

« *Le Maghreb possède de merveilleux attraits touristiques et d'un parc hôtelier moderne, à des prix compétitifs* »

Selon le co-président de l'un des plus grands groupes hôteliers au monde, le Maghreb réunit les conditions pour augmenter sa part du marché touristique.

ENTRETIEN avec *Simón Pedro Barceló* par *Gabriela González de Castejón*

Barceló Corporación Empresarial, dont la division hôtelière, Barceló Hotels & Resorts, est la marque de l'une des 30 premières compagnies hôtelières au monde en termes de nombre de chambres (près de 28 000 dans 15 pays), a été créée à Majorque dans le secteur de l'hôtellerie de loisirs, où elle exploite son premier hôtel en propriété en 1966. Elle débuta son expansion à Minorque et à Ibiza, pour s'introduire ensuite dans le Levant péninsulaire, dans les îles Canaries, puis finalement faire le saut vers le continent américain. En 2004, le groupe Barceló et la compagnie immobilière Fadesa sont parvenus à un accord pour construire 5 000 chambres au cours des six prochaines années, ce qui représente un investissement de 700 millions d'euros. Parmi les plus de 20 établissements qui seront implantés dans le cadre de cet accord, trois hôtels sont situés au Maroc : le premier urbain, en plein centre de Casablanca, et deux autres de loisirs.

AFKAR/IDEES a analysé avec Simón Pedro Barceló, co-président du conseil d'administration de Barceló Corporación Empresarial, la projection actuelle extérieure du groupe dans le Maghreb et ses perspectives commerciales.

AFKAR/IDEES : *Depuis quand le groupe Barceló est-il présent au Maghreb ?*

SIMÓN PEDRO BARCELÓ : Notre présence actuelle dans la région débute en septembre 2002, par la signature d'un accord avec le groupe hôtelier tunisien Sangho, en vertu duquel cinq de ses

établissements étaient incorporés à Barceló Hotel & Resorts en régime de franchise. Je dis bien présence « actuelle » car notre compagnie a déjà géré un hôtel en régime de bail commercial dans la zone de Gammarth, au nord de la capitale tunisienne, à la fin des années quatre-vingts.

A/I : *En février 2004, le groupe Barceló a signé un accord avec Fadesa pour la construction d'un portefeuille d'hôtels, entre autres au Maroc : en quoi consiste cette alliance ? Quels projets avez-vous prévu de développer dans ce pays ? L'accord prévoit-il d'autres pays de la zone méditerranéenne ?*

S.P.B. : En effet, l'accord signé avec Fadesa constitue une alliance stratégique, un accord-cadre ayant l'objectif, par la création de sociétés patrimoniales conjointes, d'exploiter un certain nombre d'actifs hôteliers nous permettant, à moyen terme (cinq à sept ans), de réunir un portefeuille d'hôtels promus par Fadesa et gérés par Barceló, d'environ 5 000 chambres. En ce qui concerne le Maroc, Fadesa est disposée à promouvoir un impressionnant développement immobilier dans le pays. Concrètement, sur le littoral de Saïdia, le resort de quatrième génération qui sera implanté aspire à devenir un véritable référentiel dans la Méditerranée. Construit sur un terrain de plus de 700 hectares, il possédera un front de mer de six kilomètres de plage et regroupera, entre autres éléments, plusieurs projets hôteliers, des terrains de golf, etcétera. Notre compagnie est actuellement en

train d'analyser la possibilité, à l'avenir, de gérer ces hôtels une fois que leur exécution sera terminée, d'ici à deux ou trois ans. Plus proche dans le temps, Fadesa a prévu d'inaugurer, avant la fin 2005, un hôtel urbain de 84 chambres en plein centre de Casablanca.

