

welcome & stay*

LE MAGAZINE DES PROFESSIONNELS
DE L'HÔTELLERIE ET DE LA RESTAURATION
NUMÉRO 2 | 2018

Anticiper Profiter de la perspective

Être, tout simplement. C'est ce que l'on peut faire au vigilius mountain resort, qui cultive la tendance des « vacances sans numérique » – lisez la suite en page 14. Parallèlement, les applications numériques révolutionnent le secteur de l'hôtellerie. Analogique ou numérique ? Telle est la question...

*Soyez les bienvenus !

Miele



Chère lectrice, cher lecteur,

lorsque vous allez à l'hôtel, préférez-vous vous enregistrer sur votre smartphone ? Ou en personne à la réception ? En matière de numérique, les préférences (et aversions) personnelles comptent. Alors que la maison intelligente est sur toutes les lèvres dans la vie privée, le secteur de l'hôtellerie et de la restauration se passionne pour l'enregistrement sur smartphone, les applications de service et les portails d'évaluation. Découvrez en page 12 les opportunités et les risques futurs – et ce que les hôteliers et les restaurateurs doivent offrir à leurs clients aujourd'hui pour qu'ils reviennent demain. Les tendances peuvent prendre une direction très personnelle, comme le montrent les frères Marent en page 4 avec leur tout jeune hôtel au Tyrol.

Avec ce numéro, nous voulons nous pencher sur la transformation numérique, qui fait l'objet d'intenses débats. Les possibilités sont nombreuses – mais qu'est-ce qui a vraiment du sens ? Une chose est sûre : si la complexité de votre vie professionnelle peut être réduite grâce à des solutions innovantes, c'est un pas dans la bonne direction. Je vous souhaite de faire des découvertes intéressantes à la lecture de ce nouveau numéro.



Rolf Biesser
Director Miele Professional



Il est plus facile
de prédire l'avenir
lorsqu'on le crée
soi-même.

Alan Kay, informaticien américain



Mentions légales

Miele S.A.

Sous-Rquette 23

1023 Crissier

www.miele.ch/professional

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

Julian Wedeking, Johannes Baxpöhler

Réalisation :

gambit marketing & communication

www.gambit-do.de

Impression :

Hermann Bösmann GmbH, Detmold

Crédits photos :

Titre : © vigilius mountain resort

p. 3 à gauche : © iStockphoto/wavebreadmedia

p. 4-8 : Le Marent

p. 7 en bas à droite : © iStockphoto/wellphoto

p. 10 : © Restaurant Horvát, p. 10 en bas à droite : © Julius Gnoth

p. 10 au centre : fotolia/Rawpixel.com

p. 12/13 : © fotolia/cristovao31, p. 14/15 : © fotolia/rtype

p. 17 en bas et en haut à gauche : barefoot Hotel

p. 18 en haut à droite : © Resysta, © fotolia/neosiam, en bas : © Future-shape

p. 19 en haut à droite : © gettyimages/Bloomberg / Kontributor

p. 19 en bas à droite : © iStockphoto/cnythzl



Sommaire

04 _ stay special*

Le Marent : l'air du temps et les pieds sur terre

09 _ stay efficient*

Les nouveaux lave-vaisselle ProfilLine de Miele

10 _ stay curious*

Entretien avec le spécialiste Jan-Peter Wulf

12 _ stay open*

Analogique et numérique dans l'hôtellerie et la restauration

16 _ stay real*

Le linge, un gage de qualité pour les hôtels

18 _ stay informed*

Actualités et conseils pour un accueil soigné

*04_ soyez original ; *09_ soyez efficace ; *10_ soyez curieux ;

*12_ soyez ouvert ; *16_ soyez vrai ; *18_ restez à la page

Dans l'air du temps et les pieds sur terre

Le Marent, dans la commune tyrolienne de Fiss, « audacieux mais confortable » Ce jeune établissement offre une cuisine raffinée et une hospitalité authentique. Un concept d'hôtel pile dans l'air du temps, mais aussi très personnel : les propriétaires et restaurateurs Alexander et Christian Marent font aussi des virées en Harley avec leurs clients.

