

TOURISME : SOMBRES PERSPECTIVES

Entre le mouvement de contestation, la crise économique et le Covid-19, le secteur touristique, déjà à l'agonie, s'attend à une saison catastrophique.

Dossier réalisé par Nagi MORKOS/Hodema

Avec huit milliards de dollars de revenus annuels, soit 12 % du PIB, 160 000 emplois et 40 000 saisonniers, le secteur touristique était l'un des piliers de l'économie libanaise. Mais entre les différentes crises politiques, la crise économique et la crise sanitaire, il n'est plus que l'ombre de lui-même. Avant le Covid-19, les touristes se faisaient déjà rares, avec une chute du nombre de visiteurs de plus de 48 % au premier trimestre. Entre janvier et mars 2020, le pays n'avait accueilli que 194 395 touristes étrangers (en excluant les Libanais, les Syriens et les Palestiniens), contre 375 815 sur les trois premiers mois de 2019, selon des chiffres de l'Administration centrale de la statistique, cités par Byblos Bank. Avec une baisse de 60 % des visiteurs en provenance des pays arabes, la clientèle la plus prisée des établissements touristiques ne représentait déjà plus que 28 % du total. Quant aux Européens, devenus le premier contingent de touristes au Liban, leur nombre a également baissé de 41 % sur un an. Aujourd'hui, avec la menace de l'épidémie qui continue de planer sur le monde, la tendance ne va certainement pas

s'inverser, et le secteur risque même de s'effondrer.

Le secteur hôtelier, en tout cas, se prépare à vivre un été catastrophique. Sur les 24 000 chambres d'hôtels disponibles au Liban, seules 200 étaient occupées en mai. « 90 % des hôtels sont partiellement fermés. Les gens se sont focalisés sur la fermeture de certains hôtels connus, mais beaucoup d'autres ont mis la clé sous la porte sans l'avoir officialisé », affirme Pierre Achkar, le président du syndicat des hôteliers. Au premier trimestre, selon le cabinet Ernst & Young Beyrouth, accusait déjà la plus forte baisse de fréquentation au Moyen-Orient. Avec le mouvement de contestation, le taux d'occupation des hôtels 4 et 5 étoiles plafonnait à 22 % entre janvier et mars, contre 70 % à la même période en 2019, soit une baisse de 48 %, alors que les autres capitales de la région accusaient un recul de 14 % en moyenne. Le prix moyen d'une chambre dans cette catégorie est, quant à lui, tombé à 130 dollars, en baisse de 31 % par rapport à 2019.

Dans la restauration aussi, la crise du coronavirus est venue achever un secteur déjà exsangue, avec 785 établissements fermés entre septembre 2019 et janvier 2020. Aujourd'hui, les professionnels ne comptent même plus

sur les membres de la diaspora, qui traditionnellement passaient leurs vacances au Liban. « Quand bien même certains Libanais de l'étranger rentreraient cet été, leur priorité sera de soutenir financièrement les membres de leur famille et de répondre à leurs besoins. Dépenser de l'argent dans des activités de tourisme domestique apparaît largement secondaire », anticipe Tony Ramy, président du syndicat des restaurants, cafés, night-clubs et pâtisseries.

Dans un contexte de forte récession et d'inflation, tirée par la dégringolade de la livre, proposer des prix en cohérence avec le budget des clients est devenu un casse-tête quotidien pour les restaurateurs, d'autant que leur capacité d'accueil ne doit pas excéder 50 % dans le cadre des règles sanitaires. Les défis sont tels, que nombre d'entre eux ont pris la décision de ne pas rouvrir leurs portes.

La situation n'est guère plus enviable pour les plages et structures balnéaires. Ce secteur, qui emploie 25 000 saisonniers l'été et génère environ un milliard de dollars de chiffre d'affaires par an, réalise la totalité de ses recettes pendant l'été. À la mi-juin, certaines plages affichaient déjà des baisses de 80 % de leur fréquentation. Elles aussi sont confrontées à l'épineuse →



Jospeh Eid/AFP



Mohamed Azakir/Reuters

question des prix, alors que la dépréciation de la livre s'est encore accentuée. « Nous avons essayé de maintenir une hausse minime afin de ne pas dissuader les Libanais. Mais pour les restaurants de plage, il faudrait une hausse d'au moins 30 % juste pour couvrir les charges, indique Jean Beyrouthi, président du syndicat des complexes balnéaires. Sans diaspora et sans touristes, je ne sais pas qui va pouvoir s'en sortir cette année. »

LE TOURISME INTÉRIEUR, UN MIRAGE ?

Dans ces conditions, le secteur ne peut compter que sur le tourisme interne pour limiter la casse. Mais les Libanais, durement affectés par l'inflation galopante, ne sont pas des clients idéaux. Même si les classes aisées resteront sans doute au Liban cet été, la

baisse de leur pouvoir d'achat doublée de l'incertitude quant à l'avenir ne garantit pas une dynamisation du tourisme interne. « Les Libanais n'ont plus les moyens d'aller à la plage. La fréquentation est bien en dessous des 50 % imposés par les consignes sanitaires liées au coronavirus », déplore Jean Beyrouthi.

