

“Nota Blu es una experiencia que respira contemporaneidad y lujo mediterráneo”

Zazou Belounis CEO de Casanis Group

Zazou Belounis, CEO de Casanis Group, lidera la expansión internacional de Nota Blu New Brasserie, la marca que nació en Marbella y ya brilla en Doha. Con la apertura prevista en Madrid en noviembre de 2025, la firma busca consolidarse como un referente global en hospitalidad, diseño y gastronomía contemporánea.

Nota Blu New Brasserie ha dado un paso importante con su apertura en Doha. ¿Qué ha motivado al grupo Casanis a llevar la marca más allá de Marbella y España?

Desde que abrimos Nota Blu New Brasserie en Marbella, supimos que era un concepto con vocación internacional. Doha nos ofreció la posibilidad de llevar nuestra visión a un mercado cosmopolita y exigente, que aprecia la excelencia y la innovación. Ahora, con la apertura en Madrid en noviembre de 2025, damos un paso decisivo en Europa: una ciudad con enorme proyección cultural y gastronómica que refleja la esencia global de la marca.

En un mercado internacional competitivo, ¿qué elementos cree que hacen que Nota Blu New Brasserie destaque frente a otras propuestas?

La coherencia entre diseño, servicio y gastronomía. Nota Blu New Brasserie no es únicamente un restaurante, es una experiencia integral. Hemos creado un universo donde arquitectura, música y cocina se fusionan para

ofrecer una propuesta que respira contemporaneidad y lujo mediterráneo. Esa combinación nos hace diferentes en Marbella, en Doha y, pronto, en Madrid.

¿Cómo se ha adaptado la propuesta gastronómica y la experiencia de Nota Blu New Brasserie a los gustos y expectativas del público en Doha?

Siempre partimos de nuestra esencia, pero escuchamos al mercado local. En Doha hemos incorporado matices que dialogan con la cultura y las expectativas de sus clientes, manteniendo intacta nuestra identidad.

Nota Blu New Brasserie siempre ha sido sinónimo de ambiente, diseño y gastronomía de calidad. ¿Cómo mantiene la marca estos valores al abrir en nuevos mercados internacionales?

La clave está en mantener la consistencia de la visión y el talento humano. Trabajamos con equipos que comparten la filosofía de Casanis Group y con arquitectos, diseñadores y chefs capaces de reinterpretar el espíritu de Nota Blu New Brasserie en cada ciudad. Cada apertura tiene un



sello propio, pero la esencia de lujo relajado, sofisticación y excelencia está siempre presente.

Tras la experiencia de Marbella, ¿qué aprendizajes han resultado clave para abordar aperturas como la de Doha o la de los próximos meses en Madrid?

Marbella nos enseñó que los detalles lo son todo: el servicio, la relación con los clientes, la creación de una atmósfera única. Esa experiencia nos ha dado la seguridad y el conocimiento necesarios para afrontar proyectos más ambiciosos como Doha o Madrid, donde el público es diverso y la exigencia aún mayor.

Nota Blu New Brasserie es parte de un grupo con varias marcas. ¿Qué papel juega la internacionalización de Nota Blu New Brasserie dentro de la estrategia global del grupo Casanis?

Nota Blu New Brasserie es nuestra marca más internacional y funciona como embajadora del

grupo. Su expansión abre camino a que, en el futuro, otras de nuestras propuestas también crucen fronteras. Para Casanis Group, Madrid y Doha son hitos que consolidan una estrategia clara: posicionarnos como un referente global en hospitalidad y estilo de vida.

Mirando hacia los próximos años, ¿qué planes tiene Casanis Group para continuar la expansión de Nota Blu New Brasserie y consolidarla como un referente internacional?

Estamos plenamente enfocados en Madrid, que será nuestra gran bandera en Europa. Pero ya estamos explorando otros destinos estratégicos, tanto en Oriente Medio como en grandes capitales internacionales, donde la marca pueda desplegar todo su potencial. Nuestro objetivo es crear un circuito exclusivo de ciudades que refuercen a Nota Blu New Brasserie como sinónimo de lujo mediterráneo contemporáneo.

Madrid será “la gran bandera en Europa” para la expansión internacional del grupo.

Nota Blue New Brasserie abre en Four Seasons The Pearl-Qatar de Doha

Belounis asegura que la clave del éxito es “la coherencia entre diseño, servicio y gastronomía”.

Nota Blu New Brasserie se adapta a cada mercado sin perder su identidad mediterránea.

casanisgroup.eu/es

