

# Les investisseurs retrouvent

Nagi Morkos, avec Lucien Chardon



Photo Greg Demarque

# le chemin des plages

**Quelque 80 millions de dollars ont été investis ces dernières années dans des plages au succès grandissant. Panorama des projets qui bordent le littoral.**

**A**près deux années difficiles destinées à absorber le choc traumatique de la guerre de 2006, les développeurs de plages recommencent à délier leur bourse. Pour cette saison 2009, les investisseurs s'intéressent au secteur tant au niveau de nouveaux projets que des travaux de rénovation et d'embellissement de certaines plages (Bamboo Bay et Eddé Sands).

De nouvelles zones géographiques plus au nord de Beyrouth, comme Enfé, sont ciblées par les opérateurs de restauration et d'hôtellerie, tel Tony Saadé (La Fondue, Eleven, Montagnou).

Au total, les plages libanaises occupent une superficie ne dépassant pas les 400 000 mètres carrés pour un investissement total de 80 millions de dollars, dont la moitié va au projet ambitieux de Roger Eddé à Jbeil, le Eddé Sands.

L'appellation plages recouvre en fait les projets qui ont vu le jour au début des années 1990 et qui ne cessent de se multiplier depuis. Il s'agit de plages de sable ou de galets, ouvertes le jour et la nuit durant la saison estivale qui offrent un service de restauration et de bars. Contrairement aux autres complexes balnéaires essentiellement situés sur le côté nord de Beyrouth, ces plages accueillent des clients sans location de cabines ou abonnement saisonnier (Rimal), carte de membres (ATCL) ou nécessité de posséder un bungalow communément appelé "chalet" au Liban (Portemilio). Ici, il suffit de payer un droit d'entrée journalier pour accéder aux services de la plage, à leur tour payants.

Ces plages sont à la mode aussi parce qu'elles privilégient la nature et l'accès direct à la mer, contrairement aux complexes bétonnés qui foisonnent le long de la côte. Des décorateurs de renom sont souvent appelés pour donner aux plages une atmosphère jeune et décontractée. La clientèle cible est constituée le plus souvent, outre les locaux, des expatriés qui visitent le Liban à la saison estivale. Ces derniers sont très friands de tels concepts de plages, existant en Europe.

Les tarifs augmentent chaque année, pour une moyenne d'entrée par personne qui tourne autour des 15 à 20 000 livres (10 à 13 dollars), avec parfois des restrictions à l'entrée, tel l'Orchid qui refuse les moins de 21 ans. Car la demande ne cesse d'augmenter depuis le début des années 1990. Une tendance qui est d'abord née au sud de Beyrouth, entre Jiyé et Saïda, malgré les embouteillages antérieurs à l'inauguration de l'autoroute de l'entrée sud de la capitale. Jonas Beach, le pionnier, a vu le jour en 1993 suivi des plages Saint-John et Atlas Beach (disparues depuis). Bamboo Bay est arrivée sur le marché en 1999 et s'est démarquée des plages n'ouvrant que la journée, en attirant des centaines de noctambules adeptes de ses beach parties. Les ouvertures se sont ensuite succédé, dont celles d'Eddé Sands en 2003 sur la plage de Jbeil et de l'Océana en 2004.

L'année 2006 a marqué un tournant dans le développement du secteur, puisqu'elle était en même temps l'année la plus ambitieuse

avec le plus grand nombre d'ouvertures (Orchid, Lazy B, Pangea) mais aussi l'année la plus catastrophique puisque la guerre avec Israël a anéanti les espoirs des plagistes.

Les deux années suivantes ont été consacrées à digérer le coup. Quasiment, aucune inauguration n'ayant été signalée en 2007 et 2008.

Le marché représente actuellement environ 25 millions de dollars de chiffre d'affaires, si on compte uniquement les tarifs d'entrée la journée, sans compter la restauration, les produits dérivés et les boutiques. Malgré la reprise des investissements cette année, le potentiel de développement reste important, puisque seules une vingtaine de plages s'étalent de Rmeil à Batroun avec une capacité moyenne par jour qui varie de 250 à 5 000 personnes et une moyenne de 1 000 personnes par plage et par jour, souvent dépassée les week-ends.

