

« Notre objectif : réinventer

Nouvel acteur dans le monde de l'hôtellerie, Mangalis ambitionne de donner un nouveau souffle à l'hospitalité africaine, avec des marques modernes et dynamiques. Son nouveau CEO (Chief Executive Officer), Olivier Jacquin, nous en dit plus sur les projets de cet opérateur africain, bien décidé à devenir une référence régionale et internationale.



Racontez-nous l'histoire de Mangalis. Olivier Jacquin

Mangalis Management Group est une très jeune société, créée en 2011. Son histoire est celle d'un homme, Yerim Sow, Président du groupe Teyliom. Cet entrepreneur passionné a fait ses armes dans la téléphonie mobile au Sénégal dans les années 2000. Petit à petit, le groupe s'est élargi à d'autres activités, et notamment à l'hôtellerie avec un premier hôtel à Dakar en gestion Radisson Blu. Cette première expérience dans l'hospitalité fut concluante pour le groupe Teyliom et M. Sow a toujours eu l'idée de créer un modèle de développement pour l'Afrique, avec des marques hôtelières et des concepts novateurs. En face, le besoin dans le domaine de l'hôtellerie en l'Afrique sub-saharienne est énorme. L'index de pénétration des chaînes hôtelières est de 5,3% en Afrique Subsaharienne comparé à 26% en Europe, 44% en France ou au Royaume Uni, et plus de 70% aux Etats-Unis. D'où la genèse de Mangalis,

qui est donc avant tout un projet d'homme, auquel je crois beaucoup, avec une équipe talentueuse, légère, qui a envie de me suivre dans ce challenge. Vous le savez, l'hôtellerie, encore plus que dans d'autres secteurs, est une histoire d'hommes.

Concrètement, comment se décline le projet de Mangalis ?

Nous sommes partis du constat que le Nord et le Sud de l'Afrique étaient déjà bien développés, avec une hôtellerie mature. L'Afrique du Sud est dominée par des groupes internationaux ou sud-africains comme Protea ; au Maroc et en Tunisie, l'inventaire de chambres touristiques est bien développé. Pour le reste du continent, le besoin est plus fort, du fait d'une non-maturité du portefeuille hôtelier, du 2 au 5 étoiles. C'est donc dans cette région que s'inscrit prioritairement notre stratégie.

Notre premier hôtel ouvrira à Conakry fin 2014. Un 2^{ème} hôtel suivra à Dakar

au cours du 2^{ème} trimestre 2015, dans le quartier jeune et branché des Almadies. C'est une surprise car il n'était pas prévu dans le business plan de départ puisqu'il s'agira d'un établissement Yaas, notre toute nouvelle marque. Puis d'autres suivront en cascade à Abidjan, Pointe Noire, Cotonou ou encore Kinshasa. Nous prévoyons ainsi une première phase de développement très rapide, avec 16 hôtels dans 13 pays de l'Afrique de l'Ouest et Centrale d'ici 2018.

Parallèlement à ces premières ouvertures, nous comptons devenir tout à fait sub-sahariens, d'Ouest en Est, du Sénégal à la Tanzanie. A fin 2019, notre projet est beaucoup plus ambitieux, avec 70 hôtels signés ou en opération en Afrique mais aussi en Europe du Sud.

A quelle échéance pensez-vous vous implanter en Europe ?

Nous sommes en train d'y travailler. Cela se fera d'abord par opportunités puis plus stratégiquement. Il faut d'abord ouvrir les premiers hôtels en Afrique pour donner du crédit à nos marques. Ensuite, je pense qu'il y aura très rapidement des appels d'investisseurs européens pour développer et gérer nos concepts en France, en Espagne, en Italie...

Quelles sont les spécificités de vos marques hôtelières, que vous annoncez comme « never seen before » ?

Notre objectif est de réinventer l'hospitalité africaine. Nous avons décidé d'opérer dans 3 gammes : economy avec Yaas, des « smart hotels », midscale avec Seen, un 3 étoiles très dynamique et lifestyle, et enfin upscale avec Noom, un 4 étoiles cossu, haut de gamme en

L'hospitalité africaine »

Olivier Jacquin, CEO Mangalis Management Group

perception et en qualité, et qui répond aux besoins des hommes d'affaires internationaux ou des voyageurs de loisirs.

