

Lost At Sea, une plage de sable à Damour

La société Damour Beach Resort de la famille Abchee, qui avait ouvert le Damour Beach Club en 2012 pour un investissement de deux millions de dollars, a lancé une nouvelle plage à Damour. Lost At Sea, qui peut accueillir jusqu'à 450 personnes sur 5 000 m², compte une piscine, un bar et un restaurant proposant une cuisine méditerranéenne et des produits du terroir issus du jardin attenant à la plage. Montant de ce nouvel investissement : 500 000 dollars. « Nous l'avons lancé l'année dernière quand la situation était encore stable. Aujourd'hui, la situation économique est catastrophique, mais on espère que notre plage trouvera sa clientèle », explique Michel Abchee, copropriétaire du Damour Beach Resort avec ses frères et copropriétaire de l'hôtel-bar-restaurant Lost à Gemmayzé. Avec un ticket moyen de l'ordre de 100 000 LL par personne pour déjeuner et



un tarif de 60 000 LL en week-end pour l'accès à la plage, le complexe vise une clientèle haut de gamme. « On veut faire de ce lieu une respiration à 30 minutes de la ville », dit Michel Abchee. | **Nagi MORKOS**

Em Sherif se délocalise

Le groupe Em Sherif a ouvert un café à Faraya, à l'Igloo, au domaine Mzaar, sur une surface de 1 000 m² en extérieur, comprenant un bar et un restaurant. Le café servira aussi la piscine des Jardins du Mzaar. La carte reste inchangée. « Ce projet répond à une demande de notre clientèle et des prévisions négatives pour Beyrouth cet été, étant donné l'absence de touristes », explique Dany Chaccour, copropriétaire du groupe Em Sherif et La Parilla. Cette dernière enseigne, spécialisée dans la viande argentine et installée sur le toit de l'hôtel Warwick Palm Beach, a temporairement fermé ses portes, le coût du bœuf importé étant désormais inaccessible à la plupart des bourses. Le lieu est désormais occupé par le restaurant Em Sherif, dont l'emplacement à Monnot est provisoirement fermé. « Le défi dans la restauration libanaise aujourd'hui, c'est de rester ouvert afin de sauvegarder la marque. C'est d'autant plus important pour les groupes comme nous qui franchisons à l'étranger. On ne cherche plus à gagner de l'argent, mais seulement à couvrir nos frais

opérationnels », ajoute Dany Chaccour, qui paie désormais ses salariés au taux de 2 000 LL pour un dollar, soit 30 % d'augmentation, dans l'espoir d'endiguer les départs à l'étranger. Le groupe espère limiter les pertes en développant plus de franchises à l'étranger. Fermées pendant le confinement, les enseignes Em Sherif à Doha et en Arabie saoudite ont rouvert leurs portes, et retrouvé 75 à 80 % de leur chiffre d'affaires habituel. Le groupe est aussi en discussion pour ouvrir un établissement à Monaco, à l'hôtel Hermitage, l'an prochain, ainsi qu'à Abou Dhabi et en Jordanie. | **N.M.**



Arthaus, une nouvelle maison d'hôte à Gemmayzé

En gestation depuis une dizaine d'années, le projet de guest-house haut de gamme de Nabil et Zoé Debs a ouvert ses portes à Gemmayzé. Cette destination de charme, propriété de la famille Debs depuis de nombreuses générations, s'étend sur quelque 4 000 m² répartis entre le jardin et quatre maisons traditionnelles dont la plus ancienne remonte à 1790. Arthaus propose aussi une piscine, des bains turcs et des jacuzzis. Plusieurs millions de dollars ont été investis dans ce projet avec un mot d'ordre : « Rester fidèle au lieu et à son histoire », indique Nabil Debs, qui a fait carrière dans la finance. Sur les 25 chambres que compte Arthaus (de 30 à 120 m²) seules une dizaine seront ouvertes pour cet été. Il faut compter 880 000 LL minimum pour une nuit, petit déjeuner compris. Côté restauration, on compte trois espaces distincts pouvant accueillir jusqu'à 120 personnes : un bar de mixologie, un espace lounge et un restaurant. Le couple Debs a également



investi dans des maisons traditionnelles à Cuba, à Megève en France ainsi qu'en Grande-Bretagne où il développe le même concept. | **Nada ALAMEDDINE**