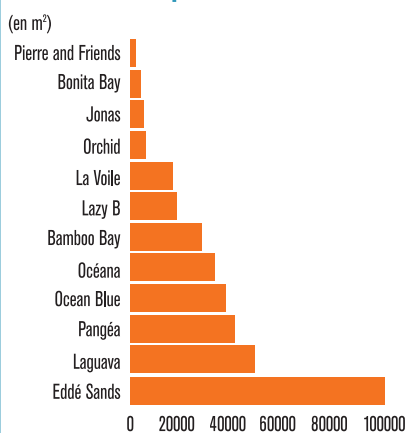
Si l'on considère que la saison fait 140 jours, cela représente une offre de 2,8 millions de places au total, alors que le potentiel est supérieur à quatre millions (deux millions de touristes et 3,5 millions de Libanais résidents).

Le littoral étant relativement saturé aux abords directs de la capitale, de Saïda à Batroun, les futurs développements devront se focaliser dans les régions au sud de Saïda, délaissées à cause des occupations israéliennes répétées. On peut facilement prévoir que cette partie du littoral connaîtra un succès très important d'abord, parce qu'elle est inexploitée et que les structures →

## Les plages au Liban

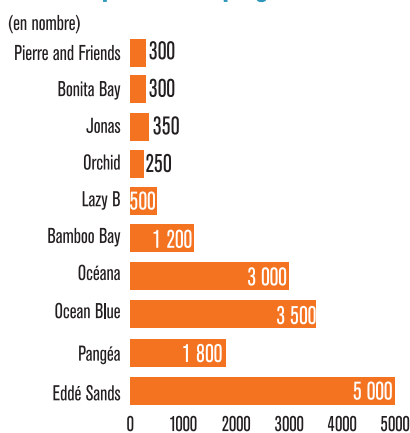
Plage	Date d'ouverture	Investissement (en dol.)	Capacité	Tarifs d'entrée	Nb. de restaurants	Superficie (en m²)	Emplacement
Bamboo Bay	2002	1,5 million	1 200	• Adultes : 30 000 LL • Enfants : 15 000 LL	2	30 000	Jiyé
Pangéa	2006	9 millions	1 800	• Ad. : 22 000 LL, 25 000 LL (w-e) • Enf. : 11 000 LL, 15 000 LL (w-e)	2	45 000	Jiyé
Orchid	2006	800 000	250	• 30 000 LL	-	6 500	Jiyé
La Voile	2002	2 millions	-	• Ad. : 15 000 LL • Enf. : 10 000 LL	1	18 000	Rmeilé
Laguava	2004	6 650 000	-	• Ad. : 20 000 LL, 25 000 LL (w-e) • Enf. : 10 000 LL	2	50 000	Rmeilé
Jonas	1993	40 000	350	• Ad. : 15 000 LL • Enf. : 10 000 LL	1	6 000	Jiyé
Lazy B	2006	500 000	500	• Ad. : 22 000 LL, 25 000 LL (w-e) • Enf. : 11 000 LL	1	20 000	Jiyé-Damour
Océana	2004	5,4 millions	3 000	• Ad. : 22 000 LL, 27 000 LL (w-e) • Enf. : 12 000 LL, 15 000 LL (w-e)	7	33 000	Damour
Eddé Sands	2003	40 à 45 millions	5 000	• Ad. : 20 000 LL, 30 000 LL (w-e) • Enf. : 8 000 LL, 10 000 LL (w-e)	7	100 000	Byblos
Bonita Bay	2001	8 millions	300	• Ad. : 8 000 LL, 15 000 LL (w-e) • Enf. : 5 000 LL, 10 000 LL (w-e)	1	3 800	Batroun
Ocean Blue	2005	3,7 millions	3 500	• Ad. : 10 000 LL, 15 000 LL (w-e) • Enf. : 5 000 LL, 7 500 LL (w-e)	2	37 500	Byblos
Pierre and Friends	2003	100 000	300	-	1	2 000	Batroun

### Superficie...



• Moyenne de la superficie des plages au Liban : 29 317 m².

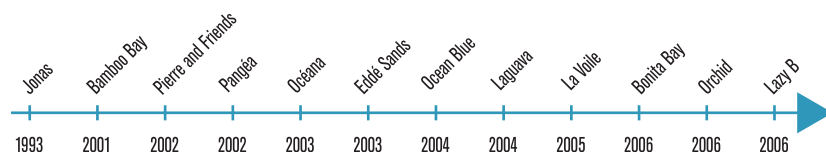
### ... et capacité des plages au Liban



• Moyenne de la capacité des plus grandes plages au Liban : 1 620 personnes

Source : Hodema.

