

Olivier Jacquin

DIRECTEUR GÉNÉRAL DE MANGALIS HOTEL GROUP

« Nous allons créer une révolution »

Après une belle carrière dans les grandes chaînes internationales, ce Parisien globalisé se lance à la conquête de l'Afrique. Il a pris la tête de Mangalis, une filiale du groupe Iyllum, dirigé par l'homme d'affaires Yérém Sow. Sa mission en forme de défi : ouvrir seize hôtels dans les trois prochaines années.

Propos recueillis à Barcelone par Estelle Maussion

Il est entré dans l'hôtellerie par hasard en 1989. Lorsqu'il lui faut faire son service militaire, Olivier Jacquin opte pour la coopération et part ouvrir un hôtel au Sénégal. Ce sera le Palm Beach, un établissement de près de 300 chambres installé dans la station balnéaire de Saly Portudal. Depuis cette époque, le Français, originaire de Paris mais grand voyageur, n'a plus jamais quitté le secteur. Après dix années au sein du groupe The Rezidor Hotel, il a rejoint l'équipe de l'homme d'affaires ivoirien Yérém Sow pour prendre la tête de Mangalis Hotel Group. Cette société de gestion, filiale de Iyllum, le groupe de Sow, entend lancer une chaîne d'hôtels dans toute l'Afrique subsaharienne. Dans son bureau, au 5^e étage d'une tour située en plein cœur des quartiers chics de Barcelone, Olivier Jacquin revient sur ce nouveau défi et l'énorme potentiel touristique de la région.

AMB. À l'automne 2013, votre groupe a annoncé vouloir investir 315 millions d'euros pour construire une quinzaine d'hôtels, soit 2 200 chambres et suites, implantés dans treize pays africains. Ou en est ce projet ?

« Nous allons inaugurer notre premier établissement avant la fin de l'année à Conakry. Il s'agit d'un hôtel Noom, notre marque haut de gamme, avec 187 chambres, récemment situé entre la présidence et le centre financier, à trente minutes de l'aéroport et avec un accès à la mer. En juin 2015, nous en ouvrirons un autre à Cotonou puis, avant la fin de l'année, ■■■



PARCOURS

1989

Assistant de direction de l'hôtel Palm Beach à Saly Portudal au Sénégal.

1999

Directeur des ventes et du marketing de l'hôtel Concorde La Fayette (1 000 chambres).

2001

Directeur des ventes d'Europcar International.

2003

Vice-président du marketing, des ventes et de la distribution de Carlson Rezidor Group.

2014

Depuis mars à la tête de Mangalis Hotel Group.

■■■ un dernier en Sierra Leone, mais sur le créneau milieu de gamme. À l'horizon 2017, nous voulons créer dix hôtels au Sénégal et en Côte d'Ivoire, notre marché de référence, cinq dans chacune des deux capitales. Nous sommes aussi en train de discuter d'une dizaine de contrats de gestion à travers lesquels nous livrons clés en main des établissements. Au total, ce sont 315 millions d'euros qui vont être engagés pour ériger seize hôtels dans treize pays d'Afrique.

C'est un investissement considérable sur un continent certes en développement mais qui présente encore de grandes difficultés logistiques, administratives et politiques parfois. Pourquoi ce choix ?

Parce que l'Afrique manque de bons hôtels en général, de deux à cinq étoiles. Seuls 5 % des établissements en Afrique subsaharienne sont « brandés », c'est-à-dire supportés et encadrés par une marque. Pour le reste, ce sont des acteurs locaux, des particuliers, que le résultat soit bon ou pas, que les normes de sécurité soient respectées au pas. En Europe au sens large (du Portugal à la Russie), ce taux est de 26 %. En Europe occidentale, il passe à 44 %, sans parler des États-Unis, où il se situe à 70 %. En Afrique, le marché est donc presque vierge et les perspectives économiques sont excellentes. Ces cinq prochaines années, sept des dix pays avec la plus forte croissance dans le monde se situeront sur ce continent, selon le Fonds monétaire international (FMI). Entre 2010 et 2020, le nombre de touristes devrait passer de 50,3 à 85 millions et il devrait atteindre 134 millions en 2030, d'après l'Organisation mondiale du tourisme (OMT). Il y a cinq ans, personne ne parlait de tourisme dans cette zone. Mais depuis deux ans, il y a une grande effervescence.

