

Belgeo

Revue belge de géographie

1 | 2025 (numéro ouvert)

Miscellaneous

Hôtellerie haut de gamme à Conakry : une croissance sans effet d'entraînement sur la demande touristique

High-end hotels in Conakry: growth without a knock-on effect on tourist demand

MAMOUDOU KOUYATÉ ET SERGE SCHMITZ

Résumés

Français English

L'hôtellerie est un secteur clé susceptible de générer un effet d'entraînement sur la demande touristique. En se focalisant sur Conakry, principale porte d'entrée du pays et espace doté de potentialités balnéaires, cet article examine la relation entre le développement hôtelier et la demande touristique de loisirs en Guinée. Au cours des 15 dernières années, le paysage hôtelier de Conakry a connu des changements importants, notamment en raison de plusieurs investissements étrangers dans le segment haut de gamme. Une enquête menée auprès de sept hôtels haut de gamme, ainsi qu'une analyse de la littérature scientifique, révèlent un déséquilibre structurel entre l'offre hôtelière et la demande touristique. Il ressort de l'analyse que la majorité de la demande hôtelière provient de clients professionnels, particulièrement des investisseurs, des employés d'entreprise et des participants à des événements professionnels, tandis que la demande touristique de loisirs reste faible. Les résultats indiquent que la croissance de l'offre hôtelière haut de gamme n'a pas eu d'effet d'entraînement sur la dynamique touristique nationale. Par conséquent, l'article souligne l'importance de coordonner efficacement le développement hôtelier avec la stratégie touristique globale. Cette coordination devrait passer par l'intégration des infrastructures hôtelières et des politiques qui favorisent les ressources locales.

The hotel industry is a key sector that is likely to generate a knock-on effect on tourism demand. Focusing on Conakry, the country's main gateway and an area with seaside potential, this article examines the relationship between hotel development and leisure tourism demand in Guinea. Over the past 15 years, Conakry's hotel landscape has undergone significant changes, particularly due to several foreign investments in the high-end segment. A survey of seven high-end hotels, as well as an analysis of the scientific literature, reveal a structural imbalance between hotel supply and tourist demand. The analysis shows that the majority of hotel demand comes from business customers, particularly investors, corporate employees,



and participants in professional events, while leisure tourism demand remains low. The results indicate that the growth in high-end hotel supply has not had a knock-on effect on national tourism dynamics. Consequently, the article highlights the importance of effectively coordinating hotel development with the overall tourism strategy. This coordination should involve the integration of hotel infrastructure and policies that promote local resources.

Entrées d'index

Mots-clés : Conakry, demande hôtelière, effet d'entraînement, hôtel haut de gamme, Guinée, offre hôtelière, tourisme d'affaires

Keywords: Conakry, hotel demand, knock-on effect, luxury hotel, Guinea, hotel supply, business tourism

Texte intégral

Introduction

1 Le rôle du tourisme dans le développement économique et territorial devient de plus en plus important (Khan *et al.*, 2020 ; Nguyen, 2021 ; C. M. Rogerson, 2017). Les données publiées annuellement par l'Organisation Mondiale du Tourisme (OMT) montrent clairement l'importance de ce secteur. Le nombre de visiteurs internationaux en 2023 était estimé à 1,3 milliard, confirmant ainsi l'ampleur de ce phénomène (ONU Tourisme, 2024).

2 Compagnon indispensable du voyage, l'hébergement est le premier bénéficiaire de ces déplacements. L'hôtellerie constitue, malgré le développement des hébergements peer-to-peer, l'équipement central de l'hébergement touristique marchand (Khatter *et al.*, 2021). Le secteur de l'hôtellerie, de la restauration et du tourisme représente près d'un tiers des exportations mondiales de services et se distingue comme l'un des secteurs de l'économie mondiale qui affiche la croissance la plus rapide (OIT, 2022).

3 En Afrique subsaharienne, le secteur hôtelier a profondément changé durant les deux dernières décennies, avec une montée en gamme progressive portée par des investissements internationaux (Nourou, 2018 ; Specht, 2018). Considéré comme l'un des moteurs de croissance les plus dynamiques, le secteur affiche en Afrique un revenu annuel estimé à 10,60 milliards de dollars en 2024 (Statista, 2024). Dans plusieurs capitales africaines, l'émergence de chaînes hôtelières internationales et la modernisation des infrastructures d'accueil ont été perçues comme des éléments de compétitivité et de visibilité, supposés générer un effet d'entraînement, notamment sur le nombre de touristes entrants (Akinyemi, 2024 ; Seetanah *et al.*, 2010).

4 C'est dans ce vaste espace concurrentiel que l'hôtellerie guinéenne, encore jeune, sort peu à peu de sa léthargie après plusieurs tentatives avortées. Longtemps considéré comme l'un des principaux freins au développement du tourisme en Guinée (Caillard, 2004), le secteur hôtelier guinéen a connu un tournant à partir de 2010. À Conakry, capitale du pays, cette dynamique s'est traduite par l'ouverture d'établissements haut de gamme tels que l'hôtel Kaloum, l'hôtel Palm Camayenne, ou encore l'hôtel Noom. Parallèlement, plusieurs hôtels préexistants ont été rénovés afin de répondre aux standards internationaux. Ce renouvellement du parc hôtelier a profondément reconfiguré l'offre d'hébergement de la ville, renforçant son orientation vers le segment affaires.

5 Cette évolution de l'offre contraste cependant avec la réalité de la demande touristique de loisirs. Plusieurs auteurs indiquent que l'investissement dans le secteur hôtelier pour développer l'offre constitue l'une des mesures phares pour accroître les arrivées touristiques (J. M. Rogerson, 2014). Par exemple, en Afrique du Sud, Seetanah *et al.* (2010) soulignent qu'un lien de cause à effet existe entre



l'augmentation de la capacité hôtelière, due à la construction de nouveaux hôtels ou à leur extension, et l'augmentation des arrivées de touristes, les hôtels devant pratiquer un « marketing intensif » pour vendre leurs nouvelles chambres aux touristes. Pourtant, malgré la multiplication des établissements de standing, Conakry n'a pas enregistré de véritable essor touristique, en dépit de son important potentiel balnéaire marqué par de longues plages de sable et d'îles verdoyantes (ONT, 2023). Le profil des clients demeure largement dominé par la clientèle d'affaires, composée d'expatriés travaillant au compte d'entreprises ou d'institutions internationales, et de fonctionnaires en mission. À l'inverse, la demande touristique de loisirs, censée constituer un relais de croissance et un indicateur de diversification, reste marginale.

6 A la différence des effets d'entraînement documentés dans d'autres pays comme le Nigéria (Akinyemi, 2024) et l'Afrique du Sud (Seetanah *et al.*, 2010), le décalage observé en Guinée soulève une importante question : pourquoi le développement hôtelier haut de gamme à Conakry ne s'est-il pas accompagné d'une dynamique équivalente de la demande touristique de loisir ? L'objectif de cet article est de contribuer à l'analyse de ce paradoxe en mettant en évidence la nature des investissements hôteliers réalisés à Conakry, le profil type de la clientèle, mais aussi les limites du modèle de développement observé. Plus exactement, il s'agit de montrer que la stratégie hôtelière actuelle, centrée sur le segment « affaires », a sensiblement permis d'améliorer la compétitivité internationale de la capitale sans pour autant favoriser l'émergence d'une demande touristique diversifiée. Cela suggère que l'essor de l'hôtellerie, bien qu'étant un levier déterminant, ne suffit pas pour déclencher une dynamique touristique à elle seule.

7 Afin de pouvoir répondre à cette question de recherche, nous sommes confrontés à un premier écueil : l'absence de données. Dès lors, cette recherche s'appuie à la fois sur une revue critique de la littérature scientifique, sur le lien entre développement hôtelier et dynamique touristique et une enquête par questionnaire auprès des hôtels de Conakry.

8 Après avoir décrit l'évolution de l'industrie hôtelière du pays et les bases conceptuelles de notre recherche, nous présentons la méthodologie adoptée. Les résultats et la discussion mettent en lumière et analysent l'absence d'un effet d'entraînement de la croissance du parc hôtelier sur l'augmentation de la demande touristique de loisirs.

L'hôtellerie dans le contexte guinéen

9 La Guinée, pays d'Afrique de l'ouest au sud du Sénégal et au nord-ouest de la Côte d'Ivoire, dispose d'un patrimoine naturel et culturel impressionnant, avec une grande diversité de paysages, un climat varié selon les régions, et une richesse artistique notable (MTHA, 2019). Sa capitale, Conakry, abrite de nombreux lieux d'intérêt, tels que le musée national de Sandervalia, les grottes préhistoriques de Kakimbo, qui constituent le premier gisement préhistorique découvert en Afrique de l'Ouest (Mogenet, 1999), ainsi que le jardin botanique de Camayenne. On y trouve aussi la grande mosquée Fayçal, les ports de pêche artisanale de Boulbinet et Boussoura, sans oublier les marchés animés de Madina et du Niger. Par ailleurs, Conakry présente un potentiel balnéaire significatif, avec les plages de Camayenne, Tayaki, Rogbanè et Bénarès, ainsi que celles de l'archipel des îles de Loos, véritable atout mémoriel, marqué par les vestiges de l'époque esclavagiste et coloniale. A la périphérie, des sites naturels comme les cascades de la Soumba ou la baie de Sangareyah offrent un potentiel écotouristique important.