### Dates d'ouverture des plages au Liban



Source : Hodema.

touristiques existantes sont dérisoires, mais aussi parce que les alentours de Tyr comptent les plages de sable les plus belles et les plus vastes du pays.

Bien que juteux, le marché des plages n'attire jusqu'à présent que des indépendants ou bien sur des propriétaires terriens comme les Azzi, les Boustani au sud de Beyrouth et Eddé au Nord. Malgré des rumeurs récurrentes, aucun opérateur hôtelier n'a encore signé de partenariat ou de gestion d'une de ces plages. L'arrivée d'un acteur international pourrait faire bouger les choses dans un proche avenir. D'autant qu'il y a une place à prendre sur le créneau encore inexploité des "resorts". Ce concept, qui propose au client toutes les facilités lui offrant la possibilité de passer plusieurs jours sans sortir de l'hôtel, est encore inexistant au Liban malgré quelques initiatives locales approchantes (Eddé Sands). Aujourd'hui, c'est le contraire qui se passe, des plagistes indépendants cherchent à faire de l'hôtellerie et proposent déjà des bungalows et des chambres à louer à la journée ou à la saison. ▣

## Bamboo Bay s'agrandit

**B**amboo Bay fait peau neuve pour la saison 2009. La plage située à Jiyé, et gérée depuis 2002 par Gilbert Khoury, s'étend sur un terrain de 30 000 m<sup>2</sup> appartenant à la famille Boustani. Jusqu'ici, seuls 14 000 m<sup>2</sup> étaient exploités, mais désormais 6 000 m<sup>2</sup> supplémentaires sont utilisés et toute la décoration a été modifiée. Le nouveau projet est divisé en deux : une partie pour les familles, avec une quinzaine de petites huttes entourées de jardins privés et une dizaine de huttes sur la plage. Trois piscines sont installées autour du gazon, dont une avec cascade. La seconde partie s'adresse exclusivement aux adultes de plus de 21 ans et comprend six terrasses entre 90 et 100 m<sup>2</sup> pour six à huit personnes, une grande terrasse de 200 m<sup>2</sup> et une douzaine de terrasses plus petites sur la plage. Bamboo Bay dispose aussi de deux restau-

rants en gestion propre, de plusieurs bars et d'autres services, comme un spa, une salle de sport ou de petits magasins. Le nouveau concept se veut plus luxueux que l'ancien. « Les services sont équivalents à ceux d'un hôtel cinq étoiles », explique Ayda Nasr, directrice générale de Bamboo Bay. En plus du tarif d'entrée de 30 000 livres pour les adultes et de 15 000 livres pour les enfants, il faut compter de 100 à 150 dollars supplémentaires pour les terrasses des adultes et de 70 à 120 dollars pour les huttes des familles. « Nous avons choisi de fournir des services beaucoup plus relevés, en limitant la capacité de 1 200 à 700 personnes. En moyenne, cela représente 300 m<sup>2</sup> par client, ce qui est très rare sur la côte. Avec le développement de la concurrence, nous avons décidé de nous repositionner sur le marché », affirme Gilbert Khoury, le gérant de la plage.

Alors que l'investissement initial était d'environ 1,5 million de dollars, le relooking du Bamboo Bay aura coûté environ 400 000 dollars. Le projet d'élargissement de la plage a été réalisé en attendant un autre plus grand projet d'hôtel avec une trentaine de chalets, sur la surface disponible qui se situe derrière la plage. Le projet, programmé depuis plusieurs années, est estimé à plusieurs millions de dollars. « Nous ne nous fixons aucune échéance, nous attendons de voir comment la situation du pays va évoluer avant de nous engager », explique Gilbert Khoury. Le dirigeant du groupe Cimes compte toutefois se jeter à l'eau en lançant un nouveau projet de plage au nord de Byblos en mai ou juin 2010, qui s'étendra sur 7 000 m<sup>2</sup>. « Nous finissons encore les plans d'architecture et les formalités de permis de construire », poursuit-il. Ce projet sera exclusivement réservé aux adultes. ■

