

ÉCLAIRAGE

L'économie libanaise, victime collatérale du conflit

« À court terme, c'est le secteur touristique qui subit et subira le plus gros des pertes », assure Simon Neaimé, professeur d'économie à l'Université américaine de Beyrouth.

Fouad GEMAYEL et
Julien RICOUR-BRASSEUR

« L'extension du conflit au Liban entraînerait des conséquences catastrophiques », tel est le signal d'alarme tiré vendredi dernier par le Rassemblement des chefs d'entreprise libanais (RDCL) face au regain de tension à la frontière sud lié au conflit entre le Hamas et l'État hébreu, évoquant pêle-mêle les conséquences dévastatrices d'un conflit sur l'économie libanaise, telles que l'aggravation de la situation monétaire et financière du pays, l'érosion des transferts monétaires internationaux, les répercussions sur des infrastructures déjà défaillantes ou encore « les conséquences fatales sur la chaîne d'approvisionnement ».

Mais si rien n'est encore joué quant à l'ouverture d'un « second front libanais », la seule perspective d'une guerre imminente semble d'ores et déjà affecter l'économie nationale. « Il y a clairement un avant et un après-7 octobre », lâche tout de go Nicolas Chammas, secrétaire général des Organismes économiques et président de l'Association des commerçants de Beyrouth (ACB), ajoutant que « l'activité économique du pays s'est soudainement plombée » et que « le cycle de la consommation s'est instantanément grippé ». Rien de très surprenant pour Simon Neaimé, professeur d'économie à l'Université américaine de Beyrouth : « En des temps pareils, les investissements dans l'économie pâtissent en premier car ils ne sont que le reflet des projections et des anticipations des agents économiques. Or l'impossibilité de pouvoir anticiper clairement l'évolution des événements se traduit généralement par une interruption directe des investissements. »

Il rappelle toutefois une spécificité libanaise, liée à la situation dramatique que connaît déjà le pays. « Compte tenu que l'économie libanaise, en crise depuis plus de quatre ans, tourne déjà énormément au ralenti, les investissements n'y sont pas très importants. Ils représentent une part minime face aux rentrées générées par le secteur touristique, qui à court terme subit et subira le plus gros des pertes », continue-t-il.

Interrogés, les professionnels du secteur nuancent cet impact en fonction des secteurs et soulignent qu'il



Un marchand dans la rue Hamra, à Beyrouth. Florient Zwein/Archives Hans Lucas

est encore trop tôt pour chiffrer avec certitude son ampleur.

Première victime : le tourisme

Alors que cet été avait noté un boom de l'activité touristique au Liban et que la saison des fêtes de fin d'année était déjà en préparation, commerçants, restaurateurs et autres acteurs économiques libanais font en effet grise mine, anticipant de mauvais jours à venir, à l'aune de ce renouvellement des tensions dans la région.

Une tendance déjà constatée par Tony Ramy, président du syndicat des propriétaires de restaurants, boîtes de nuit et cafés au Liban : « Septembre a été meilleur que ce à quoi les professionnels s'attendaient et les résultats de la première semaine d'octobre laissaient espérer la même chose », indique-t-il à L'OLJ. Une amélioration de l'activité touristique résultant selon lui de la venue d'un grand nombre de touristes européens et de la reprise de l'organisation de conférences dans les grands hôtels.

Mais depuis le déclenchement de la guerre à Gaza, la donne a changé : « Depuis le début du conflit, l'activité dans les restaurants a baissé de 70 à 80 % la semaine et de 30 à 50 % les week-ends » par rapport à la première semaine du mois. Même son de cloche du côté de Jean Abboud, président de l'Association des agences de voyages et de tourisme au Liban : « Un important nombre de touristes quittent prématurément le Liban, alors que d'autres, toujours pas arrivés, annulent leur voyage. » Selon lui, le nombre de passagers arrivant à l'Aéroport international de Beyrouth a enregistré une baisse de l'ordre de 30 % en glissement annuel sur la période s'étalant entre le 10 et le 15 du mois courant.