A/I : *Mis à part le Maroc, le groupe Barceló est présent en Tunisie, où il possède quatre hôtels. Avez-vous prévu de vous étendre dans la région, dans ces mêmes pays ou dans d'autres en Afrique du Nord ? Un projet en particulier à court ou moyen terme ?*

S.P.B. : Pour le moment, notre présence au Maghreb en tant qu'investisseurs va se focaliser sur les projets que Fadesa peut développer, mais nous aspirons à croître également dans la région à travers les contrats de franchise, dans lesquels Barceló ne gère pas l'hôtel mais le commercialise, en garantissant aux clients le respect des standards qu'il souhaite recevoir. En ce sens, nous sommes très satisfaits de l'accord auquel nous sommes parvenus avec le groupe Sangho, et nous espérons pouvoir aborder de nouvelles initiatives similaires à court terme.

A/I : *Le Maghreb représente-t-il un grand chiffre d'affaires pour Barceló ?*

S.P.B. : A l'heure actuelle, et compte tenu que notre présence se limite à la modalité de la franchise, le chiffre d'affaires que la région apporte au compte de résultats de notre chaîne hôtelière est encore modeste.

L'adhésion de la Turquie à l'Union européenne sera un élément de dynamisation du tourisme

A/I : *Quels problèmes rencontre-t-on lorsqu'on désire s'installer au Maghreb : juridiques, économiques, concurrence abusive, manque d'infrastructures ?*

S.P.B. : Aucune difficulté particulière ne me vient à l'esprit pour l'implantation dans la région, hormis celles pouvant exister dans n'importe quelle zone.

A/I : *Quelles garanties institutionnelles sont offertes à l'investissement au Maroc et en Tunisie ? En d'autres termes, les garanties juridiques, l'indépendance des juges, la précision des textes légaux, sont-elles suffisantes ?*

S.P.B. : Je pense que de telles garanties existent, même si notre compagnie n'est peut-être pas la plus indiquée pour évaluer un tel aspect, dans la mesure où pour le moment, nous n'avons pas eu besoin d'effectuer un investissement proprement dit dans la zone, puisque nous avons assuré notre présence tout d'abord à travers un contrat de bail commercial d'hôtel, puis actuellement à travers des contrats de franchise.

A/I : *Le tourisme européen vers la région a-t-il tendance à augmenter en 2005 ?*

S.P.B. : Nous sommes optimistes pour 2005. Nous pensons que le Maghreb possède de magnifiques attraits, aus-



Simón Pedro Barceló : « Les attentats de Casablanca et de Madrid n'ont pas nuit au secteur touristique ». / GRUPO BARCELO

si bien naturels que culturels. Ceci, associé à un parc hôtelier moderne et à des prix très compétitifs, doit nécessairement augmenter sa part du marché touristique réceptif.

A/I : *Dans quelle mesure les attentats du 16 mai 2003 à Casablanca et ceux du 11 mars 2004 à Madrid ont-ils eu des répercussions ?*

S.P.B. : Ces terribles attentats n'ont heureusement eu aucune répercussion sur l'activité touristique. Bien

que la société désire fervemment en finir avec le phénomène terroriste, on observe qu'elle n'est pas prête à ce que le terrorisme conditionne sa vie et guide ses pas.

A/I : *Quel type de tourisme se rend au Maroc : d'aventure, voyages organisés... Et en Tunisie ?*

S.P.B. : Le tourisme émetteur qui voyage dans les deux pays cherche quelque chose d'assez similaire : contraste de cultures, exotisme, climat propice..., et dans le cas de la Tunisie, peut-être existe-t-il en outre une préférence supplémentaire pour le tourisme de soleil et de plage.

A/I : *En Turquie, vous avez également plusieurs hôtels. L'éventuelle incorporation de ce pays à l'Union européenne (UE) – même si elle se produit après 2015 – pourrait-elle constituer un attrait pour le tourisme ?*

S.P.B. : Concrètement, nous avons trois hôtels dans le pays : deux dans la zone de loisirs de Bodrum, et le troisième, avec lequel nous avons récemment élargi notre présence dans la capitale, Istanbul. Il ne fait aucun doute que la future incorporation de la Turquie au sein de l'UE, avec tout ce que cela implique en termes de libre circulation des personnes et des capitaux, voire même l'existence d'une monnaie unique, sera un élément de dynamisation pour le tourisme. ■