

LE MARCHÉ DU CATERING EN BERNE

## LES TRAITEURS MALTRAITÉS



**Le marché du catering fait actuellement face à une crise qui révèle les difficultés du métier.**

**D**ans un pays comme le Liban qui mêle amour de la bonne chère et soin de l'apparence, le marché du catering devrait exploser comme nulle part ailleurs. En effet, les Libanais ne plaisantent pas avec l'hospitalité et aiment montrer fièrement la surabondance de plats sur leur table. Les traiteurs sont donc censés travailler pour répondre à cette demande. Cependant, si le marché n'est pas en chute libre, il n'est pas aussi florissant qu'on pourrait le croire. En effet, après la période bouillonnante des fêtes de Noël, les compagnies font face à un passage à vide qui se répète de plus en plus au fur et à mesure que les années avancent.

Nagi Morkos, spécialiste de l'hôtellerie et de la restauration pour Hodema Consulting, dresse un portrait du marché. «Il existe une

centaine de compagnies de traiteurs au Liban. Certaines font dans le social comme les dîners et les mariages, d'autres dans les événements d'entreprise et certaines sont dans le secteur institutionnel: elles s'occupent de fournir les écoles ou les cafétérias. Mais les catégories ne sont plus si étanches. Cela ne suffit plus de se spécialiser dans un seul domaine.»

**DIVERSIFICATION NÉCESSAIRE.** La crise économique affecte en effet le secteur comme beaucoup d'autres domaines, sachant que les clients habituels peuvent se tourner vers d'autres alternatives pour faire des économies. Le métier est d'autant plus difficile que l'activité n'est assurée que l'été lorsque les familles organisent de grands dîners chez elles ou pendant les fêtes de fin d'année où les commandes explosent.

Fady Rizk, gérant de Edesia Catering, a compris l'urgence. Il a choisi de diversifier son activité et gère aujourd'hui, en plus du service classique de catering, un café ainsi qu'une cantine dédiée aux dîners professionnels. Il explique qu'il faut se démarquer: par la régularité de la qualité des produits, ainsi que des thèmes particuliers commandés par les clients pour leurs repas. Par exemple, ils ont organisé un dîner d'anniversaire pour un de leurs clients au musée Mim à Sodeco, basé sur le thème des minéraux.

La crise affecte aussi les demandes. Le secteur bénéficie d'un revenu total de 100 millions de dollars, mais on constate une baisse du montant de la facture finale du client. D'après les chiffres de Hodema Consulting, le secteur aurait enregistré une baisse du ticket moyen de 20 à 30% en 2018 par rapport à l'année précédente. «Les gens consomment moins et moins luxueux: on se prive de certains plats ou on préfère un vin moins coté... Ce qui se répercute sur le chiffre d'affaires des compagnies», explique M. Morkos.

Pour fidéliser sa clientèle et s'assurer un revenu stable, les traiteurs indépendants Aoun Frères expliquent qu'il ne doit y avoir aucune concession sur la qualité et un compromis sur les prix, deux éléments clés qui leur permettent de vivre de leur travail et d'élargir leur clientèle.

**MARCHÉ INSTABLE.** Malgré les efforts de diversification, le marché reste très instable. Il y a peu de barrières à l'entrée du marché, ce qui renforce la concurrence. Même s'il y a de la place pour tout nouveau venu tant qu'il a une bonne idée, beaucoup de compagnies naissent pour disparaître peu de temps après car elles bradent leurs prix, ce qui tente le client mais n'assure pas une bonne qualité sur le long terme. Ces compagnies changent leurs prix par à-coups et déstabilisent donc le marché. Par ailleurs, sans moyen de survie en période creuse, elles font automatiquement faillite. Edesia Catering arrive à garder des prix stables et une marge correcte via des marchés passés avec les fournisseurs. Un de leurs départements en recherche constamment de nouveaux et leur propose, avant de commander, un volume calculé sur leur consommation habituelle, ce qui leur permet d'acheter à des prix très compétitifs. Cette stratégie s'appelle le volume rebate (réduction sur le volume). Cependant, le secteur est loin d'être à l'agonie.

Il y a effectivement eu une baisse de demande générale enregistrée en 2018, surtout de la part des particuliers: les clients qui commandaient beaucoup jusqu'alors réduisent leurs demandes et appellent moins souvent. Les prix au supermarché baissent, ce qui incite à cuisiner soi-même et décourage les compagnies.



**► LE MARCHÉ RESTE INSTABLE, AVEC DE NOUVEAUX ACTEURS QUI DISPARAISSENT PEU APRÈS.**

Le catering est loin d'être un marché saturé: il y a de la place pour de nouveaux venus à condition d'avoir un projet étudié et résilient aux aléas du marché. «Les nouveaux arrivants dans le secteur peuvent aussi bien être la mère de famille qui vend ses kebbés pour un dîner, un restaurant qui fait du catering à partir de sa cuisine, ajoute M. Morkos. Les barrières d'entrée du marché sont très basses». De plus, même si certains grands noms du catering peuvent faire de l'ombre par leur renommée et leur expérience, le Liban est un petit pays qui fonctionne au bouche-à-oreille, et le secteur en profite, y compris les «petits» traiteurs. Enfin, le Liban possède beaucoup de fournisseurs, ce qui réduit les prix de vente de la marchandise. En effet, tous les produits nécessaires sont déjà disponibles dans le pays, ce qui évite de les importer et, par conséquent, de reporter les frais de douane sur les prix de vente. Pas d'inquiétude donc pour ceux qui se lancent. Mais les acteurs du marché ont intérêt à se renouveler, s'ils veulent garder leur place dans ce milieu exigeant. ●

PHOTOS: DR