



Fairmont



Fairmont Le Manoir Richelieu

2 février 2010



Mission Fairmont

*Transformer de simples
moments en souvenirs
inoubliables pour nos clients*



Valeurs Fairmont

- *Respect*
- *Intégrité*
- *Travail d'équipe*
- *Autonomie*



Identité de la Marque

- *Présence sans égal*
- *Cachet local authentique*
- *Service attachant*



Essentiels de service

*Nos standards, normes de services
(mécanique)*

Promesse de service

Émotion



4 piliers (mesure)

1. *Sondage d'engagement employés*
2. *Profits d'opération \$*
3. *Service à la clientèle (JD Power)*
4. *RevPar index (pénétration du marché)*

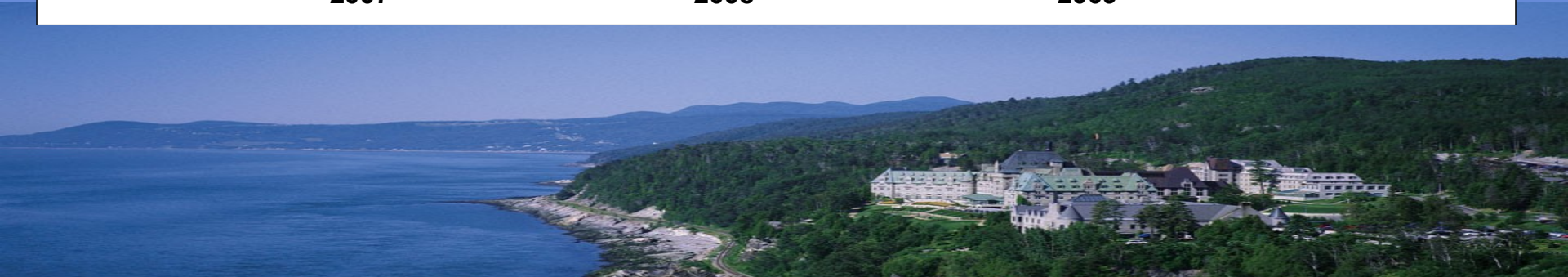
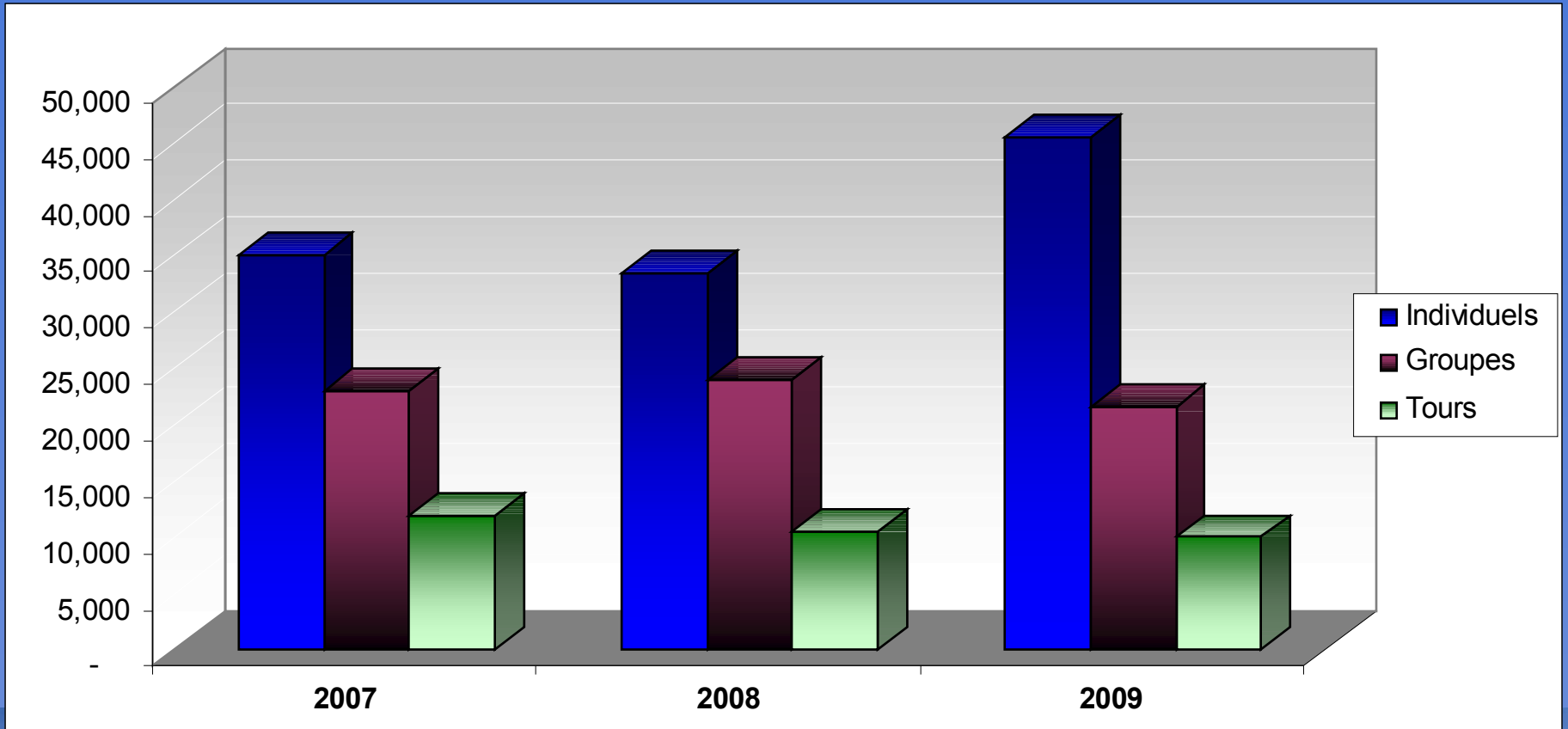


