

# Faqra Catering lance la cuisine moléculaire au Liban

Nagi Morkos / Hodema

**D**epuis début décembre, Faqra Catering propose à ses clients la cuisine moléculaire, dite également techno-sensorielle. Derrière ce nom quelque peu savant se cache une nouvelle façon de cuisiner sans matière grasse, sans produits chimiques et sans colorant. Mais avec de l'azote, du papier film en plastique élaboré par la NASA capable de résister à 230 degrés ou encore des gélifiants. Cette nouvelle cuisine, jugée diététique, est implantée pour la première fois au Liban, affirme Michel Khalifah, directeur général de Faqra Catering. Elle a été présentée, lors d'une rencontre le 24 novembre, dans les cuisines d'un des leaders du catering au Liban, où plus de 250 personnes étaient présentes. Pour l'occasion, trois chefs français étaient conviés : Alain et Jean-Michel Llorca, chefs du restaurant Relais & Château Le Moulin de Mougins, deux étoiles Michelin, et Philippe Alexandre, spécialisé en cuisine moléculaire. Ce dernier s'est chargé de la formation d'une dizaine de personnes, sur les 140 employés de Faqra Catering. L'atelier moléculaire, de 80 mètres carrés, a coûté quelque 20 000 dollars. Il est situé au sein de la cuisine de 1 500 mètres carrés de Faqra Catering, Corniche du fleuve. 20 % du chiffre d'affaires de Faqra est réalisé par le segment



Photo DR

“industriel haut de gamme”, à savoir les services de traiteurs dans les administrations, l'éducation ou encore la santé, contre 80 % pour les grands mariages, les événements ou encore les invitations à domicile. Et c'est à ces derniers que s'adresse cette cuisine de spectacle qui devrait séduire une clientèle férue de nouveautés et de sensa-

tions par son innovation.

Cette première au Liban laisse-t-elle présager l'ouverture d'un restaurant moléculaire à Beyrouth, à l'instar des fameux restaurants El Bulli du chef Ferran Adria ou Estado Puro du chef Paco Roncero ? Dubaï, lui, a déjà été précurseur avec un restaurant moléculaire de Pierre Gagnaire. ■

## Le Crystal devient le Palais by Crystal

**L**a boîte de nuit Crystal, rue Monnot, est remplacée par une nouvelle enseigne : Palais by Crystal. « Ce n'est pas seulement un changement de nom, mais aussi un changement de concept », explique Mazen Zein, gérant du Crystal Group, une société de management et d'événementiel nouvellement créée avec Jad Matta, qui est, à 51 %, l'actionnaire majoritaire de l'ancien Crystal devenu Palais. Fermé depuis fin août, l'établissement situé rue Monnot a rouvert le 13 novembre avec une nouvelle décoration et un concept qui met fin à la tendance à l'opulence, créée par le Crystal en 2003, dont le succès a toujours été au rendez-vous. Quelque 1,3 million de dollars

ont été investis, dont 500 000 dollars par Crystal Group, dans le Palais, « une boîte de nuit à l'européenne », explique Mazen Zein, également directeur général de Circle Management Group, ex-gérant du Crystal. D'une superficie de 600 mètres carrés, le Palais peut accueillir 800 personnes quand le Crystal était limité à 700. Depuis sa récente ouverture, la bouteille la plus vendue coûte 140 dollars et le champagne 180 dollars, alors qu'au Crystal le salmanazar était à 3 000 dollars. Le retour sur investissement est prévu pour décembre 2009.

Avec cette entité, Crystal Group a voulu créer un nouveau style de management et de com-

munication. Près de 30 000 dollars ont été investis dans une campagne de publicité à l'aéroport de Beyrouth. Tous les trois mois sort, sous forme de magazine, le programme des soirées et des invités du Palais. Enfin, deux voitures d'une valeur de 80 000 dollars chacune ont été achetées afin de accompagner, pour une somme comprise entre 20 000 et 50 000 livres libanaises, chaque personne ne pouvant pas conduire.

