

Les opérateurs hôteliers pressés de conquérir le Liban

Nagi Morkos, Hodema

Désigné par la presse internationale comme une nouvelle destination touristique incontournable, le Liban attire les grandes enseignes hôtelières, désireuses de combler la pénurie d'offre sur le marché.

Le Liban est depuis l'année 2009 le centre d'intérêt croissant des opérateurs hôteliers internationaux qui tentent d'identifier une propriété ou de s'entendre avec un investisseur pour pouvoir s'y établir et profiter du calme politique actuel, de l'enthousiasme général que génère le pays et de la vague de chiffres record enregistrés sur le plan du tourisme ces deux dernières années. D'après le ministère du Tourisme, le Liban a accueilli plus de 1,8 million de visiteurs en 2009, cassant le record de 1,4 million atteint en 1974. Le *New York Times* a classé Beyrouth « première destination mondiale » pour 2009, le guide *Lonely Planet* la place en deuxième position parmi dix villes « à voir », et de nombreux journaux et magazines de renom ont loué ce retour en force du pays du Cèdre parmi

les destinations incontournables. Selon une enquête effectuée par le cabinet Ernst & Young, les hôtels de Beyrouth ont effectué la progression la plus remarquable de la région en 2009 ; ils ont enregistré un taux d'occupation de 73 % hissant la capitale à la quatrième place dans la région, et une augmentation des tarifs moyens des chambres d'hôtels de 26,7 %, enregistrant ainsi la plus forte croissance à l'échelle régionale. Ces records sont d'autant plus impressionnants qu'ils coïncident avec la crise financière qui a fait chuter des villes autrefois au sommet telles que Dubaï qui a dû revoir à la baisse les prix de ses chambres d'hôtels et qui aura du mal à les remonter. Le Liban a d'ailleurs dépassé Dubaï en termes de revenus par chambre

disponible qui ont augmenté de 69 dollars sur un an, atteignant 172 dollars pour Beyrouth contre 170 dollars pour Dubaï.

Ces bonnes nouvelles attirent les opérateurs hôteliers plus pressés que les investisseurs de pénétrer le marché libanais. Leur empressement s'explique par plusieurs facteurs. D'abord la pénurie flagrante d'opérateurs hôteliers sur le terrain. Marriott ou Hilton sont absents ; d'autres comme Starwood ou Accor n'opèrent qu'un seul hôtel (voir tableau p. 97). Alors que Hyatt et Kempinski annoncent des ouvertures pour 2010 et 2011. L'effet boule-de-neige est certain, les opérateurs étant attirés non seulement par la croissance économique du pays mais également par la présence ou l'entrée annoncée d'autres opérateurs.

Par ailleurs, la plupart de ces opérateurs ont souffert ces deux dernières années du recul de leur activité hôtelière au Moyen-Orient à la suite de la débâcle financière ; il est donc naturel qu'ils se tournent vers le marché libanais considéré encore comme « sous-développé » en matière d'hôtels. À titre d'exemple Starwood cherche depuis un moment à implanter l'une de ses marques – ou porte-drapeau – au Liban (Sheraton, St. Regis ou encore W). D'autres groupes de renom tels que Oeteker, opérateur d'hôtels de luxe depuis des décennies (Brenner's Park-Hotel & Spa à Baden-Baden, l'Hôtel du Cap-Eden-Roc à Antibes, l'Hôtel Le Bristol à Paris ou encore le Château Saint-Martin & Spa à Vence), étudient le marché cherchant à rencontrer des investisseurs potentiels ; ils ont d'ailleurs déjà entamé des négociations avec des investisseurs locaux pour ouvrir un hôtel. « De tous les pays que j'ai visités lors de ma tournée au Moyen-Orient,



les trois qui m'ont le plus marqué par le dynamisme de leur secteur touristique sont Abou Dhabi (où nous ouvrons bientôt l'hôtel Le Bristol), Bahreïn et le Liban », déclare Frank Marrenbach, PDG du groupe Oeteker. Autre preuve de l'attrait du Liban auprès des hôteliers internationaux, le label Relais et Châteaux a choisi pour la première fois le Liban pour y lancer son guide 2010. Le groupe qui n'y dispose aujourd'hui que d'un hôtel urbain, L'Albergo, désire augmenter sa présence dans le pays, notamment en cherchant à se développer dans le secteur des hôtels de mer ou de montagne.

Accor est également à la recherche de propriétés pour compléter sa présence au Liban où le groupe opère actuellement un seul hôtel, Le Sofitel Gabriel. Le groupe cherche à répondre à la nouvelle stratégie de la maison mère dont les directions ont été redéfinies dès 2006 dans deux métiers qui sont le service (Accor Services) et l'hôtellerie (Accor Hospitality). Ce dernier est actuellement en train de créer de nouvelles marques et de repositionner d'autres avec comme objectif de doubler le rythme annuel d'ouverture d'hôtels pour atteindre 40 000 nouvelles chambres chaque année sur le marché international. Quant au groupe Marriott, il essaie de se réimplanter au Liban, et Hilton fait également ses recherches suite à la tentative désastreuse d'ouverture, annoncée et mort-née, de son hôtel (voir *Le Commerce du Levant* de juin 2009).