Pour le moment, seules les maisons d'hôte semblent tirer leur épingle du jeu. Depuis le début du déconfinement, les quelque 120 guest-houses aux quatre coins du pays ne désemplissent pas. Mais le nombre de chambres reste faible. Le plan de développement du tourisme rural lancé en 2015 par le gouvernement, qui prévoyait d'accroître de 5 à 20 % la part du tourisme rural dans le chiffre d'affaires global du secteur touristique d'ici à 2020, n'ayant pas porté ses fruits. « La durée de séjour moyenne est de 2 à 3 jours. Avec des séjours aussi courts,

il sera de toute façon impossible d'endiguer les pertes du secteur », tranche Tony Ramy. Sur le long terme, la dépréciation de la livre libanaise pourrait se transformer en opportunité pour le secteur, le Liban devenant une destination abordable pour de nombreux touristes. La chute de la monnaie nationale pourrait aussi favoriser les investissements étrangers. Mais pour faire quoi ? Jusque-là, le Liban ne s'est pas vraiment posé la question, se contentant de se positionner comme une destination privilégiée par les touristes du Golfe. Mais le contexte politique ne permet pas d'espérer un retour à court terme à ce modèle.

REPENSER LA MARQUE "LIBAN"

Face à des concurrents comme l'Égypte, la Turquie, Chypre (3,5 millions de touristes pour un million d'habitants) et bien sûr la Grèce (33 millions de

touristes en 2018), le Liban va devoir se faire une place sur l'échiquier touristique. « Nous n'avons pas de grands resorts, d'hôtels pied dans l'eau contrairement à eux. Le Liban ne deviendra jamais une destination de tourisme de masse », tranche Pierre Achkar.

D'autant que la situation sociale et sécuritaire est en nette détérioration. Selon des chiffres d'Information International SAL, les quatre premiers mois de l'année ont été marqués par une hausse des meurtres de 103 %, des vols de voitures de 46 % et des cambriolages de 20 %. « L'un des seuls atouts du tourisme au Liban, c'est sa vie nocturne, la qualité de vie et le côté festif de ses habitants. C'est ce qui faisait du Liban un pays attractif dans la région. Mais avec un habitant sur deux vivant sous le seuil de la pauvreté, le pays va changer de visage », anticipe Pierre Achkar.

Dans son plan de sauvetage adopté fin avril, le gouvernement libanais mise sur le secteur touristique pour faire entrer des devises dans le pays, avec l'objectif de faire passer le nombre de touristes annuel de 2 à 4 millions en l'espace de 5 à 7 ans.

Mais le chemin risque d'être très long. Aujourd'hui, la marque "Liban" est à reconstruire. Après la guerre civile, le pays a mis des années pour s'imposer comme destination de luxe et un pays de fête. Avec la crise, quelle image peut-il véhiculer ? Dans un contexte local et international très difficile, le Liban ne peut pas faire l'économie de cette réflexion stratégique au risque de sortir de la carte du tourisme international. |

3 QUESTIONS À... NOUR FARRA HADDAD Anthropologue du fait religieux à l'USJ et consultante en tourisme

Le Liban a-t-il sa place sur la carte du tourisme religieux mondial ?

Bien sûr. La concentration d'environ 6 000 lieux de culte et la présence de 18 communautés religieuses dans un territoire de 10 000 km² est rarissime. Certains villages comptent à eux seuls 30 lieux de culte dignes d'intérêt. Le Liban fait aussi partie de la Terre sainte, car il ne fait plus aucun doute pour les historiens que le Christ est venu à Tyr et à Saïda. Le Liban compte aussi beaucoup de saints vénérés à travers le monde. Ce secteur a connu un tournant majeur lors de la visite du pape Jean-Paul II en 1997. Il y a eu à cette époque un véritable intérêt pour le pays, qui n'a malheureusement pas été exploité.

Que manque-t-il au Liban pour devenir une destination internationale de tourisme religieux ?

D'abord, le statut de Terre sainte a longtemps été confisqué par nos voisins, c'est une question très politique. Ce qu'il manque, ce sont des outils de promotion et une politique incitative sur le long terme. L'application mobile gratuite "Holy Lebanon" que j'ai créée n'a totalisé que 2 300 téléchargements depuis son lancement en juin 2018. Je n'ai rien à y gagner, mais je trouve dommage que ce guide en ligne ne soit pas utilisé comme moyen de promotion du tourisme religieux. En travaillant avec différents tour-opérateurs européens spécialisés dans le tourisme religieux, j'ai constaté l'année dernière un regain d'intérêt pour le Liban : pour la première fois, à l'automne dernier, cinq groupes de 35 personnes s'apprêtaient à venir. Ensuite, la crise est arrivée, mais la demande est là. Il faudrait aussi s'ouvrir à d'autres marchés comme les Philippines, les États-Unis et l'Amérique du Sud qui sont très demandeurs. Lorsque la Jordanie a ouvert son programme "Jordanie terre sainte", le tourisme a fortement augmenté.

Le tourisme religieux attire-t-il les Libanais ?

Oui et certains sites, comme Harissa ou Annaya, attirent jusqu'à 200 000 visiteurs par an. Mais là encore ce secteur manque de visibilité. Les Libanais connaissent peu leur propre pays et il persiste une idée très ancrée selon laquelle le tourisme domestique est forcément onéreux avec des maisons d'hôte hors de prix. Non seulement il y a des guest-houses très accessibles, mais il existe aussi de nombreuses solutions pour se loger dans des monastères qui offrent un rapport qualité/prix imbattable. Il faudrait mettre à disposition des Libanais une base de données qui référenceraient les itinéraires et les solutions d'hébergement qu'offre le tourisme religieux. Le tourisme rural et religieux sont d'ailleurs interconnectés. Quand vous allez dans un village, quels sont les lieux patrimoniaux à visiter ? Ce sont les lieux de culte dans la majorité des cas. Je suis convaincue que pour un développement touristique durable du Liban, il faut développer ces deux secteurs. Enfin, le tourisme religieux a l'avantage de résister à tous types de conjonctures. |