Tony Ramy indique aussi que son syndicat s'attendait à l'ouverture d'une trentaine de restaurants d'ici à fin novembre, mais qu'« une partie est désormais en suspens. Les travaux et les investissements sont à l'arrêt en attendant d'y voir plus clair ». S'il abonde dans ce sens en ce qui concerne la fréquentation

des lieux de restauration et de détente, « visible à l'œil nu pour le moment », Nagi Morkos, cogérant du cabinet de conseil en tourisme et hôtellerie Hodeima, considère, lui, que du côté des investissements et des projections à long terme dans le secteur du tourisme et de l'hôtellerie, les projets se poursuivent comme si de rien n'était. « Ces projets sont pensés sur le long terme et la décision d'arrêter ce type d'investissement ne se fait pas du jour au lendemain », explique-t-il. Et ce pour deux raisons principales : « D'abord, les entrepreneurs libanais sont habitués aux crises et savent qu'après chacune il y a un rebond. Ensuite, l'économie du Liban est devenue une cash economy (en raison de la crise financière) et les gens ont de l'argent en espèces qu'ils souhaitent investir », donnant l'exemple de clients libanais et binationaux toujours à la recherche d'un terrain cette semaine au Liban sur lequel bâtir leur projet malgré les circonstances.

Il n'empêche que le pessimisme règne du côté des voyageurs quant

à la tournure que risque de prendre leur activité dans les prochains mois. Car, outre l'impact immédiat de ce climat sur leur activité, ils constatent également des conséquences à plus long terme : « De nombreux groupes de touristes ayant précédemment réservé pour la période de fin d'année commencent déjà à annuler leurs vols ou à y penser sérieusement », dit par exemple Jean Abboud.

Report des commandes

Même son de cloche du côté des commerçants : « J'avais l'habitude de commencer à préparer la saison des fêtes de fin d'année, qui représente à elle seule 60 % de mon chiffre d'affaires, à partir d'octobre », note Mona Salameh, gérante et fondatrice de l'atelier Hoda et Chocolat. « Or, compte tenu de la situation et hormis les difficultés liées au fait de devoir tout payer en cash avant de commander, nous naviguons à vue et ne passons commande que pour la semaine à venir. Nous ne pouvons pas nous

permettre de nous approvisionner dès aujourd'hui pour plus longtemps en raison de l'incertitude actuelle. Ce qui nous fait courir le risque de subir une rupture de stock auprès de nos fournisseurs et donc de passer à côté de la période de l'année », déclare-t-elle. Pour son entreprise de produits de beauté et d'hygiène Salma, Rosemary Romanos explique avoir voulu se constituer un stock important de matières premières de sorte à pouvoir planifier sa production pour une année entière. « Mais au vu de la situation actuelle, je compte plutôt garder ce montant en liquide pour potentiellement parer à d'autres événements inattendus. »

Selon Nicolas Chammas, les commerçants, à l'instar des restaurateurs, se retrouvent eux aussi dans une situation délicate aujourd'hui : « À partir du 7 octobre, nous avons constaté une baisse d'activité moyenne située entre 50 et 75 % par rapport à la même période de l'année dernière, celle-ci s'aggravant encore plus à partir de cette semaine. » Un mauvais présage donc, alors que « les commerces ont normalement jusqu'à mi-novembre pour préparer les fêtes de fin d'année, en fonction de leur activité », souligne le président de l'ACB. « Si aucune visibilité ne se dégage d'ici là, les conséquences risquent d'être désastreuses pour eux », prévient-il.

Comme dans toute guerre, même potentielle, certaines niches semblent toutefois tirer un peu mieux leur épingle du jeu, comme la grande distribution ou l'ameublement. « D'une part, la population se met à stocker, voire "surstocker", certaines denrées de première nécessité en prévision du pire. D'autre part, certaines familles fuient des zones à risque vers d'autres plus sûres, y louant parfois des logements qu'ils meublent à minima », observe Nicolas Chammas. À titre d'exemple, le secteur des supermarchés a constaté, lors des trois premiers jours du conflit, une augmentation notable de 25 % du chiffre d'affaires des enseignes situées au sud de Beyrouth et de 10 à 15 % dans celles au nord de la capitale. Des résultats notamment liés à une ruée sur les boîtes de conserve, les légumineuses, le riz ou encore les huiles végétales, selon Nabil Fahed, président du syndicat des propriétaires de supermarchés. Et ce malgré la très forte érosion du pouvoir d'achat des ménages due à la crise.