Qu'est-ce que Le Manoir ?

- *405 chambres – 147,825 nuitées disponibles annuellement*
- *516 collègues; 13M de masse salariale*
- *4 syndicats*
- *25 millions de revenus annuellement*
- *Programme d'investissement capital annuel de 5% des revenus totaux*
- *Budget Ventes et Marketing: 1.9M*
- *Dépenses énergie: 1.7M*
- *Taxes foncières + scolaires : +1M*



Segmentation Manoir



Attraits du Manoir

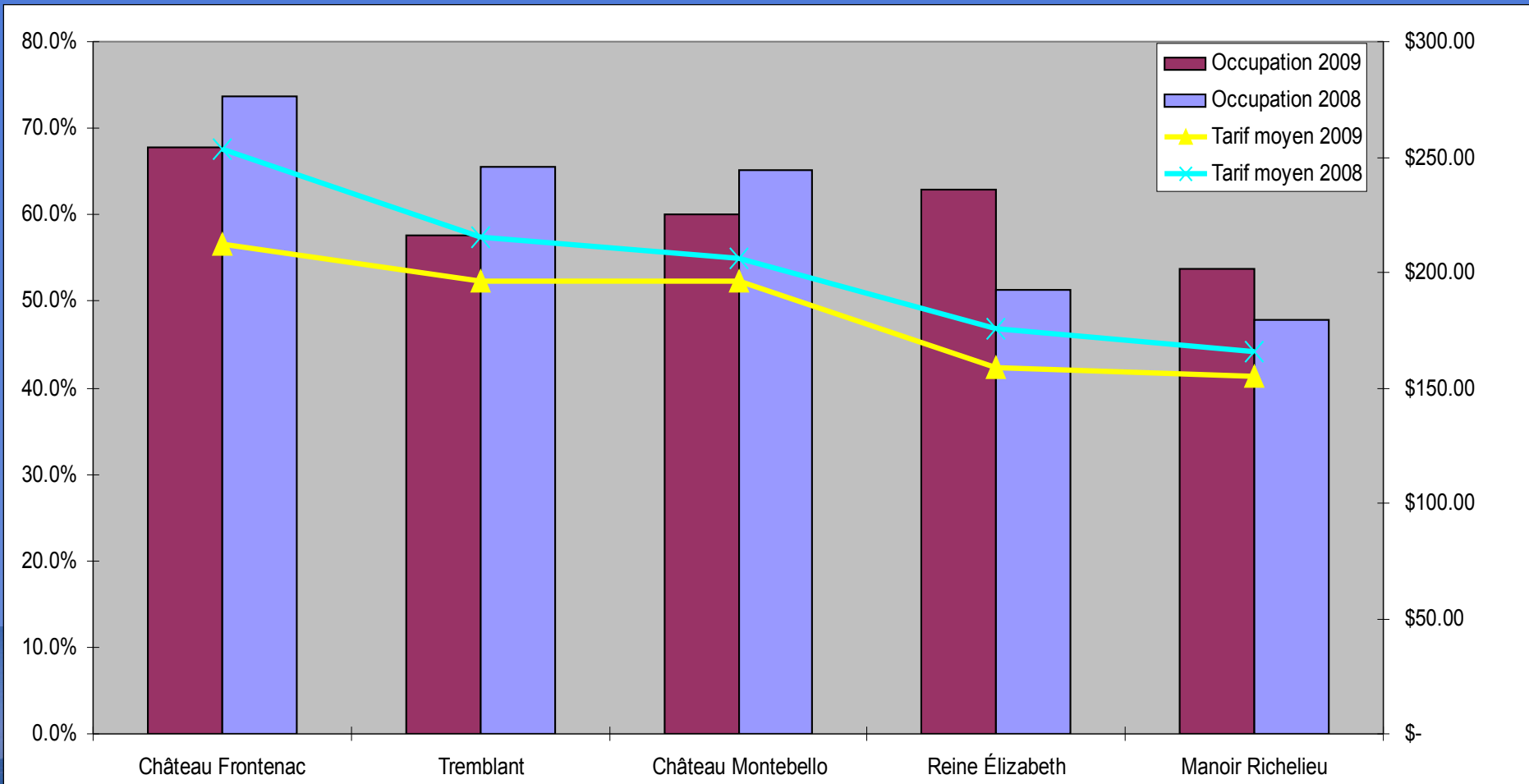
- Emplacement: au coeur de la région de Charlevoix, surplombant le fleuve St-Laurent
- Golf: 27 trous
- Casino
- Spa
- 3 piscines, bain vapeur, bains tourbillon (4 saisons)
- Mascotte: Perle
- 4 restaurants de thématique différente
- Navette éco-équestre gratuite
- Sentiers de marche
- Tennis
- Patinoires (zambonie)
- Ballade à la vitesse de la lumière
- Observatoire astronomique (à venir)
- Et plus à venir...