Des ressources humaines sacrifiées

Avec 35 000 licenciements dans le secteur de l'hôtellerie et de la restauration rien qu'entre le 1^{er} septembre et le 1^{er} février, une tendance qui s'est nécessairement accentuée depuis l'entrée en vigueur du confinement le mois suivant, les ressources humaines payent un lourd tribut à la crise. « En l'absence de cadre légal et d'aides gouvernementales, les premiers postes de dépense touchés sont les ressources humaines. C'est une constante qui touche tous les niveaux de salaire. On coupe et après on voit », note Patricia Karam, fondatrice de la société de conseil en ressources humaines Vektor & Pi et professeure de management à l'USJ, qui évoque aussi les réductions de salaires et la multiplication des postes multifonctions pour pallier aux licenciements.

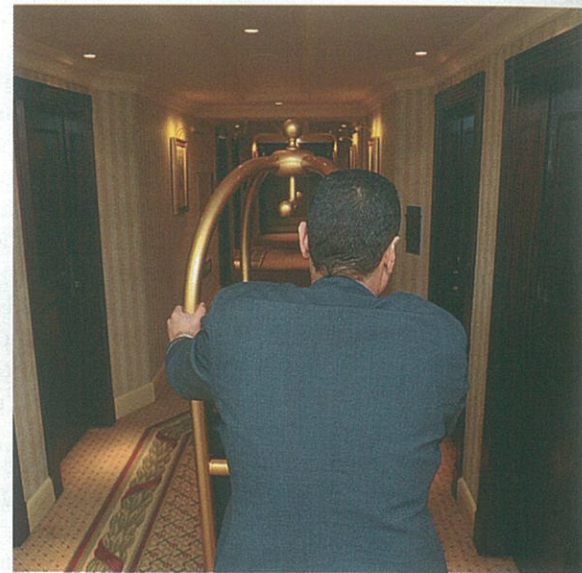
Si les plus petits acteurs ont été les premiers à licencier, les établissements prestigieux ne sont pas en reste. Dans l'hôtellerie, le manque de clients pousse les propriétaires à fermer des étages, voire des bâtiments entiers. « L'hôtel Phoenicia par exemple, qui compte 1 500 employés, fait travailler en alternance 250 employés par semaine », explique Patricia Karam.

La crise de l'emploi dans le secteur touristique, si elle est inédite par son ampleur, n'est pas nouvelle. C'est le point d'orgue d'un lent déclin qui s'est matérialisé à mesure que le pays traversait les crises : 2005 et l'assassinat de Rafic

Hariri, la guerre de 2006, la guerre en Syrie. À chaque secousse, une perte d'attractivité pour le secteur du tourisme et le départ des jeunes diplômés à l'étranger, remplacés par une main-d'œuvre étrangère peu expérimentée et payée au lance-pierre. « En 2004, lors des portes ouvertes organisées à l'USJ, les grands hôtels recevaient plus d'une centaine de CV, contre moins d'une vingtaine en 2008 », se souvient Patricia Karam.

Certains veulent pourtant voir dans cette crise une opportunité pour les plus qualifiés. « Après l'épisode de l'épidémie du coronavirus, il va falloir regagner la confiance des clients. Les acteurs qui vont survivre sont ceux qui auront une image de marque suffisamment forte et qui sauront se différencier, être innovants. Ces établissements auront besoin d'embaucher des ressources spécialisées. On ne peut plus engager des gens sans expérience. C'est une vraie opportunité pour nos étudiants de se démarquer dans ce secteur », veut croire le Dr Tanios Kassis, doyen de l'Université La Sagesse.

Malgré la crise du tourisme au Liban et à l'étranger, les écoles hôtelières continuent de recruter. À l'Université La Sagesse, on dit être surpris par l'affluence des lycéens venant prendre des renseignements pour une inscription à la rentrée prochaine. Un phénomène lié sans doute aussi à la crise, qui contraint de nombreux Libanais à renoncer à des études à l'étranger. « Ceux qui peuvent se le permettre



vont sans doute partir, mais les autres vont rester au Liban, étant donné les difficultés pour les familles d'envoyer de l'argent à l'étranger », observe Karim Asmar, chef du département de hospitality management à l'USJ. Les opportunités internationales qu'offre l'hôtellerie et la bonne réputation dont jouissent les étudiants libanais trilingues devraient préserver la filière d'une désaffection massive.

Mais ces professionnels auront-ils un jour la possibilité de s'épanouir dans leur pays d'origine ? « C'est difficile à dire. Les deux piliers sur lesquels le pays s'est reconstruit sont la banque et le tourisme, les deux sont à terre aujourd'hui, rappelle Patricia Karam. Si le pays a besoin de cinq ou dix ans pour se reconstruire, peut-être qu'ils reviendront. Mais qui sait à quoi ressemblera le pays dans dix ans ? »

« En l'absence de cadre légal et d'aides gouvernementales, les premiers postes de dépense touchés sont les ressources humaines », note la consultante en RH, Patricia Karam.