## Pangéa, de plus en plus tournée vers les jeunes

**O**uvert en mai 2006, le complexe Pangéa appartient à la société CCA for Tourism. Il s'étend sur une superficie de 45 000 m<sup>2</sup> à Jiyé, dont la moitié est exploitée en construction en béton. Le projet a initialement coûté neuf millions de dollars (en incluant le terrain). Il est composé de 22 bungalows de 70 à 90 m<sup>2</sup>, trois piscines dont la plus grande fait 2 000 m<sup>2</sup>, deux restaurants qui ne sont pas en gestion propre (Big Blue, The Snack), et quatre bars. La direction de la plage souhaiterait créer une petite chambre à massage sur la jetée dont dispose le Pangéa. Elle n'a pas abandonné un projet d'hôtel cinq étoiles, qui est toujours en phase de construction et devrait être ouvert dans deux ans. Les travaux ont uniquement lieu pendant l'hiver. L'entrée pour adultes est de 22 000 livres en semaine et 25 000 livres pour le week-end, et de 11 000 livres pour les enfants en semaine, avec 4 000 livres supplémentaires le week-end. Il est également possible de s'abonner pour la saison, de 1 600 à 2 000 dollars, puisque 22 cabines sont prévues à cet effet. Celles-ci peuvent être louées par jour pour 35 000 livres par personne. « Le Pangéa peut

accueillir environ 1 800 personnes, mais en accueille en moyenne 1 500 le week-end et 200 à 300 pendant la semaine, explique Sandra Salameh, directrice

générale. Nous avons toujours une clientèle familiale, mais nous cibons de plus en plus les jeunes, avec des beach parties et des activités de karaoké. » ■ →



## Orchid, la dernière saison ?

**O**uverte en juin 2006, juste avant la guerre avec Israël, l'Orchid est la première plage au Liban réservée aux adultes. Le concept, imaginé par Gilbert Khoury, fait toujours recette : détente, ambiance lounge et consommation d'alcool, mais sans beach party. Khoury, qui avait racheté l'ancienne plage du Mooréa à Jiyé en 2005 pour un dollar symbolique et la prise en charge de ses dettes, n'est plus associé à l'Orchid. Depuis juin 2008, Mazen Moussallem a racheté sa part dans Orchid SAL, en partenariat avec Georges Chéhadé et Khalil Abboud. L'Orchid s'étend sur 6 500 m<sup>2</sup> à Jiyé, avec 45 mètres de plage, et compte aussi 2 000 m<sup>2</sup> de parking. Elle peut accueillir jusqu'à 250 personnes. L'investissement de départ s'élevait à environ 800 000 dollars. « Nous accueillons environ 20 000 clients par saison, avec une moyenne de 75 dollars par tête », explique Marc Neeman, directeur général de l'Orchid. Le droit d'entrée s'élève à 30 000 livres, en semaine ou le week-end, mais peut grimper de 70 à 150 dollars supplémentaires pour l'utilisation d'espaces privés. « Les huttes avec jacuzzi sont celles qui marchent le

mieux », affirme-t-il. « L'année 2008 a été un très bon cru après une saison 2007 qui avait servi à payer les fournisseurs de 2006 sans faire de bénéfices. L'année 2009 s'annonce très bonne, avec déjà 12 % d'augmentation depuis le début de la saison », poursuit Marc Neeman. Il n'est cependant pas certain que l'Orchid continue d'exister

en l'état en 2010. La raison principale : une augmentation du loyer demandée par les propriétaires qui est difficilement acceptable pour les gérants. « Nous ne pouvons pas supporter une majoration du loyer qui dépasse 10 % de notre chiffre d'affaires », estime le responsable de l'Orchid. Le bail court jusqu'en décembre 2009. ■