04
05



Ils sont aussi à l'aise aux fourneaux que sur leurs engins : les frères Alexander et Christian Marent sont des passionnés des Harley-Davidson. Ils ne se contentent pas de donner aux clients qui partagent cette passion des conseils sur les itinéraires du coin – lorsque leur emploi du temps le permet, ils les accompagnent à moto.





DAS MARENT

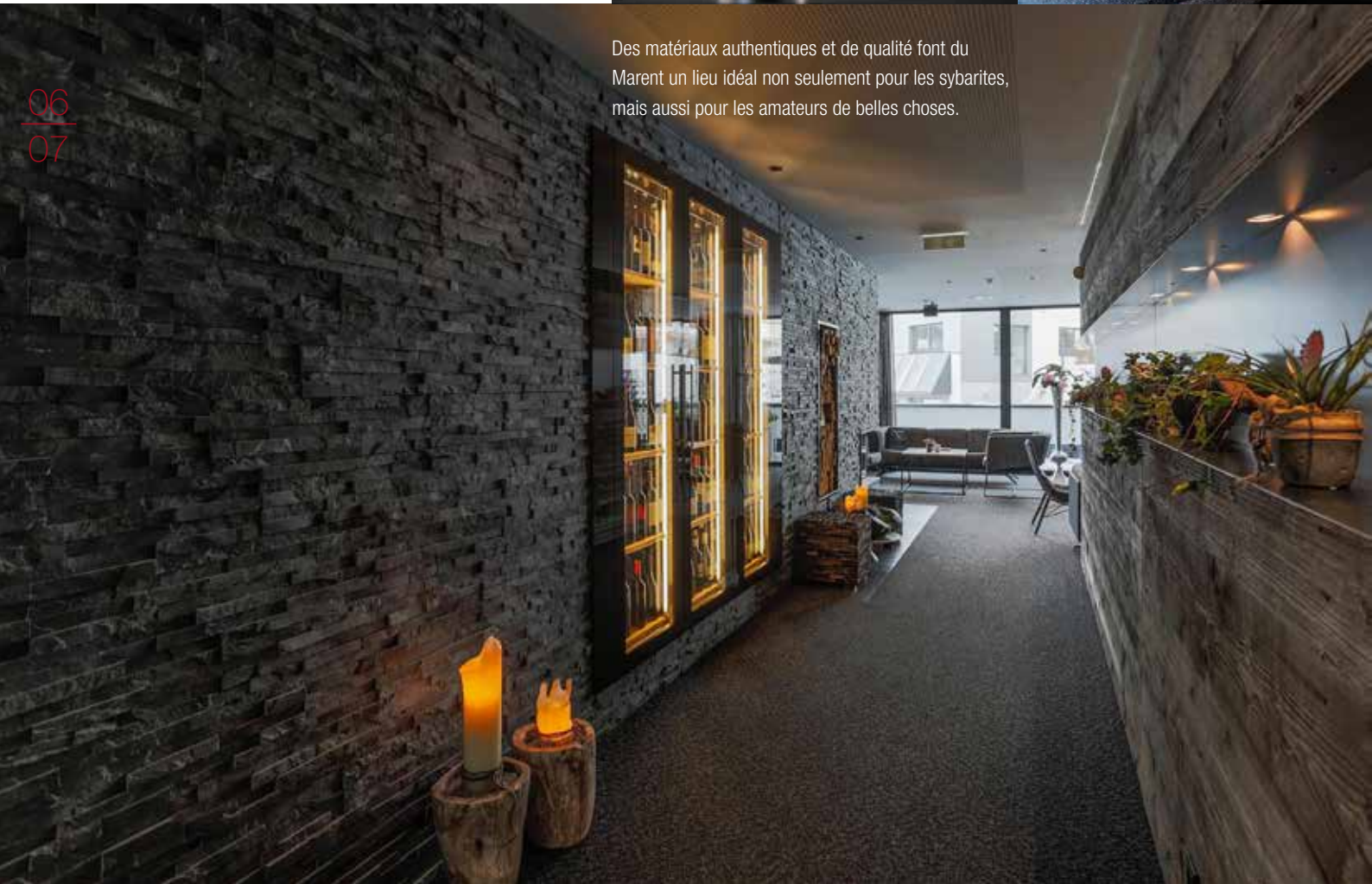
Au début, il y avait la passion pour la cuisine : les frères Alexander et Christian Marent ont travaillé dans de nombreuses cuisines d'hôtels et de restaurants renommés. Ils ont commencé leur carrière séparément dans des cuisines internationales de haut niveau, et se sont rejoints pour former un duo de frères cuisiniers au célèbre Hospiz de St. Christoph am Arlberg. Avec succès : au début des années 2000, Gault & Millau les déclare « Nouveaux venus de l'année ».

