

MANAGEMENT D'UNE ENTREPRISE D'HÔTELLERIE ET DE RESTAURATION

► DURÉE : 2 HEURES

AUCUN DOCUMENT N'EST AUTORISÉ
CALCULATRICES AUTORISÉES

MARANATHA

Ce sujet comporte trois dossiers qui portent chacun sur la mise en œuvre des stratégies du groupe Maranatha.

Les réponses aux questions nécessitent l'exploitation des documents fournis en annexes mais aussi de vos connaissances de la profession. Chaque fois que nécessaire, la référence à une annexe précise est indiquée. La prise en compte de l'actualité sera appréciée.

DOSSIER NUMÉRO UN : LE DÉVELOPPEMENT DU GROUPE / 7

Le groupe Maranatha, créé en 2000, poursuit avec dynamisme son développement sur le marché hôtelier français. (Annexes 1 et 2)

- 1.1 Après avoir défini les stratégies de croissance d'une entreprise, précisez, en justifiant avec exemples à l'appui, celles appliquées par le groupe Maranatha. /2
- 1.2 Indiquez l'axe stratégique de développement du Groupe (spécialisation, intégration, diversification externalisation ou désengagement) et montrez qu'il est en conformité avec sa base stratégique (ensemble des Domaines d'Activités Stratégiques) /2
- 1.3 Dans le cadre de son développement, identifiez clairement la stratégie générique du Groupe (Domination globale par les coûts, différenciation, concentration ou focalisation) qui lui procure un avantage concurrentiel . . . /1
- 1.4 Proposez une analyse quantitative du développement du Groupe en comparant : /2
 - d'une part, entre 2010 et 2012, le taux moyen de croissance du nombre d'hôtels et du chiffre d'affaires correspondant
 - d'autre part le nombre d'hôtels acquis en 2013 aux prévisions à fin 2013

DOSSIER NUMÉRO DEUX : LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE /6

Afin de garantir la réalisation de sa finalité, le groupe Maranatha entend se montrer responsable sur le plan sociétal, notamment envers toute personne physique ou morale ayant une influence sur ses actions. (Annexe 3)

- 2.1** Définissez le concept de partie prenante et présentez celles du groupe Maranatha. /2
- 2.2** Relevez les actions du Groupe qui soulignent la mise en œuvre de sa responsabilité sociale /2
- 2.3** Appréciez, pour le Groupe, les enjeux de cette responsabilité sociale /2

DOSSIER NUMÉRO TROIS :
LA STRATÉGIE FINANCIÈRE /7

Pour consolider le développement du Groupe, les responsables multiplient les montages financiers en faisant appel notamment à des particuliers. (Annexes 1 et 4)

- 3.1** Citez les modalités de financement des activités du groupe Maranatha depuis sa création /2
- 3.2** Distinguez les modes de financement par les particuliers, montrez comment ils renforcent le bilan comptable du Groupe et indiquez les garanties constituées pour l'investisseur /2
- 3.3** A partir des données du compte de résultat consolidé du Groupe et compte tenu des hypothèses suivantes /3
- 10% et 20% des autres charges d'exploitation nettes des autres produits d'exploitation sont à rattacher respectivement aux charges de personnel et au coût d'occupation;
 - 5% et 10% des impôts et taxes sont à rattacher respectivement aux charges de personnel et au coût d'occupation ;
 - 7% des charges financières nettes des produits financiers sont à rattacher aux frais généraux

- 1° Recopiez et complétez le tableau de gestion présenté dans l'annexe A. (Calculez les montants à l'euro près et les ratios, en pourcentage, à 10^{-2} près).
- 2° Commentez la valeur des ratios et leur évolution.
- 3° Évaluez la rentabilité du Groupe et concluez quant à l'appel d'Olivier CARVIN, président du groupe Maranatha.

ANNEXE 1 : Le groupe Maranatha

Source : Site du Groupe

Crée en 2000, le groupe Maranatha poursuit sa croissance et consolide ses fondamentaux : gestion saine et équilibrée, qualité de service, investissements dans des établissements de caractère sur des emplacements privilégiés et développement d'une offre immobilière d'investissement simple et sûre et portant sur le long terme.

TROIS PÔLES D'ACTIVITÉS STRATÉGIQUES

Ces dernières années, Maranatha Hôtels & Résidences a acquis et entièrement rénové 23 établissements sur Paris et dans le grand Sud-Est de la France.

La croissance se poursuit avec, en projet, en moyenne entre 3 et 5 ouvertures par an. Le Groupe a structuré ses équipes autour de trois activités principales :

Maranatha Hôtels et Résidences

La structure de gestion des hôtels, dont la mission est le suivi et le développement des hôtels du groupe Maranatha Hôtels & Résidences, a pour ambition première de s'imposer comme un groupe reconnu pour la qualité de ses hôtels, la diversité de ses prestations et la disponibilité de l'ensemble de son personnel.

Maranatha Patrimoine et Immobilier

La structure immobilière et promotion a pour mission la vente de chambres sous le régime de défiscalisation de la loi Bouvard. Le groupe Maranatha a développé une offre d'investissements locatifs et immobiliers pour financer son développement depuis 2008.

