillir une cinquantaine de personnes à l'intérieur et offre surtout 400 m<sup>2</sup> de jardin avec de grands arbres. On peut y manger, boire un verre, faire un jeu de société ou écouter de la musique. Un concept qui a fait le succès de L'Appartement, et avant lui des "Creative Wednesdays", des soirées hebdomadaires qu'organisait Carla chez elle. C'était en 2010. La jeune femme, qui travaille dans la production et le théâtre, recevait toutes les semaines entre 10 et 50 personnes, des amis et leurs amis, pour des activités artistiques autour d'un verre. Ces soirées gratuites étaient basées sur la convivialité, chacun apportait quelque chose à boire ou à manger. « Je ne peux pas dire combien de couples, de collaborations sont nées durant ces soirées », dit-elle.

C'est à cette époque qu'elle rencontre Karim, qui devient un habitué des "Creative Wednesdays", et le couple s'installe ensemble. « Je n'avais pas très envie de faire toutes les semaines des soirées à la maison, mais je voulais que Carla continue à vivre son rêve. On a donc cherché un lieu qui y serait dédié », raconte-t-il. Dix jours avant leur mariage, le couple trouve le lieu idéal : un petit appartement discret à Sioufi. Karim prend en charge



les travaux pendant que Carla s'occupe de la déco. Comme ils font tout eux-mêmes, l'investissement ne dépasse pas cinquante mille dollars.

L'Appartement ouvre ses portes en 2014 et trouve petit à petit sa clientèle. « Les gens voulaient voir l'endroit. Ils venaient un soir puis revenaient le lendemain avec des amis en disant « regardez ce que j'ai découvert », c'est comme ça que la sauce a pris », se souvient Karim.

Au fil des mois, l'établissement étoffe son offre artistique (concerts, expos et ateliers) et sa carte. Au menu : salades, croque-monsieur, tartines ou encore plateaux de fromages et charcuteries, pour un ticket moyen autour de 20-25 dollars par personne.

« Cela s'est fait un peu en tâtonnant. Un jour un client a dit avoir envie d'une bonne viande, alors on a rajouté un steak frite au menu », affirme Karim en riant. Au travail comme dans la vie, Carla et Karim se complètent. Elle s'occupe de la partie créative et lui gère les formalités

administratives, les fournisseurs et la logistique. Elle continue de travailler dans une société de production tandis que lui se dédie entièrement à l'établissement.

Ensemble, ils font tourner le restaurant tout en développant de nouveaux projets professionnels autour de leurs envies et leur famille. Comme cette idée de créer une marque de pâte à modeler 100 % naturelle et comestible nommée "Lila et Kaïou", en hommage à leurs filles Lila et Kaïa. Ou celle d'ouvrir « le premier café fleuriste au Liban », comme l'appelle fièrement Carla. Le couple s'est associé au réalisateur Tarek Bou Chebl pour lancer, en décembre dernier, le Café des fleurs. Moyennant environ 10 000 dollars, ce tout petit lieu de 9 m<sup>2</sup> avec trois tables en terrasse est situé à Achrafié dans la montée de l'hôtel Alexandre. On peut y acheter des fleurs, une baguette, des croissants et quelques objets cadeaux.

Nagi Morkos

En bref

- Tony Ramy propriétaire entre autres des enseignes Falamanki et Sultan Brahim, a été réélu à la tête du **syndicat des propriétaires de restaurants, cafés, boîtes de nuit et pâtisseries du Liban.**

« Aujourd'hui, après la formation du gouvernement, le syndicat suivra de près le développement et l'innovation en matière de législation, visant à organiser et améliorer les secteurs du tourisme et de la restauration », a déclaré Tony Ramy. Parmi les nouveaux membres nommés à cette occasion on compte Charif Doumet, Chirine Salha et Siham Tuéni portant à trois le nombre de femmes siégeant au conseil d'administration du syndicat avec Maya Bekhaazi Noun, vice-présidente.

- Un nouveau café a ouvert ses portes à Achrafié. **The High Llama** sert des petits déjeuners, soupes, tartines, salades et gâteaux en service continu pour un ticket moyen autour de 15 dollars par personne. « Avec ma femme nous avons beaucoup voyagé et partout on cherchait le meilleur café. Nous avons donc décidé d'ouvrir un lieu qui nous ressemble », explique Simon Balesom, copropriétaire. Le High Llama est situé sur une surface de 65 m<sup>2</sup> avec une mezzanine et peut accueillir une quarantaine de personnes assises à partir de 7h.