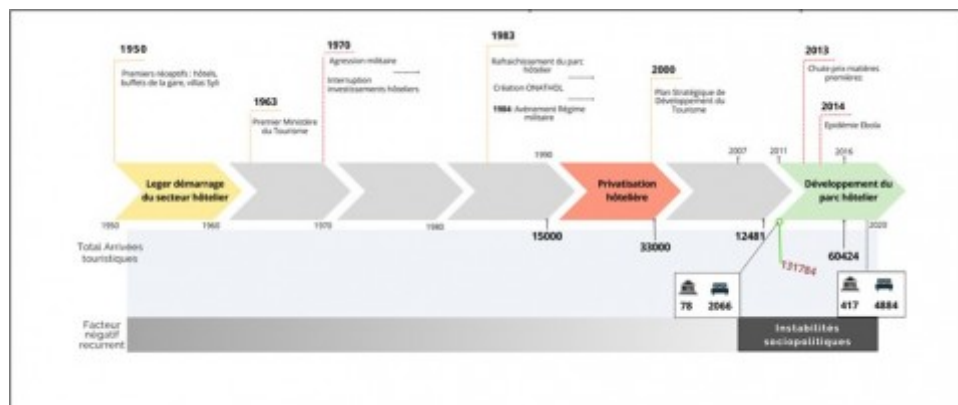
10 Diaby (2006) rappelle que, sur le plan institutionnel, c'est avec l'avènement du deuxième régime en 1984 que l'Office National du Tourisme et de l'Hôtellerie (ONATHOL) a été créé pour gérer les questions liées au développement du tourisme. En janvier 1988, cet organisme a été renforcé par la création d'un Secrétariat d'État



au Tourisme et à l'Hôtellerie, qui deviendra, à la suite de divers réaménagements gouvernementaux, le Ministère du Tourisme, de l'Hôtellerie et de l'Artisanat. Depuis 1989, le pays dispose d'un schéma directeur de développement du tourisme et de l'hôtellerie. Ses orientations ont été révisées en 1999 avec l'appui technique et financier du PNUD et de l'OMT (MTHA - Ministère du Tourisme, de l'Hôtellerie et de l'Artisanat, 2014). En 2019, la Stratégie nationale de développement durable du tourisme met en lumière plusieurs obstacles freinant le développement du secteur. Parmi eux, on note l'insuffisance des structures hôtelières, notamment dans le segment « loisirs ».

- 11 La construction des premiers établissements hôteliers en Guinée remonte aux années 1950. Durant cette période, l'hôtel de France de Conakry (Grand hôtel de l'indépendance) et celui de Kindia sont bâtis, tandis que plusieurs autres établissements de moindres catégories voient le jour à l'intérieur du pays. Pour accueillir une clientèle de congrès après l'indépendance, deux grands hôtels sont construits à Conakry : l'hôtel Gbessia et l'hôtel Camayenne. Malheureusement, cet essor initial du secteur hôtelier est brutalement interrompu par l'agression militaire de novembre 1970 (Diaby, 2006).
- 12 Diaby (2006) souligne que ce n'est qu'à l'occasion des préparatifs du sommet de l'OUA prévu en 1984 que de nouveaux investissements dans le secteur hôtelier sont réalisés. Le Grand hôtel de l'Unité et les résidences présidentielles de la Cité des Nations sont construits, tandis que le Grand hôtel de l'Indépendance est rénové et agrandi.
- 13 À l'avènement du régime militaire en 1984, l'État a entrepris de privatiser les structures hôtelières existantes. Malheureusement, cette politique, qui visait à mettre fin à l'interventionnisme de l'État, a marqué le déclin d'une hôtellerie en formation. De nombreux hôtels ont cessé leurs activités, et des établissements emblématiques tels que l'hôtel du Niger, le Grand hôtel de l'Unité (GHU) et l'hôtel Gbessia sont devenus des bâtiments délabrés au cœur de Conakry. Plusieurs de ces hôtels ont été démolis et réintégrés dans le portefeuille de l'État en 2011, avec l'avènement de la Troisième République.
- 14 L'instauration d'un régime démocratique en Guinée en 2010 a favorisé l'augmentation des investissements étrangers dans le secteur. Plus de 4 000 chambres ont été réalisées dans le pays au cours des 15 dernières années, la majorité se situant à Conakry. Pourtant, le pays peine toujours à se faire valoir comme une destination prisée (MTHA, 2019). Le contexte national demeure caractérisé par une situation sécuritaire fragile, fréquemment signalée dans les avis aux voyageurs des représentations diplomatiques.

Figure 1. Facteurs déterminants de l'évolution du parc hôtelier et des flux touristiques.



Développement hôtelier et essor touristique : effet d'entraînement ?

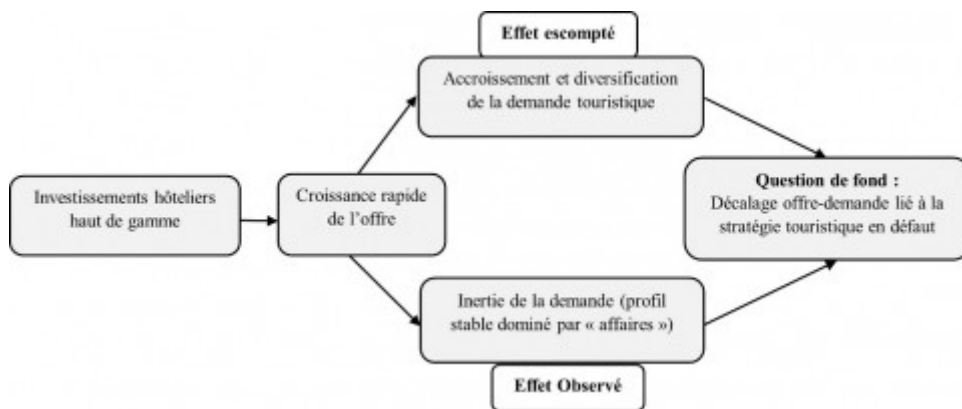
15 Le concept d'effet d'entraînement est employé dans plusieurs domaines pour montrer qu'un évènement ou un changement peut produire des influences sur d'autres secteurs, acteurs ou territoires (Dolgui *et al.*, 2018). Dans le secteur du tourisme plusieurs auteurs (Arai & Goto, 2017 ; Chauhan, 2023 ; Gong *et al.*, 2023 ; Matiku *et al.*, 2020) mobilisent ce concept pour montrer le rôle structurant de ce secteur à travers ses effets multiplicateurs sur l'économie, l'emploi et la société. Matiku *et al.* (2020) décrivent, par exemple, comment les projets touristiques menés dans le parc Makuleke, en Afrique du Sud, favorisent la diversification des moyens de subsistance et génèrent un effet d'entraînement sur d'autres formes de capital, contribuant ainsi à améliorer les conditions de vie des communautés locales. Plus spécifiquement, la littérature académique identifie l'hôtellerie comme un élément central du développement touristique, sur lequel elle produit des effets d'entraînement escomptés : création d'emplois, attractivité de la destination, fourniture d'infrastructures pour des évènements tels que les réunions, les conférences et les spectacles (Deepthi & Shariff, 2024 ; Serra-Cantalops *et al.*, 2018).

16 Dans le cadre d'une stratégie de développement touristique, l'augmentation des capacités d'hébergement à travers des investissements hôteliers est souvent considérée comme un élément majeur des efforts déployés au niveau national ou régional pour promouvoir le tourisme (Amankwah-Amoah *et al.*, 2018 ; Magombo *et al.*, 2017). Plusieurs auteurs (Anaman & Dacosta, 2017 ; Christie *et al.*, 2013 ; Tessema & Haile, 2022) citent d'ailleurs le manque ou la mauvaise qualité des infrastructures hôtelières comme un frein au développement du tourisme, surtout en Afrique subsaharienne. Le nombre de chambres d'hôtel apparaît donc comme un catalyseur potentiel de la croissance des flux touristiques d'un pays. Ce constat est souligné par de nombreuses études empiriques (Akinyemi, 2024 ; Naudé & Saayman, 2005 ; Seetanah *et al.*, 2010). Naudé & Saayman (2005) mettent en évidence que le nombre de chambres disponibles dans un pays est un indicateur central de la compétitivité touristique, car il reflète la capacité d'accueil et est susceptible d'attirer les compagnies aériennes, de favoriser une promotion de la part des hôteliers auprès des tours opérateurs et des investissements connexes. En démontrant qu'une légère augmentation de l'investissement dans les infrastructures touristiques accroît considérablement le nombre de visiteurs étrangers au Vietnam, Nguyen (2021) insiste sur le rôle important de l'hôtellerie dans la chaîne d'approvisionnement touristique. Plus récemment, Akinyemi (2024), dans une analyse des déterminants des arrivées de touristes internationaux au Nigéria, confirme cette relation. Il démontre, concernant le Nigéria, qu'une augmentation de 1 % du nombre de chambres d'hôtel entraînerait une hausse de 17,04 % du nombre de visiteurs entrant sur le territoire nigérian. Cette conclusion rejoint celles de Seetanah *et al.* (2010) et illustre que l'augmentation de la capacité hôtelière peut jouer un rôle moteur dans la croissance de la demande touristique.