## La Voile, pas d'augmentation des tarifs depuis 2006

**L**a plage de La Voile existe depuis 2002 à Rmeilé, mais jusqu'en 2006 s'appelait La Voile Bleue (en référence à la Voile rouge de Saint-Tropez). Les Azzi, propriétaires du terrain depuis des dizaines d'années et de nombreux terrains sur la côte sud, avaient confié la gérance à la société La Voile Bleue SAL. Celle-ci avait également développé une plage du même nom à Jbeil, aujourd'hui remplacée par le Bay 183. En septembre 2006, Walid Azzi a repris la

gérance du projet, en faisant quelques modifications, mais en gardant globalement l'ancien concept. L'investissement de départ était de deux millions de dollars en 2002 et chaque nouvelle saison nécessite environ 75 000 dollars supplémentaires pour réaliser divers aménagements. La Voile s'étend sur 18 000 m<sup>2</sup>, dont 6 000 m<sup>2</sup> de gazon et comprend une plage de 850 mètres de longueur. Le projet comporte deux piscines – une pour les adultes et une

pour les enfants –, un restaurant en gestion propre, trois bars, dont un sur la plage qui accueille des beach parties tous les dimanches. Cinq bungalows de 60 m<sup>2</sup> à même la plage peuvent être loués pendant la saison à raison de 6 500 dollars. La Voile dispose aussi de deux grands parkings pour 600 voitures au total. La capacité de la plage est de 12 000 personnes et accueille en moyenne de 1 000 à 1 200 personnes le week-end, en très grande majorité des personnes résidant à Beyrouth. Le droit d'entrée est de 15 000 livres pour les adultes le week-end et la semaine, et de 10 000 livres pour les enfants. « Nous sommes l'une des seules plages à ne pas avoir augmenté nos tarifs depuis 2006 », note Walid Azzi. « Nous aimerions élargir nos piscines et créer un modèle d'hôtel rustique, mais les investisseurs sont encore trop hésitants en raison de la situation politique au Liban », soutient le directeur général. ■ →



## Laguava, concept exotique

**L**aguava, qui tire son nom des goyaviers présents dans la région, a été lancée en juin 2004 sur le site du premier Océana à Rmeilé. La plage s'inspire de Bali et entend proposer un concept exotique qui n'existait pas avant au Liban. Les matériaux naturels comme le bambou ou l'along ont été privilégiés. C'est Mohammad Zeidan, PDG de la Société des terrains et de développement urbain, qui est propriétaire du terrain depuis la guerre civile. Laguava s'étend sur 50 000 m<sup>2</sup>, sans compter la plage longue d'un kilomètre et large d'environ 60 mètres. L'investissement initial s'élevait à 4,5 millions de dollars. Le complexe comporte dix bungalows avec chacun deux unités de 50 m<sup>2</sup> comprenant un jardin privé et un jacuzzi extérieur, deux piscines, deux restaurants en gestion propre, deux bars et une tente de massage. L'une des deux piscines vient d'être construite pour les familles, avec un petit coin pour les bébés. Plusieurs espaces lounge pour les "VIP" avec jacuzzi sont aussi flambant neufs. De nouveaux investissements qui auront coûté environ 150 000 dollars. La direction de la plage compte réaliser d'autres investissements, notamment la construction de 30 bungalows supplémentaires, pour une somme estimée à deux millions de dollars. Mais aucune échéance n'a encore été fixée, notamment en raison des incertitudes sur la situation sécuritaire au Liban. Le droit d'entrée est de 20 000 livres pour les adultes en semaine et de 25 000 livres le week-end, et toujours de 10 000 livres pour les enfants. Des journées étudiantes sont prévues une fois par semaine, avec un ticket à 15 000 livres. Le prix des bungalows oscille de 275 à 550 dollars pendant la semaine, et de 330 à 660 dollars le



week-end. Une formule d'abonnement est prévue pour la saison (du 15 mai à fin août) : de 11 000 à 16 500 dollars, selon la taille des bungalows et les services offerts. « Environ 75 % de notre clientèle sont des familles, le reste étant plutôt des jeunes. Sur la saison, nous accueillons aussi 25 % d'expatriés liba-

nais et 25 % de touristes étrangers », explique Assaad Mattar, directeur général du Laguava. « L'année 2008 était très bonne à cause du retour en masse des expatriés et nous nous attendons à ce que 2009 soit notre meilleure année depuis le lancement de la plage. » ■