Maranatha Patrimoine et Immobilier est un groupe reconnu pour la qualité de ses produits et la qualité de son service : disponibilité, soutien et suivi commercial, logistique, juridique et financier auprès des professionnels de la finance et des conseillers en gestion de patrimoine.

Maranatha Capital

Le pôle « finance » de Maranatha développe des offres d'investissements au capital de société en commandite pour l'achat de fonds de commerce et pour bénéficier d'avantages fiscaux.

Finotel Revalorisation, Finotel Revenu, Finotel Revenu VIP : ces nouvelles offres permettent au Groupe de poursuivre sa croissance et de maintenir son rythme d'ouverture d'hôtels, 3 à 5 par an, sur les 5 prochaines années.

DEUX GAMMES D'HÔTELS

Le groupe propose deux gammes d'hôtels de caractère, situés sur des sites prestigieux, pouvant répondre à la fois aux attentes d'une clientèle « loisirs » et d'une clientèle « affaires » :

Une gamme « Etapes et Tradition » regroupe des établissements confortables, accessibles à tous les budgets

Une gamme « Charme et Patrimoine » rassemble des hôtels de caractère qui se différencient par leur authenticité et leur prestige.

La répartition entre les deux gammes est équilibrée en nombre de chambres, y compris les acquisitions en cours.

DES EMPLACEMENTS DE PREMIER ORDRE

Implantés principalement dans le Sud de la France, dans les Alpes et Paris, des régions qui offrent de nombreuses opportunités, tous nos hôtels se situent à proximité de sites touristiques de premiers plans, valeurs sûres pour des hôtels de caractère.

De Paris à Nice, en passant par les Alpes, nous proposons une diversité d'hôtels et résidences, avec chacun leur caractère et leurs particularités. Ils répondent aux différents besoins des clients individuels, groupes, loisirs ou affaires, et garantissent confort, modernité, hygiène irréprochable et, surtout, un accueil chaleureux, professionnel et personnalisé.

Le tournant de Paris a été pris en 2011 avec l'acquisition de l'hôtel « New Montmartre » qui devient un concept de boutique hôtel « Montmartre Mon amour » situé idéalement à deux pas du Sacré Cœur.

Les sites sont choisis d'une part pour leur attractivité touristique mais d'autre part pour leur proximité concentrés sur un axe Paris-le-Sud pour faciliter la gestion et l'animation du réseau.

LES NOUVELLES IMPLANTATIONS

Créé en 2000, le groupe Maranatha poursuit son développement selon une ligne stratégique claire : le développement d'un parc hôtelier de qualité et diversifié sur un axe Paris-le Sud, une gestion saine et équilibrée des hôtels, et le recours à un financement via le principe LMNP Bouvard, les partenariats avec les banques ou les Sociétés de gestion de capital investissement comme 123 Venture.

Les nouvelles implantations

L'axe de développement Paris – Marseille – Côte d'Azur, en passant par les Alpes, est un choix qui permet d'investir dans des projets ambitieux compte-tenu de 2 facteurs clés de succès : la proximité géographique pour le suivi du projet et l'animation du réseau d'hôtels, et la qualité des emplacements liée à l'implantation dans des zones touristiques de premier plan. L'ultime critère de choix d'une implantation se fait sur l'établissement lui-même, nous misons sur des hôtels de caractère ayant un potentiel pour un projet de rénovation.

PACA, 1ère région touristique de France

Le tourisme en PACA se porte bien et les prévisions pour les années à venir sont prometteuses. La demande est donc là, reste à répondre aux attentes de la clientèle et aux évolutions de la demande. En effet, outre la qualité du service et de l'hébergement, les visiteurs recherchent infrastructures et activités d'où l'importance de leur amener ce service, et aussi le bon prix, d'où la nécessité de pratiquer le yield management (adaptation de l'offre à la demande). Lors des périodes de basse saison c'est une clientèle « affaires » qui assure la croissance des taux d'occupation et le lissage de l'activité.

Les implantations futures

Le rythme d'ouverture prévu est de 3 à 5 hôtels par an, selon les opportunités sur le Sud-Est de la France et sur Paris. Nous souhaitons rester très vigilant sur la qualité des emplacements, règle absolue pour réussir sur ce marché.

Les dernières acquisitions ou rénovations en cours

- Acquisition du Grand Hôtel du Midi^{***} à Montpellier
- Acquisition de l'hôtel Jules César^{****} à Arles
- Rénovation de l'hôtel Excelsior^{***} à Nice
- Rénovation de l'hôtel Montmartre Mon Amour^{***} à Paris
- Rénovation de l'hôtel Marmotel^{***} à Pra Loup
- Rénovation de l'hôtel Le Grand Aigle^{****} à Serre Chevalier

LES CHIFFRES CLÉS

Tous les hôtels du groupe font partie d'enseignes qui apportent leur marque, leur notoriété et leur centrale de réservation. Pour Maranatha, c'est l'assurance d'une rentabilité entre 8 et 12% du RBE.