17 Cependant, plusieurs autres études montrent que le développement hôtelier n'est pas toujours corrélé à la croissance de la demande touristique (Bianchi & Chen, 2020 ; Zhang *et al.*, 2020). Wu *et al.* (2017) insistent sur l'importance d'examiner la demande et l'offre de manière désagrégée et contextualisée, car selon eux, l'effet d'entraînement n'est ni automatique ni universel. C'est précisément dans cette logique que s'inscrit notre étude : en analysant ce lien dans le contexte guinéen, la figure 2 illustre la chaîne de causalité présumée entre les investissements hôteliers et l'essor du tourisme, en confrontant l'effet escompté à l'effet effectivement observé. Elle met également l'accent sur la question centrale qui structure notre démarche, à savoir le décalage entre la croissance de l'offre hôtelière et la faiblesse de la demande touristique de loisir, témoignant d'une politique touristique déficiente.

Figure 2. Schéma conceptuel.





Méthodologie

18 L'analyse de la fréquentation touristique en Guinée est difficile suite au manque de données statistiques fiables. Le pays ne dispose pas de données sur la fréquentation touristique depuis 2016 (MTHA, 2019). La qualité souvent insuffisante des bases de données officielles concernant le secteur du tourisme et de l'hôtellerie pose un défi récurrent dans les recherches en Afrique (Booyens *et al.*, 2022). Les autorités guinéennes reconnaissent que la principale difficulté en matière de collecte des statistiques hôtelières réside dans l'absence d'un répertoire hôtelier à jour (OMT, 2000).

19 Afin de comprendre, dans ce contexte d'indigence de données, pourquoi l'essor de l'hôtellerie haut de gamme à Conakry n'a pas produit d'effet escompté sur la dynamique touristique, nous avons privilégié la démarche empirique. Celle-ci combine la collecte des données primaires dans les hôtels haut de gamme de Conakry et l'analyse de données secondaires tirées de la littérature scientifique. L'enquête a consisté à administrer un formulaire auprès de sept établissements hôteliers haut de gamme, ouverts entre 2016 et 2024, sur les onze que compte la capitale. Les établissements sont repartis comme suit : quatre hôtels de 4 étoiles et trois hôtels de 5 étoiles. Cet échantillon est considéré comme représentatif de l'offre haut de gamme créée depuis 2010. Le choix des établissements haut de gamme s'explique par la fiabilité et la disponibilité de leurs données (les autres catégories tiennent rarement tous les registres), l'importance de leur poids dans l'offre hôtelière globale et la représentativité de leurs clientèles internationales. Des organismes comme le World Economic Forum ont d'ailleurs retenu ce même critère en 2015 pour mesurer le niveau des infrastructures de services touristiques (Attila, 2016). Les classifications rapportées dans cette étude sont celles affichées par les établissements, notamment sur leurs sites et les plateformes de réservation en ligne. Il n'existe pas de normes de classification hôtelière au niveau national au moment où nous rédigeons cet article.

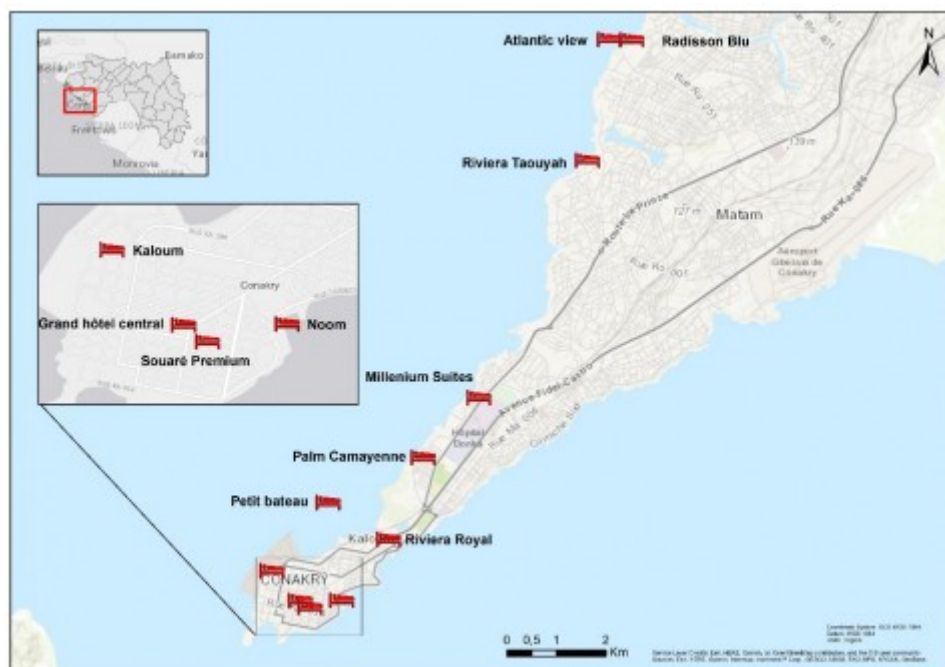
Tableau 1. Catégorisation des établissements enquêtés.



Identifiant hôtel	Année d'ouverture	Classement	Nombre de chambres	Catégorie	Type d'hôtel
H1	2019	4*	70	Haut de gamme	Affaires
H2	2021	4*	52	Haut de gamme	Affaires
H3	2018	5*	267	Haut de gamme	Affaires
H4	2018	4*	155	Haut de gamme	Affaires
H5	2019	4*	94	Haut de gamme	Mixte
H6	2024	5*	282	Haut de gamme	Mixte
H7	2016	5*	187	Haut de gamme	Affaires

20 Le formulaire d'enquête a été administré entre mai et août 2025 et incluait des questions fermées et semi-ouvertes concernant entre autres : les caractéristiques générales des hôtels, les motifs de séjour, les profils et provenances des clients, la durée moyenne de séjour, les services les plus sollicités par la clientèle, les facteurs explicatifs de la demande, etc. Ces données nous ont permis d'identifier deux groupes de variables, l'un en lien avec l'orientation de l'offre (année d'ouverture, taille, classement, catégorie, type d'hôtel, taux d'occupation) et l'autre en rapport avec la caractérisation du profil de la clientèle (motif de visite, durée, provenance, services demandés).

Figure 3. Localisation des hôtels haut de gamme à Conakry.



21 Les données collectées ont été structurées dans une base de données Excel avant d'être examinées à travers des statistiques descriptives et l'analyse croisée des variables (tableaux de contingences). Le tableau de contingence permet d'étudier les associations entre les variables qualitatives en croisant l'ensemble de leurs modalités (Confais *et al.*, 2005). Certains établissements ont choisi de ne pas divulguer les informations concernant les taux d'occupations et la durée moyenne de séjour. D'autres se sont limités à fournir des fourchettes de valeurs plutôt que des données précises. Ces données manquantes sont signalées dans la base par les mentions NR ou NA (Non Renseigné- Non Applicable). Cette réserve des hôteliers en Guinée traduit la sensibilité qu'ils attachent aux informations liées à la performance de leurs établissements, souvent perçues comme stratégiques.



L'étude de la littérature scientifique a porté sur divers types de documents tels que des ouvrages, des revues, des rapports, ainsi que des articles de presse. Les rapports

et documents institutionnels ont été sollicités pour recueillir des informations sur le tourisme en Guinée, en raison de la rareté de la production scientifique concernant ce secteur. Une analyse thématique a été réalisée sur les commentaires des hôteliers dans le formulaire, afin d'expliquer certaines tendances. Pour situer les résultats dans un cadre scientifique, nous avons confronté les données empiriques avec les apports de la littérature sur le lien entre développement hôtelier et l'essor touristique, notamment l'approche « effet d'entraînement ».

Résultats

Caractéristiques générales des établissements enquêtés

- 23 Le parc hôtelier guinéen était estimé en 2010 à 2 060 chambres réparties entre 218 établissements (MTHA, 2019). Au cours des 15 dernières années, celui-ci a enregistré une vague d'investissements, avec la construction et la rénovation de nombreux établissements, notamment à Conakry. Plus de 4 000 chambres et une dizaine d'hôtels haut de gamme ont été réalisés (Kaloum, Onomo, Noom, Radisson Blu, Palm Camayenne, Souaré Premium, Atlantic View hôtel...), et plusieurs établissements existants ont été rénovés (Hôtel Petit Bateau, Riviera Royal, Mariador Parc...).