## Jonas, la "maison plage"

**J**onas Beach est la première plage de sable au Liban. Située à Jiyé, elle a été inaugurée en 1993 avec le strict minimum : un restaurant-snack et à l'époque un petit bassin en guise de piscine. Le propriétaire Nassif Azzi a investi environ 40 000 dollars pour lancer l'aventure. À l'origine, la propriété familiale s'étendait sur 3 000 m<sup>2</sup>, mais une parcelle voisine de 3 000 m<sup>2</sup> a été annexée en 2000. « La plage a connu son succès grâce au bouche-à-oreille ; depuis,

c'est surtout une clientèle d'amis qui vient à Jonas, surtout des familles », explique le propriétaire Nassif Azzi. Jonas Beach dispose d'une piscine semi-olympique pour adultes, de deux piscines pour enfants, d'une quarantaine de cabines et d'un restaurant-snack qui peut accueillir jusqu'à 250 personnes. La plage s'étend sur environ 120 mètres. Le tarif d'entrée est de 15 000 livres par adulte et de 10 000 livres par enfant. Jonas Beach peut accueillir jusqu'à

350 clients en excluant le restaurant. « La dernière saison a rattrapé les déboires de 2006 et de 2007, mais la plage n'est toujours pas rentable. Pour rivaliser avec la concurrence, il faut soit passer à une étape plus "industrielle", soit se spécialiser », explique Nassif Azzi. Le propriétaire de Jonas Beach envisage donc d'ouvrir un restaurant de fruits de mer en continu sur toute l'année, mais ce projet a déjà été repoussé à plusieurs reprises. ■ →

## Lazy B, ambiance nature

« **N**ous n'avons pas l'intention d'être un supermarché de la plage », avertit d'emblée Georges Boustani, qui a développé le projet Lazy B en 2006 entre Jiyé et Damour, quelques jours avant le début de la guerre avec Israël. La plage, qui est pratiquement l'une des seules de la côte sans piscine, veut prendre le contre-pied des plages commerciales. Tout y est une histoire de famille : le terrain de 20 000 m<sup>2</sup> appartient depuis plus d'un siècle à la famille Boustani, qui a également développé le Bamboo Bay en 1999 avant de louer le terrain. Georges Boustani gère la plage et sa mère Daisy a conçu toute l'architecture et la décoration. Le dénivelé de 20 mètres a été mis à profit pour créer une quarantaine de petites terrasses très espacées, dont la plupart se situent à proximité du gazon, le long de petits chemins. L'objectif est de créer une ambiance détendue : entre hamacs, chaises longues et matelas. La plage, longue de 100 mètres, se trouve au bord d'une grande crique avec trois bassins. « Nous disposons seulement de 500 m<sup>2</sup> de construction, alors que notre terrain est bien plus vaste. Notre capacité se limite volontairement à 500 personnes », explique Boustani. Le Lazy B comporte aussi un petit bar et un restaurant géré par Larissa. Le droit d'accès est de 22 000 livres en semaine, de 25 000 livres le week-end et de 11 000 livres pour les



enfants. Mais c'est surtout une clientèle de jeunes célibataires que la plage attire. L'investissement initial était d'environ 500 000 dollars, dont 200 000 dollars à travers un prêt Kafalat. « Depuis la saison

2008, nous avons commencé à faire des bénéfices avec 50 % de chiffre d'affaires en plus. Et 2009 s'annonce très favorable. Nous marchons bien, car nous avons trouvé une niche », affirme Georges Boustani. ■

## Océana, une plage... et un vaste choix de restauration

**L'**Océana, qui s'est d'abord implantée pendant quatre ans à Rmeil, a ouvert depuis juin 2004 à Damour, derrière une grande bananeraie. Le terrain, géré par la société Sunbath, propriétaire d'Océana, couvre une superficie de 33 000 m<sup>2</sup>, sans compter 30 000 m<sup>2</sup> supplémentaires pour les parkings. Selon des informations publiées en 2006 par *Le Commerce du Levant*, l'investissement initial s'élevait à 2,5 millions de dollars, puis 5,4 millions entre 2005 et 2006 pour des travaux de rénovation et de nouvelles extensions. La

plage s'étend sur 450 mètres de long. Sept restaurants et snacks (dont Crepaway ou Dunkin' Donuts) sous-louent des emplacements autour de cinq piscines. L'une des piscines a été ajoutée en 2008 et l'entrée a été totalement modifiée la même année. Une zone de 9 000 m<sup>2</sup>, qui comprend le restaurant La Suite, ainsi qu'une piscine et quatorze suites, est exclusivement réservée aux adultes. Des beach parties y sont fréquemment organisées. Les suites se louent à 500 dollars la journée et le droit d'entrée pour les

adultes est de 22 000 livres en semaine et de 27 000 livres le week-end. Le ticket pour les enfants est de 12 000 livres en semaine et de 15 000 le week-end. La capacité de la plage est d'environ 3 000 personnes ; elle accueille en moyenne chaque semaine 6 000 personnes (ce qui inclut aussi le week-end). « Nous attendons un peu avant de lancer de nouveaux projets, mais nous aimerions changer dans le futur le concept de l'Océana de A à Z », explique Ziad Abdo, le directeur général du projet. ■ →

