



LIBAN

MONDE

CULTURE

ÉCONOMIE ▾

SOCIÉTÉ ▾

SPORT

VIDÉOS



ÉCONOMIE

La restauration au Liban : adaptation et optimisme



Christiane Tager | Jan 19, 2022

SHARE





Malgré la crise sans précédent que vit le Liban, le secteur de la restauration et de l'hôtellerie continue malgré tout de se battre. Résultat : le marché se porte moins mal qu'on ne pourrait le penser. Les clients et les restaurateurs se sont adaptés aux nouvelles données. Nagi Morkos, fondateur et directeur de Hodema Consulting Services, fait un tour d'horizon encourageant et optimiste de la situation de ce secteur en ces temps moroses.

Pour le secteur de la restauration, 2021 a été une année de transition et d'adaptation aux nouvelles données du marché aussi bien pour les clients que pour les restaurateurs. L'été 2021 et la fin de l'année ont été meilleures que 2020. Et 2022 s'annonce bonne avec de nouveaux projets.

L'année 2021 a été marquée par plusieurs "surprises", les restaurateurs ne sachant plus sur quel pied danser. Il y a eu d'abord la hausse vertigineuse du taux de change du dollar, le changement des méthodes de paiement, la hausse des prix des produits de base, l'ajustement des salaires, puis les problèmes liés aux coupures d'électricité, au rationnement du courant fourni par les générateurs, à la flambée des prix du mazout et du gaz ; sans compter la pandémie et l'explosion du 4 août 2020 au port de Beyrouth.

Pour Nagi Morkos, fondateur et directeur de Hodema Consulting Services, 2021 était une année d'adaptation et de reconstruction. Le bilan, au terme de cette transition, semble être moins négatif que l'on le craignait initialement. " Les clients se sont adaptés aux prix plus élevés en livres libanaises, ils ont moins de réticences à payer 800 000 ou un million de livres libanaises une facture qui aurait été de 600 dollars avant la crise, souligne M. Morkos. Les Libanais se sont, petit à petit, accoutumés à la forte dévaluation de la livre. Vendre un burger à 200 000 LL était impossible, voire choquant ", explique-t-il.

De fait, quand les Libanais ont entrepris de changer des dollars sur le marché parallèle, ils ont pu accepter la hausse des prix. La mentalité du client a changé, il est moins réfractaire à sortir après une période au cours de laquelle tout le monde estimait que les restaurants étaient trop chers. Les restaurateurs, de leur côté, ont eux aussi dû s'adapter aux nouveaux prix et à la nouvelle facturation. Une ombre au tableau, toutefois : le refus des cartes de crédit, ou alors une majoration qui peut aller jusqu'à 10% de la facture. " Au Liban, nous nous dirigeons vers un marché totalement

dollarisé ", affirme Nagi Morkos, avant d'ajouter : " Dans Beyrouth, les quartiers ont subi peu de changements. A Badaro, rien n'a fermé, au contraire, de nouveaux concepts ont vu le jour, de même qu'au centre- ville. Mar Mikhael a été le plus touché parce que des rues entières n'ont pas rouvert après l'explosion. Par ailleurs, Batroun et Faraya sont deux régions qui ont connu une croissance remarquable ".



Une adaptation avec des portions plus petites.

Nouveaux projets

Malgré la crise économique, le marché de la restauration semble revenir vers la normale, les chiffres d'affaires augmentant significativement, " même si nous sommes à moins 30 ou 50% des chiffres d'affaires d'avant la crise ", précise M. Morkos. En effet, le modèle économique des restaurants a changé.

Aujourd'hui, l'augmentation des prix du mazout et du gaz est compensée par une baisse notoire des loyers, parfois cinq fois moins élevés qu'avant la crise. Les salaires se sont par ailleurs

effondrés puisqu'ils sont toujours versés en livres libanaises. Un grave défi reste, cependant, à relever : l'exode de la main-d'œuvre qualifiée qui part travailler à l'étranger.

En ce qui concerne les nouveaux projets, il en existe plusieurs avec des investissements conséquents, tels que " Cheese on top " à Abraj, " Tom and Mutz " à Mar Mikhael, le " Wine Bar " qui ouvre un projet au Gefinor, deux autres projets dans le même centre, etc. D'autres projets ont été lancés avant la crise, comme le " Al " du groupe Kampai, le " Grand Bar " en lieu et place de " Celsius ", et l'extension de l'Albergo avec l'ouverture de plusieurs restaurants qui ont été inaugurés en 2021. "Le marché est beaucoup moins moribond qu'on ne le dit et nombre de restaurateurs parviennent à engendrer des bénéfices, sinon ils n'auraient pas maintenu leur activité", estime Nagi Morkos.

Les produits locaux mis en relief

La bonne formule à adapter au Liban est d'utiliser un maximum de produits locaux. Ces derniers ont le vent en poupe, tels que les vins libanais, le gin, les whiskies, les fromages (mozzarella, burrata), les fruits exotiques et les légumes cultivés localement. La production libanaise a tiré son épingle du jeu. Les restaurateurs sont en train d'adapter leurs menus. " Ils abolissent par exemple les ingrédients importés chers et les remplacent par des produits locaux plus abordables ", indique M. Morkos.

Et de poursuivre : "On adapte la carte, on vend moins de viande et plus de poulet. Les portions ont changé, elles sont plus petites. La taille des sandwiches de chawarma a, par exemple, sensiblement diminué. Le secteur s'est adapté et la nouvelle formule fonctionne. Les gens continuent à sortir", poursuit Morkos. Qui sort ? Ce sont les gens qui ont évidemment les moyens, qui encaissent en cash et en dollars, ou aussi les expatriés de passage au Liban.

Et M. Morkos de conclure : "Le secteur de la restauration est résilient, à l'image du pays, et sa survie actuelle pousse à l'optimisme. L'opulence a certes disparu mais il y a encore des restaurants qui ouvrent et qui ont une clientèle, sans compter ceux qui existaient et qui continuent de travailler. Le marché tient le coup et s'adapte ".