Structure du capital

En 2011, le Capital Social du Groupe est de 7 M€, détenu à 60% par Olivier Carvin et à 40% par des investisseurs privés. Le Groupe est valorisé à 35 M€ ; les bénéfices après loyers sont de 5% du CA.

Evolution du chiffre d'affaires

Avec un chiffre d'affaires en constante progression, la solidité financière du groupe permet l'ouverture sur demain. L'année 2011 a été marquée par une très nette progression du CA, due non seulement à l'augmentation du chiffre d'affaires des hôtels mais aussi au chiffre d'affaires de l'activité « Immobilier et Patrimoine ».

Année	2010	2011	2012	2013 *	2014 *
Nombre d'hôtels	5	7	14	19	24
Chiffre d'affaires en k€	4 549	7011	13 268	20 000	26 000

* Prévisions

Autres chiffres clés parus dans un article du journal L'Hôtellerie Restauration le 06/06/2013 (estimations à fin 2013) :

Parc chambres : **1 200** ; Nombre d'hôtels : **30** ; Collaborateurs : **400** ; Cash-Flow : **3 M€** ; Valeur du groupe : **72 M€**

LE MOT DU PRÉSIDENT : Olivier CARVIN

Entrepreneur dans l'âme et gestionnaire de formation, j'ai développé avec passion le Groupe Maranatha. Aujourd'hui, alors que ses bases sont solides et que son développement s'accélère, je suis fier du chemin parcouru et du professionnalisme de mes équipes.

La gestion hôtelière ne s'improvise pas. Mélange de rigueur et d'anticipation, elle nécessite un réel sens de l'écoute et le souci du détail qui fera la différence. C'est ce travail quotidien qui nous permet d'offrir au touriste comme à l'homme d'affaire un label de confort, de qualité et de raffinement avec une profonde volonté de réussir à nous positionner comme un groupe hôtelier français performant.

Côté immobilier et patrimoine, le concept Maranatha, né de la double expertise en

gestion immobilière et gestion hôtelière, dépasse tous les produits d'épargne du marché. Les relations avec nos partenaires Conseil en Gestion de Patrimoine nous font regarder l'avenir avec toujours plus d'ambition, en investissant dans des lieux aussi emblématique que le moulin de Vernègues ou le Marmotel à Pra Loup.

Notre croissance est pérenne et maîtrisée, et nous restons fidèle à nos valeurs, proche de nos collaborateurs, à l'écoute de nos clients, partenaires et investisseurs.

Les valeurs se partagent : alors, rejoignez notre Groupe afin que nous vivions ensemble cette formidable ascension, cette aventure faite d'hommes et de passions.

ANNEXE 2 : Maranatha annonce le rachat de Seven Hôtel Paris du groupe Elegancia

Source : www.service4etoiles.fr ; Date: 06/07/13

Le lundi 1er juillet, le groupe **Maranatha** a signé le rachat de l'hôtel Seven du groupe Elegancia .

Cette acquisition qui s'élève à 12,8 millions d'euros a été réalisée avec un groupe familial dont l'apport

est de 90%. **Maranatha** a investi 10% de la somme et le solde financé par deux caisses régionales du Crédit Agricole.

Avec le rachat de ce boutique hôtel thématique qui connaît un fort succès depuis son ouverture il y a trois ans, affichant un taux de remplissage annuel de 88% et un prix moyen de 270 euros par chambre, Maranatha renforce son portefeuille parisien. Le Groupe possède à ce jour 7 hôtels à Paris, 25 hôtels au total et un parc de 1250 chambres (En France, sur un axe Paris – le Sud).

Pour **Olivier Carvin, Président** et fondateur du groupe **Maranatha**, cette nouvelle acquisition renforce la stratégie de développement du groupe, le marché hôtelier parisien étant extrêmement dynamique et porteur.

« Au delà des atouts financiers majeurs que représente l'hôtel Seven, offrant une excellente rentabilité, cet hôtel à très forte notoriété, idéalement situé dans le 5^{ème} arrondissement, proche du Quartier Latin et de la rue Mouffetard, est une superbe vitrine pour **Maranatha** ».

Christophe Sauvage, co-fondateur du groupe Elegancia, se félicite de cette transaction : « La vente de ce fleuron d'Elegancia va nous permettre de développer de beaux projets, notre vocation étant de créer de nouveaux concepts hôteliers. La motivation d'**Olivier Carvin** et de son équipe d'acquiescer cet hôtel exceptionnel nous a convaincus et nous savons qu'ils l'exploiteront avec sérieux ».

Inauguré au mois de juillet 2010, le Seven est un hôtel hors norme, tant par la belle notoriété que le chiffre d'affaires qu'il affiche depuis son ouverture, que par l'univers qu'il met en scène. Les chambres standard sont de véritables capsules de féerie, du lit en lévitation, aux jeux de lumières, en passant par la télé à écran plat équipée de canaux olfactifs : une belle odeur de rose ou de tulipe envahit l'espace lorsque l'écran diffuse des images de fleurs... C'est une odeur de sable chaud qui se marie aux vues du Sahara.

