

# welcome & stay

LE MAGAZINE DES PROFESSIONNELS  
DE L'HÔTELLERIE ET DE LA RESTAURATION  
NUMÉRO 1 | 2019



## L'expérimentation Cuisine étoilée vegan dans la serre

Lorsque une idée folle rencontre l'air du temps, elle se transforme en aimant. Les événements de l'initiative Experimental Gastronomy séduisent par leur concept insolite où l'art abolit la culture gastronomique telle qu'on la connaît – lire à partir de la page 8.

## welcome & stay



Chère lectrice, cher lecteur,

Sortir des sentiers battus demande du courage, mais offre également de nouvelles opportunités. Pour créer de véritables innovations, il faut oser expérimenter et être prêt à soutenir des idées nouvelles – voire fantaisistes. Une entreprise risquée, mais avec une bonne dose de persévérance, on peut envisager un succès potentiellement éclatant.

L'initiative Experimental Gastronomy qui est en train de conquérir le marché avec des événements vegan artistiquement exigeants, prouve que des idées fantaisistes peuvent fonctionner (voir page 8). Dans l'Ahrntal, Tyrol du Sud, on sait aussi ce que veut dire partir à l'aventure. Et le succès remporté par le concept ne fait qu'attiser la créativité de la famille d'hôteliers Steger (pour en savoir plus, voir page 16).

Chez Miele aussi, nous aimons expérimenter : notre service de gestion des innovations mène des recherches intensives pour trouver les solutions technologiques de demain. Vous comprendrez dans les pages suivantes ce que veut dire progresser, comment gérer une culture expérimentale et comment rentabiliser les expériences réalisées. Bonne lecture !

**René Hofmann**

Head of Marketing

Miele Professional, Miele Suisse SA





“Il n’y a rien d’impossible  
qui ne vaille la peine  
d’être expérimenté.”

Marion Gitzel



## Mentions légales

### Miele S.A.

Sous-Rietze 23  
1023 Crissier  
www.miele.ch/professional  
Téléphone : 056 417 27 51  
E-mail : professional@miele.ch

### Gestion de projet (responsable du contenu des informations fournies) :

Astrid Herwig, Nadja Lüdke

### Réalisation :

gambit marketing & communication  
www.gambit-do.de

### Impression :

Bösmann Medien und Druck  
GmbH & Co. KG, Detmold

### Crédits photos :

Titre/verso, p. 3 en bas à droite, p. 8–11,  
p. 19 en haut © Kathrin Koschitzki pour steinbeisser.org  
P. 2, p. 3 milieu gauche, p. 14/15, p. 18 milieu © Miele  
P. 3 en bas, p. 19 steinbeisser.org  
P. 3 en haut à gauche, p. 4–7 © Hôtel Liberty  
P. 12 en haut © gee-ly, Zürich und Fraunhofer IAO,  
Design : LAVA, p. 13 en haut © Fraunhofer IAO  
P. 12/13 en bas : © KLAFS  
P. 16/17 © AMONTI & LUNARIS Wellnessresort  
P. 18 en haut © Un Attimo Photographie/Emanuel Kaser  
P. 18 en bas © iStockphoto/tumsasedgars  
P. 19 en bas © iStockphoto/lucky336



## Sommaire

### 04 \_ stay true

Le Liberty : de l'établissement pénitentiaire à l'hôtel design

### 08 \_ stay extravagant

Experimental Gastronomy : la cuisine étoilée rencontre l'art

### 12 \_ stay inventive

Recherches pour l'hôtel du futur

### 14 \_ stay resourceful

Progressif : la gestion des innovations Miele

### 16 \_ stay adventurous

Ambiance de nouveau départ à l'hôtel  
Amonti & Lunaris

### 18 \_ stay informed

Actualités et conseils pour un accueil soigné

De l'établissement pénitentiaire à l'hôtel design :  
la métamorphose du Liberty d'Offenburg

# La force de l'imagination est récompensée

Que ce soit dans les magazines, les blogs ou sur Instagram – impossible d'éviter le Liberty d'Offenburg. Cet hôtel qui a élu domicile dans l'ancien établissement pénitentiaire de la ville, suscite toujours autant d'intérêt un an après son ouverture. L'audace d'installer un hôtel design dans une ancienne prison a fait ses preuves.

Les propriétaires, les frères Funk, et leur équipe y ont longtemps travaillé. Trouver un dénominateur commun avec l'administration des monuments historiques pour les travaux de rénovation n'a pas toujours été simple, selon Heiko Hankel, directeur général de la société d'exploitation Liberty depuis janvier 2018. "En effet, nous voulions conserver l'ancien tout y en intégrant la modernité afin d'obtenir un standard élevé." Les fenêtres opaques et étroites des cellules, par exemple, ne faisaient déjà pas le bonheur des détenus il y a cent ans – elles feraient encore moins celui des clients du 21<sup>e</sup> siècle. Par conséquent, afin de trouver un compromis acceptable tant pour l'hôtel que pour les monuments historiques, les deux parties ont dû reconsidérer le tout, transformant fréquemment le fonctionnel en élément de design.

