

Les hôtels de montagne,

Nagi Morkos/Hodema avec Chloé Doumet et Nada Alameddine

Alors qu'une importante crise frappe le secteur de l'hôtellerie libanaise depuis plusieurs années, les établissements de montagne liés à des projets immobiliers ou à des domaines de ski tirent leur épingle du jeu. Hiver comme été, ces hôtels ont su maintenir leur activité malgré la disparition des visiteurs étrangers et la contrainte de la saisonnalité, commune à tous.



Photo Laqolouq

un marché à part

Sur 349 hôtels recensés au Liban par le ministère du Tourisme, 262 se trouvent en dehors de Beyrouth dont 38 à proximité des stations de ski. La grande majorité de ces établissements sont gérés en indépendants. Deux exceptions : l'InterContinental, présent depuis 1999, qui a été rejoint par un autre opérateur international, Warwick, à Ehden en 2016.

Parmi les enseignes les plus emblématiques du pays, on ne compte aucune fermeture. Bien au contraire, d'importants investissements témoignent d'un dynamisme certain. Ainsi le domaine de Zaarour a refait peau neuve pour 40 millions de dollars, le Mist Hotel and Spa by Warwick a ouvert à Ehden moyennant 27 millions de dollars et l'InterContinental Mzaar Lebanon Mountain Resort and Spa poursuit sa rénovation pour 5 millions de dollars.

LA MONTAGNE ÉPARGNÉE PAR LA CRISE DU TOURISME

Depuis 2011, l'aggravation des tensions sécuritaires et politiques a entraîné une chute continue du nombre de touristes et une crise du secteur hôtelier sans précédent depuis la fin de la guerre civile en 1990.

Pourtant, les établissements de montagne semblent relativement épargnés, car ils comptent avant tout sur une clientèle libanaise.

« Ces dernières années nous avons fonctionné avec environ 95 % de clients libanais contre seulement 5 % d'étrangers. En 2017, la part d'étrangers se rapproche des 10 %, mais cela reste marginal », explique Joost Komen, de l'InterContinental Mzaar Lebanon Mountain Resorts and Spa.

Si la clientèle locale compense en partie la baisse du tourisme, la situation a un effet pervers pour les hôteliers : les Libanais ne "montent" généralement au ski que le week-end, laissant les chambres vides durant la semaine.

« Notre activité d'hiver se résume en réalité à une trentaine de jours pleins avec lesquels il faut vivre toute une saison », dit Tony Saadé, propriétaire de l'hôtel Eleven et de l'auberge Montagnou à Kfardebiane.

Qui dit clientèle libanaise stable dit aussi besoin de se démarquer. Si certains hôteliers misent sur la rénovation, d'autres font le pari d'établissements de type "boutique hôtel" offrant au client une expérience personnalisée.

Grâce à la stabilisation de la situation politique fin 2016, les touristes reviennent cependant progressivement au Liban. Plusieurs hôteliers en ont déjà fait le constat en ce début d'année : les touristes "arabes" et quelques européens ont retrouvé le chemin des pistes.

LE LIBAN : PREMIÈRE DESTINATION DE SKI DE LA RÉGION

Si les hôtels de montagne marchent bien, c'est avant tout car le Liban est la première, voire la seule destination de ski de la région. Pour les voyageurs en provenance des pays arabes, la proximité géographique est un avantage, mais pas seulement.

« Il se peut qu'un voyage dans les Alpes coûte autant qu'une semaine au Liban, mais la clientèle arabe préfère venir chez nous, car ils sentent une proximité culturelle, notamment grâce à notre langue commune, et un sens du service particulier », explique Carole el-Murr, PDG du Domaine de Zaarour.

En plus des touristes arabes, le Liban sait aussi s'attirer une clientèle occidentale. « Les Européens y voient une destination de ski exotique. L'idée n'est pas tant la performance sportive que l'expérience en soi », constate Charbel Sabbagh, propriétaire de l'hôtel Urban à Faqra Kfardebiane.

Le pari du ski est pourtant risqué, car certaines années, la quantité de neige est

insuffisante pour soutenir l'activité des stations. Sabbagh se souvient de l'hiver 2013 : « La saison n'a duré que quelques jours, c'était un enfer. »

Et même quand la neige est au rendez-vous, il reste des obstacles. « Nous sommes tributaires des intempéries. Quand il y a de la neige et que l'hôtel est complet, il se peut que les clients ne parviennent pas jusqu'à nous car, au Liban, les infrastructures ne sont pas adaptées et la route est souvent bloquée. Résultat, nous sommes toujours dans l'incertitude », explique Tony Saadé.