Les suites sont, elles, décorées par sept designers pour des univers aussi différents que séduisants et élégants.

Le groupe **Maranatha** exploitera l'hôtel Seven tel qu'il est depuis sa création, en s'attachant à respecter les moindres détails concourant à une si belle réussite.

L'hôtel Seven compte 28 chambres standard, 7 suites, un bar lounge - cave à vins. Il

est membre des réseaux « Hôtels & Préférence » et « Style, Trendy et Elegant Hotels ».

Fort de ses 13 années d'existence, le groupe **Maranatha** continue à afficher une croissance à deux chiffres. Cette croissance se traduit par l'augmentation constante du chiffre d'affaires et l'acquisition de nouveaux établissements grâce à un modèle de financement diversifié avec des partenaires solides. Il est passé de 4 hôtels en 2008 à 25 en juillet 2013. L'exercice 2011/2012 affiche une croissance du chiffre d'affaires de près de 50%. Le groupe **Maranatha** a, en effet, diversifié ses sources de financement en associant des banques, des investisseurs institutionnels et des investisseurs privés soit par la vente de chambres, soit par des tours de table de participation à l'acquisition de fonds de commerce hôteliers.

Le groupe **Maranatha** ouvre l'acquisition de ses hôtels à des partenaires stratégiques mais garde l'entière indépendance quant à la gestion et l'exploitation du parc hôtelier. Ce dernier compte à ce jour 25 hôtels situés sur un axe Paris-le Sud et répartis en deux gammes permettant de répondre aux attentes d'une clientèle de loisirs comme d'une clientèle affaire.

La stratégie d'implantation de **Maranatha** s'appuie sur 3 points essentiels :

- L'emplacement ou le caractère : lors de son étude, l'établissement concerné doit proposer un emplacement n°1, au cœur de la ville ou proche d'axes routiers principaux, ou encore une histoire ou une atmosphère singulière.
- Le positionnement : l'établissement doit être à proximité de l'axe Paris - le Sud, que le Groupe s'est fixé. Un élément essentiel qui permet de concentrer les actions et faciliter l'animation des équipes
- L'enseigne : un signe fort pour la clientèle. Ainsi **Maranatha** de par son indépendance, choisit la meilleure enseigne : Kyriad, Best Western, Comfort, Inter-Hôtel, Châteaux & Hôtels Collection...

ANNEXE 3 : Les hommes au cœur du groupe Maranatha

Source : Site du Groupe

L'ESPRIT DU GROUPE MARANATHA

Le groupe Maranatha, compte tenu de sa croissance rapide, intègre sans cesse de nouveaux collaborateurs répartis entre le siège à Marseille et les différents hôtels.

A la tête du groupe, on trouve des hommes responsables et professionnels avec une parfaite maîtrise des compétences et soucieux de respecter les valeurs humaines, de collaborer dans le respect des engagements et de rapports de confiance.

Les relations humaines sont au cœur de notre dispositif :

- l'attention portée à nos clients à qui nous devons notre succès et pour qui, tous les jours, nous nous améliorons ;
- la qualité des relations avec nos partenaires qui nous font confiance et grâce à qui, nous pouvons progresser car nos relations sont basées sur l'échange et la coopération ;
- et, enfin, les membres du groupe, soudés par la volonté de bien faire, de maintenir le cap et d'atteindre les ambitieux objectifs fixés ; c'est l'écoute et la prise en compte des attentes des uns et des autres qui font le succès et la qualité de l'offre Maranatha.

LES EFFECTIFS

Répartition de l'effectif au 31/10/2011 :

EFFECTIFS	Commercial/ Gestion : 2%	Apprentis : 8%	Technique : 4%	Polyvalent : 4%
Direction: 11%	Réception: 27%	Chambre : 18%	Cuisine : 18%	Salle : 8%

Les effectifs du siège renforcés depuis 2011

Mise en place d'un tandem pour la gestion et l'animation du réseau d'hôtels :

- Le Directeur d'exploitation met en place les procédures de suivi et de gestion et suit l'activité des hôtels et la structure des charges ;
- La Directrice marketing met en place une stratégie commerciale propre à chaque établissement avec pour principal objectif l'amélioration des taux d'occupation.

Coordination des chantiers de rénovation, axe stratégique pour le groupe : le Directeur technique encadre l'équipe de six personnes qui constitue l'entreprise MJM, entreprise de travaux intégrée au groupe pour mieux maîtriser les chantiers en matière de coûts, qualité et délais.

Mise en place d'une équipe de promotion des ventes et d'animation des réseaux partenaires : une équipe dédiée, encadrée par un responsable de promotion des ventes, anime et suit les ventes LMNP et Maranatha Capital ainsi que les conseillers en gestion de patrimoine qui diffusent l'offre Maranatha.

L'ANIMATION DU PARC HOTELIER

Chaque établissement, même s'il conserve ses spécificités liées à son implantation et au niveau de ses prestations, bénéficie des services du Groupe : d'une part, des supports commerciaux ou de marketing et, d'autre part, des supports de suivi de gestion et de qualité.