Depuis décembre 2014, ils cuisinent dans leur propre hôtel : le Marent s'enorgueillit d'une cuisine de première classe, et les deux chefs proposent à leurs clients des expériences gustatives et des aventures culinaires toujours renouvelées. Les éléments régionaux et insolites sont équilibrés, et à ce niveau, la qualité et la fraîcheur vont de soi. Malgré son exigence gastronomique, le Marent n'est pas élitiste, mais authentique et décontracté. C'est donc consciemment que la classification étoilée est laissée de côté, afin d'établir des références personnelles en termes de qualité et de concept – sans étoile et en toute indépendance.



06
07

Des matériaux authentiques et de qualité font du Marent un lieu idéal non seulement pour les sybarites, mais aussi pour les amateurs de belles choses.





Ci-dessus : Les excursionnistes peuvent aussi se détendre dans l'espace wellness et spa avec un forfait à la journée.
Ci-dessous : Dans la Blackbox, les deux chefs combinent leurs clients avec des expériences culinaires particulièrement insolites. Cela comprend une vue directe (et secrète) sur la cuisine.



La Blackbox : effet VIP

C'est l'air du temps, le désir de leurs clients pour l'inimitable et le moment unique, qui a donné aux frères Marent l'idée de cette offre singulière – la Blackbox. Les groupes de six personnes ou plus peuvent réserver un espace privé adjacent à la cuisine gastronomique. Ici aussi, les chefs arrivent à établir un lien personnel : à travers une vitre, les clients peuvent observer Alexander et Christian Marent travailler en direct à la préparation de leur menu exclusif composé à la demande.

Avec sa station de recharge TESLA, le Marent se présente comme moderne, nouveau, mais aussi responsable. En tant que partenaire de TESLA, l'hôtel propose à ses clients plusieurs bornes de recharge pour les berlines et les SUV électriques. Cela contribue non seulement au confort des clients, mais aussi à la préservation de la région des Alpes.





« Nous voulions maîtriser nous-même la qualité de notre linge. Pour nous, avoir recours à une blanchisserie externe était hors de question. »

Dans les 31 chambres, la décoration en tons de beige, gris et noir est élégante et sobre. La grande vedette est la vue imprenable par les fenêtres panoramiques : le paysage des Alpes tyroliennes est non seulement magnifique, mais offre aussi aux clients de nombreuses possibilités en hiver comme en été.

08
09

Décontraction et excellence sans compromis

Bien que le Marent se situe en marge des classifications étoilées, il ne fait aucun doute que l'hôtel opère dans le segment du luxe, et cela va bien au-delà de sa cuisine gastronomique. L'exigence de qualité s'y manifeste à tous les niveaux. Bien avant l'ouverture de l'établissement, la volonté de maîtriser la qualité s'étendait aussi au linge, et il devint évident que l'hôtel devait disposer de sa propre blanchisserie. Les besoins en lave-linge, sèche-linge et repasseuses ont été planifiés en coopération avec Miele. Si Miele a été choisi, c'est entre autres raisons parce qu'il était important pour les frères d'assumer leurs responsabilités vis-à-vis de l'environnement. Et à cet égard, les appareils Miele Professional particulièrement économes en énergie et en eau sont idéaux. Avec environ quatre-vingt-dix clients par jour, une grande quantité de serviettes éponge, linge de table et de lit est nécessaire. Les systèmes de dosage électroniques faciles à utiliser simplifient considérablement le travail du personnel d'étage, et économisent les ressources.



La gouvernante vérifie régulièrement que le linge est impeccable – et les chefs aussi. Les clients peuvent être sûrs de toujours profiter d'un linge parfaitement entretenu – au restaurant, dans les chambres et dans le spa, avec ses peignoirs moelleux.