Les chiffres...

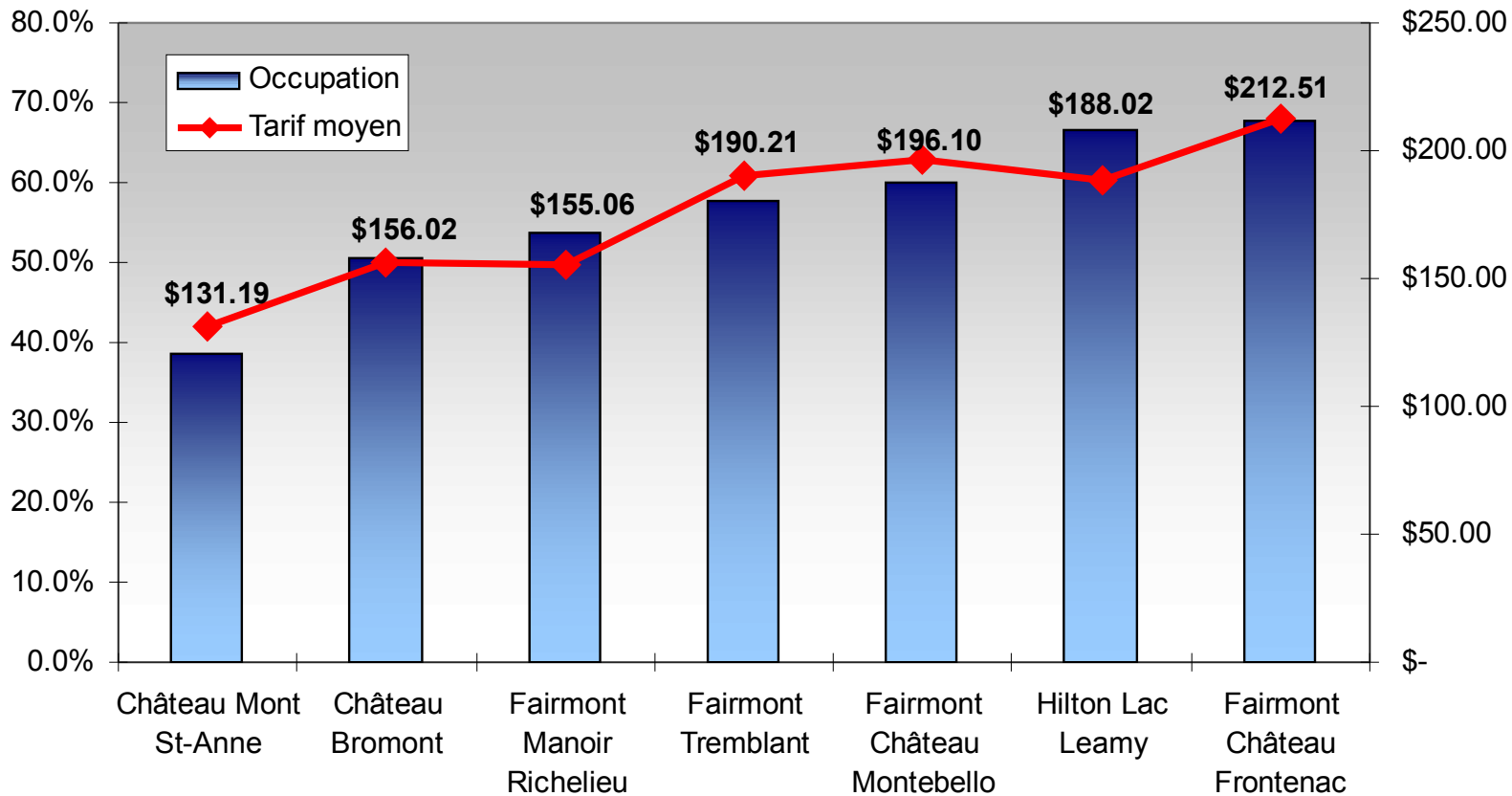


Performance Hôtels Fairmont du Québec 2008-2009

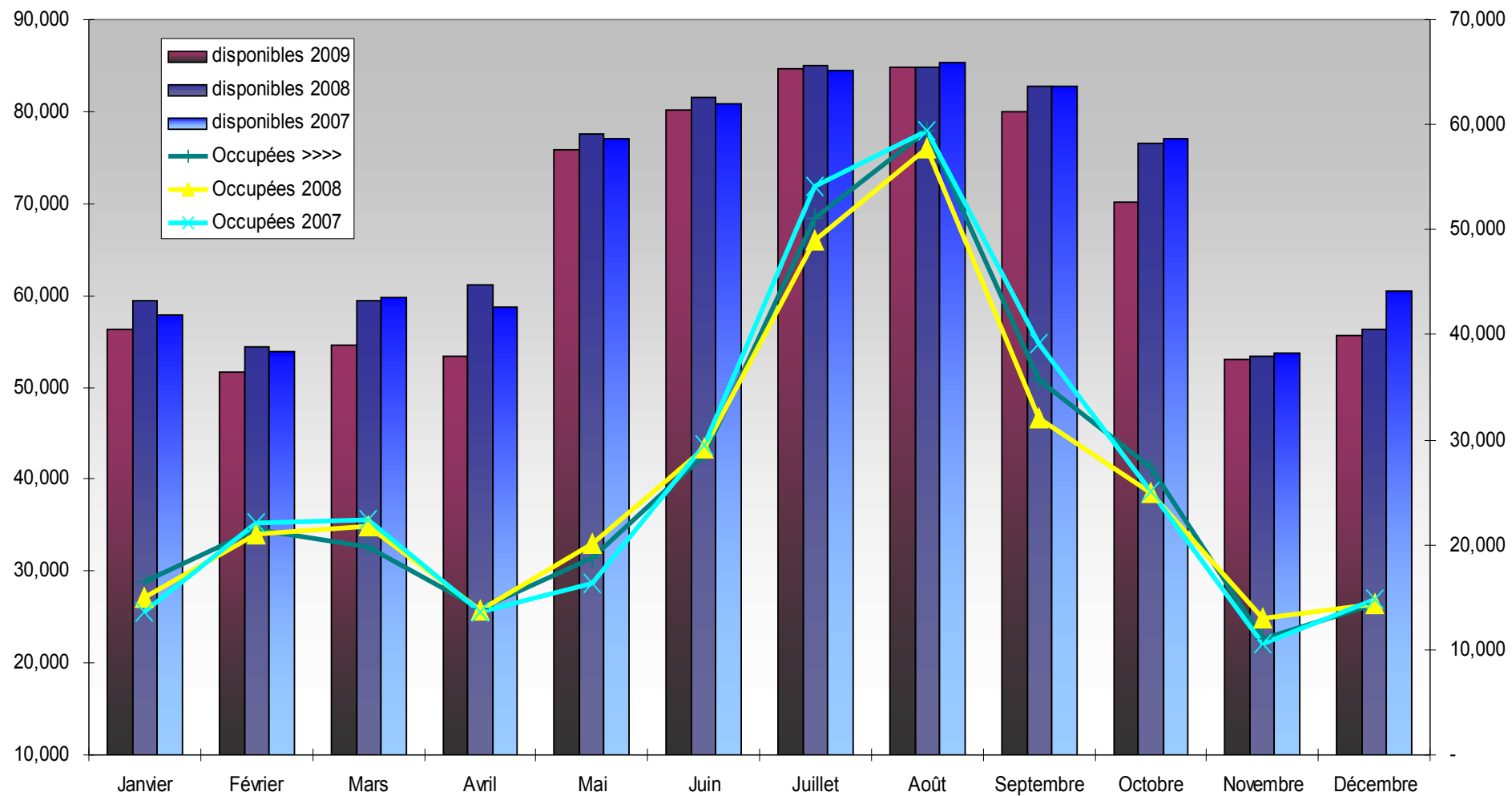


Marché de référence

Marché référence Année 2009



Parc hôtelier de Charlevoix 2007 à 2009



Conclusion

*La clef c'est d'être déterminé à
s'améliorer, en investissant, en innovant,
en revisitant notre service...
et de ne pas se satisfaire de ce que nous
sommes aujourd'hui.*

