

Margherita bientôt en Arabie saoudite

Nagi Morkos / Hodema

La "pizzeria del quartiere" Margherita située rue Gouraud à Gemmayzé vient de fêter son premier anniversaire en signant un contrat de master franchise pour l'ensemble du territoire saoudien (Est, Ouest et centre du pays) avec une filiale du groupe Ghassan al-Sulaiman. Le montant s'élève à plus de 200 000 dollars par région pour une première ouverture prévue à Djeddah au premier trimestre 2010. Margherita est un projet développé par l'Italien Giovanni Casa, présent au Liban depuis plus de dix ans et déjà auteur de plusieurs restaurants dont le Da Giovanni à Saïfi qui a la particularité d'être un des seuls restaurants au Liban à porter le prénom de son chef, gérant et associé. La société Sorrento SAL, du nom de la ville d'origine de Casa, propriétaire de Margherita, a rentabilisé son investissement initial de plus de 600 000 dollars en moins d'un an grâce au succès de sa formule au bon rapport qualité/prix (plus de 45 000 pizzas déjà vendues) et à la vente de sa master franchise en Arabie. « Nous voulons développer Margherita dans toute la région », précise Casa. ■



Chocolic au CityMall

Chocolic a ouvert au CityMall en décembre 2008. Ce petit espace de 10 m² dédié au chocolat est un

concept créé par le couple Imad et Karina Farhat dont l'objectif est de commercialiser le chocolat de leur usine située à Jbeil.

Réalisé à partir d'une matière première importée de Belgique, le chocolat des Farhat est déjà vendu à l'export, notamment en Arabie saoudite, sous la marque Chocolic ou des labels adaptés à la demande de la clientèle. Une autre enseigne Chocolic a été ouverte à Jbeil et le couple envisage d'étendre encore le réseau.

Imad Farhat, qui a 16 ans d'expérience en marketing et a développé plusieurs franchises au Liban et dans les pays arabes (Gloria Jean's Coffee, Office One Stationery...), veut franchiser le concept, car il pense que les espaces dédiés au chocolat « sont encore une niche à prendre ». Au menu de Chocolic, des déclinaisons autour du chocolat et une spécialité : la fondue. Le ticket moyen s'élève à cinq dollars.

Le couple a investi 250 000 dollars dans le projet et prévoit de les amortir en trois ans. ■



Fady Khoury

franchise Ichiban

Fady Khoury capitalise sur le succès de son enseigne japonaise, Ichiban, puisqu'il lance la franchise en 2010 dans les pays arabes. Le projet, qui est encore en voie de finalisation, se fera avec un grand groupe. L'objectif est une dizaine de restaurants dans les cinq ans à venir.

À 44 ans, le restaurateur passionné de cuisine passe ainsi à la vitesse supérieure. Il vient d'inaugurer Ichiban à Tabaris, en juillet 2009, après une première implantation réussie à Jal el-Dib.

Ichiban propose un menu de sushis, de makis ainsi qu'une carte variée d'entrées, de salades, de plats chauds – souvent exclusifs comme les coquilles St-Jacques caramélisées – ainsi que des desserts faits maison comme le mille-feuille au thé vert. L'originalité est maître mot de son menu.

« Ichiban signifie excellent, explique Fady Khoury. Je participe moi-même à la fabrication du menu. » Le restaurateur aime associer son équipe de 70 personnes à son goût de la perfection. « Les chefs m'accompagnent souvent en voyage pour que l'on découvre ensemble les nouveautés, ainsi que ce qui se fait ailleurs pour pouvoir proposer le meilleur. » À Tabaris, neuf chefs s'occupent des sushis et variantes, alors que sept chefs sont en charge de l'aspect cuisine (entrées, plats, etc.).

Le restaurant a une capacité de 130 couverts. C'est le double par rapport à celui de Jal el-Dib qui avait démarré en 2003 à 30 places avant de s'agrandir en 2007 pour servir 70 couverts sur 200 m².

Fady Khoury, qui n'a pas d'associé, avait investi 300 000 dollars pour sa première enseigne et il a déboursé ensuite 800 000 dollars pour s'implanter au cœur de Beyrouth, avec une enseigne haut de gamme. La concurrence de six à sept restaurants japonais de haut niveau ne lui fait pas peur.



Mark Mansour pour Hodema

« Je forme mon équipe pour aider le client à faire le meilleur choix, pour que sa commande soit adaptée à ses envies et à sa faim. » Il faut compter en moyenne entre 50 à 60 dollars par personne. Fady Khoury s'est "converti" à la restauration sur le tard. De 1984 à 2002, il était cambiste en Europe, aux États-Unis, puis au Liban jusqu'à ce qu'il démarre

son nouveau métier, "au bon moment". La recette de Fady Khoury pour réussir dans le marché de la restauration « est de se concentrer sur le plaisir de servir le client ». ■

En collaboration avec

hodema
consulting services
www.hodema.net