Les restaurants vivent au jour le jour



Le secteur de la restauration est soumis à une équation aux multiples inconnues. Face à l'absence de visibilité sur les prochains mois, les stratégies varient : ouvrir et assurer le service minimum pour payer le loyer, ou attendre et reporter les décisions stratégiques à la rentrée. Samer Rizk a choisi la seconde option. Le Capitole, son restaurant situé au sommet de l'immeuble Asseily, place Riad el-Solh, fermé depuis le 17 octobre, ne rouvrira pas ses portes cet été. Sa deuxième enseigne, Stem, une brasserie française située rue Monnot est, elle aussi, restée fermée malgré le déconfinement. « On préfère rester spectateur plutôt qu'acteur pour l'instant. On verra si quelqu'un trouve une formule magique et on prendra nos décisions à la rentrée », explique Samer Rizk, dont le principal problème est l'augmentation des coûts des matières premières, dont les prix varient

plusieurs fois par jour. « L'essentiel de notre carte est composé de produits importés de haute qualité dont les prix sont devenus inaccessibles en livres libanaises. Notre ticket moyen est déjà de 53 dollars, on ne peut pas augmenter nos tarifs davantage », ajoute le propriétaire qui réfléchit à se réinventer d'ici à la rentrée en se recentrant sur une cuisine locale. En attendant, il dispose de huit mois de trésorerie pour faire face à la situation et a négocié une baisse de loyer avec ses propriétaires.

Pour ceux qui ont décidé de rouvrir leurs portes, la situation est alarmante. « Hier, j'ai eu six clients à Mayrig. C'est à se demander si j'ai bien fait de rouvrir. Nous n'arrivons même pas à couvrir nos coûts fixes », constate sa propriétaire, Aline Kamakian, dont le restaurant peut accueillir une centaine de personnes en temps normal. Les tarifs ont augmenté de 15 % en moyenne. « Les gens ont peur de l'épidémie

du coronavirus et l'insécurité financière est telle que, même ceux qui en auraient les moyens ne sortent pas. Les gens comptent leur argent. Je serais heureuse si on pouvait atteindre la limite de 50 % de la fréquentation dans les restaurants, ajoute la propriétaire, qui a néanmoins décidé d'ouvrir un Mayrig à Faqra, en prévision d'un été qui s'annonce désert à Beyrouth. J'ai l'impression de jouer à la roulette russe. Mais c'est la seule manière de garder un peu d'activité et de payer mes salariés. »

À Faqra, son restaurant de 60 m² peut accueillir 35 personnes en terrasse et 10 à l'intérieur. Elle a négocié un loyer attractif avec le propriétaire et a meublé l'établissement avec du mobilier de Mayrig Beyrouth. Quant aux boissons, le vin est en consigne. Au total, Aline Kamakian a investi 25 000 dollars dans ce restaurant dont elle ignore s'il restera ouvert après l'été. →

George Ojeil, directeur général de l'hôtel Le Gray : « Le taux d'occupation ne dépasse pas 6 % »



Comment l'hôtel Le Gray a-t-il traversé les six pre- miers mois de l'année ?

Ça a été une période très compliquée. Les manifestations de janvier et février ont provoqué de nombreux dégâts sur la façade de l'hôtel et des coûts de réparation de 480 000 dollars. L'impact de ces manifestations dans les médias régionaux a beaucoup affecté la demande, sans parler de la peur du coronavirus bien sûr. Avec la crise sanitaire, nous avons dû fermer notre restaurant, le spa et la salle de sport, nous commençons seulement à rouvrir. Depuis le début de l'année, notre taux d'occupation ne dépasse pas 5 ou 6 % contre 60 à 85 % en temps normal. Nous avons reçu entre 100 et 150 personnes rapatriées sur des vols privés pendant le confinement, mais aujourd'hui nous n'avons que trois ou quatre chambres occupées sur 103 au total. En 2019, notre chiffre d'affaires sur les six premiers mois s'élevait à 2,5 millions de dollars. Cette année nous prévoyons

4,5 millions de dollars de pertes. C'est énorme.

Comment envisagez-vous l'été ?

L'été n'est pas forcément notre meilleure saison. Cette période représente environ 30 % de notre chiffre d'affaires annuel, car le tarif des chambres est plus élevé, de l'ordre de 400 à 450 dollars la nuitée. Nous ne comptons pas sur l'arrivée de touristes, étant donné l'instabilité sécuritaire mais davantage sur la diaspora. Le Liban est l'un des pays qui a le mieux contrôlé la crise du coronavirus, c'est un très bon point. Malgré tout, je ne pense pas qu'on arrive à plus de 10 % d'occupation cet été. La dévaluation de la livre reste aussi un énorme problème. Le prix de la viande, par exemple, a quadruplé et les fournisseurs veulent être payés en liquides, donc nous devons nous approvisionner en devises sur le marché noir à 4 500 ou 5 000 livres libanaises pour un dollar. Or on ne peut pas multiplier nos prix par quatre. Les gens n'ont plus le même pouvoir d'achat et même ceux qui l'ont ne veulent pas payer un filet de bœuf 120 000 livres, ce qui est très compréhensible. Plutôt que d'augmenter nos prix, nous avons revisité nos menus pour éviter les ingrédients hors de prix, il n'y a plus de pizza à la truffe par exemple. Nous rencontrons aussi ce genre de problème avec les commissions prélevées en dollars par les sites de réservation en

ligne. S'acquitter des 10 % de commission en dollars représente jusqu'à 40 % du montant total de la transaction en livres libanaises. Mais là aussi, nous n'avons pas augmenté le prix des chambres. D'après nous, ce n'est pas la bonne stratégie tant qu'il n'y a pas de demande. Nous augmenterons nos tarifs lorsque nous atteindrons 35 ou 40 % d'occupation.

Une fermeture définitive de l'hôtel Le Gray est-elle envisagée ?

