

Chocolate Lounge ouvre à Sodeco

Nagi Morkos / Hodema

Chocolate Lounge a ouvert à Sodeco début octobre. Sur une surface de 258 m², il propose pour 100 personnes assises une variété de mets à base de chocolat : salades, sandwiches, plats principaux, desserts et boissons. Le tout est proposé pour un ticket moyen de 35 dollars par personne. Ibrahim Nassar a décoré les lieux avec des tonalités couleur chocolat : blanc, beige et marron. Le directeur général Jihad el-Khoury, le directeur des opérations Fouad Daher et le directeur marketing Walid Abou Arraj, actionnaires du restaurant, ont loué le local sur six ans avec une option de renouvellement pour un investissement total de 350 000 dollars. Le chiffre d'affaires prévu est de 55 000 dollars par mois pour les dix premiers mois. La tendance des lieux dédiés au chocolat se confirme après l'ouverture de Chocolic au City Mall (voir *Le Commerce du Levant* d'octobre 2009) et celle de Chocolat Milano (voir *Le Commerce du Levant* de mars 2009). ■



The Original Car Wash Café : un concept original

Un nouveau concept a ouvert fin septembre à Jdeidé développé par Nicolas Riachi et Michel Abou Jaoudé. Les propriétaires ont investi près de deux millions de dollars dans ce lieu

qui offre de se restaurer pendant le lavage de sa voiture. Ils espèrent un amortissement dans les trois ans. Depuis l'ouverture, l'idée a déjà commencé à séduire une clientèle surtout composée

d'hommes et de femmes d'affaires, de cadres...

Le prix du lavage varie entre 7 000 et 9 000 livres libanaises, tandis que le ticket moyen du restaurant se situe entre 15 et 20 dollars.

The Original Car Wash Café propose une cuisine internationale. Chaque section du menu comporte une spécialité de la création du chef.

Claude Abi Saab a décoré l'espace de 450 m² prévu pour 420 personnes. Construit sur un terrain de 1 000 m², The Original Car Wash Café va aussi organiser des événements toujours en rapport avec l'univers des voitures et va collaborer avec les concessionnaires automobiles pour le lancement de nouveaux modèles. ■



Hector de Galard, directeur général du nouvel hôtel Le Gray, à Beyrouth

Hector de Galard dirige Le Gray Beyrouth qui, inauguré fin octobre, est le premier des grands hôtels internationaux à ouvrir dans le centre-ville. Aux manettes depuis juin 2008, date de son entrée dans le groupe Campbell Gray, ce Canadien de 53 ans a déjà fait ses preuves dans l'hôtellerie de luxe. Il pense pouvoir relever le défi du lancement du Gray dans les meilleures conditions.

Avant de rejoindre Campbell Gray, de Galard a été directeur général chez One & Only Resorts : Kanuhura aux Maldives, Le Touessrok à l'île Maurice et Saratoga à Cuba.

Il a déjà à son actif le lancement de plusieurs établissements, dont le Saratoga, mais aussi l'Amanjena à Marrakech du groupe Amanresorts pour qui il avait géré un hôtel à Bora Bora en Polynésie française.

« J'ai toujours choisi de travailler dans le luxe. Sur le plan personnel, c'est une occasion de vivre et de travailler dans de beaux endroits. Je découvre des cultures différentes et des villes magnifiques », explique Hector de Galard.

« Je suis très optimiste pour l'avenir du marché de l'hôtellerie et du tourisme de Beyrouth », dit-il. En ajoutant avec un sourire, « c'est vrai que les étrangers sont plus facilement optimistes que les Libanais, mais l'intérêt des Européens et des Américains pour Beyrouth est bien réel ».

Selon le directeur général du Gray, plusieurs hommes d'affaires installés à Dubaï l'ont déjà contacté pour des séjours dans son établissement. « Les investisseurs de diverses nationalités sont intéressés par le Liban et les hommes d'affaires font partie de notre clientèle cible. »

Quatrième hôtel de la chaîne Campbell Gray après One Aldwych et Dukes à Londres et Carlisle Bay aux Caraïbes, Le Gray situé en face de la municipalité de Beyrouth a coûté 90 millions de dollars à la



société Ven Invest Holding (famille Abchi). Quelque 350 œuvres d'art venues des quatre coins du monde y sont installées. Dans ce boutique-hôtel de 87 chambres, à partir de 495 dollars la nuitée, le personnel a pour mot d'ordre « d'être attentif au détail, puisque tout est dans le service », explique Hector de Galard, qui tient à préciser que 95 % des 260 employés sont Libanais.

Le Gray compte cinq restaurants dont le Bar ThreeSixty, installé sur le toit avec une vue de 360° sur la ville, qui se promet de faire

les nuits de Beyrouth.

Hector de Galard se dit « fier » d'être le premier de la nouvelle vague d'hôtels cinq étoiles internationaux qui ouvrent cette année. Il espère profiter de cet avantage pour capter et fidéliser la clientèle. « Nous espérons un taux de remplissage de 70 % la première année. » ■

En collaboration avec

hodema
consulting services
www.hodema.net