# Nicolas Audi explore de nouveaux relais de croissance

Face au ralentissement de son activité traditionnelle, le traiteur de luxe se diversifie. La reprise du restaurant de l'hôtel Sofitel Le Gabriel et son entrée sur le créneau de la restauration scolaire signe un changement de paradigme.

**N**icolas Audi n'est pas homme à mettre tous ses œufs dans le même panier. Pour ce chef autodidacte, qui a fondé Nicolas Audi Cuisine en 2008 et l'a imposée parmi les cinq plus grands traiteurs du pays, le diagnostic a été simple : l'activité est trop saisonnière pour rester le seul credo de son entreprise. Les mariages et les réceptions mondaines, qui ont fait sa

renommée, ont essentiellement lieu entre avril et septembre. Le reste du temps était « une période assez creuse », témoigne son fils Béchara Audi, directeur commercial.

« Jusqu'à récemment, nous en profitions pour préparer de nouveaux menus. Mais avec la crise, il a semblé judicieux de réfléchir à une diversification », ajoute Karim Audi, qui avec son frère et sa sœur Nayla ont pris

le relais à la direction, tandis que Nicolas Audi continue de superviser les cuisines.

## CHANGEMENT DE MENTALITÉ

Certes, avec 2 200 prestations fournies en 2018 (14 % de plus que l'année précédente), un chiffre d'affaires de 7 millions de dollars et une centaine d'employés, le traiteur s'en sort plutôt bien. Mais ses marges sont en baisse. « Le ticket moyen a chuté d'environ 25 % en dix ans dans un contexte, qui plus est, de concurrence accrue », souligne cet ancien de l'école hôtelière de Glion (Suisse).

Aujourd'hui, pour les réceptions, la demande plafonne à 120 dollars par personne tout compris (serveurs, location de mobiliers...). « Et 2019 ne s'annonce pas sous de meilleurs auspices. Au contraire... »

Si la baisse traduit une érosion du pouvoir d'achat des consommateurs, elle est aussi le signe d'une évolution des mentalités. « Autrefois, la "partie restauration" d'un mariage était primordiale : c'était sur elle que reposait sa réussite. Aujourd'hui, c'est davantage un ensemble : les familles veulent de l'animation un souvenir impérissable. Inévitablement, elles consacrent des budgets plus restreints à la gastronomie et à l'art de la table », fait valoir Béchara Audi.

Pour faire face à ce changement durable, l'équipe dirigeante veut renforcer l'activité de base, tout en explorant de

nouveaux relais de croissance. Nicolas Audi vient ainsi de se voir confier la gestion de l'ensemble des services de restauration de l'hôtel Sofitel Le Gabriel (groupe Accor). Rénové en 2015, l'établissement de 73 chambres peut accueillir jusqu'à 110 convives (dont 35 en terrasse) dans son restaurant La Verrière. « Les équipes restent en place », précise Nayla Audi, qui s'occupe des créations culinaires et, notamment, de la pâtisserie avec son père. « Elles sont même renforcées. »

## UN NOUVEAU PARADIGME

Pour Nicolas Audi, ce nouveau contrat entérine sa politique de gestion de restaurants en sous-traitance. Le groupe opère aujourd'hui déjà deux restaurants : celui du vignoble de l'xsir à Batroun (80 couverts à l'intérieur, 200 à l'extérieur) et celui du Yacht Club de Zaituna Bay à Beyrouth (100 couverts à l'intérieur, 80 en terrasse).

« Ce type de partenariat est très commun au sein des groupes hôteliers et certains établissements vont jusqu'à l'externalisation des services de restauration. Sofitel collabore souvent avec des chefs renommés, comme par exemple Christian Constant au Sofitel Paris arc de Triomphe », précise Christine Hakimé, directrice adjointe de l'hôtel Le Gabriel, qui préfère taire le montant du contrat. Tout au plus saura-t-on qu'il s'agit d'un accord qui dépend des recettes engrangées in fine.





Béchara, Nayla et Karim Audi.