Les services de commercialisation du Groupe permettent la représentation des hôtels lors des salons et dans les réseaux « loisirs ou professionnels », la mise à disposition d'outils de communication performants.

Dans la gestion quotidienne, les bonnes pratiques sont diffusées au niveau du groupe et les prix sont négociés à son échelle. Le pilotage des hôtels et le suivi des principaux ratios favorisent une normalisation et une saine émulation entre les équipes. La preuve, les taux d'occupation augmentent, la rentabilité s'améliore et les baromètres de satisfaction mis en place dans chaque hôtel nous encouragent encore à progresser car le client reste notre priorité et maintenir un accueil irréprochable notre but ultime.

L'ANIMATION D'UN RÉSEAU DE PARTENAIRES

L'offre Patrimoine et Immobilier du groupe Maranatha est diffusée par plus de 50 conseillers en gestion de patrimoine, tous spécialistes d'investissements immobiliers et de défiscalisation. L'offre est ainsi commercialisée partout en France. Le réseau de conseillers bénéficie d'un soutien commercial, logistique, juridique et financier.

Un partenariat réussi avec 123 Venture :

Le Groupe Maranatha a acquis trois hôtels avec 123 Venture, un fonds d'investissement. Après une première opération prometteuse sur Marseille avec Le Kyriad Paradis

conduite fin 2011, l'expérience se renouvelle en 2012. En janvier, le Groupe signe L'hôtel Exelsior à Nice, un établissement à l'architecture « Belle époque » à proximité de la promenade des Anglais et, en mars, Les Jardins de Montmartre, un hôtel au charme Haussmannien. Le partenariat se poursuit et se consolide. Nul doute que d'autres opérations verront le jour avec des sociétés de gestion de capital investissement.

UNE DYNAMIQUE COMMERCIALE

Chacun de nos hôtels, excepté sur des marchés comme Paris, Nice ou encore Pra-Loup qui n'en ont pas besoin, appartient à une enseigne de l'hôtellerie. Elles apportent leur marque, leur notoriété et leur centrale de réservation. Pour Maranatha, c'est l'assurance d'une rentabilité entre 8 et 12% sur les valeurs d'acquisitions.

Les chaînes sont un signe fort pour les clients de l'hôtellerie et, donc, un facteur d'amélioration des taux d'occupation. Le Groupe Maranatha a choisi de travailler avec les enseignes : Châteaux & Hôtels Collection, Kyriad, Best Western, Comfort, Inter-Hôtel. Le choix de l'enseigne se fait non seulement en fonction de l'établissement mais aussi en fonction de la stratégie commerciale locale du Groupe, de la synergie entre les établissements ou de la concurrence.

Les taux d'occupation des hôtels ne cessent de croître grâce à une politique commerciale offensive et un référencement sur tous les fronts : opérateurs Internet, tours opérateurs, centrales de réservation, agences de voyages, autocaristes ! Ces partenaires nous ouvrent les marchés internationaux qui sont nos cibles : Benelux, Allemagne, Grande-Bretagne, Suisse, USA, Espagne, Italie et, bientôt, Amérique du Sud et Australie.

UN DÉVELOPPEMENT DURABLE

Le développement durable est le grand enjeu du marché de l'hôtellerie. Certains des hôtels du groupe sont déjà en possession du label « hôtelcert » et une démarche de développement durable globale est en cours afin d'améliorer le service et l'intégration dans leur environnement. Lors des chantiers de rénovation, le Groupe est particulièrement attentif aux techniques et matériaux utilisés afin d'améliorer son bilan énergétique. C'est ainsi que le Marmotel*** en cours de rénovation dans la station de montagne de Pra-Loup est le 1^{er} hôtel des Alpes à bénéficier du label BBC+ (Bâtiment Basse Consommation) pour la réalisation de l'isolation de l'établissement.

Le groupe Maranatha s'inscrit naturellement dans un programme de développement durable à travers diverses actions d'équipement de ses établissements, de sensibilisation des employés et des clients.

Respect et préservation des ressources naturelles

Pour garantir à ses clients les plus belles destinations dans des endroits préservés, le groupe Maranatha sensibilise son personnel et sa clientèle aux enjeux du développement durable et à la préservation de nos ressources naturelles :

- Les économies d'eau : les clients sont sensibilisés aux économies de lessives ; les serviettes de toilette et les draps ne sont pas systématiquement changés.
- Les économies d'électricité : toutes les ampoules sont progressivement changées par des ampoules basse consommation.
- Le tri des déchets : notre activité produit énormément de déchets ; nous trions pour favoriser le recyclage des papiers, du plastique et du verre.
- L'économie de papier : nos équipes sont sensibilisées aux économies de matière

première telle que le papier ; seules les impressions indispensables sont faites ; lorsque c'est possible, nous donnons une deuxième vie au papier en l'utilisant en papier brouillon et nous utilisons du papier recyclé.