Plus d'infos : www.dasmarent.at

stay efficient

Les nouveaux lave-vaisselle ProfiLine de Miele

Laver efficacement plusieurs fois par jour

Au plus près de la salle de conférence : les lave-vaisselle ProfiLine assurent la propreté de la vaisselle sans devoir la renvoyer à la cuisine, par exemple depuis un coin pause, grâce à une durée de programme de 17 minutes.

Raccordés à l'eau chaude et branchés en triphasé, ces appareils innovants offrent les meilleures performances et une solution autonome dans le secteur de l'événementiel. Il n'est plus nécessaire de transporter la vaisselle à travers tout le bâtiment.

Un nettoyage particulièrement respectueux

Grâce aux paniers flexibles et aux programmes de rinçage spéciaux, la vaisselle et les verres sont protégés pendant le lavage. Le dosage automatique et d'autres fonctions pratiques garantissent une grande facilité d'utilisation.

Commande par application

L'application gratuite de Miele permet de communiquer avec les appareils à tout moment et de n'importe où. Elle affiche la commande de la machine, mais aussi les niveaux de remplissage du détergent, du produit de rinçage et du sel, donne accès à la boutique en ligne et offre de nombreuses autres fonctions.

Les avantages des nouveaux lave-vaisselle ProfiLine de Miele :

Durées de programme très courtes

Mise en réseau

Dosage de détergents liquides automatique

Faibles consommations

Meilleurs niveaux sonores

Tiroir à couverts 3D+ breveté

Fonction AutoOpen brevetée

Perfect GlassCare

BrilliantLight

Flexibilité maximale

Grande hygiène de lavage



Plus d'infos : www.miele.ch/professional



stay curious

La prochaine
tendance :
des boissons sans
alcool faites maison,
par exemple à base
de champignons

10
11



Rencontrer des gens
intéressants au déjeuner :
avec l'application LetsLunch

Jan-Peter Wulf

est journaliste gastro-
nomique, écrit un blog
sur la gastronomie et
les tendances de la
restauration sur
www.nomyblog.de,
donne des conférences
pour les entreprises et
associations du secteur
et propose des visites
du monde culinaire de
Berlin autour des ten-
dances du moment.



De quoi sera fait demain ?

On peut penser qu'en tant que spécialiste de la gastronomie, il vous arrive de vivre des moments de raffinement exceptionnels. Quelle expérience gastronomique ou culinaire vous a laissé un souvenir impérissable récemment ?

Ce que j'apprécie particulièrement, c'est de rencontrer un restaurateur en personne – par exemple dans le cadre d'une interview – puis d'aller à son restaurant en tant que client. Récemment, par exemple, il y a eu Max Paarlberg, un gastro-entrepreneur jeune et dynamique qui a ouvert La Lucha dans le quartier de Kreuzberg à Berlin. J'ai fait son portrait dans un magazine spécialisé et par la suite j'ai réservé une table chez lui à titre privé. L'expérience est différente lorsqu'on connaît l'idée de la personne qui a mis au point le concept.

Expérience gastronomique, nouvelle simplicité ou encore « à emporter » : quels sont les nouveaux concepts gastronomiques émergents ?

Nous vivons actuellement une véritable explosion de couleurs, qui va de la cuisine purement régionale à la cuisine péruvienne ou hawaïenne, des concepts de repas de midi frais et sains aux restaurants qui servent à toute heure de la journée un petit-déjeuner riche en calories avec pancakes, bacon et œufs Bénédicte. De mon point de vue, il est important que « la couleur » dans laquelle un concept se situe soit claire et nette. Autrement dit, la personnalité est très demandée. Un peu de tout, pour que ça plaise à tout le monde, cela ne fonctionne que dans des cas exceptionnels – du moins en ce qui concerne les nouveaux concepts.

« La numérisation ne remplace pas le contact physique avec le client du restaurant... »

L'application LetsLunch permet d'organiser des rencontres avec des gens intéressants pendant la pause déjeuner. Où et comment la numérisation et la gastronomie se rejoindront-elles dans le futur ?

