

SUJET TROPHÉE C.D.R.E 2020

L'HIVERNAGE MARRAKECH RESORT 5*

UNE VÉRITABLE OASIS AU CŒUR DU QUARTIER DE L'HIVERNAGE

L'Hivernage Marrakech, Resort 5*, est situé à 2 heures d'avion des principales capitales européennes. Non loin de l'effervescente Médina chargée d'histoire, dans le quartier résidentiel de l'Hivernage et le silence d'un écrin de verdure, le Resort concilie proximité avec le cœur battant de la ville et la sérénité d'un cadre privilégié.

VOTRE MISSION :

En tant que Directeur d'exploitation de L'Hivernage Marrakech Resort 5*, établissement de 90 chambres et suites, qui est le 4^{ème} établissement de ce groupe marocain privé après ceux d'Agadir, Casablanca, Rabat, vous avez la charge de présenter à votre Direction Générale un dossier sur l'optimisation de l'activité au cours des périodes creuses. Ceci tout en permettant de développer les ambitions du groupe dont la stratégie est la suivante :

- Offrir des prestations très haut de gamme : Service personnalisé, grands espaces, décor raffiné, etc. ;
- Développer l'activité de l'établissement tout au long de l'année et sortir du « rythme périodes fortes et creuses »
- Offrir une expérience client basée sur la « quiétude », « le repos », dans un cadre raffiné ;
- Proposer une restauration « moderne » et « traditionnelle » dont la thématique est l'invitation au voyage ;

Fiche technique

90 chambres et suites

40 Chambres standard de 35 m² vue ville et vue piscine

40 Chambres de luxe

5 Suites vue Atlas 75 m²

5 Suites de luxe coin piscine 85 m² et majordome à la demande

PM # : 370 € TTC (*fourchette de 110 à 450 €*)

TO : 63%

Provenance clientèle

30 % UMA

25% France

20 % GB

15 % Divers Espagne / Italie

10 % Suisse

Un espace restauration de 80 places assises et une terrasse extérieure

PM : 25/35 € TTC HB

Un restaurant traditionnel de 80 places assises ouvert le soir uniquement

PM : 30/50 € TTC HB

Un room service H 24

PM : 25/40 € TTC HB

Une restauration près de la piscine, ouvert de 10h00 à 22h30

PM : 20/25 € TTC HB

Un bar près de la piscine ouvert de 10h00 à 22h30

Un bar à cocktail dans l'hôtel ouvert de 08h00 à minuit.

Un service de Majordomes

Un Spa Oriental et ses produits (*piscine intérieure chauffée, jacuzzi, sauna, hammam, salle de fitness, etc.*),

Une piscine extérieure

Une Discothèque, un Théâtre et un Casino à proximité dans le resort

Un parking gratuit

DOSSIER 1

Commercial

1. Définir le positionnement stratégique et commercial en périodes creuses :
 - a. Vous définissez la politique générale à mettre en place pendant les périodes creuses de l'année. Vous tenez compte de politiques aériennes Low-cost pour proposer une politique "périodes creuses" permettant cohabitation avec l'habituelle clientèle luxe.

DOSSIER 2

Hébergement

1. Vous déterminez les périodes creuses et la politique hébergement :
 - a. Vous proposez une politique tarifaire cohérente et les produits adéquats attendus (*aménités et toute autre attention spécifique*)
 - b. Vous expliquez comment faire cohabiter une clientèle de luxe avec vos "clients périodes creuses"
 - c. Vous proposez 2 packages
 - d. Vous établissez un budget prévisionnel de la partie hébergement

DOSSIER 3

Restauration

1. Vous définissez simplement les concepts restaurations.
2. Vous élaborez une stratégie produit et sa stratégie tarifaire, au cours de ces périodes creuses.
3. Vous imaginez un parcours client qui fait cohabiter luxe et 'autre segment :
 - a. Vous proposez 3 fiches techniques
 - b. Vous établissez un prévisionnel CA de la restauration

DOSSIER 4

Ressources Humaines / RSE

1. Vous déterminez votre masse salariale et définissez les départements impactés par l'élaboration de cette nouvelle politique :
 - a. Dans un respect d'équité professionnelle, vous mettez en place des solutions réalistes qui permettraient ainsi de recruter votre personnel
2. Vous initiez dans une démarche éco-responsable la préservation d'une réserve rare « l'eau » en y associant l'ensemble des acteurs, votre personnel et vos clients.

CONCLUSION

1. Quels seraient les avantages et inconvénients concurrentiels de votre nouvelle stratégie ?