En effet. L'Américain Starwood Hotels & Resorts doit inaugurer un Sheraton à Conakry en 2015. Son compatriote Carlson Rezidor Hotel Group voudrait y créer un Radisson Blu Hotel mi-2016. Le groupe Marriott, qui a racheté le sud-africain Protea, vise un total de cinquante-cinq hôtels africains en 2020. Même agitation du côté du suisse

Mövenpick et du français Accor.

La concurrence promet d'être rude.

Comment comptez-vous y faire face ?

Les hôtels des grandes chaînes internationales ont été construits pour beaucoup dans les années 1970. Spectaculaires à l'époque, ils ont vieilli et sont fatigués. Les groupes n'y ont pas prêté suffisamment attention. Prenons l'exemple de Conakry : les hôtels y sont normaux, standard, mais bien loin de ce que connaissent les hommes d'affaires partout ailleurs dans le monde. Nous souhaitons apporter de la nouveauté et de la modernité. Avec notre projet, nous allons créer une révolution : un hôtel en forme de navire, des salles de réunion avec vue sur jardin, le chef Loïc Dablé pour réaliser une cuisine internationale avec une touche locale, une piscine de luxe et des infrastructures de loisirs. Nous avons conjugué les exigences de l'hôtellerie internationale avec la vivacité de l'Afrique. Notre ambition est de donner le meilleur à ce continent et de devenir le premier groupe local dans le secteur.

Justement, en plus des concurrents internationaux, vous allez devoir composer avec des acteurs régionaux ou locaux.

Onomo, soutenu par la famille Ruggieri, veut s'implanter dans toute l'Afrique de l'Ouest dans les cinq ans. Présent sur le marché depuis 1994, Azalaï possède sept hôtels dans la sous-région, en attendant des installations en Guinée et au Sénégal. Est-ce que vous ne vous lancez pas dans la course un peu tard ?

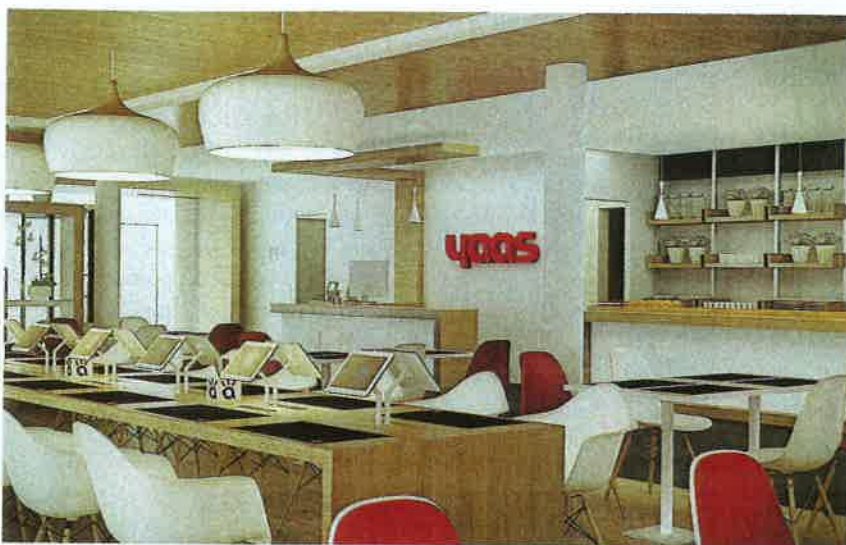
Nous arrivons plus tard mais aussi plus massivement. Les ouvertures vont s'enchaîner entre cette fin d'année et 2016. Nous attendons avec impatience notre première inauguration pour donner à voir la qualité de nos réalisations. Cela fait trois ans que nous travaillons sur le projet. Yérim Sow y pense, lui, depuis 2009. Notre équipe compte une quarantaine de personnes à Barcelone, Abidjan, Dakar... Longuement mûri, notre plan de développement est consistant avec trois marques, économique (Yaas), moyen (Seen) et haut de gamme (Noom). Nous n'avons pas seulement conçu des hôtels adaptés à la clientèle actuelle – jeune, mobile, connectée – mais nous avons aussi réfléchi à ce que sera l'hôtellerie en 2025.