« Notre objectif est au moins de doubler la fréquentation de nos espaces de restauration, qu'il s'agisse du restaurant ou des réceptions privées », ajoute Christine Hakimé. Audi espère pouvoir développer davantage d'événements ou de réceptions à destination des particuliers au sein de cet hôtel, réputé pour sa clientèle d'affaires.

« Nous pourrions y organiser des événements de taille réduite, autour d'une centaine de personnes, pour un prix finalement assez abordable, entre 70 et 85 dollars », précise Béchara Audi. Pour le passage de flambeau, qui aura lieu en avril, Le Gabriel et Nicolas Audi planchent sur une "nouvelle formule". « La carte se veut plus abordable, et plus axée bistrot, avec pour objectif de fidéliser une clientèle régulière. D'où d'ailleurs l'accent porté sur le plat du jour », assure-t-elle encore. Mais attention, pas question de révolutionner la marque de fabrique de ce groupe international : la cuisine française et internationale reste prépondérante. « Nicolas Audi lui adjoint toutefois quelques plats libanais », préci-

se Nayla Audi.

Le partenariat entre les deux établissements ne s'arrête pas là : dans le lobby de l'hôtel Le Gabriel, Nicolas Audi ouvrira un espace pâtisserie. « Il s'agit d'un kiosque de vente à destination des clients de l'hôtel aussi bien que les habitants du quartier qui pourront acheter directement, voire commander et se faire livrer », fait encore valoir Nayla Audi. Un test grandeur nature pour ce traiteur de luxe, qui envisageait depuis plusieurs années l'ouverture d'une boutique à Beyrouth.

En parallèle, l'entreprise s'est positionnée sur un nouveau créneau, potentiellement porteur et encore sous-exploité au Liban, celui de la restauration scolaire.

### UN CAS D'ÉCOLE À REPRODUIRE

Depuis la rentrée, le traiteur opère la cantine des élèves de primaire de Notre-Dame de Jamhour et sert environ 400 repas par jour, à 8 000 livres le plateau. « La restauration scolaire au Liban est une niche qui était jusque-là occupée par des chaînes de snacking ou de restauration rapide. Chez Nicolas

Audi, nous proposons des repas complets et frais, plutôt que des simples en-cas », explique Béchara Audi.

Pour assurer un service plus important, le groupe exploite sa cuisine centrale à Rabié ainsi qu'une cuisine satellite à Jamhour où travaillent cinq employés. « Les marges sont plus réduites que sur notre métier historique. Ce qui implique de chercher les volumes », ajoute son frère Karim, qui envisage de créer une marque – ou une structure – autonome pour mieux développer l'activité. Nicolas Audi aimerait d'ailleurs dupliquer ce premier contrat en prenant en charge la restauration d'établissements bancaires ou de centres hospitaliers. « Un changement d'univers, concède Béchara Audi, pas le moins du monde effrayé, mais notre philosophie reste la même : du frais et de la qualité avec le moins de produits transformés possible. » À terme, Nicolas Audi espère que la partie "corporate" représentera environ un quart du chiffre d'affaires du groupe.

M.R.

## En bref

- La marque arménienne **Onno** ferme son restaurant de Hamra et s'installe au centre-ville, juste à côté des Souks en lieu et place de Carnaval. « C'est un bon emplacement notamment, car à l'heure du déjeuner il y a une forte clientèle », dit Souraya Naamani, copropriétaire. Le nouvel établissement pourra accueillir une cinquantaine de personnes assises en salle et jusqu'à 25 en terrasse pour un ticket moyen autour de 30 dollars. Lancé à Bourj Hammoud il y a une trentaine d'années (établissement actuellement en rénovation), Onno a ouvert en 2014 à Badaro puis en 2017 à Naccache. La marque se développe aussi en franchise à l'étranger avec une ouverture prévue prochainement en Arabie saoudite.

- Parmi les **fermetures** notables de ce mois, on compte la franchise de Cheesecake Factory lancée en 2015 à Verdun par le groupe Assaad Food & Beverages SAL. L'établissement servait une centaine de plats américains dont le fameux cheesecake pour un ticket moyen autour de 30 dollars par personne. Sur le front de mer, on note aussi la fermeture du restaurant de poissons Chez Zakhia à l'hôtel Riviera.

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