Fermer l'hôtel définitivement n'est pas envisageable pour nous. Les propriétaires ont investi 150 millions de dollars dans le projet et la structure de Le Gray ne permet pas de le transformer en appartements. Nous avons encore les moyens de garder l'hôtel ouvert. Dès le début de la crise, nous avons pris des mesures très strictes pour gérer nos liquidités, en fermant la plupart de nos étages par exemple. Nous avons réussi à garder nos 175 employés, mais nous avons dû réduire les salaires de moitié malheureusement. Nous nous battons pour préserver nos employés et la réputation de l'hôtel en attendant que la situation s'améliore. Je pense que l'on va assister à un redémarrage en fin d'année, à partir d'octobre ou novembre. La dévaluation de la livre devrait aussi attirer un nouveau segment touristique qui peut être très intéressant. Mais pour cela, il faut un minimum de stabilité politique et sécuritaire. |

La ruée vers les maisons d'hôte

L'effet conjugué de la crise économique et du coronavirus bénéficiera-t-il à l'agritourisme ? Chez L'Hôte libanais, on croit à un changement sur le long terme : « Au-delà de la crise du coronavirus, je pense que l'agritourisme est un secteur qui va façonner l'avenir du tourisme au Liban. C'est une tendance que l'on observe partout dans le monde et qui arrive chez nous », fait valoir Orphée Haddad, précurseur de la vague des maisons d'hôte au Liban avec la création du site de réservations en ligne, L'Hôte libanais, en 2001. En quelques années, il a vu ce marché de niche, plébiscité surtout par les touristes étrangers, attirer de plus en plus de Libanais. Ceux-ci représentaient l'année dernière près de la moitié de la clientèle. Cet été pourrait être l'occasion de changer la donne, en attirant notamment les Libanais qui avaient l'habitude de voyager à l'étranger, et dont une grande partie ne partira pas cette année.

« On s'attend à un boom du tourisme local cet été. Nous avons déjà constaté une hausse des réservations dans nos différentes guest-houses avec le déconfinement. On a même dû mettre des clients sur liste d'attente », s'enthousiasme Kamal Mouzawak, le fondateur du Souk el-Tayeb qui a créé quatre maisons d'hôte dans différentes régions. Il a même ouvert en urgence un restaurant Tawlet à Beit Douma en prévision de l'été. « Dans le contexte actuel, il n'y a pas



de place à l'hésitation. Soit on s'adapte, soit on meurt. » À Deir el-Qamar, dans le Chouf, Ama Tabet entre dans sa sixième année d'activité pour sa maison d'hôte de trois chambres. « On va faire une de nos meilleures saisons », se réjouit-elle, alors que son carnet de commandes s'est rempli en juin. Elle a décidé de ne pas augmenter ses tarifs : 225 000 LL la nuit pour deux avec le petit déjeuner et une bouteille de vin offerte. « Certains ont maintenu leurs tarifs en dollars, mais les convertissent au taux de 2 500, 3 000, voire 3 500 LL pour un dollar. C'est compréhensible pour les grandes maisons, mais, dans mon cas, ce n'est pas nécessaire », estime-t-elle. L'Hôte libanais, qui affiche ses prix en livres libanaises, assure que les tarifs restent adaptés à la crise. Malgré la forte affluence attendue, les quelque 120 maisons d'hôte recensées sur le ter-

ritoire auront toutefois bien du mal à combler le déficit du secteur touristique cet été, leurs retombées économiques étant limitées. Les clients, qui souhaitent se déconnecter l'espace de quelques jours, ne sont pas toujours disposés à écumer les marchés locaux ou les boutiques d'artisanat, quand celles-ci existent. « C'est vrai que les retombées sur les villages ne sont pas les mêmes partout, concède Orphée Haddad, dont le site répertorie une vingtaine de maisons d'hôte. Mais il y a toujours un besoin de main-d'œuvre saisonnière et les repas servent des produits issus d'agriculteurs locaux. Il y a aussi des localités, comme Hasroum près de Bécharré, où la présence d'une maison d'hôte a permis de décroïsonner le village et a contribué à en faire un lieu touristique à part entière. » |

**Kamal Mouzawak
a ouvert en
urgence un
restaurant
Tawlet à Beit
Douma en
prévision de l'été.**

Les plages s'attendent à un été catastrophique

Pour les 240 plages privées répertoriées sur le territoire, la crise économique et sanitaire se fait durement ressentir. « Cette année, on joue notre survie. Si nos recettes sont insuffisantes, nous n'aurons d'autres choix que de fermer nos portes », annonce Walid Abou Nassar, qui dirige le Sporting Club, plage emblématique de Manara. Cet établissement, fondé en 1953 sur le front de mer beyrouthin avec son frère Marwan et son cousin Ralph Schray, resté ouvert aux heures les plus sombres de la guerre civile, vacille. Ouvert toute l'année, le club réalise l'essentiel de son chiffre d'affaires entre mars et mi-juin, une période durant laquelle les habitués profitent de la douceur du climat avant de fuir la chaleur estivale pour la montagne. Cette année, le confinement imposé pour lutter contre l'épidémie du coronavirus a paralysé les deux premiers mois de la saison. Début juin, les plages ont été autorisées à ouvrir, mais l'activité reste timide : la plage, qui accueillait 800 personnes par jour les week-ends, n'en reçoit que 300 actuellement.