De nouvelles grandes fenêtres panoramiques ont donc été installées, mais les grilles d'origine ont été conservées à certains endroits appropriés, à des fins de décoration. Les anciennes portes basses des cellules ne sont plus utilisées de nos jours, mais elles ornent les couloirs, telles des portes tournées vers le passé : en

s'ouvrant, elles laissent apercevoir des images de l'ancien établissement pénitentiaire. Les anciennes poutres, victimes des rénovations, ont été transformées en tables. La maçonnerie existante n'a pas été recouverte d'un nouveau crépi, mais au contraire découverte avec soin, les pierres rougeâtres étant ensuite combinées avec des teintes bleu profond et gris-vert. Le cuir et les tissus confèrent un charme douillet à un aménagement au caractère industriel dans l'ensemble. Pour trouver un style associant à parts égales l'histoire, le design et la modernité, il aura fallu maintes discussions, de nombreuses rencontres et une volonté d'expérimentation commune. "Il fallait en effet beaucoup de fantaisie pour s'imaginer les deux bâtiments compacts de 1845 et 1849 sous forme d'hôtel design. Afin de convertir entièrement l'ambiance claustrophobe de l'établissement pénitentiaire, il fallait de la précision, de la ténacité et beaucoup de créativité. Mais aujourd'hui, même les monuments historiques sont d'accord avec nous pour avoir trouvé la solution idéale en harmonie avec l'histoire", raconte Heiko Hankel avec fierté.

## Personnel sans formalités

Cet acharnement pour les détails a été le fondement de la réussite. C'est finalement la combinaison entre qualité, design sophistiqué et service complet qui séduit les clients, assure-t-il. Les prestations incluent bien entendu un équipement numérique moderne tels que le Wi-Fi dans tout l'hôtel ou la technique Bluetooth Click & Share dans la salle de conférence. La réception conserve toutefois son caractère personnel : "Nous faisons toujours ce que nous appelons un grooming", explique le directeur de l'hôtel. "Nous accompagnons chaque client jusqu'à sa chambre, lui expliquons les techniques, le minibar, la climatisation, etc. Bien que le numérique soit important, nous attachons toujours une grande importance à l'humain – sans fioritures."

Ce qui est très apprécié. Les rumeurs selon lesquelles un hôtel design ne pourrait jamais fonctionner à Offenburg, restent lettre morte. "De nombreuses sociétés sont ravies que nous existions car elles ne sont désormais plus obligées d'opter pour Baden-Baden ou Strasbourg, et peuvent





LIBERTY  
IS THE KEY  
TO FEEL

*free*



Le restaurant de l'hôtel "Wasser & Brot" propose bien sûr plus que du pain et de l'eau, comme son nom l'indique. Tout en attachant de l'importance à ces deux éléments car la carte mentionne de l'eau minérale de la Forêt-Noire, en provenance de la région, et du pain frais tous les jours. En revanche, nous avons relégué le "repas du condamné" aux oubliettes pour faire la place belle à une cuisine régionale fraîche qui offre, outre les classiques tel que le Vitello Tonnato, également des plats destinés à des palais plus audacieux : par exemple un Ceviche de truite saumonée glacée ou une Tom Yum.

Résumé de l'histoire du bâtiment :

### 19e siècle

La construction de la prison d'Offenburg est ordonnée dans le cadre d'une réforme du système judiciaire décrétée par le Grand-Duc Léopold de Bade. Le bâtiment avant est construit entre 1843 et 1845, le bâtiment arrière entre 1847 et 1849. Pour la première fois, les détenus sont occupés utilement à l'extérieur ou dans leurs cellules. Leurs repas sont préparés par la femme du surveillant général.

### 1re moitié du 20e siècle

En 1929, la prison est modernisée avec l'installation de l'électricité, du chauffage central, de douches, de lavabos avec eau courante, d'une bibliothèque pour la formation des détenus et d'un WC dans chaque cellule. Les anciens pots de chambre sont ainsi supprimés.

### 2e moitié du 20e siècle

En 1971, l'ancienne prison doit impérativement subir une nouvelle rénovation. L'ancien chauffage à la vapeur devenu défectueux est remplacé par un chauffage au fioul. Une nouvelle grande salle de travail est également construite, mettant fin aux travaux effectués en cellules. Une chose est claire : cette rénovation ne sert qu'à gagner du temps.

### 21e siècle

Une nouvelle construction est désormais inévitable en raison de la surpopulation et des cellules et espaces extérieurs trop exigus. En avril 2009, le nouvel établissement pénitentiaire ouvre ses portes à Offenburg et la prison de la Grabenallee, chargée d'histoire, ferme les siennes. En 2016, après plusieurs années de planification, les travaux de gros-œuvre démarrent et l'hôtel Liberty accueille ses premiers clients en septembre 2017.



trouver une qualité haut de gamme à Offenburg même”, explique Hankel, qui travaille dans ce secteur depuis déjà 28 ans. Le Liberty a donc trouvé plus qu'un créneau. Il satisfait de toute évidence d'importants besoins régionaux. Ne pas être un hôtel à thème s'avère payant. “Il y en a assez dans les environs, nous voulons un produit haut de gamme.”

## De nouveaux défis à relever

Bien entendu, aucun concept n'est parfait en soi. Par exemple la carte a déjà été modifiée en détail à deux reprises, et le service du majordome, prévu à l'origine, a été supprimé. Cette option était quand même un peu excessive. Il reste des challenges, même après l'ouverture. La chaleur estivale a ainsi totalement démenti l'expertise climatique exigée avant la construction. 29 chambres doivent être équipées ultérieurement d'une climatisation.