Tableau 2. Évolution de l'offre hôtelière en Guinée (2010-2018).

Région	Nombre d'hôtels		Nombre de chambres	
	2010	2018	2010	2018
Conakry	41	177	1152	3670
Boké	28	38	316	508
Kindia	36	51	99	525
Mamou	14	22	107	256
Labé	12	20	108	258
Faranah	16	24	96	282
Kankan	34	43	80	306
N'Zérékoré	37	49	102	383
Total	218	424	2060	6188

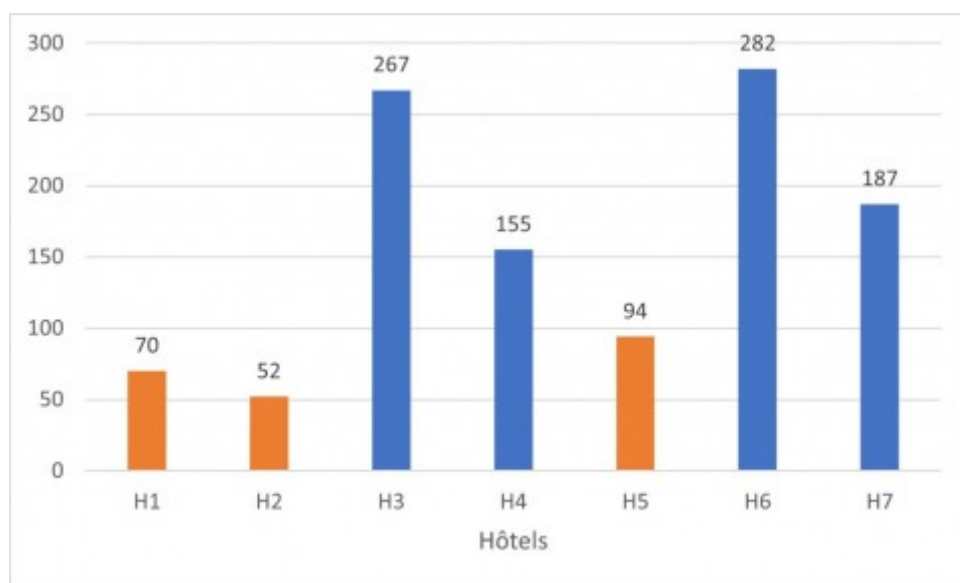
Source : MTHA, 2019.

- 24 Dans la capitale, les hôtels constituent la majorité des établissements touristiques. La capacité hôtelière de la ville se situe aujourd'hui aux environs de 3 670 chambres et 177 établissements contre 41 établissements en 2010 (MTHA, 2019). Conakry abrite l'essentiel des chambres haut de gamme. Cette offre compte environ 1437 chambres réparties dans 11 hôtels, soit près de 40 % de la capacité hôtelière de la capitale contre moins de 18 % en 2010.
- 25 Par ailleurs, absente du pays depuis une dizaine d'années, l'hôtellerie de chaîne imprime peu à peu sa marque sur l'offre guinéenne. Des enseignes, telles que Radisson Blu, Onomo, Noom, et plus récemment Souaré Hôtels & Resorts, ont intégré l'offre hôtelière locale. L'offre sous enseigne compte 624 chambres, soit 17 % de la capacité hôtelière de Conakry. On peut y signaler également quelques centaines de locations, principalement des appartements entiers, mis en location via Airbnb.
- Le nombre de chambres des établissements enquêtés varie entre 52 à 282 pour un total de 1 107 chambres, tout en étant globalement dominé par des structures de



grande capacité. Quatre hôtels ont une capacité supérieure à 100 chambres, témoignant à la fois de l'importance des investissements réalisés ces dernières années, mais aussi de l'empreinte croissante de l'hôtellerie de chaîne (Favre, 2015). La capacité moyenne des établissements est de 158 chambres.

Figure 4. Répartition des hôtels par nombre de chambres.



27 En termes de positionnement, près de 3/4 des établissements enquêtés se déclarent comme des hôtels d'affaires, tandis qu'une minorité adopte un profil mixte affaires/loisirs. Cette distribution met en évidence une orientation prioritaire vers la clientèle professionnelle et institutionnelle.

28 L'enquête montre de manière générale que les hôtels haut de gamme ont un taux d'occupation moyen oscillant entre 40 et 85 %, soit une moyenne générale d'environ 70 % en 2024 et 68 % en 2025.

Tableau 3. Indicateurs de performance.

Hôtel	Classement	Taux d'occupation		Durée moyenne de séjour
		2024	2025	
H1	4*	65%	65%	[5-6]
H2	4*	80%	85%	5
H3	5*	75%	-	[2-3]
H4	4*	55%	-	[3-7]
H5	4*	55%	84%	5
H6	5*	NA	40%	2
H7	5*	NR	NR	NR

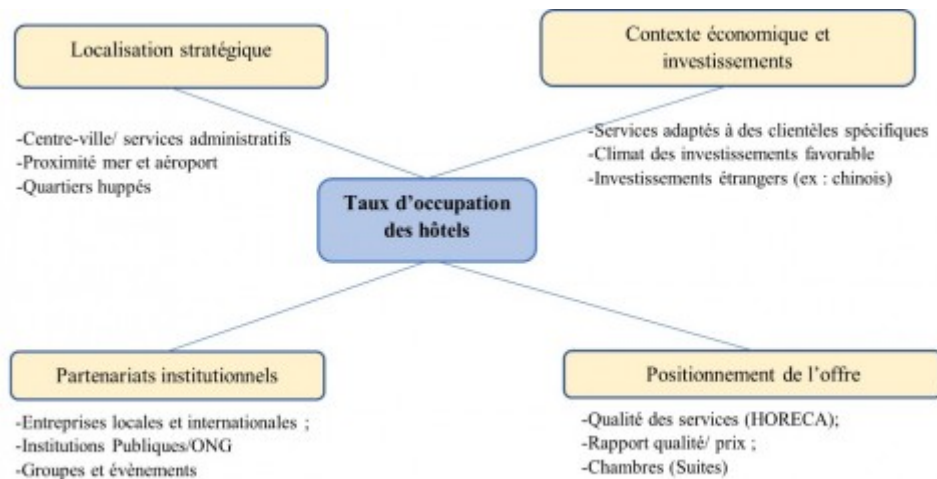
Remarque : NR=Non renseigné/ NA=Non applicable

29 Considérant qu'en Guinée la demande hôtelière est peu diversifiée, cela présente une bonne performance économique de l'hôtellerie haut de gamme. À l'échelle des établissements, nous observons néanmoins une situation contrastée. Certains établissements (H2, H3, H5) affichent une performance élevée et en progression (jusqu'à 85 %), tandis que d'autres (H4) présentent un taux moyen (55 %). Le nouvel établissement (H6) démarre difficilement avec seulement 40 % à la fin du premier semestre de 2025, traduisant sa difficulté à capter rapidement une clientèle suffisante.

30 La figure 5 illustre les opinions des hôteliers quant aux facteurs qui influencent leurs taux d'occupation. Quatre facteurs apparaissent déterminants : le positionnement de l'offre, le contexte économique, la localisation et l'existence de

réseaux de partenariats. Toutefois, nous remarquons que, hormis un établissement (H5), aucun acteur n'associe explicitement le niveau des taux d'occupation à des attributs relevant du tourisme de loisirs (proximité d'un musée, d'un monument, présence d'éléments culturels, etc.). Cela traduit une conception largement centrée sur les logiques d'affaires et interroge sur l'attractivité de la capitale, malgré l'existence d'importants atouts balnéaires et historiques.

Figure 5. Facteurs explicatifs du taux d'occupation des établissements haut de gamme.



31 En plus de ces facteurs spécifiques qui expliquent les taux d'occupation, les hôtels ont aussi été invités à analyser les variables globales influençant la demande. Les réponses indiquent que les événements politiques et la conjoncture économique, évoqués respectivement par quatre et cinq établissements, constituent des éléments déterminants. En revanche, seuls deux hôtels, tous deux « mixtes », mentionnent la saison touristique, preuve que les fluctuations saisonnières propres au tourisme de loisirs n'ont que peu d'impact sur la fréquentation hôtelière de Conakry. En plus d'être moins réactive aux cycles touristiques classiques, le constat révèle une demande hôtelière structurellement vulnérable à cause de sa forte dépendance de la stabilité du contexte national et du climat des investissements.

32 L'examen de la durée moyenne de séjour (tabl. 3) montre une différenciation notable entre les hôtels classés 4 étoiles et 5 étoiles. Les établissements 4 étoiles enregistrent en moyenne des séjours de 5 à 6 nuits, alors qu'à l'inverse, les établissements 5 étoiles présentent des séjours plus courts, limités à 2 ou 3 nuits. Dans l'ensemble, la durée moyenne de séjour observée est d'environ 4,2 nuits, proche des courts séjours caractérisant le tourisme d'affaires.