Même constat au Lazy B, une plage de 25 000 m² située à Jiyé, au sud de la capitale. Son copropriétaire, Patrick Boustani, espère seulement couvrir ses frais. Pas question de faire des bénéfices cette saison. « C'est de loin l'année la plus compliquée, si on oublie l'été de notre ouverture,

en 2006 », soupire-t-il. Mi-juin, la fréquentation du Lazy B accusait déjà une baisse de 80 % avec 200 visiteurs quotidiens en moyenne contre 1 000 l'an dernier à la même période, sachant que pour son premier samedi d'activité, la plage a dû fermer ses portes en raison des manifestations et le blocage des routes.

Si les recettes sont en chute libre, les coûts, eux, n'ont pas baissé. Au Sporting Club, les installations en bord de mer nécessitent une maintenance, dont les frais sont évalués entre 300 et 450 millions de livres par an, auxquels s'ajoutent 300 millions de livres par an pour l'exploitation du domaine maritime public et les salaires des 70 employés. Des coûts fixes qui engloutissent 70 % du chiffre d'affaires de l'établissement en temps normal, auquel s'ajoutent cette année les dépenses engendrées par les mesures d'hygiène requises contre le coronavirus. Sans compter la dégringolade de la livre, qui fait exploser la facture des consommations. Pour limiter les pertes, les propriétaires du Lazy B ont décidé de reprendre en main le service de restauration de la plage, gérée jusque-là par La Posta. Même si cette mesure a nécessité l'embauche d'une trentaine de personnes supplémentaires, portant le nombre d'employés à 100, « cela nous permet d'avoir une carte plus adaptée aux variations des prix et de pouvoir répartir



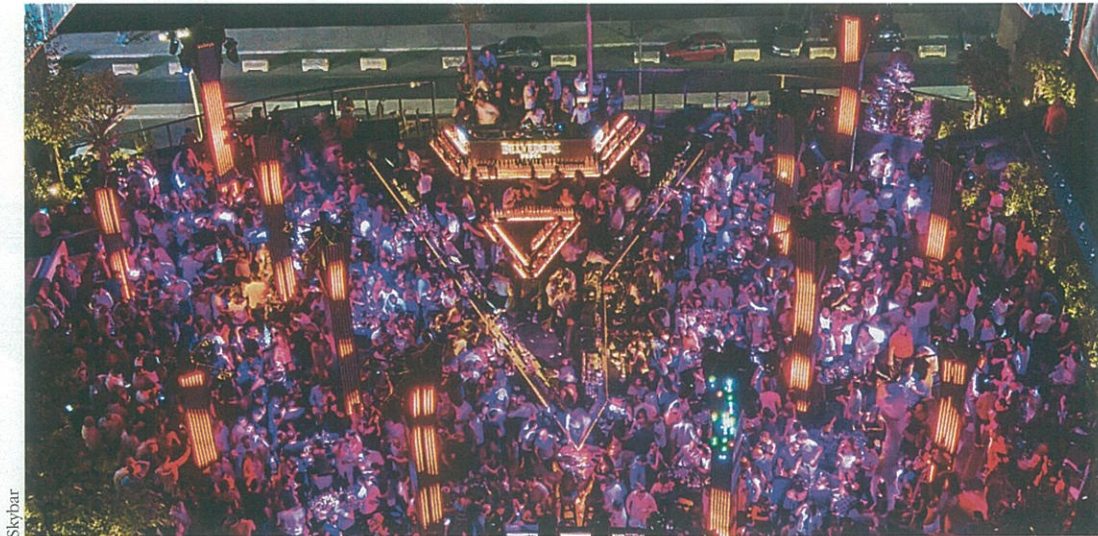
les hausses de prix entre les entrées et la restauration », explique Patrick Boustani. Dans les deux établissements, les tickets d'entrée ont augmenté de 10 %, passant de 45 000 LL à 50 000 LL par personne le week-end. Dans un contexte d'inflation galopante, cette hausse déprime un peu plus la demande locale, déjà étouffée par la crise. Quant aux Libanais de la diaspora et aux éventuels touristes, personne ne semble y croire pour cet été. Malgré tout, Walid Abou Nassar veut rester optimiste. « Le Liban a toujours attiré les capitaux extérieurs. Avec la dévaluation, le pays devient bon marché, ce qui devrait bénéficier au tourisme à terme. Encore faut-il survivre à cette année », conclut-il. |

Pour limiter les pertes, les propriétaires du Lazy B ont décidé de reprendre en main le service de restauration de la plage.

Dans le monde de la nuit, l'heure n'est plus à la fête

L'année 2020 *annus horribilis* des boîtes de nuit ? Depuis le soulèvement populaire d'octobre dernier, le secteur est à l'arrêt et l'été ne s'annonce pas sous de meilleurs auspices. Les boîtes de nuit ont eu l'autorisation de rouvrir à partir du 21 juin, mais les déplacements entre minuit et cinq heures restaient encore interdits. De nombreux propriétaires hésitaient donc à rouvrir leurs portes.