DES OPPORTUNITÉS À SAISIR POUR LA PÉRIODE ESTIVALE

Pour les hôteliers de montagne, l'été est une saison tout aussi importante que celle du ski. « Nous recevons beaucoup de clients au mois d'août entre les mariages et la fête de la Vierge », dit Joost Komen.

Les différents établissements et professionnels du tourisme proposent des activités liées à la nature, comme des randonnées à pied ou à vélo, du quad, du parapente ou encore profitent des festivals organisés par les municipalités.

C'était notamment le cas l'été dernier à Ehden où le Mist Hotel and Spa by Warwick a pu compter sur la clientèle du Festival Ehdeniyat.

Toutefois, la plupart des hôteliers interrogés dans le cadre de cet article considèrent qu'il y a encore beaucoup de marge pour développer des activités estivales.

Au Domaine Laqlouq Village Vacances par exemple, on mise sur les familles et les groupes scolaires. « Chaque année, nous organisons un camp d'été pour les enfants où ils font toute une série d'activités sportives : du kayak, du rafting ou de la randonnée », explique Nour Saab, directrice générale du domaine. →

LE DÉFI DES SAISONS MORTES

La basse saison, que beaucoup d'hôteliers appellent aussi la « saison morte », revient deux fois par an. Elle se situe entre les mois d'avril-mai et d'octobre-novembre. Certains établissements choisissent de fermer durant cette période afin notamment d'effectuer des travaux de rénovation et de maintenance, comme le Montagnou et Eleven à Kfardebiane. Certains comme le Mist, l'InterContinental ou Terrebrune cherchent à se diversifier en proposant des tarifs préférentiels à des entreprises afin qu'elles organisent des séminaires ou des réunions de team building. D'autres établissements comme le Shangri La et le Nirvana à Laqlouq organisent des soirées et des événements à thème.

Dans le contexte particulier de la saisonnalité, la gestion du personnel est un défi. La plupart des hôteliers interrogés déclarent embaucher une partie de leur personnel en contrats fixes et d'autres de manière ponctuelle sur des contrats mensuels ou journaliers. Pour réduire les coûts, les hôteliers tentent d'embaucher localement.

« J'essaie d'embaucher un maximum de personnes originaires de Kfardebiane ou des alentours, car cela contribue à l'écosystème local et me permet d'amortir mes coûts dans la mesure où je n'ai pas besoin de leur offrir un logement », dit Charbel Sabbagh.

UNE DIMENSION IMMOBILIÈRE À NE PAS NÉGLIGER

Parmi les hôtels de montagne, certains font partie de grands domaines dont le modèle économique repose sur la vente de terrains et de chalets. Dans ce cas, l'hôtel sert de produit d'appel. « C'est une manière de promouvoir les biens immobiliers à vendre. Au sein du domaine, l'hôtel est un centre d'attraction. Les clients s'y rencontrent, y séjournent, puis se décident à acheter ou non », dit Carole el-Murr, où une quarantaine de chalets d'une valeur comprise entre 140 000 et 200 000 dollars sont à vendre. Selon Carole el-Murr, la moitié ont déjà trouvé acquéreur.

Autre hôtel symbolique de ce modèle de valorisation foncière d'un domaine de montagne : L'Auberge de Faqra détenu par le groupe Hôtellerie Faqra. Situé au centre d'un terrain de plus de 250 hectares et détenu par une compagnie sœur, Solipro. L'établissement sert de vitrine à l'ensemble du domaine. « Les activités de l'hôtel et ses services attirent les acheteurs », explique Roger Kobrosy, directeur général de l'Auberge de Faqra. Et la stratégie semble bien fonctionner : à l'ouverture de l'hôtel en 1978, cette partie de la montagne ne comptait qu'une vingtaine de résidents contre plus de 400 aujourd'hui. ■

La restauration, un plus pour les hôteliers de montagne

Dans certains cas, la présence d'un restaurant emblématique motive l'ouverture d'un hôtel. C'est le cas par exemple des établissements Chez Michel, qui précède le Montagnou ou bien du Montagnou. A contrario des restaurants d'hôtel en ville, les restaurants de montagne peuvent ainsi être des moteurs pour la croissance de l'activité hôtelière. Quand ils ne le sont pas directement, ils participent à l'image de marque de l'établissement comme dans le cas du restaurant Le Refuge à l'InterContinental Mzaar.