33 La distribution de la demande hôtelière haut de gamme par provenance révèle une structure dominée par des clientèles internationales. Cités respectivement dans sept et six établissements, les Asiatiques et Européens apparaissent comme des segments les plus représentés, illustrant le poids des investissements, notamment chinois, et des partenariats internationaux. La clientèle africaine regroupe également une part importante de la demande (5 établissements), contrairement à la clientèle américaine qui a un faible ancrage sur le marché guinéen.

Tableau 4. Classement des clients par origine.



Hôtel	Provenance clients		
	1ère	2ème	3ème
H1	Asiatiques	Européens	NR
H2	Africains	Asiatiques	Européens
H3	Asiatiques	Africains	NR
H4	Européens	Africains	Asiatiques
H5	Européens	Asiatique	Américains
H6	Européens	Africains	Asiatiques
H7	Africains	Européens	Asiatiques

34 Les commentaires des hôteliers apportent des éléments d'éclairage sur cette configuration. La clientèle asiatique, composée majoritairement de Chinois, est identifiée comme la plus nombreuse, ce que les hôteliers relient à la forte implantation des investissements chinois dans le pays, notamment dans l'exploitation minière. La clientèle africaine est principalement rattachée aux événements professionnels (séminaires, ateliers, congrès, conférences, etc.). Quant à la clientèle européenne, dominée par les Français, elle est perçue comme davantage institutionnelle et apprécierait particulièrement la conformité des prestations avec les standards internationaux. Des commentaires recueillis auprès de quatre établissements ressortent également une structure de la demande influencée par la nationalité ainsi que la proximité professionnelle des propriétaires/gestionnaires d'hôtels :

« Les clients qui viennent à Conakry choisissent parfois les hôtels en fonction de la nationalité du gestionnaire ou du propriétaire. Par exemple, lorsque notre établissement était géré par un Français, nous recevions régulièrement l'équipage d'Air France ». (Extrait 1)

« La clientèle est essentiellement composée de Chinois... L'établissement appartenant à des investisseurs chinois, cette clientèle s'y sent particulièrement à l'aise, notamment grâce à la présence d'interlocuteurs dans les différents services (direction, restauration, etc.) et à la disponibilité de menus chinois ». (Extrait 2)

« L'hôtel reçoit des Européens mais aussi beaucoup de clients libanais. L'établissement est d'ailleurs géré par des investisseurs libanais ». (Extrait 3)

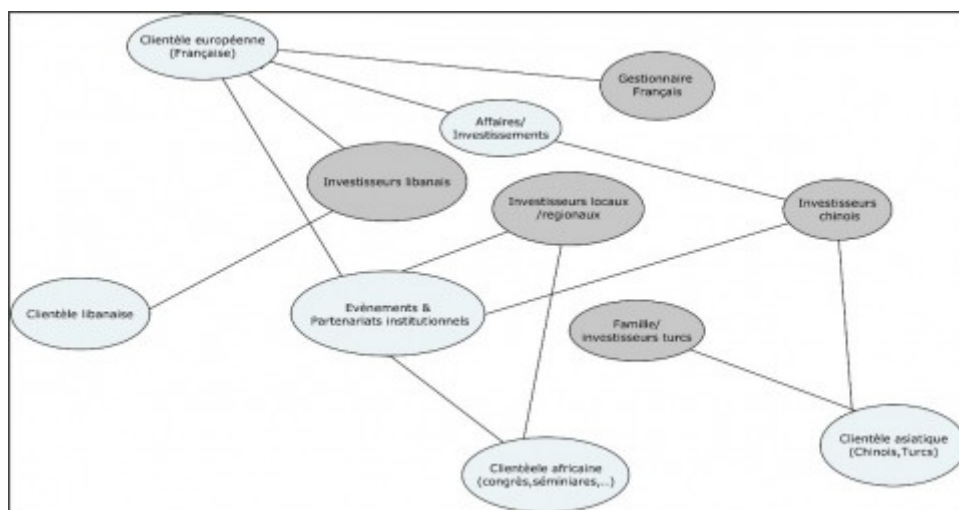
« L'hôtel accueille un grand nombre de clients lors des événements sportifs. Le propriétaire de l'établissement est également propriétaire d'un club de football ». (Extrait 4)

35 Les croisements observés entre l'origine du gestionnaire et la nationalité dominante de la clientèle suggèrent l'existence d'un effet réseau communautaire et probablement, l'hypothèse d'une corrélation entre ces éléments.

36 Les établissements construits ou gérés par des investisseurs chinois, turcs ou libanais attirent majoritairement des clients de ces nationalités. Par exemple, les hôteliers expliquent que cette clientèle « se sent à l'aise » grâce aux services adaptés (menus chinois, personnel parlant le chinois, style architectural turc). D'autres expliquent que la présence de gestionnaires français favorisait l'accueil de clients français réguliers.



Figure 6. Effet de réseau communautaire dans la structuration de la demande.



- 37 Dans le tableau 5, il apparaît nettement, dans la répartition des clients par type de motifs, que celui des « affaires », signalé dans l'ensemble des sept hôtels enquêtés, constitue le principal motif de visite des clients se rendant dans les hôtels haut de gamme à Conakry. Ce segment représenterait, selon le témoignage des hôteliers, entre 60 à 95 % de la fréquentation suivant les hôtels. Le motif « vacances/loisirs » est beaucoup moins représenté : seuls trois hôtels, tous classés 4 étoiles, le déclarent comme deuxième motif de visite de la clientèle. Le motif familial apparaît de manière encore plus réduite, signalé uniquement dans deux hôtels. Sa présence semble liée à des séjours de proximité.

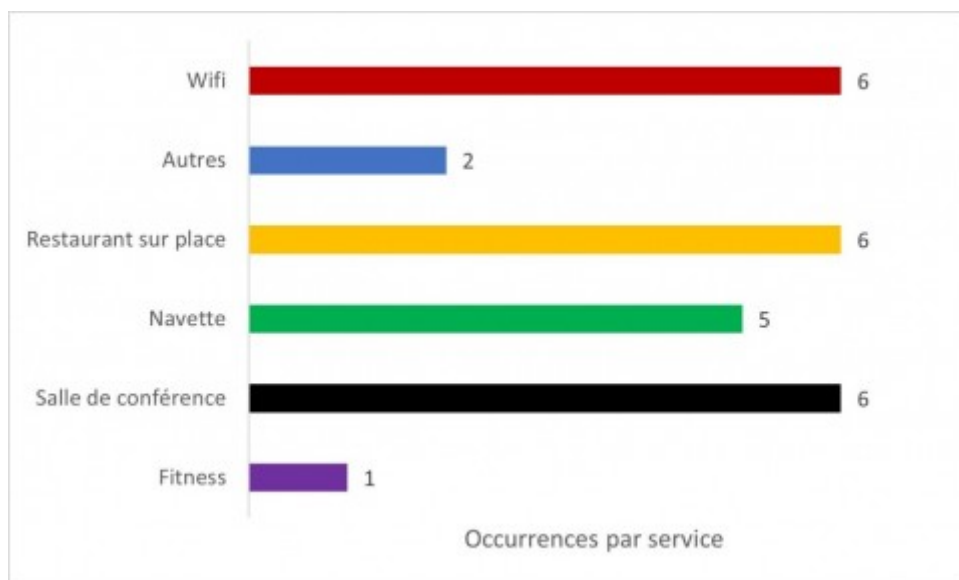
Tableau 5. Répartition des hôtels par type de motifs.

Hôtel	Type	Motifs de visites		
		Affaires	Vacances/Loisir	Famille
H1	Affaires	Oui	Oui	Oui
H2	Affaires	Oui		Oui
H3	Affaires	Oui		
H4	Affaires	Oui	Oui	
H5	Mixte	Oui	Oui	
H6	Mixtes	Oui		
H7	Affaires	Oui		

- 38 Plusieurs autres variables analysées confirment la prédominance du segment « affaires » comme socle principal de la demande hôtelière haut de gamme à Conakry. La figure 7 permet de visualiser les services les plus sollicités par les clients. La distribution fait ressortir trois priorités : wifi haut débit, salles de conférence, restaurants sur place.

Figure 7. Les services à forte demande dans les hôtels.





Profil dominant de la demande : explication croisée des variables

39 L'analyse croisée des variables du formulaire d'enquête met en évidence la nette domination du profil « affaires » dans les hôtels haut de gamme à Conakry. En premier lieu, le croisement entre type d'hôtel et le motif de visite révèle que les établissements se déclarant « affaires » accueillent presque exclusivement des séjours professionnels, alors que les rares hôtels « mixtes » ne génèrent qu'une faible part de clientèle loisirs. L'exemple de l'établissement (H6) illustre cette ambiguïté : tout en se déclarant « mixte », il affirme n'accueillir qu'une clientèle d'affaires (tabl. 5).