Elles se rejoindront à tous les niveaux des opérations ! Les réservations, la planification des équipes, les processus d'achat, la technologie dans la cuisine et la réfrigération... tout passe au numérique. Cela représente de nombreux avantages. Cela aide, par exemple, à économiser sur l'énergie et les produits, mais cela crée aussi des bénéfices : avec les données que j'obtiens à partir des réservations et du système de caisse, j'ai de meilleures informations sur l'identité

de mes clients, sur la fréquence avec laquelle ils viennent chez moi, et sur ce qu'ils aiment. Cela me permet, comme cela se fait depuis longtemps dans d'autres secteurs d'activité, d'optimiser mon marketing, d'avoir une image plus nette du « parcours client » et finalement de générer plus de ventes. Du reste, la numérisation ne remplace pas le contact physique avec le client du restaurant. Au contraire, ce contact prend encore plus d'importance. Après tout, nous sommes collés à des écrans toute la journée – la rencontre authentique et en personne autour de la gastronomie est une petite pause.

De quelles tendances pourrons-nous bientôt nous réjouir dans l'univers de la restauration ?

Je trouve fascinant ce qui se passe actuellement dans le domaine des boissons non alcoolisées faites maison. Les limonades faites maison ont ouvert la voie, et maintenant des restaurateurs tels que Sebastian Frank, de Horváth à Berlin, développent des créations fascinantes à base de petit-lait, de champignons ou de bouillon, qui sont utilisées entre autres pour accompagner les plats. Ça change du sempiternel vin !



stay open

$\frac{12}{13}$

Comment
les hôtels
peuvent-ils
satisfaire
les exigences
modernes

analogique vs. numérique

51 %

des réservations
d'hôtel à court terme faites
en ligne sont effectuées sur
un smartphone (jusqu'à
24 h avant l'arrivée)

20,6 %

de sommeil en moins
lorsque le smartphone se
trouve à côté du lit

Près de
80 %

des clients mobiles en
Europe de l'Ouest sont des
utilisateurs de smart-
phones, tendance à
la hausse

Précurseur ?!
4 748

chambres de l'hôtel
The Wynn à Las Vegas
sont équipées d'un
Amazon Echo

N° 3

pour le tourisme bien-être
parmi dix segments
du secteur du bien-être
dans le monde entier

Plus de
90 %

de tous les voyageurs
d'affaires dans le monde se
déplacent avec un ordinateur
portable ou une tablette et
comptent sur la pré-
sence du wi-fi.



« Combien de fois est-il arrivé que vous ne puissiez pas ouvrir la porte de votre chambre d'hôtel avec la carte-clé ? Et combien de fois cela est-il arrivé avec une clé traditionnelle ? » C'est avec cette question qu'Ole Kloth (directeur du développement chez Soulmade Hotels) a ouvert son intervention lors d'un colloque sur le thème de la « Numérisation dans l'hôtellerie » en septembre 2017. Le résultat de ce petit sondage impromptu ne laissait pas de place au doute : avec la clé traditionnelle, presque personne n'avait jamais eu de problème, alors qu'un grand nombre de clients avaient déjà dû retourner à la réception avec la carte-clé parce qu'elle n'ouvrait pas la porte ...

Cependant, l'un des plus grands sujets d'actualité dans le secteur de l'hôtellerie est que les applications numériques ont le potentiel de révolutionner tout le séjour du client. Parallèlement, il y a la tendance à la « détox numérique », et au « séjour en hôtel déconnecté ». Car ce que certains considèrent comme des acquis incontournables de la technologie moderne peut aussi stresser les autres – du moins en vacances. Pour eux, être en congé cela signifie ne pas être joignable, observer la nature plutôt que de fixer un écran, et se détendre loin de la pollution électromagnétique. D'un autre côté, il y a des vacanciers qui font leur enregistrement à l'aide d'applications d'hôtellerie, qui utilisent dans leur chambre le service Alexa Voice basé sur le cloud et pour qui il est depuis longtemps indispensable que tous les recoins de l'hôtel soient couverts par un réseau sans fil.

Les hôtels tardent à se moderniser

À ce propos, dans une étude du magazine spécialisé Tophotel, 65 % des répondants ont déclaré que leur appréciation d'un séjour à l'hôtel était particulièrement positive lorsqu'ils avaient accès au wi-fi. Cela permet de conclure que l'accès au réseau sans fil n'est donc pas toujours une évidence. En général, le secteur hôtelier allemand semble être à la traîne dans ce domaine : alors que les hôtels s'attendent à ce que leur clientèle comprenne une part importante de clients exigeants et « d'enfants du numérique » d'ici à 2020, leurs projets en matière de technologie restent bloqués au début des années 2000, selon l'étude publiée en début d'année « Le secteur hôtelier en 2020 », menée par Peter O'Connor, IDEaS Revenue Solutions, Revinate et SiteMinder.