Nombre d'hôtels à proximité des stations de ski

Région	Nb. d'hôtels
Kfardebiane	10
Ehden	9
Bécharré/Les Cèdres	16
Zaarour	1
Laqlouq	2

Source : ministère du Tourisme.

InterContinental Mzaar Lebanon Mountain Resort and Spa

Joost Komen, directeur général

Comment débute l'année 2017 par rapport à l'année 2016 ?

Pour le moment c'est un excellent début d'année, nos taux d'occupation sont très encourageants. Avec l'ouverture des pistes début décembre, on a senti une vraie différence au moment des fêtes de Noël et du Nouvel An. D'autres facteurs ont aussi joué comme le retour à une relative stabilité politique. Pour la première fois depuis deux ou trois ans, on a vu des touristes saoudiens ou koweïtiens revenir chez nous.

Avez-vous été affectés par la crise du tourisme ?

Finalement assez peu, car pour nous la clientèle locale est largement dominante. Durant le week-end, nous recevons des Libanais qui viennent pour la plupart de Beyrouth et, durant la semaine, notre stratégie consiste à attirer une clientèle d'entreprise, pour des événements.

Pensez-vous que le Liban soit toujours une destination de ski privilégiée ?

Oui certainement, nous avons beaucoup de clients qui, pour le même prix, préfèrent rester au Liban plutôt que de se rendre en Europe.

La stabilité de votre clientèle vous donne-t-elle confiance, avez-vous des projets d'investissements ?

Oui, nous devons maintenir notre standard et rester dans l'air du temps. C'est pour cela que nous sommes en train de rénover l'ensemble des chambres et des parties communes de l'hôtel pour un budget total de 5 millions de dollars. Nous refaisons tout du sol au plafond en passant par les salles de bains et les cuisines de nos restaurants... Les travaux ont débuté en 2016, la moitié des chambres sont terminées et nous allons continuer en 2017 avec le reste de l'hébergement et le lobby. →



Ouvert en 1999

140 chambres et suites

Prix moyen par nuitée : haute saison 320-1 250 dollars – basse saison : 160-750 dollars

Restaurant : oui

Piscine : oui

Hotels Eleven et Le Montagnou à Kafirdebiane

Tony Saadé, copropriétaire

Comment débute l'année 2017 par rapport à l'année 2016 ?

Jusqu'à présent, il s'agit de la meilleure année depuis presque dix ans, car nous avons eu de la neige avant Noël.

En 2017, nous allons battre des records. Je prévois un taux d'occupation moyen à environ 70 % contre 50 % en 2016 et 30 % en 2015 où il n'y avait quasiment pas de neige. L'année dernière était mitigée, l'hiver a eu du mal à démarrer, mais nous avons compensé avec un très bon mois d'août.

Comment êtes-vous affecté par la crise du tourisme ?

Notre clientèle évolue. Depuis 2010 déjà, les touristes arabes et européens ont diminué. Mais les difficultés ont vraiment commencé à partir de 2012-2013. Cela

nous a poussés à concentrer notre activité sur la clientèle libanaise, qui est essentiellement une clientèle de week-end. Cette année les étrangers reviennent un peu, ce qui nous permet de mieux travailler durant la semaine.

Avez-vous des projets pour diversifier ou développer vos activités ?

La clientèle libanaise aime les nouveautés, donc cette année nous avons décidé de chauffer la piscine du Montagnou et de l'ouvrir durant la journée pour que les gens puissent se baigner entourés par la neige. Pour compléter l'expérience, nous avons ajouté un bar en glace où nous leur servons de la vodka avant et après la baignade. C'est aussi une façon d'attirer les clients qui viennent à la montagne, mais ne souhaitent pas skier. ■

Hotel Urban à Faqra Kfardebiane

Charbel Sabbagh, propriétaire

Comment débute l'année 2017 par rapport à l'année 2016 ?