40 Ensuite, la relation entre motifs de visite et services demandés (fig. 8) met en évidence une polarisation nette des préférences de la clientèle professionnelle pour des prestations comme le wifi, la restauration sur place et la salle de conférence. Le chiffre 6 dans les cellules wifi/salle de conférence/restaurant x affaires, signifie que dans six établissements différents, la clientèle affaires exprime une forte demande de ces services. Ces résultats illustrent l'importance fonctionnelle de ces prestations pour les séjours professionnels (Masle *et al.*, 2018). Par contre, les services associés aux loisirs (salle de remise en forme, boutique de souvenir, casino...) apparaissent marginaux, toutes clientèles confondues.

Figure 8. Illustration de l'importance des services sollicités par motif de visite.

Wifi	6	2	1
Salle de Conférence	6	2	1
Restauration sur place	6	3	2
Navette	5	2	1
Centre de remise en forme	1	1	0
Autres	2	2	1
	Affaires	Loisirs	Famille



Dans le tableau 6, le croisement entre provenance géographique et le motif de

visite confirme cette même prédominance. Toutes les origines, excepté les Américains, sont fortement associées au segment affaires. Les Asiatiques, principalement liés aux déplacements professionnels, reflètent le poids des investissements et des réseaux économiques chinois dans le pays. Les Européens apparaissent un peu plus équilibrés dans les trois segments, même si les affaires restent centrales. Les Africains restent quasi exclusivement associés aux affaires, principalement de type événements (5 observations), contre seulement une occurrence pour les motifs « loisirs » et « famille ». Les Américains, pour leur part, sont extrêmement marginaux. Le fait que même les Européens et les Asiatiques (les plus diversifiés) restent majoritairement rattachés au motif « affaires » confirme le faible impact de la croissance du parc hôtelier sur le tourisme de loisirs.

Tableau 6. Croisement des motifs de visite et provenances.

Origine des clients	Motif de visite			Total
	Affaires (nb hôtels)	Loisirs (nb hôtels)	Famille (nb hôtels)	
Asiatiques	7	3	2	12
Européens	6	3	2	11
Africains	5	1	1	7
Américains	1	1	0	2
Total	19	8	5	32

- 42 Enfin, l'examen de l'année d'ouverture des établissements et de leurs taux d'occupation montre que les performances affichées par les hôtels ouverts après 2015 sont surtout adossées au profil affaires.

Discussion

- 43 L'agrandissement du parc hôtelier de Conakry, essentiellement tourné vers la catégorie haut de gamme, a profondément transformé l'offre locale, en harmonisant les standards d'hébergement avec les normes internationales. Les capacités d'accueil élevées des établissements facilitent l'atteinte d'un bon niveau de rentabilité et pourraient leur permettre de travailler avec une clientèle diversifiée (Watkins, 2011). La durée moyenne de séjour, plus étendue dans certains établissements (5 à 6 jours), s'expliquerait à la fois par des contraintes administratives susceptibles de prolonger les missions professionnelles, et par la typologie de la clientèle d'affaires elle-même. Celle-ci, en général, est répartie en deux groupes : d'une part, la clientèle individuelle, généralement en courts séjours liés à des missions ponctuelles et d'autre part, la clientèle de groupe, associée aux événements professionnels dont la présence s'étend sur une période plus longue. Quant aux taux d'occupation, ils sont jugés plutôt satisfaisants lorsqu'on les compare à la moyenne en Afrique subsaharienne. En 2024, dans cette région de l'Afrique, le secteur hôtelier a affiché un taux moyen de 58 % (Capazorio, 2025). Les hôtels haut de gamme sont généralement considérés comme performants dès lors que leur taux d'occupation dépasse 60 %. Ces résultats attestent donc de la solidité du segment « affaires » à Conakry. Par ailleurs, les investissements étrangers pourraient aussi signaler une étape importante du cycle de vie de la destination, car les chaînes hôtelières ont tendance à s'implanter dans des régions compétitives (Attila, 2016).

- 44 Cependant, l'augmentation des capacités et la montée en gamme de l'offre hôtelière n'a pas été suivie d'une croissance équivalente de la demande touristique de loisirs. Les résultats montrent que les séjours dédiés aux loisirs et à la famille demeurent marginaux. Les arrivées touristiques internationales en Guinée étaient



passées de 12 481 en 2010 à 131 070 en 2011, avant de s'effondrer à 60 424 en 2016, soit moins de 1 % de part de marché sous-régional (OMT, 2017). La chute de la fréquentation au cours de cette période s'expliquerait par l'épidémie d'Ebola, qui a entraîné un isolement du pays et renforcé son image négative. De manière plus générale, divers facteurs structurels expliquent la faiblesse de la demande touristique internationale. La Guinée souffre d'une notoriété limitée sur les marchés émetteurs et d'une image internationale ternie par l'insécurité et l'instabilité politique : coups d'État, manifestations sociopolitiques récurrentes, etc. (MTHA, 2019). A ces éléments s'ajoute la mauvaise qualité des infrastructures de base, un rapport qualité-prix souvent jugé insatisfaisant et l'absence d'événements culturels d'envergure. Bien qu'aucune donnée touristique récente ne soit disponible depuis 2016, le ministère du Tourisme estimait qu'un objectif de 200 000 arrivées internationales serait atteignable en 2025 (MTHA, 2019). Ce chiffre demeure toutefois largement en dessous des performances enregistrées par d'autres pays ouest africains, tels la Côte d'Ivoire ou le Sénégal qui ont chacun accueilli plus d'un million de visiteurs en 2023.

45 Les résultats de cette étude contrastent avec les analyses des auteurs (Akinyemi, 2024 ; Naudé & Saayman, 2005 ; Nguyen, 2021 ; Seetanah *et al.*, 2010) qui soutiennent l'existence d'un effet d'entraînement du développement hôtelier sur la demande touristique. A Conakry, l'absence de cet effet d'entraînement s'explique d'abord par l'orientation des investissements hôteliers qui sont davantage motivés par des opportunités économiques que par une logique touristique. Depuis 2016, date à laquelle les hôtels étudiés ont commencé à ouvrir, la Guinée connaît une augmentation des chantiers liés à l'exploitation minière et à la construction. Ceux-ci attirent des multinationales, des missions d'affaires et des opérateurs économiques, qui constituent la principale clientèle ciblée sur le marché hôtelier haut de gamme. C'est pourquoi nous avons constaté que peu d'hôtels mettent en avant les atouts balnéaires, culturels ou historiques de la ville. Ce déficit de mobilisation du potentiel touristique révèle une autre réalité, celle liée au manque d'articulation entre l'offre hôtelière et une véritable stratégie touristique.

46 Autrefois désignée par Jean Rouch comme la « plus belle capitale du monde » (Camara, 2014), Conakry se distingue par un patrimoine touristique riche et varié. Cependant, malgré cette diversité des atouts, ils demeurent peu valorisés et faiblement aménagés. La plupart sont en déficit d'équipement et de services complémentaires, ce qui restreint leur attractivité pour la clientèle de loisirs. Cette carence résulte de l'absence d'une politique de développement touristique réellement opérationnelle, contrairement à ce que l'on observe dans certains pays voisins, à l'image de la stratégie « Sublime Côte d'Ivoire » (Ouattara, 2024) ou du développement des pôles littoraux au Sénégal (Diombéra, 2020). Ces initiatives ont favorisé la constitution de pôles d'attraction touristique dont la Guinée reste dépourvue pour l'instant. Même si le pays s'est doté en 2019 d'une Stratégie Nationale de Développement Durable du Tourisme (SNDDT), ses orientations, portant notamment sur l'aménagement des sites, la diversification des produits et la promotion de la destination, n'ont jamais été mises en œuvre faute d'un budget suffisant alloué au secteur. Les initiatives de promotion de l'Office National du Tourisme, à travers les saisons touristiques qu'il organise, se limitent à l'échelle locale et peinent à atteindre les voyageurs internationaux.

47 Ces contraintes ont également engendré un déséquilibre structurel dans l'offre hôtelière. Contrairement au segment haut de gamme, les catégories économique et intermédiaire, essentielles au développement du tourisme de loisirs, n'ont pas bénéficié d'investissements significatifs. La SNDDT prévoyait pourtant l'ouverture de 500 chambres de catégorie intermédiaire à Conakry d'ici 2025, mais aucune initiative n'a été mise en œuvre. Dans un contexte où la demande de loisirs demeure faible et où les infrastructures touristiques restent limitées, les investisseurs ne perçoivent pas de marché viable capable de soutenir l'hôtellerie de bas de gamme.