Autre défi : le seuil d'inhibition impliqué par la dénomination hôtel design. “De nombreux habitants de la région n'osent pas aller au Liberty parce qu'ils pensent ne pas pouvoir se le payer”, explique Heiko Hankel. “Mais ceux qui osent, sont finalement agréablement surpris. Il est possible de manger et de boire dans notre restaurant et notre bar sans dépenser une fortune. C'est ce que nous souhaitons encore faire savoir.”

L'augmentation du nombre de clients le prouve : la stratégie est juste. Cette importante expérimentation a réussi grâce à un concept global concluant. La Direction mise dorénavant sur la continuité et n'expérimentera plus qu'à petite échelle, par exemple au niveau de la carte des menus. L'histoire du bâtiment restera un élément important, souligne le directeur : “Nous regarderons toujours vers le passé pour le maintenir en vie. Nous devons bien cela tant à l'immeuble qu'à son histoire.”



Infos complémentaires : [www.hotel-liberty.de](http://www.hotel-liberty.de)





Au total, 38 chambres et suites sont disponibles, ainsi qu'une salle "flottante" pour les conférences et les banquets, et une cave voûtée historique.

stay extravagant



LA GASTRONOMIE RENCONTRE L'ART

# Cuisine aux herbes sur des nuages de coussins et des coquilles de charbon

C'est une idée folle : cuisine vegan bio régionale d'un cuisinier étoilé qui ne fait jamais de cuisine vegan. Les plats sont servis sur du bois brûlé ou directement sur la nappe, dans une serre avec des couverts qui ne rappellent absolument plus leur destination d'origine, du moins en partie.

Et les hôtes passent une soirée fantastique !

Car aussi fou que cela puisse paraître, ce genre d'idée fonctionne lorsqu'il s'inscrit dans l'air du temps, s'il aiguise la curiosité et si on lui insuffle avec idéalisme et enthousiasme la vivacité requise. C'est le cas de l'initiative Experimental Gastronomy que Martin Kullik et Jouw Wijnsma, les fondateurs de l'entreprise Steinbeisser, ont créée en 2012 aux Pays-Bas. Depuis cette date, les événements qu'ils créent se déroulent dans le monde entier.

## Réel – pas seulement numérique

Kullik et Wijnsma ont du succès parce qu'ils ont compris la nouvelle importance de l'expérimentation. "Les gens ne veulent plus être uniquement assis devant leur ordinateur et acheter n'importe quels objets en ligne", explique le cofondateur Wijnsma. "Nous avons faim de vraies expériences personnelles. Bien sûr que le numérique continue de jouer un rôle. Nos événements, notre cuisine, notre art, s'adaptent par exemple parfaitement à Instagram. Mais ce n'est qu'une petite partie du tout."

"L'important, c'est de participer ensemble avec d'autres à quelque chose d'excitant, quelque chose d'inhabituel, quelque chose d'inoubliable." – Jouw Wijnsma

Les événements Steinbeisser ont touché là un nerf sensible. L'alimentation vegan n'est toutefois pas une condition. Au contraire. De nombreux participants n'ont pas de lien particulier avec la cuisine vegan, mais ils sont curieux de savoir ce qu'ils goûteront et découvriront. Ils sont prêts à se laisser tenter par le concept global inhabituel. Et ceci exige également de jeter les conventions par-dessus bord – et de manger la salade sur la nappe.

## Bois, charbon, acier

S'ajoutent à cela des objets d'art, ces ustensiles de cuisine étranges qu'on ne peut parfois utiliser qu'avec beaucoup de mal mais qu'on utilise quand même en riant, qu'on échange avec ceux du voisin, qu'on examine avec précision et avec lesquels on établit peu à peu une sorte de relation. Qu'il s'agisse





**3 questions posées à Othmar Prenner**

L'artiste et sculpteur a créé une grande partie de la vaisselle d'art utilisée lors de l'événement de Bâle.

\*\*\*

**Comment avez-vous découvert ce projet et pourquoi y avez-vous participé ?**

Martin Kullik et Jouw Wijnsma m'ont demandé si je souhaitais fabriquer la vaisselle destinée à ces événements. Toute sorte d'expérimentation et d'avant-garde me passionne. Nous vivons dans un monde trop normalisé, tout est standardisé. Casser ces standards me stimule.

**Comment avez-vous conçu les plats en bois pour l'événement ?**

Le processus archaïque et élémentaire de la confection m'a intéressé pour créer ces objets. Et cela commence par les matériaux : bois, pierre et fer. Les objets en bois sont tous fabriqués en une pièce avant d'être cuits au feu.

**Quelle expérience souhaitez-vous faire vivre aux participants ?**

Les œuvres devaient avant tout provoquer la surprise. L'expérience des matériaux et des surfaces devait surtout prouver qu'il existe bien plus qu'une norme banale et monotone.

d'anciens outils industriels russes, d'amulettes arrondies en bois ou de constructions filigranes en acier inoxydable – ces pièces surprennent par leur diversité et leurs extravagances, comme c'est le cas pour la vaisselle. Des coussins bouffants en argile croisent des boîtes en bois noircies par le feu. De l'art à saisir, à humer, à goûter. "Nous voulions remettre nos habitudes culinaires en question, briser les structures habituelles et modifier quelque peu l'approche de l'art", raconte Martin Kullik, responsable pour l'essentiel de l'organisation.