C'est vraiment une très bonne année ! Grâce à la neige, la saison de ski a commencé mi-décembre, donc un mois plus tôt que l'an passé, et le reste de la saison s'annonce prometteur, d'autant que la clientèle étrangère commence à revenir au Liban. Pour 2017, je prévois un chiffre d'affaires trois fois supérieur à celui de 2016.

Avez-vous été affectés par la crise du tourisme ?

La crise nous touche, mais nous ne travaillons jamais à perte, car la clientèle libanaise continue d'affluer le week-end. Concernant les touristes, ils viennent essentiellement des pays arabes, y compris lorsqu'il s'agit d'Occidentaux travaillant dans le Golfe. Notre clientèle cible est plutôt occidentale, les touristes arabes

préférant se rendre dans de grands établissements étoilés. Ces deux dernières années, on peut dire que l'activité touristique a été très calme, mais on sent une reprise, notamment en semaine.

Pensez-vous à développer vos activités en diversifiant votre offre ?

Nous en sommes encore à nos débuts, mais nous avons lancé un bar-restaurant, Odin, cette année. Il s'agit d'un espace modulable écolo fait en conteneurs industriels sur un grand terrain. L'idée était d'offrir quelque chose de nouveau au pied des pistes et, en été, un espace où l'on peut organiser des événements et des concerts en plein air. Nous sentons que durant la saison estivale, les gens apprécient les activités d'extérieur. Pour le moment, l'offre est assez limitée, mais il y a un vrai potentiel pour développer de nouveaux concepts. ■



Eleven

Ouvert en 2007

Nombre de chambres : 11 dont 7 suites

Tarif moyen : 220-480 dollars

Restaurant : oui

Piscine : non

Le Montagnou

Ouvert en 2008

Nombre de chambres : 9

Tarif moyen : 220 dollars

Restaurant : oui

Piscine : oui



Ouvert en 2012

8 chambres (6 suites et 2 junior suites)

Prix à la nuitée : haute saison 250-350 dollars – basse saison 150-250 dollars

Restaurant : oui

Piscine : non

L'Auberge de Faqra à Kfardebiane

Roger Korbrosy, directeur général

Quelle est votre appréciation de l'année 2016 par rapport à l'année 2017 ?

Janvier est clairement meilleur que l'année dernière. Le taux d'occupation a augmenté de 20 à 25 %, principalement grâce aux chutes de neige précoces. Le mois de février pour autant ressemble à celui de l'an dernier. Globalement, nous avons un taux d'occupation de 100 % les week-ends grâce à la clientèle libanaise et autour de 30 à 40 % durant la semaine.

Comment maintenez-vous l'attractivité de votre hôtel, alors que beaucoup de vos clients sont aujourd'hui devenus résidents du domaine de Faqra ?

L'Auberge de Faqra est la vitrine du domaine. Sans cet établissement, avoir une maison ici reviendrait au même que d'avoir une maison n'importe où ailleurs. L'hôtel dispose d'une longue liste de services comme la piscine, les cours de tennis, les manèges d'équitation et le restaurant qui sont un plus pour les résidents comme pour les clients de passage. De plus,



nous organisons des événements tout au long de l'année comme des colonies de vacances ou des compétitions sportives qui maintiennent l'attractivité de l'hôtel et attirent une nouvelle clientèle. Le sentiment de sécurité qu'apporte l'hôtel est aussi un élément très important. Nous avons une équipe de 24 personnes 24h/24, 7 jours/7 qui assure la sécurité. ■

Ouvert en 1978
50 chambres, suites et chalets
Prix moyen par nuitée :
265 dollars le week-end
et 180 dollars la semaine
Restaurant : oui
Piscine : oui

Hotel Terrebrune à Faqra Kfardebiane

Michel Ayoub, propriétaire

Comment débute l'année 2017 par rapport à l'année 2016 ?

Ce ne sont que des prévisions, mais nous sommes optimistes. Grâce à une baisse des tensions politiques et d'importantes chutes de neige, la saison d'hiver 2017 démarre bien, alors qu'en comparaison, l'année passée était très moyenne.

Nous avons un taux d'occupation d'environ 35 %, tandis que nous démarrons plutôt autour de 45 %.

Avez-vous été affectés par la crise du tourisme ?

La majorité de nos visiteurs étrangers vient des pays arabes, donc la récente crise nous a beaucoup touchés à tel point que, par moments, nous avons perdu jusqu'à 25 % de notre clientèle.

