

Ouverture du Copper à Gemmayzé

Nagi Morkos / Hodema - Photos Mark Mansour



La région de Gemmayzé prouve chaque jour qu'elle survit mieux à la crise que les autres quartiers de Beyrouth non seulement parce que les restaurants y sont pleins, mais aussi parce qu'elle ne cesse d'accueillir de nouvelles enseignes.

Le nouveau venu de la rue Gouraud est le Copper, un restaurant-bar de 100 places assises dont le nom est inspiré du matériau choisi (cuivre) par le décorateur Georges Chidiac à qui l'on doit déjà Café Blanc, Waterlemon et plusieurs Casper&Gambini's. Le local a été loué en décembre 2005 à 50 000 dollars pour une durée de cinq ans par Zeina Salamoun et son beau-père Habib Houry, mais le projet n'a vu le jour qu'un an plus tard. Salamoun, 30 ans, qui a acquis en 1999 son diplôme en gestion hôtelière de la LAU, est aussi la gérante des lieux. L'investissement tourne autour de 300 000 dollars pour une rentabilité prévue sur 18 mois.

Copper est le second projet du groupe familial après l'ouverture du restaurant saisonnier Sahtein à Aley en 2002 (250 places). « On

parle de saison pour Aley, mais en fait il s'agit de 45 jours seulement répartis sur les mois de juillet et d'août », affirme Zeina Salamoun. Situé sur la rue principale de la ville, Sahtein a été le premier restaurant de Aley à miser sur la décoration, signée par Claude Messir. Son succès est rapide : avec une mise de seulement 300 000 dollars, le retour sur investissement est d'autant plus rapide que les locaux sont la propriété du groupe familial.

Mais au moment de choisir un concept pour son local de Gemmayzé, Zeina Salamoun a préféré créer une nouvelle enseigne plutôt que de dupliquer celle de Aley. « Nous avons opté pour une cuisine internationale davantage en accord avec la clientèle de Gemmayzé », affirme-t-elle.

Aujourd'hui, Salamoun qui a débuté dans de grands groupes de restauration comme Première Leisure (groupe Boubess) ne veut pas se développer trop vite, parce qu'elle a appris qu'il faut se concentrer sur ses opérations. Un projet à l'étranger, au Koweït par exemple, est pourtant sur la table. ■

Un deuxième Nando's au Liban

Le groupe Webcor, détenteur de la franchise de la chaîne internationale de restauration Nando's, a inauguré en janvier, à Hamra, son second restaurant au Liban, après celui du CityMall de Dora, ouvert en septembre 2005.

Avec aujourd'hui plus de 700 restaurants à travers 30 pays, la chaîne "afro-portugaise" propose un poulet grillé spécial, mariné dans une mixture à base de peri-peri (une épice africaine) dont la formule reste secrète.

Le groupe Webcor appartient à la famille Nesr qui a fait fortune dans le commerce de sucre et de grain en Afrique et se diversifie depuis quelques années dans des produits à plus forte valeur ajoutée, ainsi que dans la restauration. Elle a acquis la franchise de Nando's pour 10 ans au Levant pour 700 000 dollars, précise le responsable de la division restaurants, Maher Afif. Dix enseignes sont prévues en trois ans au Liban (prochainement à Achrafié ou Jounié et dans les souks du centre-ville en 2008), trois en Jordanie (dont une à Amman dès cet été) et deux en Syrie (une ouverture est prévue à Damas début 2008).



Précision de l'hôtel Massabki de Chtaura

En réponse à notre information (édition 5566, mars 2007) concernant la fermeture de l'hôtel Massabki de Chtaura, les propriétaires de l'établissement ont tenu à préciser que cette fermeture, imputable selon eux à la situation du pays, est provisoire, sans toutefois annoncer de date pour une réouverture éventuelle. ■

Michel Ferneini, la passion de la cuisine italienne

Rien ne prédisposait apparemment Michel Ferneini à la restauration si ce n'est son goût pour la cuisine italienne qu'il a découverte à Milan, où il a effectué des études de génie électronique et informatique. Bien que la cuisine milanaise ne soit pas la meilleure d'Italie, cette ville riche du nord de la péninsule attire les meilleurs chefs. Hébergé par ses grands-parents, le jeune Michel a souvent cassé sa tirelire pour tester les grands restaurants milanais. Cette passion le poussera, des années plus tard, à se lancer lui-même dans le métier. De retour à Beyrouth, il crée en 2001 la société Medi Resto, qui ouvre l'enseigne La Posta au centre-ville, rue Maarad. L'investissement est d'un million de dollars pour ce restaurant avec terrasse d'une capacité de 180 à 200 couverts. L'amortissement est prévu sur une période de trois à cinq ans. Si cette projection semble lente au regard des habitudes libanaises en la matière, c'est que, d'emblée, l'objectif de Ferneini est de s'inscrire dans la durée. Les estimations sont ensuite revues, car les projections concernant le ticket moyen sont plus basses que prévu. Le ticket effectif tourne autour de 30 dollars, car la clientèle libanaise consomme différemment de l'italienne : un plat, un dessert et une boisson au lieu de deux plats, un dessert, arrosés d'un bon vin.

Or, Michel Ferneini n'a pas hésité à investir dans une bonne cave, puisant dans ses souvenirs les vins qui avaient marqué sa jeunesse d'explorateur culinaire. La qualité est aussi le maître mot de ses approvisionnements. Aux fourneaux, il a fait le choix de recruter des chefs italiens, pour les mêmes raisons. L'expérience n'a pas été toujours positive : il faut vraiment un coup de chance pour tomber sur l'une de ces étoiles montantes qui ont choisi de s'expatrier. Sans compter que l'instabilité politique affecte les étrangers, ce qui se ressent sur le travail en cuisine. C'est donc finalement à un Libanais, Maroun Chedid, que La Posta a confié ses fourneaux. Le chef a,



semble-t-il, fait ses preuves auprès des palais les plus aguerris : l'un des convives d'un dîner organisé par l'ambassade d'Italie lui a assuré que son risotto *alla milanese* était le meilleur qui lui avait été donné de goûter.

Si l'arrivée de Chedid a stabilisé la cuisine, Medi Resto n'en est pas au bout de ses peines. Les trois premières années, les résultats de La Posta étaient conformes aux objectifs, mais 2005 et 2006 se sont consécutivement soldés par des pertes. Or, le restaurant est le fer de lance du groupe qui s'est engagé dès 2003 dans une déclinaison de l'enseigne, remettant au pot 800 000 dollars supplémentaires, pour créer : La Posta Gourmet, une épicerie fine de produits italiens ; La Posta Estate, une enseigne de restaurants d'été ; La Posta Traiteur, pour l'organisation d'événements

privés ; La Posta Catering, spécialisée dans la confection de produits intermédiaires destinés à d'autres restaurants italiens ; et enfin La Posta Académie, qui donne des cours de cuisine italienne en collaboration avec l'ambassade d'Italie.

Michel Ferneini a donc décidé de redynamiser son enseigne phare en se délocalisant dans des quartiers de Beyrouth moins vulnérables à la conjoncture, d'une part, et en se développant à l'export, d'autre part. Medi Resto est en passe de finaliser des accords de représentation avec des partenaires régionaux, au Koweït notamment. ■

En collaboration avec **hodema**^{sol}
hospitality development
www.hodema.net