Lebniyet Café ouvre à Jounié

Un nouveau café-restaurant a ouvert en bord de mer à Jounié. Lebniyet Café, qui peut accueillir jusqu'à 300 personnes sur une terrasse de 1 000 m², propose une cuisine libanaise, italienne et internationale. Il s'est également associé avec l'enseigne Shogun, spécialisée dans la cuisine japonaise, pour étoffer sa carte. « Beyrouth souffre beaucoup en ce moment, on aimerait que Lebniyet Café soit une pause accessible au bord de la mer. Malgré la hausse des tarifs des produits importés, on essaye de contenir les prix en sacrifiant nos marges. Ce serait contre-productif de faire monter les prix, alors que le pouvoir d'achat des Libanais est en berne », explique le propriétaire Michel Ferneini, propriétaire du service traiteur Fleur de Lys et présentateur de l'émission "Mr Gourmet" sur MTV.



Environ 250 000 dollars ont été investis dans Lebniyet Café. Compter environ 45 000 LL par personne pour un repas. | **N.A.**

Les Khaïrallah exportent Kitchen Confidential

Six ans après son lancement, dans une petite boutique de 75 m² à Achrafîé, Kitchen Confidential s'offre un nouveau départ. L'enseigne de produits sains, bio et sans gluten va s'inviter dans les rayons à Dubaï, à travers Recipe Number Seven, une entreprise créée en partenariat avec une entreprise de distribution émiratie, BMB, qui a décidé de se lancer dans le marché du gluten free. « C'est un lancement à grande échelle. Nous avons déjà signé avec de grandes enseignes de supermarchés. Nos produits seront aussi distribués en Arabie saoudite, à Oman et au Koweït. La demande est très forte dans les pays du Golfe, car c'est là où l'on trouve le taux de personnes diabétiques le plus élevé au monde », explique le copropriétaire de Kitchen Confidential, Imad Khaïrallah, dont le nouveau partenaire a aussi ses entrées dans les duty-free nord-américains et européens.

Cet ancien banquier d'affaires, qui a fait ses armes à Paris, New York et Dubaï, avant de créer sa société de conseil au Liban en 2014, a fondé la même année Kitchen Confidential, un service de traiteur à domicile qui propose uniquement des produits bio organiques et sans gluten. Un projet familial mené avec sa mère Siham, qui a imaginé les recettes, et son frère Walid, endocrinologue. « De par sa profession, mon frère était très au fait de l'alimentation recommandée en cas d'allergie, on a donc pensé à lancer une gamme de produits sains, sans gluten, tout en s'inspirant de la junk-food, des goûts que chacun connaît et auxquels on s'identifie, mais en version saine », explique Imad Khaïrallah dont l'activité a tout de suite été un succès, grâce entre autres à la clientèle de son frère. Au service de livraison à domicile s'ajoute en 2018 un restaurant, place Sassine, à la place de l'ancien café Najjar, pour un investissement de 500 000 dollars. La boutique-restaurant compte 50 places assises et propose un menu sain, bio et sans gluten pour environ 25 dollars par personne.

À la différence de ses concurrents, Kitchen



Confidential arrive à surnager depuis le début de la crise. Grâce au service de livraison, qui est la marque de fabrique de l'enseigne depuis ses débuts ainsi qu'une clientèle fidèle, Kitchen Confidential affiche une baisse de chiffre d'affaires de "seulement" 30 % sur les six premiers mois de l'année. Les tarifs, eux, n'ont pas augmenté depuis le début de la crise, même si la plupart des matières premières ont vu monter leur prix en flèche. Les propriétaires ont aussi profité du confinement pour lancer un nouveau concept : un service de livraison de box "do it yourself" qui a connu un franc succès.

La prochaine étape ? Kitchen Confidential est en discussion pour franchiser son établissement aux quatre coins du monde. Les frères Khaïrallah ont toujours vu leur enseigne de Beyrouth comme un laboratoire de recherche et développement qui permettrait ensuite de se développer à l'international. « C'est l'idée depuis le départ. Nous avons formé l'équipe pendant six ans et c'est avec elle que nous continuerons d'inventer de nouveaux produits. Le public libanais est très exigeant, ce qui permet de tester nos nouvelles gammes, mais ce n'est pas ici que nous pensons faire de l'argent. Nous sommes en pourparlers pour franchiser au Portugal et dans les pays du Golfe. C'est le bon moment pour nous », dit-il. | **Nagi MORKOS**

Imad Khaïrallah :
« Nous avons formé l'équipe pendant six ans et c'est avec elle que nous continuerons d'inventer de nouveaux produits. Le public libanais est très exigeant, ce qui permet de tester nos nouvelles gammes. »