

## Nigeria

### Tunde Ogunrinde : monsieur Fast-Food

Rendez-vous pris dans une des cinquante-cinq enseignes de Chicken Republic, à Ilupeju, un quartier populaire de Lagos. La façade du restaurant, tout juste repeinte en rouge vif, contraste avec les bâtiments alentours quelque peu décrépis. C'est ici que Tunde Ogunrinde, jean et chemise noire décontractée, a posé ses dossiers pour la journée, le temps d'une formation. Quinze employés en cuisine dispersés entre plusieurs tables en Formica prennent des notes et tapotent du pied en rythme avec la musique nigériane ambiante. Au menu des discussions : la préparation des collations, notamment le «Jollof rice & chicken». Décoder : du riz-sauce-tomate-épicée accompagné d'un morceau de poulet grillé. Un des plats les plus populaires au Nigeria. Le mets préféré de Tunde, agrémenté des incontournables bananes plantains coupées en rondelles. A 44 ans, ce passionné de cuisine «nourrit les ventres mais aussi les esprits», comme il aime à le dire avec un oeil gourmand. Incontournable des questions de bouches, versions «vite-fais» et de «qualité», il dirige actuellement QSR consult, «Quick-Service-Restaurant», un cabinet de consultant en restauration rapide couvrant l'Afrique de l'Ouest. A peine installé à une table pour discuter de l'effervescence dans le secteur, il sort sa carte de visite et la tend d'un geste vif. Jovial et avenant, l'homme se raconte avec le plaisir et l'humour de ceux qui s'étonnent encore de leur parcours.

Flashback. 1990. Tunde est alors expatrié en Angleterre pour y effectuer ses études universitaires. Il a 21 ans, un master du prestigieux King's Collège de Londres en poche mais pas de travail. «Je ne pouvais pas rester assis à la maison. Du coup, j'ai pris le premier poste qui se présentait : c'était chez Burger King », raconte-t-il avec le parler nasillard de Birmingham. « En un an j'ai été promu et cela a changé ma perception des Fast-Food. En Europe, on pense que c'est un métier pour les paumés qui attendent de trouver mieux, mais les managers sont aussi de véritables businessmen : à la fois travailleur sociaux qui gèrent des équipes. On se penche sur les aspects financiers, on s'occupe des fournisseurs, on a à faire avec la police qui essaye de fermer votre enseigne. C'est un métier riche et varié ». La voie était toute tracée. Tunde monte en grade. Dirige des restaurants. Après vingt ans en Europe, il change finalement d'horizons. En 2009, l'étudiant devenu père de famille choisi de rentrer au pays avec femme et enfants. Le déclic ? « Une combinaison de plusieurs facteurs », analyse-t-il. «Le Nigeria c'est la maison, mes parents vivent toujours ici et puis surtout, j'avais envie de nouveauté de défis. Tout a été inventé en Europe, il y a peu de créativité. Ici on part de rien. Le secteur a à peine 8 ans d'existence. Tout est à créer, c'est très stimulant ». Un retour gagnant. Après trois ans en tant que chef des opérations pour la chaîne Chicken Republic, c'est désormais en solo qu'il opère, à la tête de sa propre entreprise. Et les projets ne manquent pas.

De fait, le secteur de la restauration rapide est en pleine expansion. «On vit ce qui s'est passé un peu partout dans le monde», s'enthousiasme-t-il. «Une classe moyenne commence peu à peu à émerger. Dans les villes, les gens sont très occupés et les femmes de plus en plus nombreuses à travailler». D'ou les ruées sur

les riz-flageolets-cuisse de poulet et les «Pépé soupe». Car ici, point de hamburger et autres frites. Les restaurants proposent majoritairement des plats nigériens améliorés. «C'est du glocal», précise Tunde, «du local avec les standards du global». En d'autres termes : des recettes traditionnelles cuisinées dans de bonnes conditions hygiéniques et servis avec professionnalisme. Ces chaînes s'appellent Mister Biggs, Chicken Republic, Sweet Sensation, Tantalizers, Tetrizzini et bien d'autres ... Au total, on compte une quinzaine d'enseignes nigériennes dont la moitié sont aujourd'hui des groupes importants. Quant aux chaînes internationales, elles restent encore minoritaires mais ne cessent de se développer. A l'image des investissements extérieurs. En Octobre 2013, le groupe Sud-Africains Famous Brands a ainsi racheté 49% des parts du groupe UAC Restaurants Limited (Mr Biggs) fort de 165 restaurants au Nigeria. «Ce n'est que le début», assure Tunde.

Un signe ne trompe pas : l'affluence dans les restaurants à toutes heures de la journée. Et les demandes de conseils incessantes que reçoit l'intéressé. La modernisation de l'enseigne Chicken Republic, c'est lui. La stratégie marketing de Kobis, la dernière née des chaînes nigériennes, encore lui. L'image de marque et le design de plusieurs groupes, toujours lui. Les quelques heures pendant lesquelles il ne travaille pas, Tunde les passe en famille ou dans des réunions du groupe «Home Coming Revolution». Que Zako ? Il sourit avec malice. « Des amis et des collègues essayons d'attirer les nigériens au pays. Je veux être moteur de cette révolution ». Car l'aventure du retour, il ne la regrette pas une seconde. Bien sur, il y a des moments difficiles. Bien sur, il faut s'adapter et parfois gommer l'accent britannique au profit du pidjin ou du Yoruba ». Bien sur, il faut être «patient» et accepter que, contrairement à l'Angleterre, rien n'est prévisible. Mais dans l'ensemble il «y'a plus de positif que de négatif». Avec à la clé, «le plaisir d'apporter ce que l'Europe m'a appris et le sentiment de participer à la croissance de mon pays» dit-il. Et la rétribution financière dans tout ça ? «Oh, oui !» s'exclame-t-il. «C'est aussi nettement mieux. Si c'était à refaire, je crois que je serais rentré deux ans plus tôt». Même ses deux enfants métis indiens sont conquis. Désormais, les vacances de Noël en famille sur les bords de la Tamise ne les tentent plus ...