Les événements n'ont rien à voir avec un dîner formel dans un restaurant. C'est aussi ce qui convaincu le Chef Yoji Tokuyoshi d'être de la partie. En réalité, ce chef étoilé était d'abord très sceptique. De la cuisine vegan ? Servie dans une serre ? À Bâle ? Mais le challenge l'a stimulé, de même que la possibilité d'expérimenter soi-même. Sans compter que le fabuleux environnement l'a également enchanté : les jardins luxuriants Merian et la magnificence de leur floraison, ainsi que leurs excellents légumes.

### De la verdure à foison

Un maximum d'ingrédients proviennent de la propre culture maraîchère et de plantes aromatiques. Le Chef Tokuyoshi est donc arrivé en Suisse avec seulement une idée et non pas une conception détaillée de me-

nus, afin de voir sur place ce dont il pourrait disposer pour l'événement. Potiron et capucine, poivron et persil, poireau et livèche – un été favorable lui a permis de faire le plein. Le menu a donc été composé en conséquence avec un ensemble de mets variés, créatifs et extrêmement savoureux : du risotto aux céréales et aux herbes en passant par un carpaccio de pastèque et de poivron jusqu'à la crème glacée au topinambour avec tomates et figues. Cette composition artistique présentée sur une vaisselle très inhabituelle était proche de la perfection tant au niveau de la forme que du goût. Le visage rayonnant de Tokuyoshi en fin de soirée était bien la preuve que le grand Chef était tout autant que ses hôtes capable de se régaler.

Encouragés par les nombreux retours positifs des dernières années, les fondateurs Steinbeisser poursuivent bien sûr la série : de nouvelles dates sont déjà prises ou prévues. Outre Amsterdam du 14 au 16 juin, New York est également au programme les 18 et 19 mai.

Autre charme de cet événement : tout change. La ville, le lieu, le Chef et l'art bien sûr – le vécu est inédit. La magie est ainsi préservée, les hôtes en redemandent et reviennent avec plaisir. Car une prochaine date offre l'espoir d'une nouvelle soirée pleine de souvenirs vivaces.



Infos complémentaires : [www.steinbeisser.org](http://www.steinbeisser.org)





Yoji Tokuyoshi – le gastronome japonais étoilé a son propre restaurant à Milan et s'est rendu à Bâle avec une petite équipe tout spécialement pour participer à l'initiative Experimental Gastronomy.

Une grande partie des pièces utilisées, couverts ou vaisselle, est également disponible à la vente. [www.jouwstore.com](http://www.jouwstore.com)



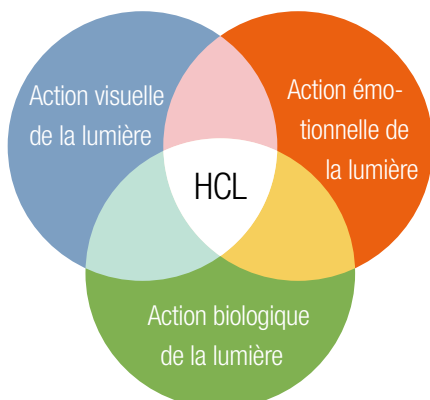
# Expérimenter pour l'hôtel du futur

Le réseau d'innovations FutureHotel de Fraunhofer scrute intensément l'avenir du secteur de l'hébergement : quelles technologies seront déterminantes dans ce domaine ? Quels sont les équipements dont devra se doter un hôtel dans dix ans pour faire la satisfaction de ses clients ? Une équipe multidisciplinaire fournit les réponses à ces questions à l'aide de différentes méthodes, et mène des recherches intensives entre autres dans les domaines de la lumière et du bien-être.



12  
13

La lumière a une action visuelle, émotionnelle et biologique. Human Centric Lighting (HCL) a été conçu de manière à tenir compte de tous ces éléments pour composer la lumière et, par conséquent, pour promouvoir à long terme la santé, le bien-être et les performances de l'être humain.



La commande intelligente de la lumière améliore la sensation de bien-être des hôtes – en adaptant les teintes lumineuses via des systèmes de capteurs ou en commutant la lumière en fonction du moment de la journée. Une lumière blanche chaude avec une part importante de lumière rouge augmente l'effet de détente des oasis de bien-être – tel que le sauna bania de Kläfs.





➤➤ L'avenir que l'on croit lointain est toujours plus proche qu'on ne le pense.



L'initiative FutureHotel a été créée en 2007 par Vanessa Borkmann, ingénieure diplômée. Ce projet commun réunit régulièrement des chercheurs et des partenaires économiques du secteur touristique autour d'une même table.



Infos complémentaires :  
[www.futurehotel.de](http://www.futurehotel.de)

La tâche principale consiste à analyser les besoins. Puis à développer des concepts et à les tester. Car sans phase pratique de test, les idées n'ont aucune chance de se réaliser, explique Vanessa Borkmann, l'initiatrice du projet commun. "Nous travaillons main dans la main avec les entreprises commerciales, entre autres les hôtels, afin de transposer nos idées dans la pratique. Après tout, nous souhaitons que notre action ne soit pas consignée dans la tour d'ivoire de la science", confirme la directrice de projet.

