

## hôtellerie & tourisme

### O1NE devient une salle de spectacles

La boîte de nuit O1NE Beirut, ouverte au Biel depuis décembre 2014, redéfinit son concept et se transforme en salle de spectacles, O1NE House of Entertainment. Selon Chafic el-Khazen, à la tête de la société Sky Management également propriétaire de la boîte de nuit Skybar, du restaurant La Crêperie et copropriétaire de Liza au Liban, le monde de la nuit beyrouthine « n'est plus le même ». Avec un pouvoir d'achat en baisse, la clientèle se tourne davantage vers des soirées ou des boîtes de nuit éphémères avec un système de billetterie plus abordable, ainsi que vers des bars de quartier de petite taille. « La majeure partie de nos clients sont des expatriés libanais sur lesquels nous ne pouvons pas compter pour opérer tout au long de l'année », explique-t-il. Conçu en forme d'arène à plusieurs niveaux,



avec un plafond élevé et des murs de projection, l'espace est « propice à accueillir des spectacles ». Cette formule permet d'assurer « un fonctionnement continu à l'établissement » et de « cibler une audience plus large ». En effet, O1NE prévoit d'accueillir chaque semaine des concerts, comédies musicales, cirques, spectacles pour enfants et des performances d'humoristes. Le groupe libanais Machrou' Leila a été le premier à s'y être produit au mois d'avril, et l'établissement

accueille au mois de mai plusieurs artistes parmi lesquels le musicien Michel Fadel et la chanteuse Yasmine Hamdan. Avec une surface de 1 200 m<sup>2</sup>, le lieu peut accueillir 1 800 personnes et continuera d'opérer comme boîte de nuit les week-ends de fêtes. L'investissement initial s'élève à 10 millions de dollars auxquels s'ajoute le financement du matériel et des campagnes de marketing et de communication, dédiées au nouveau concept.

Nagi Morkos

#### Le chiffre

**55 %**  
taux d'occupation  
des hôtels  
de Beyrouth  
en février

Selon le cabinet de conseil Ernst & Young, le taux d'occupation moyen des hôtels de Beyrouth s'est établi à 55 % en février 2015, contre 41 % un an plus tôt. C'est le quatrième taux le plus élevé parmi 13 villes du Moyen-Orient, après Abou Dhabi (80 %), Doha (76 %) et Riyad (68 %). Le tarif moyen par chambre a atteint 169 dollars, en hausse de 3,2 % en glissement annuel, et les revenus par chambre disponible ont augmenté de 36,7 % à 93 dollars.

P. S.

### Mini-“food court” aux Souks de Beyrouth

Un nouvel espace de restauration a été récemment inauguré au sein des Souks de Beyrouth.

Baptisé “Circle”, le lieu regroupe quatre marques de restauration (dont trois nées au Liban) – Roadster Diner, Zaatar W

Zeit, Kabab-ji et Pinkberry – qui se partagent un espace assis commun de 220 places. Selon le management des Souks de Beyrouth, le choix de ces marques, « populaires sur le marché libanais, permet de cibler plusieurs segments de clients, notamment les employés du centre-ville de Beyrouth à déjeuner, les familles, les adolescents et la clientèle du centre commercial et des cinémas en soirée ». Circle occupe un espace d'environ 700 m<sup>2</sup> et chaque enseigne dispose d'un espace et comptoir de près de 40 m<sup>2</sup>, adapté au format “self-service”. Côté carte, certains comme Roadster ont revu leur offre, l'allégeant entre autres des plats chauds, et diminuant

les prix desquels sont exclues les charges de service. « Nous avons prudemment sélectionné des enseignes aux offres variées, qui ne se cannibalisent pas, avec pour point commun un positionnement accessible. » Ce projet fait partie de la deuxième phase de développement des Souks de Beyrouth, adressée principalement aux familles, « un segment jusque-là peu ciblé dans le centre commercial ». Cette phase comprend un espace pour enfants (âgés de 0 à 6 ans) de 200 m<sup>2</sup>, ainsi qu'un centre de divertissement pour les familles de 900 m<sup>2</sup> – Cosmo City – destiné aux plus âgés, tous deux prévus d'ouvrir courant 2015.