Le marché libanais connaît pourtant de nombreuses contraintes pour un opérateur hôtelier ; il est réduit en termes d'immobilier disponible et reste, très souvent, associé à des familles qui ont une longue histoire en matière d'hôtellerie comme les Salha avec le groupe InterContinental, les Saab avec le Summerland (qui devient Kempinsky), ou encore les Doumet avec l'hôtel Le Bristol.

La difficulté pour un opérateur est de repérer et de convaincre les "bons" partenaires ou investisseurs pour développer ses marques, ceux qui sont prêts à investir dans le long terme. À ce titre, la famille Salha est le "client type" pour un opérateur hôtelier, puisque les deux enseignes de l'InterContinental Hotel Group (IHG) – Phoenicia et Vendôme – se portent bien et continuent de se développer. Les Salha ont acheté un terrain voisin de l'hôtel Vendôme pour y construire une annexe comprenant des suites, un spa et une piscine (selon les premières informations). Il est fort possible que cette famille poursuive cette collaboration fructueuse en développant le Holiday Inn Express, marque 3 étoiles du groupe hôtelier. Ce dernier est aujourd'hui le plus gros opérateur au Liban avec cinq

propriétés à son actif dont quatre dans la capitale : Phoenicia à Minet el-Hosn, Vendôme à Ain Mreissé, Holiday Inn à Verdun et Crowne Plaza à Hamra. Le cinquième hôtel du groupe se trouve à Ouyoun el-Simane, Mzaar.

Si la situation politique et sécuritaire reste stable dans le pays, l'activité sur le marché

hôtelier devrait sans doute s'intensifier. Aujourd'hui, l'offre en matière de chambres d'hôtels reste sous-développée par rapport à la demande croissante du marché, mais il reste à savoir si les investisseurs, indispensables pour les opérateurs, pourront ou voudront suivre. ■

Définitions

Opérateur hôtelier : compagnie hôtelière qui assure la gestion d'un ou de plusieurs établissements hôteliers dont elle est soit locataire, soit propriétaire. La gérance par le contrat de gestion s'effectue sous la propre marque de l'opérateur ou sous une marque différente à travers un contrat de franchise appelé aussi "contrat d'exclusivité".

Propriétaire d'un bien : personne possédant un bien hôtelier dont l'opération est déléguée à un opérateur sous la forme d'un contrat de gestion ou de franchise. Le propriétaire peut également gérer lui-même son hôtel en créant sa propre marque et sa propre équipe de gestion opérationnelle.

Marque : nom distinctif détenu par l'opérateur hôtelier et transmis par la suite à un établissement hôtelier dès la signature d'un contrat de gestion ou de franchise. La marque constitue un repère et une garantie importants aux yeux de la clientèle dans l'offre hôtelière actuelle. La marque est un élément fondamental, car elle constitue un enjeu marketing de taille pour les hôteliers.

Label/consortium : collection, association ou groupement d'hôtels desquels un hôtel peut devenir membre. Il bénéficie ainsi de nombreux avantages tels que le nom, le système de distribution et de réservation, et l'assurance d'une promotion continue de son enseigne.

Nom de l'opérateur ou label	Marques présentes au Liban	Nb. de propriétés au Liban
CampbellGray Hotels/SLHW	Le Gray Hotel, Downtown Beirut	1
Rezidor Hotel Group	Radisson Blu Martinez Hotel	1
Wyndham Hotels and Resorts	Ramada Hotel	1
Safir Hotels and Resorts	Safir Heliopolitan Hotel	1
Lahoya Group	Lahoya Homes Lahoya Garden Lahoya Suites	3
General Mediterranean Holding/LHW	Le Royal Hotel, Beyrouth	1
Relais & Châteaux	Albergo Hôtel	1
InterContinental Hotel Group	Crowne Plaza Hotel Holiday Inn Dunes InterContinental Mzaar InterContinental Le Vendôme InterContinental Phoenicia	5
Starwood	Four Points Sheraton Sheraton Bhamdoun	2
Rotana	Gefinor Rotana Hotel Hazmieh Rotana Raouché Rotana	3
Al-Habtoor Group	Metropolitan Palace Habtoor Grand Hotel	2
Mövenpick	Mövenpick Hotel	1
Four Seasons	Four Seasons Hotel	1
Golden Tulip	Golden Tulip Serenada Golden Tulip Hôtel de Ville	2
Accor	Sofitel Le Gabriel	1
Total : 15 opérateurs, 26 propriétés.		