## Eddé Sands, un petit "village" en bord de mer

**O**uvert pendant l'été 2003, Eddé Sands se distingue des autres plages libanaises par ses proportions hors normes : le complexe balnéaire s'étend sur plus de 100 000 m<sup>2</sup> à Byblos. Le promoteur Roger Eddé a investi de 10 à 15 millions de dollars pour lancer le projet, sans compter le coût du terrain, à l'époque de 70 millions de dollars et aujourd'hui estimé à trois fois plus. Depuis l'ouverture, les travaux ne cessent de se poursuivre par étapes « en fonction de la situation géostratégique du Liban », explique Roger Eddé. Environ 30 millions de dollars supplémentaires ont été injectés ces cinq dernières années. Certains travaux sont toujours en cours, comme la construction de cinq cabanons en bord de mer avec jacuzzi et un beach bar pouvant accueillir au moins 1 000 personnes. Cette étape devrait être achevée dans le courant du mois de juillet. Eddé Sands ressemble déjà à un petit village, avec ses sept restaurants en gestion propre pendant la haute saison, ses six piscines, ses quatre bars, ses dix cabanas (loués entre 600 et 1 800 dollars la journée), son centre de convention de 1 260 m<sup>2</sup>, ses spas, ses magasins... Sans oublier un "boutique-hôtel" avec 17 bungalows face à la mer et une annexe de l'hôtel sur une colline, avec 28 chambres d'un standing quatre étoiles. La plage d'Eddé Sands est longue de 220 mètres et large de 30 à 40 mètres, selon les périodes de l'année. Le complexe a une capacité de 5 000 personnes, mais accueille en moyenne 3 000 personnes le week-end. Les tarifs d'entrée sont de 20 000 livres en semaine et de 30 000 livres le week-end pour les adultes et de 10 000 livres pour



les enfants. Des formules d'abonnement sont également proposées, variant de 411 à 1 300 dollars par an, selon les services offerts. « Les saisons 2007 et 2008 ont connu plus de 35 % de fréquentation, et nous nous attendons à plus 50 % pour 2009 », affirme Roger Eddé. L'homme d'affaires entend encore dans l'avenir développer sept terrains à l'intérieur d'Eddé Sands (soit environ 10 000 m<sup>2</sup>). Il prévoit pour l'année prochaine le lancement d'un hôtel de 220

chambres et de suites gérées par l'hôtel. Un investissement qui pourrait se chiffrer à 100 millions de dollars. En dehors d'Eddé Sands, Roger Eddé souhaite depuis plusieurs années développer plusieurs projets dans la région, comme la construction d'un port de plaisance "du type Antibes" dans la partie nord de Byblos et un "village vert" à 4 kilomètres de Byblos. Le promoteur n'a pas perdu son ambition de faire de l'ancienne cité phénicienne "une destination comme Corfou ou Saint-Tropez". ■

## Bonita Bay, soirées et beach parties

**L**e projet Bonita Bay a été lancé en 2001 à Batroun sur un terrain de 3 200 m<sup>2</sup> qui appartient à Steve Khabbaz depuis le début des années 90. Disposant d'une plage de 120 m de long, essentiellement composée de galets, le Bonita Bay a initialement coûté 8 millions de dollars. Il est composé de quatre grandes terrasses, d'un beach bar et d'un restaurant en gestion propre, propo-

sant une cuisine méditerranéenne, ouvert pendant l'hiver. Il y a deux ans, le propriétaire a acheté un terrain voisin de 600 m<sup>2</sup> pour y construire plusieurs bungalows pour un montant de 200 000 dollars. Le Bonita Bay dispose d'une capacité de 300 personnes et accueille régulièrement des beach parties, des soirées karaoké, des mariages ou des anniversaires. Le tarif

d'entrée est de 15 000 livres pour les adultes le week-end et 8 000 livres en semaine, et pour les enfants de 10 000 livres le week-end contre 5 000 pendant la semaine. « Environ 90 % de la clientèle libanaise vient de Beyrouth, et nous accueillons aussi 30 % d'étrangers », affirme Nancy Bassil, l'assistante du propriétaire de Bonita Bay. ■ →