48 Bien que cette étude soit limitée par un échantillon modeste et l'absence de



données statistiques récentes sur les arrivées touristiques en Guinée, ses résultats augurent des perspectives de recherches plus larges, et invitent à une réflexion stratégique sur la place de l'industrie hôtelière dans le développement touristique du pays. La valorisation de ses atouts hôteliers, en vue d'accroître le nombre de visiteurs, devrait intégrer d'autres éléments comme les attractions touristiques et le contexte social et organisationnel des voyages et des séjours dans la destination (Schmitz & Decroly, 2011). Cette observation converge avec celle de Sharplay (2020), qui souligne que l'hébergement doit être pleinement intégré au processus de planification afin d'appuyer efficacement les objectifs de développement touristique.

49 Si, dans le contexte de Conakry, aucun effet d'entraînement n'a été constaté, c'est parce que l'hôtellerie haut de gamme s'est développée en vase clos, répondant presque exclusivement à la demande d'affaires. En l'absence d'une intégration claire entre investissement hôtelier et stratégie touristique nationale, ces établissements ne peuvent pas générer de retombées significatives pour le tourisme de loisirs.

Bibliographie

ANAMAN A. & DACOSTA F. D. (2017), "A Conceptual Review Of The Role Of Hotels In Tourism Development Using Hotels In Cape Coast And Elmina, Ghana", *African journal of applied research*, 3,1, pp. 45-58.

AKINYEMI Y. C. (2024), "Determinants of International Tourist Arrival in Nigeria : Dynamic Panel Data Regression Analysis", *Tourism*, 72, 2, pp. 163-172, <https://doi.org/10.37741/t.72.2.3>

AMANKWAH-AMOAHA J., DEBRAH Y. A., HONYENUGA B. Q. & ADZOYI P. N. (2018), "Business and government interdependence in emerging economies: Insights from hotels in Ghana", *International Journal of Tourism Research*, 20, 1, pp. 72-81, <https://doi.org/10.1002/jtr.2154>

ARAI T. & GOTO M. (2017), "A Survey on Present Tourism in Nepal and Its Ripple Effects on Other Industries", *Environment and Ecology Research*, 5, pp. 467-475, <https://doi.org/10.13189/EER.2017.050701>

ATTILA A. T. (2016), "The Impact of the Hotel Industry on the Competitiveness of Tourism Destinations in Hungary", *Journal of Cryptology*, 8, pp. 85-104, <https://doi.org/10.7441/JOC.2016.04.06>

BIANCHI G. & CHEN Y. (2020), "The Short- and Long-Run Hotel Demand in Switzerland : A Weighted Macroeconomic Approach", *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 44, pp. 835-857, <https://doi.org/10.1177/1096348020913608>

BOOYENS I., ROGERSON C. M., ROGERSON J. M. & BAUM T. (2022), "Covid-19 Crisis Management Responses of Small Tourism Firms in South Africa", *Tourism Review International*, 26, 1, pp. 121-137, <https://doi.org/10.3727/154427221X16245632411872>

CAILLARD L. (2004), *Quel tourisme pour Kindia ?*, Mémoire de MST Aménagement, Institut de Géographie et d'Aménagement Régional (UGARUN), Université de Nantes.

CAMARA D.K. (2014), *Conakry, capitale centenaire de la République de Guinée*, Publibook/Société écrivains.

CAPAZORIO B. (2025), *Les performances hôtelières en Afrique restent un enjeu majeur : Actualités du tourisme en Afrique australe et orientale*, Southern and East African Tourism Update, <https://www.tourismupdate.com/article/africas-hotel-performance-still-a-wild-card>

CAZELAIS N. (2004), « Hôtellerie et développement régional : réflexions autour de paradoxes », *Téoros*, 23, 3, pp. 17-21, <https://doi.org/10.7202/1071227ar>

CHAUHAN D. K. (2023), "The ripple effect: social and cultural consequences of tourism", *National Journal of Commerce and Management*, 10, 2.

CHRISTIE I., FERNANDES E., MESSERLI H. & TWINING-WARD L. (2013), *Aperçu sur le Tourisme en Afrique : Facteur de croissance et d'amélioration des moyens de subsistance*, The World Bank, <https://www.worldbank.org/content/dam/Worldbank/document/Africa/Report/africa-tourism-report-2013-overview-fr.pdf>

CONFAIS J., GRELET Y. & GUEN M. L. (2005), « La procédure FREQ de SAS tests d'indépendance et mesures d'association dans un tableau de contingence », *Modulad*, 33, 55.

DEEPTHI S. S. & SHARIFF D. S. J. (2024), "Role Of Hotel Industry In Tourism Development", *Educational Administration: Theory and Practice*, 30, 5, pp. 10088-10091, <https://>



doi.org/10.53555/kuey.v30i5.4347

DEVEY M. (1997), *La Guinée*, Paris, Karthala, 303 p.

DIABY A. (2006), *La Guinée, Répertoire touristique*, ONT.

DOLGUI A., IVANOV D. & SOKOLOV B. (2018), "Ripple effect in the supply chain : An analysis and recent literature", *International Journal of Production Research*, 56, pp. 414-430, <https://doi.org/10.1080/00207543.2017.1387680>

FAVRE F. (2015), *En 2014, une chambre d'hôtel sur deux appartient à une chaîne*, Insee, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1283850>

DIOMBERA M. (2020), « Dynamique territoriale et développement touristique : Quelles stratégies environnementales durables à Saly (Petite Côte, Sénégal) ? », *Études caribéennes*, 6, <https://doi.org/10.4000/etudescaribeennes.19388>

GONG H., ZHENG Y., SHI J., WANG J., YANG H., SIBALO S. P. A., MWAMLIMA A., LI J., XU S., XU D. & HUANG X. (2023), "An Examination of the Spatial Spillover Effects of Tourism Transportation on Sustainable Development from a Multiple-Indicator Cross-Perspective", *Sustainability*, <https://doi.org/10.3390/su15054522>

KHAN A., BIBI S., LORENZO A., LYU J. & BABAR Z. (2020), "Tourism and Development in Developing Economies : A Policy Implication Perspective", *Sustainability*, <https://doi.org/10.3390/su12041618>

KHATTER A., WHITE L., PYKE J. & MCGRATH M. (2021), "Stakeholders' Influence on Environmental Sustainability in the Australian Hotel Industry", *Sustainability*, <https://doi.org/10.3390/SU13031351>

MAGOMBO A., ROGERSON C.M. & ROGERSON J.M. (2017), "Accommodation services for competitive tourism in Sub-Saharan Africa: Historical evidence from Malawi", in BIEGAŃSKA J. & SZYMAŃSKA, *Bulletin of Geography, Socio-economic Series*, 38, Toruń, Nicolaus Copernicus University, pp. 73-92, <http://dx.doi.org/10.1515/bog-2017-0035>

MASLE E. L., MERVELAY R., MUMME G., ROBERT T. & TAMISIER M. (2018), *L'offre hôtelière face aux nouvelles attentes de la clientèle affaires*, Licence professionnelle, Université Toulouse Jean Jaurès.

MATIKU S., ZUWARIMWE J. & TSHIPALA N. (2020), "Community-Driven Tourism Projects' Economic Contribution to Community Livelihoods—A Case of Makuleke Contractual Park Community Tourism Project", *Sustainability*, <https://doi.org/10.3390/su12198230>

MOGENET L. (1999), *Guide de la Guinée*, Éditions imprimerie Mission Catholique.

MTHA (2014), *Rapport sur l'Examen du secteur du tourisme guinéen*, Ministère du Tourisme, de l'Hôtellerie et de l'Artisanat.

MTHA (2019), *Stratégie Nationale de Développement Durable du Tourisme*, PNUD/UNWTO, <https://medd.gov.gn/file/2023/08/Strategie-nationale-de-developpement-durable-du-tourisme-.pdf>

NAUDE W. A. & SAAYMAN A. (2005), "Determinants of Tourist Arrivals in Africa : A Panel Data Regression Analysis", *Tourism Economics*, 11,3, pp. 365-391, <https://doi.org/10.5367/000000005774352962>

NGUYEN Q. H. (2021), "Impact of Investment in Tourism Infrastructure Development on Attracting International Visitors : A Nonlinear Panel ARDL Approach Using Vietnam's Data", *Economies*, <https://doi.org/10.3390/economies9030131>

NOUROU M. A. (2018), « La ruée des grandes marques hôtelières internationales sur l'Eldorado africain », *Agence Ecofin*, <https://www.agenceecofin.com/la-une-de-lhebdo/0510-60599-la-ruée-des-grandes-marques-hotelières-internationales-sur-l-eldorado-africain>

OMT (2000), *Plan stratégique pour le développement du tourisme*, Ministère du tourisme, de l'hôtellerie et de l'artisanat, Guinée.

OMT (2017), *Faits saillants du tourisme*, Organisation Mondiale du Tourisme, <https://www.eunwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284419050>

ONT (2023), *Guide Touristique 2023*, Office National du Tourisme.

