

Olivier Jacquin, Mangalis Hotel Group : "La modernité dont l'Afrique a besoin"

Créé en 2012, le Mangalis Hotel Group a ouvert ses trois enseignes dans plusieurs pays d'Afrique et son développement ne s'arrêtera pas là. Son Directeur Général, Olivier Jacquin, a répondu aux questions d'Hospitality ON.



Olivier Jacquin, Directeur Général, Mangalis Hotel Group

Depuis les débuts de l'aventure Mangalis en 2012, où en êtes-vous aujourd'hui ?

Ça a été une véritable 'journey' de 5 ans. Nous sommes partis d'une feuille blanche. Il faut être précis quand on parle d'Afrique : c'est un très grand continent. Dans notre première phase de développement nous nous sommes concentrés sur l'Afrique subsaharienne. Il a fallu un véritable travail de réflexion sur le marché africain et sur nos concepts. Nous nous sommes entourés de partenaires de haut niveau tout au long du processus : architectes, agences créatives, équipementiers, des partenaires logistiques... Notre mission est de proposer une nouvelle fraîcheur dans l'hôtellerie en Afrique. Le lancement de l'hôtel Radisson Blu de Dakar, en 2009, a créé une véritable révolution : les réseaux sociaux ont commenté « Enfin un hôtel en Afrique où l'on se croirait à Barcelone ». Cet hôtel proposait un concept contemporain, lifestyle et feel-at-home, alors que l'hôtellerie locale était très standardisée. C'est la modernité dont l'Afrique avait besoin.

Pourquoi avoir fait le choix de décliner aussi rapidement votre offre en différentes marques ?

Avec nos trois marques (Yaas : lifestyle économique, Seen : milieu de gamme, Noom : haut de gamme), nous couvrons 90% des besoins. Après études, nous avons constaté que 62% de l'inventaire mondial des chambres appartenait aux segments 2 et 3 étoiles ; à l'inverse en Afrique et au Moyen-Orient, ce ratio s'élève à 25%. L'Afrique était en inadéquation avec la demande mondiale. Tout un tissu d'hôtels indépendants a proliféré, le plus souvent avec un respect limité des normes de sécurité et de qualité. Il était donc nécessaire de lancer des concepts et marques pour répondre à la demande et aux besoins locaux. En 2014-2015, 6% seulement du portefeuille hôtelier d'Afrique sub-saharienne était géré des groupes hôteliers internationaux. Ces données nous ont confirmé l'opportunité qu'offre le marché au développement de nouvelles chaînes.

Y a-t-il des attentes plus particulières de la clientèle selon les destinations où vous êtes présents ?

Là où nous sommes présents, 50% de la clientèle est internationale. En termes d'hôtellerie, les besoins sont les mêmes qu'en Europe ou en Asie : d'abord, une excellente localisation. Vous pouvez avoir un superbe palace, si vous êtes au mauvais endroit, ça ne fonctionne pas, surtout en Afrique où il y a des villes tentaculaires. Ensuite, un produit de qualité, up-to-date, avec de la technologie, surtout le Wi-Fi qui est un service indispensable. Enfin et non des moindres, de la sécurité, et une attractivité avec des services, des animations, du divertissement... Un hôtel a un rôle social. L'hôtel fait partie intégrante de la liste d'infrastructures dont une ville a besoin pour sa structure, de surcroît, nous contribuons pleinement au développement de l'économie locale.

Avez-vous été confronté à des problématiques spécifiques relativement à la vision "occidentale" du développement hôtelier ?

Il faut savoir que cette Afrique est une Afrique qui bat très fort sa modernité. Il n'y a pas de scission entre le développement hôtelier occidental et africain, ça s'est fait en totale symbiose. Par contre, nous avons écouté le marché. Il y a un besoin de sourire, de dynamisme. Nous n'avons pas remis en cause le modèle : nous l'avons adapté.

Quel a été le plus grand défi que vous ayez eu à surmonter ?

Le plus gros défi a sans doute été la construction. Le climat, la distance, la logistique, ... Tout est plus compliqué qu'à Londres, Paris ou Dubaï. Bien sûr, nous avons aussi été confrontés à des événements extraordinaires, notamment Ebola, qui a retardé la réalisation de certains de nos projets. Mais les partenaires que nous choisissons connaissent bien l'Afrique. Nous savons qu'il y a toujours un délai plus ou moins long entre le planning initial d'un chantier et sa livraison.

Quelle est votre stratégie face aux aléas géopolitiques et économiques sur un continent que l'on pourrait parfois qualifier d'"instable" ? Avez-vous eu à prendre des dispositions spécifiques dans certains pays ?

En 2015-2016, il y a eu plus d'attentats « médiatisés » en Europe qu'en Afrique. Le continent africain comme le reste du monde n'est pas à l'abri en termes de terrorisme. Bien sûr, avec les événements de Bamako et Grand Bassam en Côte d'Ivoire, il nous a fallu renforcer la sécurité et ce en pleine harmonie avec les mesures prises par les états : des scanners dernier cri, plus d'effectifs de sécurité,

de caméras, de forces de l'ordre en tenue et en civil.... L'insécurité n'est pas africaine ; elle est globale.

Quelle est votre vision du futur de l'hôtellerie en Afrique, notamment en matière de personnel et de formation ?

J'ai une vision très positive : l'Afrique fera un milliard et demi d'habitants en 2050. Les routes, les transports, l'aérien... Tout va en s'accélération, et cela a contribué à ouvrir l'Afrique au reste du monde. La formation est un point-clé. On manque d'écoles hôtelières ; il faut que les grandes villes se dotent d'infrastructures de formation touristique et hôtelière. Nous avons pris le pari de prendre des gens qui ne venaient pas seulement de l'hôtellerie, mais de tous les univers, puis nous avons mis l'accent sur la formation. Mais il faudra aussi que l'industrie hôtelière africaine se recentre sur les loisirs, qu'elle relance la dynamique amorcée dans les années 80/90. Le Moyen-Orient, l'Asie, certains pays de l'Europe de l'Est ou du Sud, des destinations nouvelles ont repris la main... Une destination en chasse une autre, donc il faut une constante innovation de l'offre pour maintenir la destination.

<http://hospitality-on.com/actualites/2017/06/07/olivier-jacquin-mangalis-hotel-group-la-modernite-dont-lafrique-a-besoin/#ixzz4jPbo54X2>