Le réseau passe au crible les domaines les plus divers, les dernières connaissances publiées concernant les bains et le bien-être. "Aussi bien la zone des bains que celle du spa dans les hôtels sont souvent considérées comme étant exemptes de techniques, où il ne s'agit que de l'être humain et de son corps." Mais ce raisonnement est trop restrictif car si les technologies y sont utilisées de manière intelligente, tant l'hôtelier que le client pourront en bénéficier. "Ce qui ne veut pas dire qu'à l'avenir, des robots se déplaceront dans les zones de bien-être", précise Vanessa Borkmann. "Il s'agit plutôt d'optimiser les processus, telle que la mise en place d'un portail de réservation numérique pour les soins proposés dans le spa. Je peux ainsi prendre connaissance des besoins au préalable et organiser les interventions de mes collaborateurs de manière beaucoup plus efficace afin de répondre à tous les souhaits pour la prise de rendez-vous."

## Encourager le développement durable

Dans les bains, l'utilisation de technologies numériques permet d'économiser les ressources et de promouvoir le développement durable. Ce qui est bon pour le bilan d'une part, mais qui représente également un argument important pour les clients, le facteur du développement durable jouant de nos jours un rôle important. "Si, par exemple, j'utilise des robinetteries dotées de capteurs électroniques pour la douche ou le lavabo, je peux économiser beaucoup d'eau sans entraver le confort des clients. Outre des commandes adaptées aux besoins, le concept de Smart Metering joue également un rôle, car les équipements de mesure intelligents me permettent de connaître ma consommation précise et de savoir où trouver le potentiel d'optimisation", explique madame Borkmann. Ceci est surtout le cas pour la consommation d'électricité, par exemple pour la lumière.

Un éclairage LED qui mesure la lumière du jour via des systèmes de capteurs et ne commute que si la luminosité est insuffisante, s'avère particulièrement économique. La commande de la lumière en fonction de l'heure est un concept alternatif qui permet, par exemple la nuit à quatre heures du matin, d'allumer une lumière tamisée dans la salle de bain. Ce qui, en même temps, permet aux clients de se détendre. Bien entendu, cette fonction doit aussi pouvoir être interrompue pour que l'équipe de nettoyage puisse disposer de la lumière nécessaire pour faire son travail, quelle que soit l'heure. Non seulement la puissance de la lumière joue un rôle important, mais aussi sa couleur. "Les travaux de recherche réalisés dans le domaine de la lumière ont prouvé qu'un éclairage dynamique peut influencer positivement la santé et l'état d'être – comme le prouve l'éclairage biodynamique ou Human Centric Lighting (HCL). Tant le domaine des soins que celui des bains offrent précisément un potentiel énorme permettant de favoriser de manière ciblée le bien-être et le biorhythme des clients", explique la chercheuse. Une lumière rouge chaude avec un faible pourcentage de bleu a un effet de détente qui s'avère essentiel pour ces équipements. Un pourcentage supérieur de lumière bleue par contre aide à se réveiller – le complément idéal de la routine matinale dans la salle de bain.

## L'expérimentation passionnée

Dans le showcase du projet FutureHotel à Duisburg, des solutions HCL ont été réalisées sur une base expérimentale. "Nous avons pu nous rendre compte combien les visiteurs étaient impressionnés par les résultats. Les gens sont immédiatement enthousiastes. Nous avons ensuite effectué les études nécessaires et sommes maintenant à la recherche de partenaires qui souhaitent tester ces solutions avec nous sur le terrain", précise madame Borkmann.

Mais les travaux de recherche dans le secteur des bains et du bien-être sont loin d'être achevés. "Il reste encore de nombreux autres thèmes intéressants. Par exemple dans le domaine des matériaux innovants", raconte madame Borkmann. "Entre autres les produits à base d'algues. Il reste encore de nombreuses questions à élucider et la recherche sera toujours passionnante." L'un des principaux constats de ce projet : l'avenir que l'on croit lointain est toujours plus proche qu'on ne le pense.



# Où les souhaits des clients et les processus créatifs fusionnent

## La gestion des innovations Miele Professional

Progressive, productive, non conventionnelle – la gestion des innovations Miele Professional mène ses recherches en marge de la production en série, dans les domaines de l'innovation et des nouveaux modèles économiques. Les spécialistes ne sont pas seulement à la recherche de trends et de technologies révolutionnaires telle que l'intelligence artificielle, ils développent aussi des idées variées dans le cadre du laboratoire d'innovations. En expérimentant avec des fils, du polystyrène ou même des Lego, de nouveaux mock-up sont parfois créés chaque jour, servant de modèles pour solutionner les problèmes fondamentaux de nos clients. Toujours dans le but de créer le nouveau produit ou service bestseller qui bouleversera le secteur.