« Malgré le déconfinement, beaucoup de citadins fuient les manifestations et l'atmosphère de la ville et partent à la montagne ou au bord de la mer. Il y a une possibilité que Beyrouth soit vide cet été, notamment le week-end. On ne sait pas encore quelle stratégie adopter. Si la plupart des clubs restent fermés, ça pourrait être intéressant d'ouvrir. On verra », note le propriétaire du Ballroom Blitz et du café Standard à Gemmayzé, Joe Mourani, qui envisage d'organiser des pop-up en dehors de la capitale. « C'est une année terrible. Je pense que les boîtes de nuit sont celles qui ont le plus souffert dans le secteur touristique. Pendant la révolution déjà, les gens se retrouvaient dans les bars, pas dans les clubs. L'activité est paralysée depuis le mois d'octobre », ajoute l'ancien propriétaire du Myiu qui a négocié en attendant une baisse de son loyer de 50 %. Au Garten, le club saisonnier situé à Biel, on s'apprêtait à ouvrir en octobre lorsque la révolution a commencé. Depuis, le club est resté fermé et n'envisage pas de rouvrir prochaine-



ment. « Si j'ouvre il faut payer le loyer, les salariés, acheter l'alcool à 4 000 livres libanaises pour un dollar. Quel prix le client est-il prêt à payer ? Et s'il y a une manifestation le samedi, que le club est vide, comment je fais ? » s'interroge Nemer Saliba, le patron du Garten, qui souligne aussi la difficulté à faire venir des DJ internationaux avec l'effondrement de la livre libanaise. En temps normal, la boîte de nuit réalise environ 70 % de son chiffre d'affaires durant l'été, attirant 2 500 personnes en moyenne les week-ends, pour un ticket moyen de 30 dollars. Pour Nemer Saliba, pire que la disparition des touristes, c'est la baisse de pouvoir d'achat des Libanais et le non-retour de la diaspora cet été qui est le plus problématique. « Soyons honnête, le tourisme, je ne sais pas ce que c'est au Liban. Les gens de ma génération n'ont jamais compté sur les étrangers pour gagner leur vie, mais sur les

Libanais et la diaspora qui aiment faire la fête, commente le propriétaire du Garten. On n'est plus dans la grande période Sky Bar, lorsque les boîtes attiraient une clientèle du Golfe. Mon club marche bien, Grand Factory aussi, mais si nous étions vraiment un pays touristique il y aurait cinq ou six autres clubs comme les nôtres à Beyrouth. La vérité c'est que le marché est limité. »

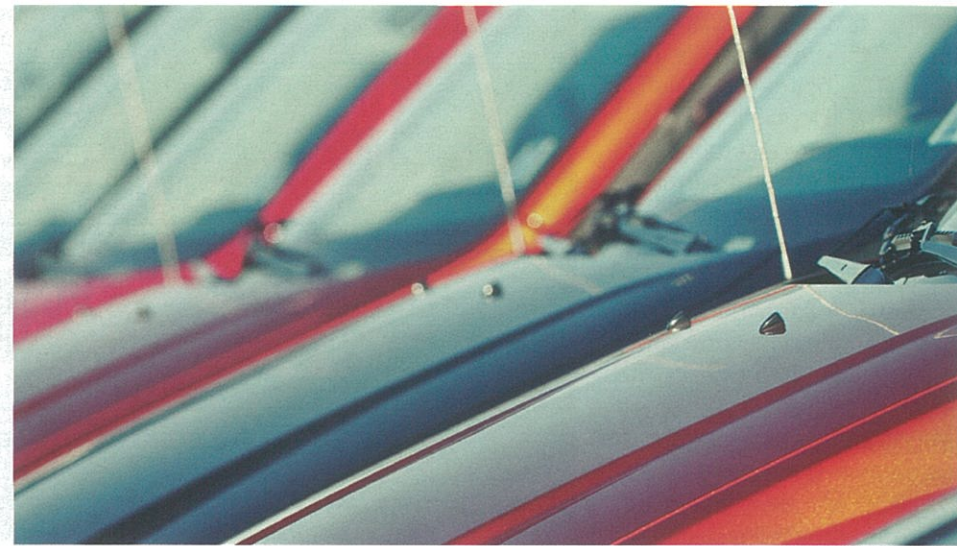
Dans ce contexte, Nemer Saliba a organisé le 1^{er} mai un festival virtuel et caritatif en partenariat avec une quinzaine de clubs de la capitale, pour soutenir les employés du secteur – serveurs, barmans, agents de service et de nettoyage, dont le salaire repose pour beaucoup sur les pourboires et un pourcentage des recettes. L'« electronic labor day », filmé et diffusé sur les réseaux sociaux, a permis de récolter 80 millions de livres libanaises de dons, reversés à 126 employés. |

Les agences de location de voitures dans l'impasse

Depuis le début de la crise, en octobre 2019, le secteur de la location de voitures est à l'agonie, avec une baisse du chiffre d'affaires de près de 90 % sur un an. Sur les 250 compagnies en activité l'an passé, seules 150 travaillent encore aujourd'hui et le nombre d'employés est passé de 6 000 à 2 500.

Le secteur, qui réalise en général plus de 70 % de son chiffre d'affaires entre le mois de juin et de septembre, ne s'attend pas à une reprise de l'activité cet été. « Il y a eu trop d'incertitudes concernant la date de réouverture de l'aéroport et le nombre de passagers quotidien est limité. On avait déjà perdu l'idée de voir revenir les touristes, étant donné la situation politique, mais on a aussi perdu l'espoir de voir revenir la diaspora et des entrées de devises dans le pays », note Raja Kurban, directeur de Avis et Budget au Liban et leader sur le marché de la location de voitures avec six branches et 1 800 véhicules. Depuis le début de la crise, il a dû se séparer de 95 employés sur 170. Son taux d'occupation, 80 % en moyenne l'an passé entre janvier et juin, est tombé à 5 % sur les six premiers mois de l'année 2020.