Mais la majorité de nos réservations provient des Libanais dont le profil est très variable. Il faut donc relativiser l'impact de cette crise.

Comment gérez-vous la saison basse ?

En hiver, la neige fait le travail pour nous. En été, nous avons la montagne et la piscine. Mais entre les deux saisons, notre activité baisse fortement.

À défaut de pouvoir compter sur le pouvoir d'attraction de la nature, nous nous positionnons comme une destination pour les événements d'entreprise, avec des packages et des tarifs préférentiels sur les chambres et sur la restauration dans l'idée de faire venir des groupes. De plus, nous disposons des restaurants Chez Michel et Les Caves, ce qui nous permet de créer des synergies positives entre ces établissements et l'hôtel. ■ →



Ouvert en 2005
42 chambres
Prix moyen à la nuitée (chambre de luxe) : haute saison 275 dollars – basse saison 170 dollars
Restaurant : oui
Piscine : oui

Hotel Cedrus aux Cèdres Mansour Rahmé, propriétaire

Comment débute l'année 2017 par rapport à l'année 2016 ?

Jusqu'à présent les deux sont des années moyennes malgré des chutes de neige plus importantes ces derniers mois. Nos clients viennent principalement le week-end. Nous avons des taux d'occupation autour de 50-60 % le vendredi soir et nous sommes complets le samedi soir. Le reste du temps nous n'avons que quelques chambres occupées.

Comment gérez-vous la saisonnalité ?

C'est simple, s'il n'y a pas de neige, les clients ne viennent pas. En été, l'activité est bonne en août et septembre. Durant les saisons mortes, nous misons sur une clientèle d'entreprise, en particulier les groupes pharmaceutiques, pour des conférences et des séminaires. Contrairement à d'autres,

nous avons fait le choix de rester ouverts sans interruption. C'est une question d'image, mais aussi un engagement envers nos employés que nous maintenons à l'année.

Avez-vous des investissements prévus ?

Pour maintenir l'hôtel il faut investir chaque année dans de petits travaux de rénovation, mais pour ce qui est des grands projets, même si j'en ai plusieurs en tête, je préfère attendre de voir si la situation politico-économique du pays se stabilise. Actuellement, la grande majorité de notre clientèle est libanaise, mais il y a encore quatre ans, nous avions aussi des touristes européens, surtout des français et des italiens qui venaient visiter la vallée de la Qadischa. ■



Ouvert en 2006

Nombre de chambres : 27

Tarif moyen par nuitée :
de 150 à 550 dollars

Restaurant : oui

Piscine : non

Mist Hotel and Spa by Warwick à Ehdén Antoine Yammine, copropriétaire

Comment se passent vos débuts ?

Malgré quelques défis opérationnels cet été, nous avons bien débuté et actuellement notre première saison d'hiver se déroule bien. Lors des week-ends nous atteignons 65 à 70 % d'occupation et les jours de fêtes, comme la Saint-Valentin par exemple, nous sommes complets.

Quelle est votre clientèle ?

L'hiver, elle est essentiellement libanaise, peu d'étrangers viennent dans le nord du Liban. Nous recevons donc de jeunes couples qui souhaitent passer un moment de détente loin de la ville et des gens de la région qui n'ont pas envie d'ouvrir leurs maisons et de réunir toute la famille pour juste quelques jours. L'été en revanche, Ehdén s'anime vraiment. Il y a beaucoup d'activités en plein air et des festivals qui nous apportent une clientèle plus diverse. Nous misons aussi beaucoup sur la restaura-

tion. À l'été 2017, nous aurons cinq bars et restaurants dont Barbu, qui offre de la cuisine internationale, et Taj Ehdén, un libanais.

Considérez-vous Ehdén comme une véritable destination de ski ?