ONU TOURISME. (2024), *Le tourisme international atteindra en 2024 les niveaux d'avant la pandémie*, <http://www.unwto.org/fr/news/le-tourisme-international-atteindra-en-2024-les-niveaux-davant-la-pandemie>

OUATTARA L. (2024), « Le Bilan à mi-parcours de "Sublime Côte d'Ivoire", stratégie touristique ivoirienne 2025 pour la relance du tourisme en Côte d'Ivoire », *Revue Baobab*.



PAPAKONSTANTINIDIS L. A. (2020), "Creation of a Model Hotel Classification System", *International Journal of Research in Tourism and Hospitality*, <https://doi.org/10.20431/2455-0043.0603005>

ROGERSON C. M. (2017), "The Economic Geography of South Africa's International Tourism Industry", *Acta universitatis danubius*, 13, 2, pp. 66-80.

ROGERSON J. M. (2014b), "Unpacking the growth of hotel chains in Africa : Enterprises and patterns", *Mediterranean Journal of Social Sciences*, 5, 14, pp. 135-146, <https://doi.org/10.5901/mjss.2014.v5n14p135>

SCHMITZ S. & DECROLY J.M. (2011), « Questionner le tourisme rural », *BISGLg*, 57, pp. 3-5.

SEETANAH B., DURBARRY R. & RAGODOO J. F. N. (2010), "Using the Panel Cointegration Approach to Analyse the Determinants of Tourism Demand in South Africa", *Tourism Economics*, 16, 3, pp. 715-729, <https://doi.org/10.5367/000000010792278437>

SERRA-CANTALLOPS A., PEÑA-MIRANDA D. D., RAMÓN-CARDONA J. & MARTORELL-CUNILL O. (2018), "Progress in Research on CSR and the Hotel Industry (2006-2015)", *Cornell Hospitality Quarterly*, 59, 1, pp. 15-38, <https://doi.org/10.1177/1938965517719267>

SHARPLEY R. (2000), "The influence of the accommodation sector on tourism development : Lessons from Cyprus", *International Journal of Hospitality Management*, 19, 3, pp. 275-293, [https://doi.org/10.1016/S0278-4319\(00\)00021-9](https://doi.org/10.1016/S0278-4319(00)00021-9)

SPECHT C. (2018), « L'Afrique, une nouvelle terre d'opportunités pour les enseignes hôtelières », *JeuneAfrique.com*, <https://www.jeuneafrique.com/576558/economie-entreprises/tribune-lafrique-une-nouvelle-terre-dopportunités-pour-les-enseignes-hotelières/>

STATISTA (2024), *Hotels-Africa*, Statista Market Insights, <https://www.statista.com/outlook/mmo/travel-tourism/hotels/africa>







TESSEMA G. A. & HAILE E. A. (2022), "Chapter 9: Urban tourism development in Africa: evidence from Addis Ababa, Ethiopia", in VAN DER BORG J. (ed.), *A Research Agenda for Urban Tourism*, Cheltenham, UK, Edward Elgar Publishing, pp. 177-200, <https://doi.org/10.4337/9781789907407.00016>


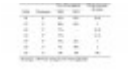







WATKINS M. (2011), *Le Livre blanc de la modernisation hôtelière et touristique*, Comité pour la modernisation de l'hôtellerie française, <https://www.coachomnium.com/wp-content/uploads/2015/08/livreblanc2011.pdf>

WU D. C., SONG H. & SHEN S. (2017), "New developments in tourism and hotel demand modeling and forecasting", *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 29, 1, pp. 507-529, <https://doi.org/10.1108/IJCHM-05-2015-0249>

ZHANG D., TU J., ZHOU L. & YU Z. (2020), "Higher tourism specialization, better hotel industry efficiency?", *International Journal of Hospitality Management*, 87, p. 102509, <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102509>

Table des illustrations

	Titre Figure 1. Facteurs déterminants de l'évolution du parc hôtelier et des flux touristiques.
	URL http://journals.openedition.org/belgeo/docannexe/image/83752/img-1.jpg
	Fichier image/jpeg, 42k
	Titre Figure 2. Schéma conceptuel.
	URL http://journals.openedition.org/belgeo/docannexe/image/83752/img-2.jpg
	Fichier image/jpeg, 105k
	Titre Tableau 1. Catégorisation des établissements enquêtés.
	URL http://journals.openedition.org/belgeo/docannexe/image/83752/img-3.jpg
	Fichier image/jpeg, 120k
	Titre Figure 3. Localisation des hôtels haut de gamme à Conakry.
	URL http://journals.openedition.org/belgeo/docannexe/image/83752/img-4.jpg
	Fichier image/jpeg, 255k
	Titre Tableau 2. Évolution de l'offre hôtelière en Guinée (2010-2018).
	Crédits Source : MTHA, 2019.
	URL http://journals.openedition.org/belgeo/docannexe/image/83752/img-5.jpg

	Fichier image/jpeg, 103k
	Titre Figure 4. Répartition des hôtels par nombre de chambres.
	URL http://journals.openedition.org/belgeo/docannexe/image/83752/img-6.jpg
	Fichier image/jpeg, 61k
	Titre Tableau 3. Indicateurs de performance.
	URL http://journals.openedition.org/belgeo/docannexe/image/83752/img-7.jpg
	Fichier image/jpeg, 100k
	Titre Figure 5. Facteurs explicatifs du taux d'occupation des établissements haut de gamme.
	URL http://journals.openedition.org/belgeo/docannexe/image/83752/img-8.jpg
	Fichier image/jpeg, 179k
	Titre Tableau 4. Classement des clients par origine.
	URL http://journals.openedition.org/belgeo/docannexe/image/83752/img-9.jpg
	Fichier image/jpeg, 95k
	Titre Figure 6. Effet de réseau communautaire dans la structuration de la demande.
	URL http://journals.openedition.org/belgeo/docannexe/image/83752/img-10.jpg
	Fichier image/jpeg, 96k
	Titre Tableau 5. Répartition des hôtels par type de motifs.
	URL http://journals.openedition.org/belgeo/docannexe/image/83752/img-11.jpg
	Fichier image/jpeg, 78k
	Titre Figure 7. Les services à forte demande dans les hôtels.
	URL http://journals.openedition.org/belgeo/docannexe/image/83752/img-12.jpg
	Fichier image/jpeg, 59k
	Titre Figure 8. Illustration de l'importance des services sollicités par motif de visite.
	URL http://journals.openedition.org/belgeo/docannexe/image/83752/img-13.jpg
	Fichier image/jpeg, 80k
	Titre Tableau 6. Croisement des motifs de visite et provenances.
	URL http://journals.openedition.org/belgeo/docannexe/image/83752/img-14.jpg
	Fichier image/jpeg, 84k

Pour citer cet article

Référence électronique

Mamoudou Kouyaté et Serge Schmitz, « Hôtellerie haut de gamme à Conakry : une croissance sans effet d'entraînement sur la demande touristique », *Belgeo* [En ligne], 1 | 2025, mis en ligne le 22 décembre 2025, consulté le 23 décembre 2025. URL : <http://journals.openedition.org/belgeo/83752>

Auteurs

Mamoudou Kouyaté

Enseignant à l'École Supérieure du Tourisme et de l'Hôtellerie de Conakry (ESTH), Guinée/
Département de Géographie, Laplec, UR-SPHERES, Université de Liège, Belgique
ORCID 0009-0003-4962-6776



mkouyate@uliege.be

Serge Schmitz

Professeur au Département de Géographie, Laboratoire pour l'Analyse des Lieux, des Paysages et des Campagnes Européennes (Laplec), UR-SPHERES, Université de Liège
ORCID 0000-0002-3412-818X
S.Schmitz@uliege.be

Articles du même auteur

Les coopératives au Maroc, entre bricolage et développement rural : le cas des regroupements de fromage de chèvre de Chefchaouen [Texte intégral]

Local cooperatives in Morocco, between bricolage and rural development : the case of goat cheese groups in Chefchaouen

Paru dans *Belgeo*, 1 | 2023

Michaël Pouzenc, Bernard Charlery de la Masselière (dir.), « Etudier les ruralités contemporaines » [Texte intégral]

Presses universitaires du Midi, Toulouse, 2020

Paru dans *Belgeo*, 2 | 2021

In Memoriam Ana Firmino (1954-2020) [Texte intégral]

Paru dans *Belgeo*, 2 | 2021

The Romanian white-collar immigrants in Brussels: a transnational community under construction [Texte intégral]

La migration des classes moyennes roumaines à Bruxelles : une communauté transnationale en construction

Paru dans *Belgeo*, 1 | 2021

Editorial: Sustainability of rural systems: balancing heritage and innovation [Texte intégral]

Paru dans *Belgeo*, 4 | 2016

L'image de marque des villes wallonnes [Texte intégral]

Image and Branding of Liege and Charleroi

Paru dans *Belgeo*, 1 | 2016

Tous les textes...

Droits d'auteur



Le texte seul est utilisable sous licence CC BY 4.0. Les autres éléments (illustrations, fichiers annexes importés) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