Avec Noom, nous proposons un concept de chambre très poussé. Sans couloir, la circulation dans la chambre est réinventée, avec une salle de bains semi-ouverte, séparée de la chambre par un îlot en corian très contemporain. La chambre gagne en fluidité en perdant ce couloir complètement désuet. Ce décloisonnement, que les gens veulent chez eux, dans leurs appartements, nous avons voulu le retrouver dans nos hôtels. Pour plus de confort, le bureau, avec un grand plateau en corian, est placé derrière la tête de lit, en face de la télévision et de la fenêtre et non contre le mur. Les matériaux ont également été étudiés pour avoir le meilleur rapport qualité/prix en termes de construction pour les propriétaires et en termes de perception pour le client final, qui doit payer sa chambre au bon prix. Enfin, les hôtels Noom seront localisés dans les quartiers premium des villes phares. Leurs façades seront iconiques, spectaculaires, ne ressemblant à aucune autre.

Seen est également très novateur dans son concept puisqu'il propose la première chambre carrée au monde. Il s'agit en fait d'un double carré, puisque la chambre, carrée dans sa globalité, contient une alcôve carrée pour l'espace nuit. L'espace salle de bains est encore

une fois semi-ouvert. C'est une chambre contemporaine, novatrice, avec des équipements supérieurs aux standards de sa catégorie, en termes de literie, de télévision... et toujours des matériaux de très grande qualité comme le bois ou le corian. Bref, un concentré de « feel at home » avec le confort et la dernière technologie.

Enfin, Yaas, actuellement en plein développement, est un 2 étoiles - economy - complètement réinventé. Les chambres seront décloisonnées, avec un long plan de travail en bois clair continuant sur une vasque en corian encastrée et un espace douche en verre trempé rouge. Des espaces de rangement sont prévus – ce qui n'est pas toujours le cas dans cette catégorie économique - ainsi que deux lits superposés pour les 15% de chambres familiales que comprendra chaque hôtel.

Chaque marque a donc son identité propre, avec en commun un design contemporain, des noms courts et faciles à retenir et à comprendre.

Vos concepts auront-ils une touche africaine ?

J'ai commencé ma carrière au Sénégal il y a 25 ans, donc l'Afrique me tient à cœur. J'ai beaucoup voyagé, et malheureusement on séjourne souvent dans des hôtels trop conventionnels où le buffet reste international. Pour Noom, nous

n'allons pas révolutionner la restauration mais apporter une saveur africaine revisitée, qui correspond à ce que les gens veulent : de la qualité et les produits qu'ils attendent quand ils vont en Afrique.

Côté design, outre des marques contemporaines de designers italiens, nous aurons également des œuvres d'artistes africains : sculptures, peintures, photographies. Notre philosophie, notre différence, est d'apporter une touche africaine moderne et non pas folklorique. Il est important de souligner ici, que le soutien aux entrepreneurs locaux est l'une de nos valeurs fondamentales, que nous mettons en œuvre dans tous nos hôtels.

Qu'en est-il du Maroc ? Avez-vous des vues sur ce marché ?

Il n'est pas prioritaire mais il est intégré dans notre phase 2 de développement. C'est un marché très important et, même s'il est déjà bien équipé, voire saturé sur certaines villes comme Marrakech, je vois bien une enseigne économique comme Yaas sur des grandes villes telle Casablanca. En Tunisie également, nous ressentons un besoin pour de l'économique réinventé.

Mais s'il y a un projet pour un Noom avec un grand partenaire, pourquoi pas ? C'est à voir au cas par cas selon l'ambition du partenariat. ●

Parcours

Avec une expérience de près de 25 ans dans le domaine de l'hôtellerie, Olivier Jacquin apporte à Mangalis des compétences importantes à l'international. Diplômé de l'Institut Supérieur Européen de Gestion et de l'INSEAD, Olivier Jacquin a aujourd'hui 47 ans et a débuté sa carrière dans l'hôtellerie au Sénégal, comme Contrôleur de gestion puis Directeur adjoint d'un hôtel en 1989. « Mon arrivée chez Mangalis, de plus avec un propriétaire sénégalais, est donc un retour aux sources important pour moi », souligne-t-il. Il passe ainsi 2 ans en Afrique, puis 2 autres aux Caraïbes, en tant que Directeur adjoint d'un hôtel 5 étoiles à St Barthélémy. De retour en France, il quitte l'opérationnel pour le commercial et devient Directeur de Ventes de Concorde Hotels&Resorts. Il rejoint ensuite un autre acteur de l'industrie du voyage, Europcar, au poste de Directeur Global Sales. En 2003, il retourne dans le monde de l'hôtellerie via le groupe Carlson-Rezidor où il occupera pendant 10 ans les fonctions de Vice-président Ventes et Marketing. En mars 2014, il est nommé CEO de Mangalis Management Group.