Concrètement, comment comptez-vous faire la différence ? Le prix, le service client, la localisation ?

Nous entendons jouer sur tous les tableaux. Tout d'abord, nous avons fait réaliser une étude sur le coût d'une chambre quatre et cinq étoiles.

Il y a peu encore, personne ne parlait de tourisme dans cette zone. Le potentiel est immense. À condition de structurer et d'organiser le marché.

Notre produit ressort 25 % moins cher en moyenne que les autres. Pourquoi ? Parce que nous avons une capacité à faire travailler ensemble tous les corps de métier, à les intégrer dès le départ dans le projet. Cela va de l'architecte aux acteurs locaux en passant par la chaîne de distribution, de transport, la création du mobilier. Autre point fort, nous disposons d'équipes sur le terrain qui savent gérer toute la partie administrative, souvent délicate. Elles connaissent parfaitement les procédures et fluidifient le processus au maximum. Ensuite, nous misons sur la qualité de l'accueil : être efficace et chaleureux, pas guindé. Nous allons combiner bâtiments



Maquette de la table d'hôtes de la gamme Yaas, avec ses quatorze tablettes tactiles.

d'exception, aménagement intelligent des chambres, restauration raffinée, équipements high-tech et exigences environnementales. Je donne quelques exemples. Dans les chambres de nos hôtels de luxe, le bureau n'est plus face au mur, comme c'est le cas presque partout ailleurs. Il est intégré à la tête de lit et permet de travailler tout en regardant la télévision ou par la fenêtre. Avec la marque Seen, la chambre à coucher est carrée et ressemble à un ministudio mais avec le confort d'un quatre étoiles. Nos hôtels économiques n'ont rien à voir avec leurs concurrents Ibis et Campanile. Vous trouverez notamment une table d'hôtes avec quatorze tablettes connectées à Internet et des distributeurs de nourriture dans le hall, un lit flottant dans la chambre. Pour la localisation enfin, nous avons conservé le même niveau d'exigence, des lieux de premier choix exclusivement.



Une piscine viendra agrémenter l'hôtel Noom en forme de navire à Conakry (maquette).

On comprend bien votre positionnement. Quels sont vos objectifs économiques à court et long terme ?

Nous avons évidemment un *business plan* détaillé avec des projections financières très claires. Mais je ne peux pas vous en dire plus. L'investissement est réalisé par Teylium, le groupe dirigé par Yérim



La future chambre à coucher de la marque Seen, avec son bureau face à la fenêtre.

Sow, à travers sa société Inaugure Hospitality et en partenariat avec des banques, des fonds spécialisés sur l'Afrique et des acteurs locaux. Mangalis a été créé en 2012 pour assurer la gestion des hôtels. Nos premiers revenus arriveront avec les redevances issues des contrats de gestion que nous allons signer et l'entrée en activité de nos propres hôtels. Nous espérons frapper un grand coup sur le créneau de l'hôtellerie économique. Les grandes chaînes s'y engagent mais à reculons, nos concurrents africains n'y sont pas : nous pouvons devenir une alternative à un géant comme Ibis. Plus globalement, même si le secteur compte déjà beaucoup d'acteurs, il y a de la place pour nous.

Vous avez rejoint Mangalis il y a moins de six mois. Avant, vous avez passé dix ans au sein du groupe The Rezidor Hotel, où vous étiez dernièrement vice-président

des ventes, du marketing et de la distribution, et vingt-cinq ans chez Concorde Hotels, Europcar et Carlson. Pourquoi ce changement de carrière ?

