

MARANATHA, UNE VISION UNIQUE DE L'HÔTELLERIE

Paris, le 13 mars 2017

Classé parmi les 5 plus grands groupes hôteliers français, en valeur d'actifs, et leader de l'investissement hôtelier en France, le Groupe Maranatha connaît, plus de 15 ans après sa création, une croissance soutenue de son chiffre d'affaires. Pour y parvenir, le Groupe a su s'imposer comme l'unique opérateur à intégrer l'ensemble des métiers de la chaîne de valeur de l'hôtellerie : le financement, l'acquisition, la rénovation et la gestion hôtelière.

Renforcement du secteur haut de gamme, situations géographiques stratégiques, positionnement original... C'est avec force et conviction que Maranatha poursuit sa stratégie de développement.

UNE SYNERGIE DE SAVOIR-FAIRE UNIQUE

Acteur unique sur le marché de l'hôtellerie, Maranatha se distingue par son modèle original en conjuguant trois expertises : l'hôtellerie, la finance et le patrimoine. Il possède, à ce titre, 3 entités respectivement nommées Maranatha Hotels, Maranatha Value et Maranatha Patrimoine. Le Groupe est à même de faire face aux enjeux du marché de l'hôtellerie en France, mais aussi à ceux liés aux solutions d'investissement hôtelier. Dans un contexte financier en crise caractérisé par des taux bas, l'investissement immobilier dans l'hôtellerie, modèle de placement stable, reste très attractif pour les investisseurs. C'est ainsi que Maranatha capitalise aujourd'hui sur son expertise dans le domaine : le Groupe source des hôtels, qu'il rénove et exploite dans une perspective de création de valeur.

Malgré une situation difficile pour les secteurs du tourisme et de l'hôtellerie en 2016 en France - marqué notamment par les événements dramatiques survenus à Paris et Nice, les aléas climatiques ou encore des mouvements sociaux liés à la loi travail - Maranatha a su stabiliser son chiffre d'affaires en s'adaptant à ce contexte économique particulier et aux mutations du secteur. Au 30 septembre 2016, le chiffre d'affaires réalisé par le Groupe s'élevait ainsi à 123 millions d'euros. L'activité globale a pu être maintenue grâce à la qualité du parc d'hôtels majoritairement rénové et à la maîtrise de la gestion. Le Groupe a su consolider sa structure, capitaliser sur ses expertises en financement et gestion hôtelière, tout en absorbant ses dernières acquisitions.

UNE IMPLANTATION GÉOGRAPHIQUE STRATÉGIQUE

Aujourd'hui, Maranatha se focalise véritablement sur son cœur de métier et s'oriente vers une gamme d'hôtels relativement homogène, du « 3 étoiles Plus » au 5 étoiles. En 2016, le Groupe, qui compte 59 hôtels répartis sur un axe Paris, Grand Sud et Montagne, confirme le renforcement de sa présence sur ses trois grandes zones géographiques privilégiées, tout en maximisant un équilibre entre ses trois régions afin de pallier notamment les saisonnalités et les variations de résultats.

Plus encore que les années précédentes et face aux réalités du marché, l'orientation stratégique de Maranatha se renforce sur le segment haut de gamme. Objectif du Groupe : enrichir sa collection d'hôtels à l'identité forte par leur emplacement ou leur histoire pour faire face à la crise et répondre au mieux aux attentes de la clientèle internationale, dont la fréquentation est en croissance. L'intégration dans le portefeuille de Maranatha Hotels de 5 établissements parisiens en 2015 a permis au Groupe de changer de dimension. Ces hôtels situés dans les quartiers mythiques de la capitale - Champs-Élysées, Saint-Germain-des-Prés et Musée du Louvre - représentent l'excellence de l'hôtellerie à la française et donnent un aperçu du patrimoine historique et culturel de la France.

Après l'Ile-de-France, la région PACA est la deuxième région touristique de France, représentant à elle seule 15 % du chiffre d'affaires de l'hôtellerie sur le territoire. Berceau de l'implantation du Groupe, la région Grand Sud compte quant à elle 20 hôtels en 2016. Pour cette destination, l'accent a été mis sur le luxe et le MICE (Meeting- Incentive – Congrès – Événement).

Enfin, face à un marché de pénurie en hôtellerie de luxe sur le secteur de la Montagne, le Groupe a misé très rapidement sur la destination « Alpes françaises », en s'implantant au cœur des plus belles stations : Val d'Isère, Chamonix, l'Alpe d'Huez, Serre Chevalier ou encore Val Cenis. Fidèle à sa tradition pionnière, le Groupe est à ce jour le premier opérateur hôtelier en montagne avec pas moins de 13 hôtels. Maranatha mise sur des hôtels proposant des expériences complètes : un cadre magnifique associé à une atmosphère chaleureuse, avec en prime des prestations complémentaires. Étonner, séduire, raconter une histoire... Depuis toujours, Maranatha a une vision expérientielle de l'hôtellerie. Chaque hôtel est unique et doit favoriser l'expérience et les émotions éprouvées par les visiteurs.

DE BELLES PERSPECTIVES

L'enjeu aujourd'hui pour Maranatha est de rester expert sur ses trois métiers historiques : la finance, la gestion de patrimoine et l'hôtellerie. Le Groupe a su s'adapter au contexte économique et aux mutations du secteur en maintenant le cap, mais aussi en allant toujours plus loin dans sa vision, notamment dans les domaines de l'expertise marketing et le développement de la commercialisation. Ses objectifs ? Séduire les nouvelles générations et clientèles internationales, étoffer l'offre famille, gagner la bataille de l'e-réputation sur les réseaux sociaux, innover dans les services, tout en continuant à proposer des expériences uniques dans les hôtels.

A propos du Groupe Hôtelier Maranatha

Le groupe Maranatha est le premier acteur à intégrer l'ensemble des métiers de la chaîne de valeur de l'hôtellerie, allant de l'investissement financier à la gestion, en passant par la rénovation ; le groupe Maranatha source des hôtels, qu'il rénove et exploite dans une perspective de création de valeur.

Les équipes du Groupe conjuguent ainsi deux expertises, finance et hôtellerie, au travers de trois métiers qui nourrissent le concept de « Synergie hôtelière » :

Le financement

Investir dans des hôtels grâce à des solutions qui répondent aux situations patrimoniales de chacun

L'acquisition

Identification de biens hôteliers à potentiel, achat, analyse et recommandation de positionnement futur et rénovation avec de grands designers

La gestion

- *Gestion et optimisation des biens hôteliers*
- *Maximisation des marges d'exploitation*

Cette vision cohérente de l'ensemble du cycle de l'hôtellerie a permis au groupe une croissance forte et maîtrisée depuis sa création en 2000. Maranatha se développe sur un axe Paris, Bruxelles, la montagne et le Grand Sud de la France, avec aujourd'hui une position de 5^{ème} groupe Hôtelier et 60 hôtels dont plusieurs établissements prestigieux comme : L'Hôtel Pont Royal****, L'Hôtel California****, La Maison Astor****, le Seven Hotel****, l'Hôtel & Spa Jules César Arles MGallery By Sofitel****, le Dolce Frégate Provence**** à Bandol, Le Mas des Herbes Blanches Relais & Châteaux**** à Gordes dans le Luberon, l'Hôtel la Pérouse**** à Nice et l'Aigle des Neiges Hôtel & Spa**** à Val d'Isère. www.maranathagroupe.com

Contact presse

Caroline ZENATTI – caroline.zenatti@free.fr - 06 63 73 79 42