- Utilisation de produits d'entretien respectueux de l'environnement : peintures, savons, produits d'entretien sont choisis pour leur qualités environnementales.
- Utilisation de produits alimentaires respectueux de l'environnement : les restaurants privilégient des produits issus des cultures de proximité composés de plats locaux et cuisinés avec des produits de saison, des produits biologiques et équitables.

Lutte contre le changement climatique et économies d'énergies

Par ses efforts investis lors de la rénovation de ses établissements en privilégiant les constructions performantes sur le plan énergétique, le groupe Maranatha met ainsi la lutte contre le changement climatique au centre de ses préoccupations. C'est le cas du Marmotel*** à Pra-Loup qui possède le label BBC+.

Acteur social responsable

En mettant l'homme au centre de nos préoccupations et en privilégiant le dialogue social, nous avons à cœur non seulement d'offrir, tous ensemble, une prestation de qualité à nos clients et de permettre à nos salariés bien-être au travail et évolutions mais aussi, nous formons, via l'apprentissage, de nombreux jeunes aux métiers de l'hôtellerie et de la restauration.

ANNEXE 4 : Maranatha, une autre solution pour le financement de l'hôtellerie

A – La stratégie financière (Source : Site du Groupe)

Après avoir réussi son développement par le financement bancaire, puis via le principe LMNP (**L**ocation en **M**eublé **N**on **P**rofessionnel) Bouvard pour financer de nombreux projets, le Groupe Maranatha voit aujourd'hui des fonds d'investissement s'intéresser à ses offres, comme 123 Venture, fonds d'investissement avec lequel le groupe Maranatha a investi dans trois hôtels du groupe, le Kyriad Marseille Paradis, l'hôtel Excelsior à Nice et l'hôtel Les Jardins de Montmartre à Paris.

C'est pourquoi le Groupe a lancé auprès de son réseau de partenaires une nouvelle offre : Maranatha Capital avec deux modalités d'investissements pour les investisseurs privés : Finotel revenu, Finotel valorisation.

Un concept durable et fiable

Le statut LMNP existe depuis plus de 50 ans : c'est le principe de la location gérée. Pour l'investisseur, c'est la garantie d'un loyer net de toutes charges et une garantie de rachat du bien par Maranatha.

Maranatha capital

C'est la nouvelle offre du Groupe, qui ouvre son capital aux investisseurs selon deux modalités :

- Finotel Revenus et Finotel Revenus VIP : un revenu et un capital garanti
- Finotel Valorisation : une valorisation du capital et une défiscalisation IR et ISF

Carte privilège

Tous les investisseurs et partenaires du groupe Maranatha peuvent bénéficier de l'offre « carte privilège ». Vous économisez sur votre budget et vous pouvez séjourner dans l'un des hôtels du groupe à un tarif réduit de 50% du prix de la chambre (selon les disponibilités).

B - L'hôtellerie, nouvel eldorado des investisseurs ?

(Source : Gestion de Fortune, octobre 2013)

Trois ans après son partenariat avec la société de gestion spécialisée dans le « private equity » 123Venture, le gestionnaire Maranatha lance Finotel Premium, une offre patrimoniale innovante pour investir dans l'hôtellerie française, avec toujours en filigrane la volonté de rendre cette classe d'actifs plus accessible au grand public, mais cette fois-ci directement, sans un intermédiaire supplémentaire.

Si l'hôtellerie demeure un marché de niche animé par des spécialistes chevronnés, le profil des investisseurs s'est diversifié au fil des ans. L'actif n'est plus uniquement réservé aux institutionnels ni aux grandes fortunes au travers de clubs deals feutrés; il a fait son entrée dans le catalogue des produits financiers accessibles aux clients patrimoniaux, notamment au rayon des Fip (**F**onds d'**i**nvestissement de **p**roximité). En effet, en jouant la carte de la mutualisation, des sociétés de capital-investissement conçoivent des véhicules d'investissement avec une empreinte plus ou moins prononcée dans l'hôtellerie. Même les SCPI (**F**onds **C**ommuns de **P**lacements dans l'**I**nnovation) ont mis un pied dans cet univers. Et puis, à côté de ces produits retails qui se sont largement démocratisés, on en trouve d'autres plus innovants mais aussi plus confidentiels, comme ceux proposés par Novaxia (PME éligibles au dispositif ISF Tepa) ou bien encore par le Groupe Maranatha (investissement locatif en LMNP) fondé par Olivier Carvin.

Or ce dernier, du haut de ses 13 années d'expérience dans la gestion hôtelière, frappe à nouveau un grand coup en lançant Finotel Premium, une société en commandite par actions à capital variable faisant appel publiquement à l'épargne. L'entité qui a obtenu le précieux et indispensable visa de l'AMF (**A**utorité des **M**archés **F**inanciers), a pour vocation de se constituer un portefeuille diversifié d'hôtels de 2 à 4 étoiles. Pour son concepteur, le véhicule d'investissement a toute sa place dans le cadre d'une stratégie de diversification patrimoniale globale : « *De par la nature de son sous-jacent, Finotel Premium allie les trois règles d'or d'un placement réussi : sécurité, rentabilité et liquidité* ».