L'équipe d'innovations interdisciplinaire domiciliée à Bielefeld comprend sept membres. Alors qu'une moitié s'occupe intensivement de l'analyse des clients et du développement stratégique, l'autre moitié agit avant tout dans le cadre de l'atelier d'expérimentation ou du laboratoire d'inventions. Tous suivent la devise : "Si nous voulons révolutionner le marché, nous devons mieux comprendre le client. Nous voulons faire les choses différemment – nous voulons améliorer les choses." Car les innovations disruptives ne surgissent que si les besoins des utilisateurs sont au centre des préoccupations, assure le Dr. Britta von Esmarch-Rummler, la responsable de l'équipe. Cette écotrophologue diplômée a repris en 2014 la direction du développement technologique sur le site de Bielefeld et est responsable depuis 2017 de la gestion des innovations dans l'ensemble du secteur économique de Miele Professional. "Ce domaine me passionne. Nous avons tellement construit en deux ans, et je suis tout feu tout flamme pour aller encore plus loin."



Dr. Britta von Esmarch-Rummler est convaincue :  
"Notre méthode de développement et d'amélioration  
des processus a été optimisée de manière à pouvoir  
identifier les besoins des clients dont ces derniers n'ont  
même pas encore connaissance".



## 1. L'ANALYSE CLIENT

La gestion des innovations fonctionne selon un processus répétitif. Pour chaque analyse, un autre groupe cible de clients est en ligne de mire. Une collaboration intensive est convenue en coopération avec un représentant représentatif : "Pendant toute une semaine, nous suivons pas à pas le collaborateur ou la collaboratrice du client. Puis nous établissons une carte de processus, également appelée customer journey, qui montre exactement qui fait quoi, quand et pourquoi. Nous repérons ainsi à quelles étapes du processus se trouve une bonne valeur ajoutée et où se situe le potentiel d'optimisation", explique le Dr. Britta von Esmarch-Rummler. L'équipe de gestion d'innovations analyse le marché en parallèle avec des acteurs importants et questionne des experts de ce secteur aussi bien internes qu'externes.

## 2. LE SCÉNARIO DU FUTUR

L'avenir reste toujours en ligne de mire, en marge de l'analyse client : "Nous analysons le marché concerné ainsi que les trends caractéristiques puis, en utilisant la technique du scénario, nous créons une image aussi précise que possible du secteur correspondant dans dix ans, pour ce qui concerne les défis actuels et futurs du groupe cible des clients", précise la directrice. "Notre scouting technologique joue ici un rôle particulièrement important."

## 3. LES CHAMPS D'ACTION

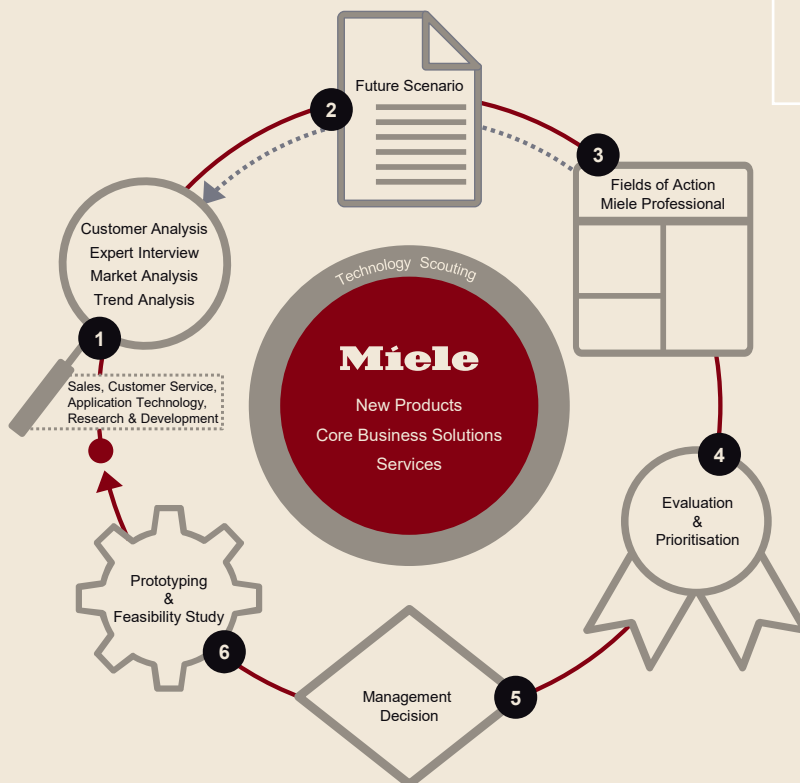
Les scénarios et les résultats d'analyses permettent de créer des champs d'action qui indiquent comment Miele Professional peut accompagner le client de manière idéale dans ses activités journalières. Se créent ainsi non seulement des solutions pratiques proches des activités principales, mais aussi de nouveaux produits, prestations et services (numériques).

## 4. L'ORDRE DE PRIORITÉ

Les champs d'actions qui en résultent sont évalués et des priorités sont établies en fonction de l'avantage représenté pour le client : qu'est-ce qui passionne le client ? Où se créent des innovations avec une valeur ajoutée ? Qu'est-ce qui donne le plus d'élan au marché ?

## 5. LE CERCLE DÉCISIONNAIRE

Après avoir évalué tous les résultats, le cercle décisionnaire interne détermine, en collaboration avec la Direction de Miele Professional, quelles solutions prometteuses doivent être exploitées.