J'ai eu un parcours professionnel très riche, en Afrique et dans les Caraïbes au départ, à Paris et Bruxelles ensuite, toujours avec de très nombreux voyages. Un hôtel est une ville dans la ville, qu'il faut apprendre à gérer et qui permet d'observer les évolutions du tourisme. Les dix années passées

au sein de The Rezidor Hotel ont été extraordinaires, elles m'ont permis de m'épanouir. Mais comme avec tout projet, il vient un moment où il faut passer à autre chose. Mangalis représente un nouveau départ et un véritable défi pour moi. J'avais rencontré Yérim Sow en 2007 lors de la signature du contrat de gestion de son premier hôtel, le Radisson Blu à Dakar, avec le groupe The Rezidor auquel j'appartenais alors. Lancé en 2009, l'établissement a très vite été classé premier hôtel de l'Afrique de l'Ouest. Son nouveau projet, très ambitieux, m'a séduit. Comme vous le savez, lorsqu'il s'engage dans un secteur, ce n'est pas pour suivre le mouvement mais bien pour le bousculer. Moi, je pouvais apporter ma connaissance de l'Afrique et du secteur. Venant des grandes chaînes hôtelières, je savais aussi comment faire la différence. Nous interagissons en permanence, nous nous remettons beaucoup en cause, même pour des détails du design. C'est une façon de travailler très stimulante.

« Une fois que nous aurons fait nos preuves, il n'y a aucune raison pour qu'on ne puisse pas séduire au-delà de notre zone.

Aujourd'hui, le tourisme en Afrique est majoritairement économique. Les hommes d'affaires et chefs d'entreprise constituent votre cœur de cible. Mais pensez-vous déjà aux moyens de conquérir d'autres catégories de voyageurs ?

L'hôtellerie d'affaires, c'est ce dont nous avons le plus besoin en Afrique. Mais le potentiel est énorme. Il y a 1 600 kilomètres de côtes exploitables en Angola, la route des pêcheurs de quarante-trois kilomètres au Bénin, des stations balnéaires au Sénégal, en Côte d'Ivoire, à Madagascar ou encore au Mozambique... Le continent doit prendre conscience de cette richesse. Il doit aussi reconnaître la nécessité de structurer et d'organiser le marché. Il faut des projets réalistes, en lien avec les capacités des infrastructures sur place, notamment les aéroports. Il faut aussi faciliter les procédures administratives, la délivrance des visas par exemple. On aura beau avoir un emplacement magnifique avec un superbe hôtel, si on ne parvient pas à convaincre les touristes de venir, cela ne sert rien. Or, aujourd'hui, les visiteurs viennent majoritairement d'Europe, de France, d'Angleterre, d'Allemagne. Nous devons les convaincre de venir encore plus nombreux. L'Afrique de l'Ouest est la seule destination « soleil garanti » à moins de cinq heures de vol et sans décalage horaire, il faut le dire et le répéter.

Et que pensez-vous de l'idée de développer le tourisme à l'intérieur même de l'Afrique ?

C'est l'autre piste sur laquelle il faut parier. Où partiront en vacances les Ivoiriens et Sénégalais à l'avenir ? De plus en plus de personnes aiment découvrir leurs origines, souvent situées dans des pays voisins ou plus largement sur le continent. Nous devons répondre à cette demande. Dans cette optique, nous savons d'ores et déjà que notre marque Noom pourra se décliner en resort sans aucun problème. Ce n'est pas notre objectif à court terme, mais dans un futur proche... De la même façon, à long terme, nous aimerions faire de Yaas un concept à exporter à l'étranger. Qui ne rêve pas de trouver un hôtel petit budget, moderne, tout équipé et situé tout près de l'aéroport ou de la gare à Barcelone, Bilbao ou même Orléans ? Tout le monde sait que l'offre actuelle laisse à désirer. Une fois que nous aurons fait nos preuves en Afrique, il n'y a aucune raison pour qu'on ne puisse pas séduire à l'international. C'est aussi notre ambition : être un grand groupe africain, né et actif sur le continent, mais capable de proposer des solutions au niveau mondial. □