Le Palais est le premier produit de Crystal Group, la société d'événementiel dotée d'un capital de 350 000 dollars. Elle est également à l'origine du concert d'Akon, qui a eu lieu le 12 décembre au BIEL. ■

# Aline Kamakian et Serge Maacaron franchisent le Mayrig

**P**our Aline Kamakian et Serge Maacaron, ouvrir un restaurant était au départ un jeu. Le succès du Mayrig, l'enseigne arménienne située rue Pasteur, a séduit et les deux associés devraient ouvrir en mars 2009 une franchise à Djeddah, en Arabie saoudite.

Nés respectivement en 1969 et 1975 à Beyrouth, ces deux cousins germains par leur mère ne se destinaient pas à la restauration. Après des études de gestion et de finance à l'Université Saint-Joseph, Aline crée la compagnie de courtage en assurance spécialisée dans les hôtels, Insurance Investment Consultant, dont le chiffre d'affaires annuel frôle les 1,8 million de dollars, avec 100 000 dollars pour la branche consulting. Depuis 18 ans, elle assure et conseille des établissements comme les cinq hôtels InterContinental du Liban. Serge, de son côté, a fait des études d'économie et de marketing au Beirut University College avant de rejoindre l'équipe du Continental Trust Insurance il y a plus de 10 ans. Également dans les assurances et la construction, il est responsable du département marketing.

Pour eux, l'aventure de la restauration a commencé lors d'un déjeuner en famille un dimanche de 2003. C'est en constatant que la cuisine arménienne de leur grand-mère, Manouchag Jouhourian Mardirian, était l'une des plus savoureuses, qu'ils ont décidé d'ouvrir un établissement à son effigie. Guidés par l'euphorie, le mercredi suivant, ils trouvent le local. Le vendredi, ils avaient signé. Le dimanche, le chantier avait commencé. Au total, en quelques semaines, ils ont investi 400 000 dollars dans ce restaurant de 220 mètres carrés et dans la location d'une cuisine centrale de 450 mètres carrés à Rabié. Un investissement remboursé depuis peu. D'une capacité de 90 personnes au maximum, le Mayrig, qui signifie maman en arménien, propose des plats arméniens adaptés en mezzés pour un ticket moyen de 35 dollars par personne. Une vingtaine d'employés évoluent dans le restaurant et une quinzaine dans la cuisine de Rabié. Cette cuisine centrale est jugée essentielle par les pro-



Photo DR

priétaires du Mayrig, car elle permet à une douzaine de femmes arméniennes de mijoter les plats traditionnels, comme le mante ou encore le soubourag. Et le succès est au rendez-vous : le Mayrig revendique près de 40 000 clients par an.

Des résultats qui ont attiré des investisseurs souhaitant franchiser le restaurant. Pour Djeddah, leur choix s'est porté sur Mohammad el-Khojah, qui est coassocié de Pente, une société de gestion de restaurants. Ce dernier a investi un million de dollars dans une villa de trois étages située dans une zone de restaurants. Le retour sur investissement est prévu dans trois ans. D'une superficie de 300 mètres carrés, sans la terrasse, ce restaurant pourra accueillir près de 250 personnes. Et l'expansion régionale du Mayrig ne s'arrête pas là. Le restaurant devrait également s'implanter au Koweït avant la fin de l'année 2009. Mais les deux cousins n'ont souhaité divulguer aucune infor-

mation. Seule certitude, l'investisseur ne sera pas le même. Quant à l'ouverture d'autres établissements, elle est encore possible, les propriétaires du Mayrig ne prévoyant toutefois pas d'ouvrir plus de trois franchises en deux ans.

Le secret de la cuisine arménienne, en revanche, ne s'exportera pas : la plupart des plats seront concoctés au Liban et envoyés à Djeddah ou au Koweït. Pour ce faire, Aline et Serge ont investi un million de dollars dans un immeuble à Bourj Hammoud qui servira, d'ici à six mois, de cuisine centrale pour l'exportation, celle de Rabié étant réservée pour le Liban. D'autres idées les taraudent, comme celle d'adapter la cuisine arménienne à la restauration rapide. ■

En collaboration avec **hodema**<sup>scs</sup>  
hospitality development  
[www.hodema.net](http://www.hodema.net)