## 6. LE PROTOTYPAGE

La phase expérimentale commence alors pour les champs d'actions définis : dans les ateliers, des solutions sont développées avec diverses techniques de créativité, suivies du prototypage. Si la solution du problème n'est pas une prestation de service mais un produit, un échantillon sera construit dans l'atelier d'expérimentation, puis testé itérativement chez le client de même que dans le laboratoire d'innovations. Ceci permet de créer de nouvelles approches de manière extrêmement rapide. "Après avoir développé une idée, nous réalisons une étude de faisabilité approximative", explique Dr. Britta von Esmarch-Rummler. "Nous garantissons ainsi que notre processus classique de développement de produit ne contiendra que des solutions sûres. Parallèlement, nous conservons notre fibre créative qui serait nettement lésée si nous devions développer nous-mêmes chaque idée jusqu'au plus petit détail."



# De grands pas pour de grands résultats

16  
17

Tout a commencé avec un petit gîte dans l’Ahrntal, Tyrol du Sud. Aujourd’hui, la famille Steger dirige un complexe de remise en forme composé de deux hôtels avec un spa de 5’000 m<sup>2</sup>. Pour réaliser cette transformation, la famille avait besoin d’un bon flair pour la clientèle, de ténacité et de courage pour être en avance sur son temps et tenter des expériences audacieuses.

Le père fondateur Johann Steger avait déjà courageusement mis la main à la pâte. Fortement enraciné dans la région, il avait reconnu le potentiel de l’Ahrntal – alors que la force d’attraction touristique était encore à ses premiers balbutiements. C’est ainsi qu’il construisit non seulement le premier hôtel trois étoiles avec piscine, mais il fonda également la première Seilbahn AG avec d’autres compagnons. **De grandes visions pour une**

**petite région. Il a fallu beaucoup d’audace pour lancer ce grand projet dans une région sans aucune infrastructure touristique et offrir un équipement de luxe pour les conditions de l’époque, mais cette expérience ambitieuse devait s’avérer payante.**

Cette épreuve de courage, la plus importante jusque là dans l’histoire de l’hôtel Steger, s’était toutefois profilée dès l’an 2000 : le regroupement de deux

hôtels séparés que la famille Steger avait construits elle-même : l’hôtel sportif Lindenhof et l’hôtel Alpenschlössl ont été réunis après d’importants travaux et équipés d’un grand espace bien-être commun. “Les réceptions et les restaurants sont toutefois restés volontairement séparés”, explique Siegfried Steger, le fils du fondateur Johann Steger et directeur du Lindenhof entre temps rebaptisé “Lunaris”. “Nous voulons absolument éviter de





Ce complexe est et reste une entreprise familiale où tous travaillent ensemble. En 2018, les espaces bien-être ont été agrandis à 5'000 m<sup>2</sup> et de nombreuses pièces ont été entièrement remises à neuf. Les importantes transformations ont tenu la famille en haleine pendant des semaines, mais les clients des hôtels Amenti & Lunaris sont impressionnés par le résultat.



créer d'énormes zones impersonnelles dans les bars et les restaurants, et souhaitons conserver l'ambiance familiale de départ." **L'investissement s'est avéré rentable.** Au lieu de rebuter les clients, le concept de regroupement des deux hôtels avec des zones de séjour indépendantes représente aujourd'hui encore la marque de fabrique attractive de l'établissement, et fait partie de l'initiative "Belvita" créée dans le Tyrol du Sud.

## Tel père, tels fils

Entre-temps, les trois fils du père fondateur ont rejoint l'entreprise et Johann Steger profite d'une retraite bien méritée. Les trois hôteliers gèrent l'héritage du père, même au sens figuré ; en effet, ce trio ne peut cacher sa passion de l'expérimentation : "En réalité, nous avons toujours été des pionniers, c'est tout simplement dans nos gènes", sourit Siegfried Steger. Les trois fils ont pris part à l'entreprise familiale depuis leur plus jeune âge. "Après notre apprentissage, nous avons d'abord acquis de l'expérience dans d'autres établissements, mais nous sommes revenus dans l'Ahrntal pour nous consacrer à notre entreprise." Monsieur Steger est très reconnaissant à ses parents pour leur grand soutien : "Nous avons pu avoir des responsabilités très tôt et prendre nos propres décisions, ce n'est pas évident." Les trois frères travaillent en étroite collaboration. "Je ne voudrais en aucun cas manquer les échanges d'expériences et la collaboration", confirme l'hôtelier. En 2018 aussi, la famille a conçu l'expérience suivante ensemble. Des milliers de mètres carrés ont dû être rénovés en 110 jours seulement. "C'était audacieux de concevoir et d'annoncer des travaux aussi importants dans un délai si court. Mais nous avons finalement pu terminer dans les temps et les réactions positives parlent d'elles-mêmes."