Pas encore. Les hôtels qui existaient à Ehdén avant notre ouverture étaient plutôt des établissements d'été, ils étaient assez mal chauffés et ne proposaient pas d'activités d'hiver. Aujourd'hui, notre clientèle d'hiver vient pour passer un week-end à la montagne et des soirées autour de la cheminée plutôt que pour aller skier, mais nous souhaitons changer cela. Actuellement, il faut environ 25 minutes pour rejoindre les pistes, mais nous travaillons à ouvrir une route plus rapide qui nous positionnera à 15 minutes des Cèdres. À ce moment-là nous aurons des navettes qui feront l'aller-retour, nous vendrons des activités et des forfaits de ski depuis l'hôtel. ■



Ouvert en 2016

51 chambres et 25 chalets

Prix moyen par nuitée : haute saison 250-300 dollars – basse saison 170 dollars

Restaurant : oui

Piscine : oui

Hôtels Shangri La et Nirvana à Laqlouq

Nour Saab, propriétaire gérante

Vos hôtels sont ouverts depuis des décennies, comment avez-vous maintenu la qualité de l'offre ?

Nous faisons régulièrement des travaux de rénovation. Le Shangri La a été rénové il y a quatre ans, tandis que nous venons de terminer à l'été 2016 les travaux du Nirvana. Le Shangri La conserve une ambiance de grande maison traditionnelle et chaleureuse, tandis que le Nirvana a une touche plus moderne. Nous avons aussi une dizaine de chalets et une partie de nos chambres peuvent se louer pour de relativement longs séjours, une semaine ou plus.

Comment débute l'année 2017 par rapport à l'année 2016 ?

C'est une année parfaite, la crise du tourisme ne nous affecte que très peu, car notre clientèle est essentiellement libanaise et

familiale. Nous tablons à la fois sur ceux qui habitent ici et sur les expatriés. Durant la semaine, nous compensons la baisse de l'activité par des groupes scolaires. Pour 2017, nous prévoyons des taux d'occupation autour de 65-70 %.

Comment gérez-vous les saisons dites mortes ?

Depuis 2015, nous avons lancé une nouvelle stratégie qui consiste à insuffler un esprit jeune et à rendre notre domaine attrayant grâce à des événements à thème. Nous sommes connus pour nos déjeuners pique-nique, nos soirées fondues et nos fêtes. Pour Halloween ou la Sainte-Barbe nous avons plus de monde qu'au Nouvel An ! À côté de cela, nous baissons parfois nos tarifs jusqu'à 50 % sur les mois de avril, mai, octobre et novembre. ☑

Grand Chalet Zaarour

Carole el-Murr, PDG du domaine de Zaarour

Pourquoi avoir ouvert le Grand Chalet ?

L'ouverture du Grand Chalet fait partie du projet de réhabilitation de l'ensemble du domaine de Zaarour. Moyennant un investissement d'environ 40 millions de dollars, nous avons rénové à la fois les pistes, le lac artificiel et les établissements alentour. Dans ce cadre, il était essentiel que le domaine de Zaarour ait un hôtel, c'est pourquoi nous avons développé 16 hébergements dans un bâtiment préexistant.

Comptez-vous rester sur un modèle de type "boutique hôtel" ?

Nous avons déjà beaucoup investi, donc pour le moment nous attendons de voir si la situation économique du pays se stabilise. Le Grand Chalet est une version test de l'hôtel que nous souhaiterions développer. Si les choses se passent bien, l'établissement a vocation à s'agrandir avec une extension et des bungalows privés.

Comment se passent vos débuts ?

Les choses vont bien, la saison a commencé mi-décembre et nous sommes complets les week-ends jusqu'à la mi-mars. Notre clientèle est diversifiée, nous avons à la fois des Libanais, des membres de la diaspora et des touristes arabes qui reviennent progressivement au Liban. On n'attend plus que les Européens !

Comment prévoyez-vous la saison d'été ?

Nous avons préparé plusieurs activités comme des randonnées, du vélo en haut des pistes ou des parcours de tyrolienne pour inciter la clientèle à venir à la montagne du printemps à l'automne. Il y a aussi le lac où les gens peuvent venir se promener, faire de la barque et où nous organisons des festivals. Au sein de l'hôtel, nous avons plusieurs piscines, un spa ou encore des cours de tennis. ☑



Shangri La

Ouvert dans les années 1950

Nombre de chambres : 20

Tarif par nuitée : 135-270 dollars

Restaurant : oui

Nirvana Hôtel

Ouvert dans les années 1960

Nombre de chambres : 25

Tarif moyen par nuitée : 135-270 dollars

Restaurant : oui

Piscine : oui



Ouvert en 2016

Nombre de chambres : 16 suites

Prix moyen par nuitée : de 250 à 400 dollars

Restaurant : oui

Piscine : oui