Les clients allemands sont sceptiques

Au début de l'année 2016, le cabinet de conseil en gestion Roland Berger et l'Association autrichienne des hôteliers (ÖHV) ont joint leurs forces pour mener une étude afin de découvrir comment les hôteliers peuvent regagner leurs clients et utiliser la numérisation à leur avantage. Il en ressort qu'il est nécessaire de maîtriser un savoir-faire particulier dans l'hôtellerie et dans l'informatique – ici, nombreux sont les hôtels, particulièrement de petite et moyenne taille, qui ont beaucoup de retard à rattraper. À moins qu'ils ne se positionnent délibérément comme « non surnumérisés ». Cela leur permettrait de gagner une partie des clients allemands sceptiques, du moins pendant un certain temps, mais la numérisation continuera de s'imposer sur le long terme.

Tirer parti de la numérisation

La plateforme spécialisée « Hottelling » a récemment intitulé un article « 2017 est l'année de la numérisation dans l'hôtellerie ». On y aborde l'enregistrement par smartphone, les robots et applications de service ainsi que les portails de réservation et d'évaluation. En ce qui concerne le rôle des hôteliers, il y est observé que « La grande majorité des innovations informatiques qui révolutionnent le secteur provient de développeurs externes à l'hôtellerie, qui transforment ainsi durablement un secteur mondial en pleine croissance. Il est donc opportun de créer un groupe de réflexion avec des hôteliers visionnaires [...] afin d'explorer la numérisation croissante et de la rendre applicable à la classe moyenne des hôtels allemands. »

La « détox numérique » – une contre-tendance réelle ?

Qu'en est-il de la « détox numérique », qui était déjà une question d'actualité en 2015 à ITB, le plus grand salon de tourisme au monde ? À l'époque, l'un des mots d'ordre était : « Le bien-être s'est placé au centre de la société », et la détox numérique fait partie de cette constellation thématique. « La détox joue un grand rôle dans le tourisme de santé, » déclare Claudia Wagner (Fit Reisen). « De nos jours, nous avons souvent trop de tout : trop de sucre, trop de graisse, trop d'aliments transformés et malsains, trop de stimulations, trop de stress. Les gens veulent ralentir. » Elle pense aussi que de nombreuses personnes souhaitent faire une pause dans leur quotidien dominé par le numérique. Les hôtels qui proposent une « détox numérique » utilisent cependant souvent les possibilités numériques : par exemple, l'hôtel design vigilius mountain resort (Tyrol du Sud) n'est accessible que par le téléphérique, et dans les chambres dépourvues de télévision, il n'y a pas de wi-fi la nuit. À l'hôtel Brenners Park (Baden-Baden), les clients de certaines chambres à pollution électromagnétique réduite peuvent se déconnecter temporairement du réseau électrique en appuyant sur un bouton. Ces exemples montrent que, bien que de plus en plus d'hôtels offrent aux vacanciers stressés une pause sans smartphone et sans Internet, ils utilisent tout de même les possibilités de la numérisation.

Quelle tendance allez-vous suivre ?

Une chose semble claire : ceux qui ne s'intéressent pas à la numérisation auront du mal à survivre sur le marché à long terme.





Conseil pour en savoir plus



Dans l'étude

Hôtellerie 4.0

gagner des clients et gagner en efficacité

les activités en ligne de groupes hôteliers internationaux et de start-ups des secteurs du voyage et de l'hôtellerie sont analysées. Intéressant : 19 conseils pour que les hôteliers regagnent leurs clients et utilisent la numérisation à leur avantage.

Les auteurs de l'étude sont Roland Berger et l'Association autrichienne des hôteliers (ÖHV).

Un linge de qualité reflète l'exigence de qualité de tout l'hôtel

Accueil textile

Dans l'hôtellerie et la gastronomie, les exigences changent – cela vaut aussi pour le linge de lit et de table. Ingo Bittmann, directeur des ventes chez Wäschekrone, à propos des solutions individuelles et des caractéristiques (encore) indétrônables des matériaux naturels.