« Nous sommes taxés à hauteur de 46 %, ce qui fait de nous une des professions les plus redistributives du secteur touristique. On ne peut pas continuer comme ça », déplore de son côté le secrétaire général du syndicat des loueurs de voitures, Jean-Claude Ghosn, en



D.R.

prenant pour exemple une taxe de 100 000 LL par véhicule et par an pour l'usage des routes. Face à la crise, les revendications du secteur se concentrent avant tout sur un point stratégique : l'allongement de la durée légale d'utilisation des véhicules, que le syndicat veut faire passer de trois à cinq ans. « Les concessionnaires n'arrivent plus à importer de voitures. C'est devenu impossible d'en acheter. Si rien n'est fait pour augmenter la durée d'exploitation des véhicules actuels, le secteur de la location sera mort d'ici à la fin de l'année », anticipe Jean-Claude Ghosn, dont l'entreprise Y&C ne compte plus que cinq employés contre une quinzaine l'année dernière. Le tarif d'entrée de gamme pour une location de voitures, 20 dollars avant la crise, est resté à 30 000 livres libanaises, soit 6 dollars aujourd'hui. Dans le même temps, le coût d'entretien des véhicules a augmenté et le prix des pièces détachées, qu'il faut acquérir sur le marché

parallèle, a triplé. « L'une de mes voitures est chez le concessionnaire depuis quatre mois, c'est impossible de trouver des pièces », note Jean-Claude Ghosn.

Dans les périodes difficiles, les ventes de véhicules permettent en général aux agences de résister. Depuis le début de la crise, le parc automobile des agences est ainsi passé de 17 000 à 6 000 véhicules. Mais dans le contexte actuel, vendre revient à faire une croix sur son activité. « Si l'on vend une voiture maintenant, on sait qu'on ne pourra pas en racheter une avant trois ou quatre ans, parce qu'il n'y en a plus sur le marché. C'est une décision qui engage sur le long terme. Mais si la situation perdure, nous n'aurons pas d'autres choix que de vendre des véhicules et fermer certaines branches. Notre entreprise retrouvera alors la taille qu'elle avait il y a 20 ans », regrette Raja Kurban. |

Les voyagistes s'interrogent sur leur avenir

Les temps sont durs pour les quelque 800 agences de tourisme qui opèrent au Liban. À Nakhal, l'agence créée en 1959, tous les voyages prévus ses six derniers mois ont été annulés. Une baisse de 100 % du chiffre d'affaires qui a poussé l'entreprise à prendre des mesures drastiques. Les salaires ont été revus à la baisse et l'entreprise a lancé un plan de départs volontaires. « Sur les 225 salariés répartis entre Nakhal, Hoojoozat et notre compagnie aérienne Wings of Lebanon, il en reste 150 aujourd'hui », confirme son PDG, Elie Nakhal, qui ne mise plus sur la saison estivale, qui assure en temps normal 80 % de son chiffre d'affaires.

« On s'attend à faire 5 % de ce qu'on fait habituellement pendant l'été », prévoit pour sa part Walid Tamsah, directeur de la compagnie Tala Tour. « Il va y avoir un engouement à la réouverture à l'aéroport, mais cela ne va concerner que des voyages d'affaires ou des familles bloquées au Liban ou à l'étranger à cause du confinement, pas des touristes », ajoute Walid Tamsah qui a conservé pour le moment ses 40 employés. Une semaine après la réouverture de l'agence, fin juin, le nombre de tickets d'avion vendus était celui d'une demi-journée en temps normal.

Si le segment des voyages d'affaires offre encore des perspectives, les tour-opérateurs touristiques à l'étranger, eux, se préparent au pire. L'agence Nakhal a réduit de 90 % son offre de voyage à l'étranger. « On proposait 40 vols par se-

maine pour la Turquie, on est passés à six. On en comptait dix par semaine pour les îles grecques et Chypre, on n'en fait plus aucun. Et on ne propose plus de circuits de visites pour des pays comme la France, l'Italie ou l'Espagne », énumère Elie Nakhal. Le tarif des hôtels et des billets d'avion devant être réglé en dollars, il est devenu inaccessible pour la plupart des bourses. « Le voyage touristique est devenu un produit de grand luxe. Les classes moyennes ne peuvent plus se permettre de voyager à l'étranger. Une famille voyageant en Turquie pour une semaine l'année dernière pouvait s'en sortir pour 1 000 dollars, il faudrait compter au moins 4 000 dollars aujourd'hui avec l'effondrement de la livre. Ce secteur d'activité est anéanti, sans même parler de l'épidémie du Covid-19 », indique Raja Kurban, dont l'entreprise Kurban Travel, fondée en 1952, a dû se séparer de 60 employés sur une équipe de 100 personnes.

La raréfaction du dollar et les restrictions sur les virements bancaires à l'étranger pourraient même compromettre l'appartenance du Liban au réseau de l'Association du transport aérien international, qui représente 290 compagnies aériennes et 82 % du trafic aérien mondial. L'IATA gère entre autres les facturations entre les compagnies aériennes et les agences de voyages. S'il n'est plus possible d'émettre de billets d'avion via GDS (Global Distribution Service), le service qui met en relation les compagnies aériennes et les



D.R.

voyagistes, « ce serait catastrophique pour le secteur », indique Walid Tamsah. Reste l'espoir d'un retour des touristes étrangers, encouragés par la dévaluation qui ferait du Liban une destination bon marché. Mais en l'absence de stabilité politique, de mesures incitatives et promotionnelles, et d'un développement de compagnie low-cost à destination du Liban, les acteurs doutent d'une amélioration à court terme. En attendant, certains réfléchissent à développer une offre de tourisme intérieur. « C'est un segment qu'il faut développer, puisque les gens ne peuvent plus voyager et que cette situation va durer », note Raja Kurban. Ça peut être intéressant d'investir dans des maisons d'hôte ou dans des petits hôtels par exemple. » |