

Le tourisme à la peine

Baisse de 20% des nuitées pour le tourisme d'affaires, annulations de congrès... «*Le mot d'ordre, c'est profil bas*», dit le délégué général au tourisme, Michel Bouquier. «*La destination Monaco souffre*, note Luca Virgilio, directeur de l'hôtel Métropole. *Les habitués raccourcissent leur séjour, demandent des chambres plus modestes, non par économie, mais par discrétion*». Constat confirmé par Bernard Lambert, l'homme fort du tourisme, puisque la Société des bains de mer, qu'il dirige, possède quatre palaces et le monopole sur les casinos: «*Les "rich and famous" ne veulent pas trop se montrer. La clientèle d'aujourd'hui est plus jeune, part moins longtemps et, sur-*



Confiant. Bernard Lambert, directeur de la SBM.

tout, elle se décide à la dernière minute. Nous n'avons pas beaucoup de visibilité.»

La SBM vient d'annoncer des résultats à la baisse pour 2008-2009. Un chiffre d'affaires de 400 millions d'euros, contre 457,6 pour l'exercice précédent. Et un résultat net consolidé de 41 millions d'euros, contre 93,5 pour 2007-2008. «*Mais l'année dernière était excep-*

tionnelle», reconnaît Bernard Lambert. Le secteur hôtelier résiste mieux (175 millions d'euros, contre 185) que celui des casinos (211 millions d'euros, contre 259,6), qui, selon le directeur du groupe, subit à la fois la crise, mais aussi l'instauration de la loi contre le tabagisme. L'ouverture des paris sur Internet en 2010 aura-t-elle d'autres effets? «*Il s'agit d'une autre clientèle*», assure Bernard Lambert.

Mais la principauté redouble d'efforts pour cibler les «*ultrariches*», en particulier ceux des pays émergents. Les diplomates monégasques proposent *intuitu personae* des séjours très VIP. Au programme: des ventes particulières dans les 17 boutiques de luxe; une table près de la cuisine chez Ducasse et Robuchon; la visite des caves de l'Hôtel de Paris... ■ I.C.