# Ocean Blue, la plage qui ne cesse de s'étendre

**S**ituée à Byblos, l'Ocean Blue a été inaugurée en 2005 sur une surface de 25 000 m<sup>2</sup>, avec 12 500 m<sup>2</sup> d'espaces construits. Le terrain est un waqf qui appartient à l'Église maronite et est géré par la famille Zougheib. Cette dernière était partenaire depuis les années 90 avec la famille Hérou dans le projet Santa Prairie, la plage adjacente, mais a décidé de se lancer en solo il y a quatre ans. L'Ocean Blue est constituée de deux blocs d'habitation en forme de L qui comprennent 80 chalets de 50 m<sup>2</sup>, que l'on peut louer pendant toute l'année. Il comprend également une plage de 150 mètres de long, trois piscines – dont une grande de 1 000 m<sup>2</sup> –, un restaurant et une terrasse en plein air. L'investissement initial était de 1,2 million de dollars, financé à 70 % par des fonds propres. Mais pour la saison 2008-2009, la famille Zougheib a encore déboursé 2,5 millions de dollars pour ajouter un étage en structure métallique sur 2 600 m<sup>2</sup> dans le bâtiment qui contient les chalets. Un restaurant de poisson y a été ouvert, le Kai, et une salle de bal de 1 000 m<sup>2</sup>, l'Ocean Blue, peut recevoir environ 1 000 personnes. Neuf chalets ont aussi été ajoutés aux étages inférieurs. La plage, la piscine et la pelouse pouvaient déjà à elles seules accueillir 3 500 personnes à plein régime. La famille Zougheib ne compte pas s'arrêter là pour



faire face à la concurrence. Elle prévoit d'étendre encore l'Ocean Blue en rajoutant une petite dizaine de bungalows en bois sur la pelouse et différents espaces lounge et de détente. « Ce projet s'étendra sur 800 m<sup>2</sup> et sera normalement lancé dans deux ans, pour un montant de 800 000 dollars », explique Cynthia Zougheib, architecte de l'Ocean Blue. La famille Zougheib a également loué un terrain de 15 000 m<sup>2</sup> près de Halate-Sur-Mer pour lancer un projet de 80 bungalows, sans accès à la plage. À

l'Ocean Blue, le droit d'entrée le week-end est de 15 000 livres pour les adultes et de 7 500 livres pour les enfants et en semaine de 10 000 livres pour les adultes et de 5 000 livres pour les enfants. « Nos prix sont compétitifs et notre clientèle est très diversifiée, à la fois des familles et des jeunes. L'ouverture du projet Byblos Sud Village en 2010 juste à côté de nous avec des villas est plutôt positive, car cela va créer un pôle d'attraction dans notre périmètre », soutient Cynthia Zougheib. ■

## Pierre and Friends, entre amis

**P**ierre and Friends est gérée par Pierre Tannous, un passionné de sport nautique qui a créé le premier club nautique du nord du Liban en 1985, en pleine guerre civile. Il a lancé Pierre and Friends à Batroun en 2003 sur un

terrain de 2 000 m<sup>2</sup> qui appartient à l'Église maronite. Le contrat de bail court jusqu'en 2010. À l'origine, Pierre Tannous avait lancé Pearl Beach en 1996 sur le terrain adjacent à l'actuelle plage, où il avait créé une école de

planche à voile. Pierre and Friends comprend juste un restaurant, une terrasse et une plage de galets de 85 mètres de long. Mais il ne cherche pas à s'étendre davantage. « Nous sommes dans un petit paradis ici, ça nous suffit », dit-il. L'investissement initial était d'environ 100 000 dollars et, chaque année, de petits aménagements sont effectués. Située dans un superbe cadre naturel, la petite plage joue sur une ambiance conviviale où tout le monde se connaît, se salue. La plupart des clients sont des jeunes venant de Beyrouth. La capacité de la plage ne dépasse pas les 300 personnes et, argument de poids, son accès est gratuit, « car ce ne serait pas dans notre esprit de faire payer un droit d'entrée », explique Pierre Tannous. ■