N. M.



Mosbah Assi/Solidere

## hôtellerie & tourisme

# Sixième enseigne Dip n Dip au Liban

Une nouvelle enseigne Dip n Dip "chocolate sweets 'n coffee house" a ouvert en mars à Achrafîé. La marque d'origine canadienne, spécialisée en desserts chocolatés et en café, est présente en franchise au Liban depuis 2013 et compte désormais six établissements dans le pays : à Bliss, à Verdun, au centre commercial Le Mall de Dbayé, à Kaslik et à Zahlé. Le nouvel établissement est ouvert tous les jours de 10h à 2h et peut accueillir 80 personnes. Il propose une variété de crêpes, gaufres, "pancakes" et desserts, ainsi qu'une large sélection de

boissons chocolatées et de cafés pour un ticket moyen de 10 dollars. D'après la société propriétaire de la franchise au Liban, Dip n Dip SARL, l'investissement moyen dans une enseigne Dip n Dip s'élève à 250 000 dollars. Celle-ci compte développer la marque davantage dans le pays avec une présence sur l'ensemble du territoire et prévoit ainsi d'inaugurer cette année trois établissements supplémentaires, à Jbeil, Aley et au centre commercial Le Mall de Sin el-Fil. Dip n Dip compte aujourd'hui 35 établissements dans 13 pays, notamment au Koweït, à Oman, en Égypte, en Turquie, en Malaisie et en Arménie.

Vanessa Habib



# La famille Kronfol lance la chocolaterie Muse à Beyrouth

Le centre-ville de Beyrouth accueille depuis la mi-mars Muse, une nouvelle chocolaterie "concept store" haut de gamme, située dans le complexe résidentiel Wadi Hills. Derrière ce concept, les frères Kronfol, Abdul Rahman, Ziad et leur sœur Dina, dont le père Rafic Kronfol est depuis 1970 dans la production de chocolat. « Nous avons hérité de la passion du chocolat et avons voulu

créer une nouvelle expérience autour de ce produit, d'où la naissance de Muse », affirme Abdul Rahman Kronfol. Le concept vise à « stimuler tous les sens, notamment à travers l'aspect visuel et tactile du produit, de son emballage et du design de la boutique, signé Viken Vanlian ». Muse propose une variété de 80 chocolats, conçus par les frères Kronfol, parmi lesquels les chocolats au

caramel salé, ceux infusés à la pistache et ceux fourrés de "cheese cake". « Nos chocolats sont innovants et raffinés, nous répondons à toutes les préférences gustatives : noir, amer, léger et doux. » Le kilo est vendu à partir de 50 dollars. La boutique, d'une surface de 65 m<sup>2</sup>, offre aussi d'autres spécialités telles que le marzipan et les "mini-macarons glacés" et dispose d'une section glace. Elle accueille sa clientèle du lundi au samedi, de 10h à 21h, et propose la livraison à domicile. La société propriétaire Caline SARL qui détient également la glacierie Scoop Creamery au Liban, ainsi qu'une usine de chocolat aux Émirats arabes unis a investi près de 300 000 dollars dans ce projet qu'elle prévoit de développer localement et à l'étranger.

V. H.



## En bref

- La franchise allemande **Meito** ouvre sa première enseigne au Liban, au rez-de-chaussée de l'hôtel Bayview à Aïn el-Mreissé, en lieu et place du Hard Rock Café. La marque est spécialisée en "Bubble Tea", un mélange de thé vert, noir ou au jasmin et de saveurs fruitées, pouvant être servi frappé, froid ou chaud avec une garniture au choix (notamment des perles de tapioca). La boisson est vendue entre 6 500 et 8 000 livres libanaises selon la taille. La marque détenue au Liban par la société RNR SAL a adapté son offre au marché libanais en proposant une carte élargie, composée d'un menu petit déjeuner (avec en outre des œufs, pancakes et gaufres), d'une sélection de cafés, de yaourts glacés et de snacks et pâtisseries. Le lieu est ouvert de 6h à minuit et dispose d'une capacité assise de 100 personnes. Avec cette nouvelle ouverture, Meito compte cinq établissements dont trois en Allemagne et une enseigne en Égypte.

- **The Hub**, une boîte de nuit éphémère s'est installée cet hiver au centre Berytus Parks, avenue du Parc, en lieu et place du bar-restaurant MyBar. Le lieu ouvert uniquement le week-end propose des soirées à thème : "Pop art" les vendredis et "RnB" les samedis, organisées par Mix FM. Il peut accueillir près de 600 personnes et le ticket moyen est de 50 dollars. L'enseigne fermera en début de saison estivale. Les organisateurs prévoient de déménager ces soirées dans un lieu en plein air cet été.

