

INDICES

Essence

Baisse de la consommation de 20%

La consommation d'essence a reculé au cours des quatre premiers mois de 2013 de 20% par rapport à la même période de l'année dernière, lorsque la consommation s'était élevée à quelque 350 000 tonnes. Une source du secteur des hydrocarbures s'attend à ce qu'un pourcentage identique de baisse soit enregistré lors de la saison d'été. En général, la moyenne de consommation d'essence du marché domestique représente en rythme annuel entre 1,4 million et 1,5 million de tonnes. Quant à la consommation du mazout vert et rouge (sans prendre en compte celle de l'EDL), elle s'élève à près de 1,1 million de tonnes par an. Cette consommation est en progression d'environ 21% pendant la saison d'hiver. Les raisons de la régression de la consommation d'essence sont entre autres la baisse du pouvoir d'achat des citoyens, la faiblesse de l'activité touristique et le mouvement des expatriés.

Ressources gazières

Les besoins énergétiques assurés sur 45 ans

Du jour au lendemain, le Liban est devenu «un pays pétrolier» et suscite la convoitise des grandes compagnies internationales. Les eaux territoriales libanaises ont été divisées en dix blocs dont la surface de chacun varie entre 1 259 km² et 2 374 km², conformément aux données dévoilées par la société de recensement Spectrum. Celle-ci a estimé que les ressources en gaz de la région définie pourraient représenter près de 40 trillions de pieds cubes. En revanche, dans la zone économique souveraine, les estimations concernant le volume de gaz naturel ne sont pas précises. Cependant, les prévisions minimales font état de ressources gazières susceptibles d'assurer une production d'énergie couvrant les besoins du Liban sur une période de 45 ans.

Restauration Croissance de 7% en 2013

Un syndicat de consultants dans la restauration et l'hôtellerie a vu le jour en avril dernier. Il est plus connu sous le label HCA-Liban, ou Hospitality Consultants Association - Lebanon.

L'idée est née d'un besoin pressant de donner un caractère professionnel aux différents acteurs de ce secteur et de renforcer la structuration du métier dans le sens d'une meilleure rationalisation des investissements, afin d'éviter des pertes colossales dans des entreprises vouées à l'échec au départ. C'est que le rendement sur investissement n'est pas garanti dans ce métier devenu presque «un sport national» et de plus, la rentabilité du projet de restauration ou d'hôtellerie n'est pas immédiate. Malheureusement au Liban, la première réaction des salariés remerciés ou ayant fait valoir leur droit à la retraite est dans une large partie d'investir leurs liquidités dans un projet de café et/ou restaurant. S'ils s'embarquent dans cette expérience, ils n'ont pas tort. Le paysage de la restauration semble en bonne santé si l'on tient compte du paramètre de remplissage des restos et cafés. Selon l'étude de marché des restaurants, cafés et bars que Hodema Consulting Services réalise chaque année depuis quatre ans, le marché Food & Beverage est en croissance de près de 7% en 2013 à Beyrouth: il y a aujourd'hui plus de restaurants que l'année dernière malgré la situation instable dans le pays et beaucoup de fermetures de restaurants emblématiques, comme le Buddha Bar ou le Stay. «Ces fermetures touchent des restaurants de grande taille, visant un segment de marché haut de gamme. C'est ce secteur qui souffre le plus, alors que le segment grand public voit l'arrivée de nouveaux restaurants et concepts, comme la chaîne de Chawarma Shawarmanji, qui a ouvert plus de cinq enseignes en 2013», souligne Nagi Morkos, P.-D.G. de Hodema. Il ajoute: «De nouveaux centres commerciaux ont vu le jour comme le Beirut City Center qui compte plus de 30 restaurants et KidzMondo, un centre de loisirs dédié aux enfants, compte également plus de 26



Nagi Morkos.

établissements. D'autres choisissent de construire un espace dédié seulement aux restaurants, comme le Blueberry à Dbayé, qui comprend 12 restaurants».

Concernant la clé de réussite des cafés et restos dans les malls, Nagi Morkos met l'accent sur le fait que les centres commerciaux foisonnent à Beyrouth et au Liban et les annonces de nouveaux projets ne manquent pas, comme l'ABC, qui a annoncé l'ouverture d'un nouveau centre commercial à Verdun. «Ces centres commerciaux deviennent des destinations à part entière en matière de restaurants et cafés, avec un positionnement souvent grand public», dit-il. Qu'en est-il du succès des franchises ou enseignes internationales qui est aléatoire? Selon le P.-D.G. de Hodema Consulting Services, les enseignes libanaises ont longtemps monopolisé la scène, vu la faible présence des marques étrangères. Ainsi, outre la cuisine libanaise qui est naturellement représentée dans le pays, les opérateurs de restaurants ont développé des chaînes de concepts et de cuisines très différentes, allant du dîner américain (Roadster, Crepaway) au chinois (Chopsticks) sans oublier le sushi ou la cuisine française. Ce n'est que récemment que les franchises internationales ont pris leur envol. Aujourd'hui, nous voyons l'arrivée de marques internationales qui ont fait leurs preuves dans la région comme le chinois P.F. Chang's, l'américain Cheese Cake Factory ou Shake Shack. «Le succès des enseignes internationales ou des franchises n'est pas toujours garanti puisque le Libanais est très fidèle à ses marques qu'il a fréquentées depuis des années», a-t-il conclu. ■