Sécurité

Si la France constitue la première destination touristique mondiale, sa capacité d'hébergement est en revanche insuffisante, notamment à Paris. La conjonction de ces deux constats explique en grande partie la robustesse de l'industrie hôtelière. « *L'hôtel est un placement de bon père de famille car même en pleine crise, sa valeur montre une certaine résistance* », observe Olivier Carvin.

Finotel Premium va donc profiter de ce contexte favorable pour acquérir 6 à 10 fonds de commerce hôteliers situés dans la capitale, bien évidemment, mais aussi dans certaines grandes villes de province. Des lieux stratégiques déficitaires en offres et donc à fort potentiel de valorisation. La société mise également sur l'expertise de Maranatha dans la gestion des hôtels pour optimiser la création de richesse.

Rentabilité

La recherche de la performance n'est pas un objectif futile, mentionné sur les plaquettes commerciales

Il s'agit en réalité de la clé de voûte du produit, la philosophie de Finotel Premium reposant sur un mécanisme de capitalisation. En d'autres termes, les investisseurs qui vont souscrire à des parts de la société Finotel ne pourront prétendre à aucun revenu régulier. Ils ne seront rémunérés qu'au bout de 7 ans, lors de la liquidation du portefeuille de la société, selon le montant des plus-values générées.

Mais que les futurs associés soient rassurés. Si le support investit dans une classe d'actifs plutôt ronronnante, elle offre d'excellentes perspectives de rentabilité annuelle, comprises entre 6% et 8% selon le concepteur. Il convient par ailleurs de préciser qu'aucun frais d'entrée ni de gestion ne viendra plomber la performance du véhicule, contrairement aux Fip et FCPI.

Et que les plus sceptiques soient également rassurés : de tels niveaux de performance sont obtenus en bénéficiant de l'effet de levier de la dette. « La société Finotel disposera en effet d'une capacité d'investissement constituée pour 60% par les apports des associés commanditaires, dans la limite de

35 millions d'euros, et pour 40% d'un emprunt bancaire de sorte que le montant de l'enveloppe globale se situera aux alentours de 65 millions d'euros », précise Olivier Carvin avant d'ajouter : « *Le taux d'endettement fixé nous paraît raisonnable* ».

D'un point de vue fiscal, Finotel Premium ne procure aucune réduction d'impôt à l'entrée et la plus-value perçue à la sortie est fiscalisée. Toutefois, pour alléger considérablement la facture, les associés

pourront conserver leurs actions au sein d'un PEA ou de son petit frère le PEA-PME.

Liquidité

Mais pour constater une plus-value, encore faut-il pouvoir vendre l'actif. Olivier Carvin est confiant et écarte tout scénario catastrophe : « *Le marché hôtelier français est un marché structuré et liquide qui a comptabilisé 2 milliards d'euros de transactions en 2012. Les biens de qualité mis en vente ne restent que 3 à 4 mois sur le marché. Au terme des 7 années d'exploitation, lorsque la société devra être dissoute, soit nous procéderons à la vente intégrale du portefeuille, soit nous céderons les actifs un par un. Quelle que soit l'issue privilégiée, elle n'aura aucune incidence pour les associés. Mais si pour une raison quelconque, nous ne parvenons pas à trouver de repreneur, le Groupe Maranatha se portera acquéreur en dernier recours* ».

Par ailleurs, si le produit a conventionnellement une durée de vie limitée à 7 ans, les capitaux ne sont pas bloqués jusqu'à ce terme. L'investisseur peut se retirer chaque année sans invoquer de motif particulier, grâce à la présence d'une poche de liquidités équivalente à 10 % des fonds. « *L'investisseur cédant ne sera pas pénalisé et pourra prétendre, en fonction de ses droits, à une quote-part de la plus-value calculée à partir des valeurs d'expertise annuelles* », souligne Olivier Carvin.

Ainsi Finotel Premium semble bien ficelé. Son modèle économique est simple à comprendre pour l'investisseur. Il investit dans des actifs tangibles « made in France » un label très en vogue actuellement. Les parts peuvent être souscrites jusqu'au 12 juillet 2014, pour un montant minimum de 15 000 €, et seront distribuées exclusivement par les CGPI (Conseillers en Gestion de Patrimoine Indépendants). À ce sujet-là, Olivier Carvin parle sans ambages : « Le niveau des rétrocessions est fixé à 6 % »

Lucie Portejoie

C - Le groupe Maranatha lance Finotel Premium, fonds d'investissement hôtelier grand public

(Source : www.lhotellerie-restauration.fr ; Date:28/08/13)

Olivier Carvin , président-fondateur du groupe Maranatha , a accueilli avec le sourire l'agrément n° 13