## hôtellerie & tourisme

### Elle fait l'actualité

# Nazira el-Atrache, à la tête du Bristol rénové

**A**près 18 mois de travaux de rénovation, Le Bristol rouvre ses portes, sous la direction de Nazira el-Atrache qui gère l'hôtel situé à Verdun depuis dix ans. Diplômée de l'université de New Mexico, elle a fait ses armes pendant 10 ans dans l'hôtellerie aux États-Unis, à La Posada de Santa Fe Hotel à New Mexico. En 1997, elle en quitte le poste de directrice adjointe pour rentrer au Liban et diriger les opérations de l'hôtel al-Bustan, avant de prendre, en 2005, la direction du Bristol. Cette année est celle d'un nouveau départ pour l'établissement inauguré en 1951 dont la réputation parmi les Libanais et les touristes arabes est telle, qu'il ne ressent pas le besoin de s'affilier à une chaîne internationale. « Nous traitons nos clients comme de véritables hôtes », explique-t-elle. D'où la fidélité qui les a poussés à se tenir régulièrement au courant de la date de réouverture de l'hôtel. Quelque 30 millions de dollars ont été investis pour une remise à neuf de toute l'infrastructure et une refonte totale des cuisines et des équipements.

L'investissement est financé pour moitié par un emprunt et pour moitié en fonds propres, le capital de l'hôtel étant détenu par la famille Doumet. L'architecture intérieure confiée à Galal Mahmoud a été modernisée tout en respectant le cachet historique et convivial de l'hôtel. Ainsi, la Golden Room a été préservée, seules ses dorures ont été remises à neuf. Les 157 chambres et suites (dont six nouvelles) ont été aménagées suivant trois styles différents : les orientales, les sixties et les



modernes. Le lobby et les espaces publics conservent leur mobilier créé par le célèbre designer Jean Royère. Les couleurs chatoyantes du salon oriental et sa boiserie ont été ravivées dans les tons du restaurant Les Gourmandises, également rénové. Le Bristol compte beaucoup sur son offre de restauration et de catering qui lui permet de maintenir son activité même lorsque le tourisme est au plus bas. « Ce segment représente 50 % de notre chiffre d'affaires en moyenne annuelle, même si cette part varie suivant les saisons », précise Nazira el-Atrache. Pendant les travaux qui ont duré plus longtemps que prévu, l'activité catering s'est poursuivie grâce à la délocalisation provisoire à Sin el-Fil de la cuisine centrale qui desservait Les Gourmandises d'Achrafié, rue du Liban, ainsi que le buffet du dimanche, organisé de 13h à 16h à la Villa Linda Surssock, à

Achrafié, moyennant 70 dollars par personne. Le Bristol Traiteur a en effet signé en novembre 2013 un contrat d'exclusivité avec les propriétaires de la Villa Linda Surssock pour prendre en charge l'ensemble des événements (notamment des réceptions et conférences) qui y sont organisés. Un accord qui se poursuit et a été dupliqué avec Aldea Events Venue, un espace en plein air de 5 000 m<sup>2</sup> à Ain Saadé. Le Bristol y assurera tous les événements estivaux, organisés les vendredis et samedis. À la veille de l'été, la directrice du Bristol préfère ne pas s'aventurer à des prévisions d'activité pour les mois à venir. Nazira el-Atrache mise surtout sur les Libanais expatriés et les clients arabes du Golfe qui connaissent déjà l'établissement pour relancer l'hôtel qui opère avec environ 200 employés, c'est-à-dire davantage qu'avant le début des travaux.

Nagi Morkos

### En bref

- Le restaurant **Eau de Vie**, situé à l'hôtel Phoenicia, collabore depuis la mi-avril avec le couturier Tony Ward, avec qui un menu déjeuner « alliant gastronomie et mode » a été créé. "A Taste for Couture" est proposé à l'Eau de Vie tous les jours jusqu'au mois de juin. Le couturier a pris en charge le visuel de l'assiette avec pour thème les roses, « injectant ainsi une touche de mode aux plats gastronomiques du restaurant », explique Youmna Assouad, responsable marketing de la maison Tony Ward. Le résultat est un menu à trois plats moyennant 90 dollars. Une part des gains sera reversée à l'association caritative Libami.

- Le restaurant libanais Liza lance **Liza Lunch on a Tray**, un plateau-déjeuner proposé du mardi au samedi. Trois formules, composées de quatre mezzés et un plat chaud, sont proposées, dont l'une végétarienne. Les prix varient de 21 000 (pour le menu végétarien) à 28 500 livres libanaises. Avec ce plateau, conçu par Karen Chekerjian, le restaurant cible à la fois les déjeuners d'affaires et ceux entre amis.

- Plusieurs enseignes de restauration ont récemment fermé, notamment **Yumi**, restaurant japonais ouvert rue Monnot, la pizzeria **Margherita** située dans le centre Blueberry Square à Dbayé et le bistrot **Le Rouge** à Gemmayzé.

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