Dernièrement vous avez fourni à l'hôtel barefoot de l'acteur allemand Til Schweiger un linge de lit très particulier ...

Oui, lorsque l'hôtelier souhaite quelque chose de personnalisé, nous nous mettons au travail. Nous remarquons également que ce type de requête prend de plus en plus d'importance, parce que tout le monde veut se démarquer. Certains ont des chambres à thème, d'autres veulent du lin. C'est le cas de Til Schweiger, avec son hôtel barefoot : il ne s'intéressait pas aux produits standards, il avait une vision très précise d'une atmosphère confortable, et voulait souligner cela avec du linge de lit en lin. Nous avons choisi une qualité de lin qui peut supporter des lavages fréquents. Il est toujours important que le linge dure le plus longtemps possible et contribue au message principal de l'hôtel. À l'hôtel barefoot de Til Schweiger, tout tourne autour de l'atmosphère détendue, de l'impression d'être comme chez soi. Lorsque vous entrez dans la chambre, ce ne sont pas des plis que vous voyez sur les coussins, le lin est naturellement froissé. Le linge de lit a été fabriqué tout spécialement. Nous avons choisi une qualité de lin belge qui satisfaisait à cette exigence de durabilité. Le lin belge a évidemment un prix, mais c'est un investissement qui était justifié. Les clients et l'hôtelier sont extrêmement satisfaits.

Qu'en est-il du linge de table de grande qualité – est-ce encore tendance dans la restauration gastronomique moderne ?

Depuis environ 3 à 4 ans, nous constatons que les chiffres des ventes diminuent en ce qui concerne le linge de table, il faut le dire ouvertement. Il y a maintenant beaucoup d'offres gastronomiques branchées, qui veulent marquer des points avec une décoration tendance. Les tables ont des surfaces faites dans une grande diversité de matériaux, et l'on ne veut plus les cacher sous des nappes. Depuis quelques années, on peut observer que le linge de table perd en importance. De plus, le repassage en interne représente un travail supplémentaire que l'on préfère éviter. C'est pourquoi on utilise souvent du linge de table jetable. Mais dans les restaurants haut de gamme avec une cuisine ambitieuse, on ne peut pas se passer du linge de table. Pour ce type d'établissement, l'usage est de laver soi-même afin d'assurer la qualité du résultat. Ces restaurateurs disent : « La compétence que j'offre à mes clients se compose de ma cuisine et de mes plats, mais elle s'étend aussi à ma façon de mettre la table. Et le linge de table fait partie de cet ensemble. » Nous appelons cela « l'accueil textile ».

Restons sur le sujet des matériaux – existe-t-il des options modernes pour remplacer le coton et autres grands classiques ?

Cela fait déjà quelques années que nous proposons du Lyocell. La fibre de cellulose naturelle est tirée de l'eucalyptus et offre une excellente gestion de l'humidité – le Lyocell absorbe encore mieux l'humidité que le coton. Et il est plus frais que le lin, c'est-à-dire qu'il est optimal pour un sommeil confortable. Fondamentalement, pour nous la fibre naturelle est toujours au premier plan, car aucune fibre synthétique n'a des propriétés qui peuvent se mesurer à celles de la fibre naturelle. Pour l'instant, les nouveaux matériaux n'ont pas encore passé le test du quotidien des hôtels – nous l'avons vérifié, parce que la longévité est toujours notre priorité.

Regardons un peu vers l'avenir : la numérisation est-elle un sujet important pour le secteur du linge – ou le deviendra-t-elle ?

Cela fait déjà longtemps que l'on coud des transpondeurs dans les pièces de linge. Cela permet de détecter le linge entrant dans les grandes blanchisseries. D'une part, il s'agit de documenter l'activité de la blanchisserie. D'autre part, les transpondeurs livrent des données sur le nombre de lavages par lequel une certaine pièce est passée, ce qui est particulièrement utile en cas de réclamation. Jusqu'à présent, les transpondeurs ne peuvent être utilisés qu'en petites quantités. C'est pourquoi on aura de plus en plus recours aux puces RFID. Avec cette technologie, le linge passe par un portique et livre tous ses secrets. Chaque puce sait à quel client elle est associée, et sur quelle pièce exactement elle est installée. Cette technologie reste cependant encore très chère. Et bien sûr, elle remplace en partie l'être humain. Pour moi personnellement, l'être humain est toutefois très important dans une blanchisserie, car il évalue le linge à la vue et au toucher, et repère les défauts de qualité – et ça, aucune machine ne peut le faire.