## Assurer une qualité constante

Bien que la famille aime expérimenter, la fiabilité reste prioritaire, surtout dans les domaines sensibles comme l'entretien du linge. "Nos appareils Miele nous avaient rendu de bons et loyaux services pendant 20 ans, il était donc évident dès le départ que nous resterions fidèles à cette marque pour remplacer les anciennes installations", confirme monsieur Steger. La famille privilégie l'entretien en interne et utilise aussi bien des lave-linge que des sèche-linge et des repasseuses Miele. "De cette manière, nous maîtrisons toujours la qualité de notre linge. Dès le départ, nous étions convaincus de la longévité des appareils, des besoins de réparation minimum et du bon service après-vente." Après tant de changements, le complexe touristique a désormais besoin d'une pause. "Nous commencerons par travailler moins pendant quelque temps", dit Siegfried Steger en riant, et ajoute : "Mais ceux qui nous connaissent savent que nous ne sommes jamais à court d'idée". La nouvelle expérience pourrait donc bientôt faire son apparition.



Infos complémentaires : [www.wellnessresort.it](http://www.wellnessresort.it)

## Repasser malgré la protection incendie

Les personnes qui se déplacent pour affaires n'aiment pas se priver de la possibilité de passer un coup de fer rapide sur leurs vêtements. Une nouvelle ordonnance de la protection incendie interdit toutefois l'utilisation de fers à repasser dans les chambres d'hôtels récents ou rénovés en Allemagne. Le Mercure Hotel & Residenz Berlin Checkpoint Charlie a donc installé en mars 2018 une pièce spéciale pour le repassage afin que les clients puissent rafraîchir leurs vêtements rapidement, sans penser à le demander 24 h à l'avance auprès d'un service externe. Le Mercure de Berlin accueille au total 52'000 visiteurs par an, dont de nombreux hommes d'affaires. Les résultats des derniers mois le prouvent : cette offre est très appréciée. Le Fashion-Master de Miele (centre de repassage) de l'hôtel quatre étoiles est beaucoup utilisé.



Infos complémentaires :  
[www.miele.de/brand/fashionmaster-27554](http://www.miele.de/brand/fashionmaster-27554)



## Hôtels pop-up Test temporaire

La psychologie le sait depuis longtemps : n'attire l'intérêt que ce qui est disponible temporairement – tels que les hôtels pop-up. Ces logements sont appréciés comme hébergements provisoires pour des événements importants ou des salons. Certains ont une construction très simple et ne peuvent être utilisés que sur une période limitée, d'autres n'ont qu'un droit de bail à terme. Grâce à eux toutefois, des concepts d'hôtels polarisants peuvent être testés sans qu'un investissement durable ne soit obligatoirement nécessaire – une expérimentation à durée déterminée. Les personnes qui s'intéressent au trend pop-up peuvent, par exemple, expérimenter un concept inhabituel dans le Zillertal en Autriche. Le vieil hôtel "Zillertaler Grillhof" doit être entièrement remis à neuf en été 2019. D'ici là, le jeune couple de propriétaires a créé l'hôtel Pop Down – jeu de mots entre Pop-up et Countdown – et attire les visiteurs avec des idées originales tel qu'un pays des merveilles aquatique dans la cave ou une table de restaurant qui s'étale sur trois étages.



Infos complémentaires : [www.popdownhotel.com](http://www.popdownhotel.com)

18  
19



Il n'est pas nécessaire de révolutionner tout le fonctionnement de l'hôtel ou d'acheter un robot-réceptionniste très coûteux. Les expériences peuvent aussi permettre à petite échelle de découvrir des nouveautés prometteuses : un plat original sur la carte des menus, une pièce

aménagée de manière inhabituelle pour le plus grand bonheur des fans d'Instagram, ou une offre de cours surprenante telles que les danses hawaïennes. Laissez libre cours à votre fantaisie ou démarrez un petit atelier créatif avec votre



équipe. Mais posez des limites précises à votre expérience. Vous garderez ainsi le contrôle et pourrez évaluer plus rapidement la pertinence et l'efficacité d'une idée.

# Expérimenter avec un filet de sécurité



# Trans- mettre le succès en ligne

Si une idée inhabituelle a du succès, il peut s'avérer intéressant de la développer et de créer des spin-off. C'est exactement ce que Martin Kullik et Jouw Wijnsma, fondateur de l'entreprise Steinbeisser, ont réalisé dans le cadre de leur initiative Experimental Gastronomy, en créant également une boutique en ligne pour les dîners-événements (voir également page 8). Le site [www.jouwstore.com](http://www.jouwstore.com) permet non seulement de vendre les oeuvres d'art utilisées lors des soirées vegan, mais également de présenter des interviews des divers artistes. La présence sur le web reflète de manière visuellement attractive l'ambition artistique de l'initiative Experimental Gastronomy et invite même les visiteurs qui n'ont pas encore participé à un événement, à explorer le site.



 Infos complémentaires : [www.jouwstore.com](http://www.jouwstore.com)

## Écrivez-nous !

Vous avez des remarques, des suggestions ou des questions ? Vous souhaitez nous proposer un sujet, votre propre histoire, ou nous soumettre une critique ?

Nous serons ravis de vous lire, écrivez-nous à [professional@miele.ch](mailto:professional@miele.ch) ! Si vous ne souhaitez plus recevoir cette publication, il vous suffit de nous écrire.



welcome  
& stay

Perspective : welcome & stay 2 | 2019

## »Spécialisation«

Un grand écart provocateur : se profiler parmi les autres offres avec des qualifications spéciales, sans disparaître dans la masse comme un prestataire extravagant. Réjouissez-vous d'ores et déjà pour notre prochain numéro dont le thème sera "La spécialisation".



