

L'Américain qui a racheté l'empire Taittinger révèle ses plans

Barry Sternlicht, multimilliardaire, obsédé du détail et du design, veut ouvrir une demi-douzaine d'hôtels Baccarat et autant de Crillon dans le monde

Par Marie-Pierre Grondahl

« C'et homme aux doigts d'or et au regard d'acier, célébrissime aux Etats-Unis, resté inconnu en France, du moins du grand public. Et pourtant, Barry Sternlicht, 47 ans, fondateur du fonds d'investissement Starwood Capital avec son frère cadet, Russell, révolutionne l'industrie hôtelière mondiale depuis quinze ans. Ce diplômé de Brown University, titulaire d'un M.b.a. de Harvard, a créé en 1995 Starwood Hotels & Resorts, dont il a fait jusqu'en 2004 l'un des géants planétaires de l'hôtellerie (W, Sheraton, St. Regis...), avec 750 établissements dans 80 pays. Depuis son départ du groupe, cet entrepreneur se concentre sur son fonds, spécialisé dans l'immobilier – comparable à Colony Capital, lancé par son compatriote et ami Tom Barrack, aujourd'hui l'actionnaire de référence d'Accor – et planifie le développement des marques du groupe Taittinger (sauf le champagne, revendu à la famille), racheté pour 3,2 milliards de dollars en 2005.

Fasciné par l'architecture et le design – « Il suffit d'un détail mal pensé pour couler un projet » –, ce milliardaire (les Américains l'ont même baptisé le « zillionnaire ») né dans le Connecticut, dont le père a dirigé aux Etats-Unis la filiale américaine du groupe français Wonder, adore se retrouver au Crillon. « Chez lui », puisque le palace de la Concorde est tombé dans son escarcelle en même temps que le cristalier Baccarat ou les hôtels Kyriad et Campanile. Installé près du bar, il se plonge avec délice dans un immense livre, apporté par le directeur général du Crillon, où figurent les plans de rénovation du palace.

Perfectionniste, il bombarde ses managers de questions sur la couleur des rideaux, l'éclairage, la mu-

siqne... « Je ne suis pas sûr qu'il faille une piscine. Les clients en réclament, mais n'y nagent jamais », lâche en riant Barry Sternlicht, entre deux gorgées de Coca Light. Venu à Paris pour un dîner de gala de la French American Foundation, l'un des multiples organismes de mécénat où s'est engagé ce père de trois enfants, il peste contre les grèves, les 35 heures et le droit français du travail: « Impossible de licencier quiconque, dans votre pays », accuse-t-il, tout à coup glacial.

«Un dollar si faible ne présage rien de bon»

Mais ces énervements récurrents n'empêchent pas celui qui a voulu « être à l'hôtellerie ce que Starbucks a été aux cafés » de planifier les déclinaisons des nouvelles perles de son empire: « Dans ce secteur, la marque demeure le premier des actifs. Crillon et Baccarat vont donner naissance à deux chaînes exceptionnelles ». Le premier hôtel Baccarat devrait voir le jour en 2010 à Hawaï, avec 193 chambres et suites, évidemment dotées de chandeliers en cristal. Un deuxième Crillon est, lui, prévu à New York: « Si nous en avons cinq en développement dans les six ans qui viennent, je serai content. » Une stratégie cohérente avec l'envoi de l'hôtellerie de luxe, où le chiffre d'affaires par chambre a grimpé de 7 % entre 2006 et 2007.

Des projets colossaux, à la mesure des moyens de son fonds, qui a investi près de 6 milliards de dollars depuis 1991, dans des transactions qui pèsent... 30 milliards d'actifs. Mais ce financier exceptionnel, familier de tous les tycoons de Wall Street, s'inquiète des conséquences de la crise des prêts hypothécaires: « C'est loin d'être fini. Le climat actuel aux Etats-Unis n'est pas



Barry Sternlicht, 47 ans, fondateur de Starwood Capital.

sain. Le désordre du marché bancaire, la masse d'argent douteux qui circule, le krach de l'immobilier et la hausse du pétrole démentent l'optimisme apparent. Et un dollar si faible ne présage rien de bon. » Sa méthode de protection? Ne consentir qu'à des investissements « indispensables ». Et choisir l'humilité: « La règle de tout investisseur, c'est de se rappeler qu'il est fondamentalement stupide. Le jour où vous pensez être malin, vous signez votre perte. » ■

ECONOCLASTE

Par Axel de Tarte

Prix: comment les enseignes mystifient leurs clients

Peu importe le (vrai) prix pourvu qu'il y ait illusion! Le cabinet de conseil O.C&C. Strategy Consultants a

thème: « Si vous trouvez moins cher ailleurs, nous vous remboursions la différence ». Ultraefficace! Peu de



De gauche à droite: Jean-Pierre Martel (avocat), Olivier Lyon-Caen (professeur de neurologie), Gérard Saillant (professeur)