

Zones de turbulences sur la restauration

- Baisse de fréquentation et un manque à gagner de 30%

- Le snacking gagne du terrain

- Le business en collectivité tire son épingle du jeu

L'AVENIR semble toujours incertain pour les professionnels de la restauration. Le secteur traverse une période difficile depuis bientôt 3 ans. La baisse de fréquentation est passée à 2,6% à fin juin 2013 contre 4,2% sur la même période de 2012. Pour l'heure, les opérateurs manquent de visibilité par rapport à 2014. «Ces chiffres indiquent que nous avons perdu des millions d'occasions de vendre en restauration», estime Khalid Abbadi, président de la Fédération nationale des



Pour 100.000 repas servis quotidiennement sur l'ensemble du pays, le marché de la restauration collective compte 4 prestataires structurés et emploie quelque 10.000 personnes (Ph. AR)

restaurateurs (FNR). Le moins que l'on puisse dire, c'est que l'industrie de la res-

tauration continue de faire les frais de la crise économique et de son impact sur le pouvoir d'achat des Marocains. «Tous les segments ont été touchés, y compris la restauration rapide qui était pourtant dynamique les années précédentes», martèle Abbadi.

Si les fréquentations marquent un léger recul, l'activité quant à elle a clôturé l'année avec une contre-performance de 30%. Des chiffres qui traduisent la baisse du moral des Marocains. Les deux dernières années, non seulement les sorties

lares au grand dam de l'hygiène et de la sécurité alimentaire.

Par ailleurs, le segment de la restauration collective tire son épingle du jeu. «Aujourd'hui, le marché de la restauration collective concédée est estimé à près de 1 milliard de DH, pour l'ensemble des segments d'activité (entreprises, éducation et santé)», annonce Jamal Hadouch, DG de Sodexo. Un marché qui enregistre une croissance annuelle de 4% en raison de l'émergence de zones industrielles, technopoles d'affaires, de la construction d'usines, d'autoroutes... Le marché de la restauration collective compte à ce jour 4 prestataires structurés, emploie quelque 10.000 personnes et sert quotidiennement 100.000 repas sur l'ensemble du pays.

Destiné à l'administration publique à la base, ce concept a très vite trouvé des débouchés auprès du privé également. «Parmi notre clientèle entreprise, figurent Attijariwafa bank, l'ONEE, Somaca-Renault... Du côté du segment de l'éducation, nous servons aussi bien des universités (Al Akhawayn) que des écoles primaires, collèges et lycées. En plus du Centre hospitalier Ibn Rochd de Casablanca où 3.000 repas sont servis par jour, avec des spécificités alimentaires aussi bien pour les patients que pour le personnel médical», explique Hadouch.

Cependant, en raison des différents types de clientèle, il demeure difficile de donner une estimation globale du prix

Généralement, la subvention des entreprises au repas est de l'ordre des deux tiers du prix. Le marché de la restauration collective concédée est estimé à près de 1 milliard de DH

ont été sacrifiées, mais même lorsqu'on sort, on consomme peu. «C'est qu'en restauration, trois types de clientèle se distinguent: les familles, les jeunes et les adultes. Ces derniers qui représentent 70% de la clientèle désertent le marché tout comme les familles. Pour 2014, nous comptons désormais sur les jeunes pour tirer le secteur vers le haut», annonce le président de la FNR.

Du côté des fast-foods, les temps sont moins durs. La population active, faute de temps, se rabat sur le snacking et les repas à emporter au détriment de la restauration à table. Cette dernière a perdu du terrain, surtout le soir. Autre constat: le poids de l'informel qui pèse lourd sur l'industrie. Les crémeries, appelées communément «mahlab», qui peuplent les rues, proposent des repas tout au long de la journée à partir de 10 DH. Pareil pour les gargotes, qui sont légion dans les quartiers popu-

moyen d'un repas. Sur la contribution des entreprises, «la part de subvention dépend de la politique interne en matière de ressources humaines. Mais généralement, elle est de l'ordre des deux tiers du prix total du repas», avance le management de Sodexo. Filiale du groupe mondial éponyme, Sodexo est présent au Maroc depuis 1999. Ses 1.100 collaborateurs servent quotidiennement près de 30.000 repas dans les 4 segments de clientèle: entreprises et administrations, éducation, santé et Bases-Vie. Ce dernier segment désigne les entreprises opérant dans des conditions difficiles et qui exigent des prestations continues le long de la journée. Aujourd'hui, Sodexo revendique une part de marché de plus de 25%. □

Imane NAJI