Wäschekrone



www.waeschekrone.de



Du lin belge à Hambourg : dans une villa du XIXe siècle, l'acteur allemand Til Schweiger a installé le barefoot Hotel, un véritable retour à la nature. Ses 57 chambres cultivent une atmosphère chaleureuse grâce à des matériaux authentiques – comme les draps en lin de Wäschekrone.





Sabine Kumlehn, directrice du développement du personnel chez Miele, avec le prix obtenu

L'avenir : Diversité

L'égalité des chances et la diversité sont des démarches qui soutiennent notre avenir et doivent être défendues. Miele a reçu le prix TOTAL E-QUALITY en octobre 2017. Cette distinction est décernée chaque année depuis 1997 aux organisations qui suivent une politique de ressources humaines axée sur l'égalité des chances. Miele a également reçu un prix supplémentaire pour son engagement exemplaire en faveur de la diversité. Ce prix récompense l'appréciation et la promotion de la diversité individuelle des employés. Il est décerné pour trois ans, et est le résultat d'un vaste processus de sélection.



Matériau : génial !

Les hôtels futuristes utilisent des matériaux futuristes. C'est ainsi qu'un hôtel de Velden a choisi pour sa piscine un matériau étonnamment authentique qui a l'aspect et le toucher du bois : Resysta®. Il se compose de 60 % de balles de riz, 22 % de sel gemme, 18 % d'huile minérale, et s'utilise comme le bois.

Son grand avantage est qu'il est extrêmement résistant, ne perd pas de masse comme le bois, et n'est pas aussi glissant.

Au Maritim, la lumière changeante de la salle de bains et la température de l'eau se règlent sur une barre de commande accrochée au mur.

Pour une plus grande sécurité, le sol est pourvu de capteurs qui se déclenchent en situation d'urgences : les clients tombés à terre sont détectés, et les mesures nécessaires peuvent être mises en œuvre.

Innovant !



Four Dialog de Miele,
nouveau monde

Excellence



Le four Dialog doté de la technologie innovante M Chef ouvre la porte à des possibilités inédites : préparer un poisson dans un bloc de glace sans faire fondre la glace, cuire sans brunir, préparer différents aliments en une seule fois, servir des plats sophistiqués exécutés à la perfection, tout cela est aujourd'hui possible, car le four Dialog cuit la nourriture dans toute sa masse, tandis que la chaleur conventionnelle pénètre lentement de l'extérieur vers l'intérieur. Cette nouveauté mondiale assiste l'utilisateur avec des programmes intelligents pour préparer des menus complexes. Tout cela en un rien de temps, car le four Dialog réduit les temps de cuisson de nombreux plats de jusqu'à 70 %.



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 welcome@miele.de !
Si vous ne souhaitez plus recevoir cette publication, il vous suffit de nous écrire.



Hôtel robotique japonais

Une expérience futuriste

Si vous avez peur des dinosaures, mieux vaut passer votre chemin : l'hôtel Henn'n'a a ouvert ses portes en mars 2017 à Urayasu, à l'est de Tokyo. À la réception, ce sont des robots polyglottes, sous forme de dinosaures, entre autres, qui procèdent à l'enregistrement à l'arrivée et au départ ou transportent les bagages des clients. Même le nettoyage des fenêtres et l'aspirateur sont robotisés. L'hôtel fonctionne sans clé, car on y a préféré la reconnaissance faciale, et dans les chambres, le système de régulation de la température réagit à la température corporelle des clients. Un ordinateur parlant en forme de boule avec un visage stylisé peut informer les occupants de la chambre sur la météo ou les restaurants, ou éteindre la lumière sur simple commande vocale. Cet hôtel compte 140 robots pour 100 chambres – et sept employés humains. C'est le deuxième hôtel de ce type à ce jour, mais 100 autres sont prévus dans le monde au cours des cinq prochaines années.

welcome
& stay



Perspective : welcome & stay 3 | 2018

« Créer »

De quoi est faite une marque ?
Et comment préserver son dynamisme ?
Dans notre prochain numéro, nous ferons la lumière sur les marques et les stratégies de marque.