-355 délivré le 13 juillet par l'Autorité des Marchés Financiers qui l'autorise à lancer un fonds d'investissement hôtelier ouvert au grand public. Cet expert-comptable devenu hôtelier a conclu en 2010 un partenariat avec 123 Venture qui lui a permis de se développer rapidement, Maranatha comptant aujourd'hui 26 établissements. Le fonds Finotel Premium va lui permettre de donner un nouveau coup d'accélérateur. D'un montant de 35 M€, il offre au grand public la possibilité d'investir dans l'hôtellerie en 2, 3 et 4 étoiles, à partir d'un droit d'entrée minimum de 15 000 €. Les fonds collectés par les gestionnaires de patrimoine, seuls réseaux de distribution agréés, seront portés par une société en commandite par actions à capital variable pouvant libérer chaque année une partie des fonds si les associés veulent en sortir. Chaque investisseur est assuré d'une rentabilité de 6 à 8 % sur le montant de son investissement, la durée du fonds étant prévue pour sept ans, avec possibilité de sortie anticipée en fonction du marché. Ce type de placement est éligible au plan d'épargne en actions (PEA) classique, au futur PEA « Hollande » ainsi qu'à la loi sur le emploi économique qui dispense d'imposition sur les plus-values les capitaux issus d'une cession d'actifs et réinvestis dans une PME.

Très confiant dans l'intérêt que va susciter ce fonds auprès du grand public, Olivier Carvin estime que cette opération lui permettra d'obtenir, d'ici à la fin de l'année, une enveloppe de 60 M€ (en ajoutant 25 M€ d'emprunt adossé aux 35 M€ en capital), destinée à l'investissement. Son but : « Acquérir à Paris et en Île-de-France une dizaine d'hôtels, sachant qu'un hôtel est évalué entre 5 à 6 M€. » Pour cet entrepreneur avisé et impatient, l'opération est sans risque pour les investisseurs : « C'est un produit sécurisé - l'hôtellerie parisienne possède des taux d'occupation de 85 % liés à des prix moyens parmi les plus élevés du marché-, rentable – entre 6 et 8% par an - et qui offre de surcroît une très grande liquidité, donc des fonds revendables facilement : chaque année, il y a 100 à 150 transactions d'hôtels 2 à 4 étoiles dans Paris. »

Des conditions indispensables à un bon rendement

Si l'opération semble a priori sans risque, plusieurs conditions constituent cependant des préalables qui méritent d'être mentionnés : la bonne tenue du marché parisien est une donnée impérative (mais les perspectives de conjoncture défavorable à Paris restent limitées), l'achat des actifs doit se faire avec une grande prudence et les ratios de gestion doivent être maîtrisés afin de ne pas acheter un bien surévalué. Enfin, l'offre doit rester déficitaire par rapport à la demande (pour justifier des taux d'occupation élevés). Si le projet porte ses fruits, il offrira de solides rémunérations aux investisseurs particuliers tout en permettant à Maranatha de remplir son portefeuille avec des actifs de bonne tenue. Cerise sur le gâteau, Olivier Carvin y voit une solution pour « conserver un patrimoine français aux mains des Français ». Autant d'arguments qui ne manqueront pas de séduire le grand public.

D – Compte de résultat consolidé

(Source : Site du Groupe)

COMPTE DE RÉSULTAT CONSOLIDÉ	Exercice N 30/09/2012 (12 mois)	Exercice N-1 30/09/2011 (12 mois)
Chiffre d'affaires	11 943 442	7 181 864
Autres produits d'exploitation	118 164	141 082
Achats consommés	1 703 369	1 154 383
Charges de personnel	4 333 494	2 988 902
Autres charges d'exploitation	4 870 264	1 798 736
Impôts et taxes	263 022	175 142
Dotations aux amortissements et aux provisions	666 700	530 359
RÉSULTAT D'EXPLOITATION	224 756	675 425
Produits financiers	4	53
Charges financières	478 263	386 010
Ecarts de conversion		
RÉSULTAT FINANCIER	- 478 259	- 385 957
RÉSULTAT COURANT DES ENTREPRISES INTÉGRÉES	- 253 503	289 468
Produits et Charges exceptionnels	757 077	- 52 069
Impôts sur les bénéfices	37 464	14 940
RÉSULTAT NET DES ENTREPRISES INTÉGRÉES	466 110	222 459
Quote-part du groupe dans le résultat net des entreprises cédées		
Quote-part dans les résultats des entreprises mises en équivalence		
Dotations aux amortissements des écarts d'acquisition		
RÉSULTAT NET DE L'ENSEMBLE CONSOLIDÉ	466 110	222 459
Part revenant aux intérêts minoritaires (résultat hors groupe)	103 567	- 50 602
RÉSULTAT REVENANT À L'ENTREPRISE CONSOLIDANTE (RÉSULTAT GROUPE)	362 543	273 061

ANNEXE A : TABLEAU DE GESTION

(A recopier et à compléter sur votre copie)

	Exercice N		Exercice N-1	
	Montants en euros	Ratios(%)	Montants en euros	Ratios(%)
Chiffre d'affaires				
Coût matières				
Marge brute				
Coût du personnel				
Marge sur coût principal				
Frais généraux				
Résultat Brut d'Exploitation				
Coût d'occupation				
Résultat courant avant impôts				