

welcome & stay

LE MAGAZINE DES PROFESSIONNELS
DE L'HÔTELLERIE ET DE LA RESTAURATION
ÉDITION 1 | 2021

Réseaux Des vacances-cultes à vivre pleinement

Au luxueux complexe hôtelier Stanglwirt à Going, près de Kitzbühel, où l'histoire et la modernité sont intimement liés – lire à partir de la page 4.



Chère lectrice, cher lecteur,

Il est rare de pouvoir faire les choses en grand quand on est tout seul. Les idées novatrices, progressistes et créatives sont généralement le fruit d'une coopération ciblée. C'est pourquoi il est si important d'entretenir les contacts existants et d'en nouer de nouveaux, d'apprendre d'autrui et de transmettre son propre savoir – de réseauter donc ! Le complexe hôtelier bio et wellness Stanglwirt à Kitzbühel met en rapport les gens, non seulement en personne, sur place, mais aussi sur Internet et montre ainsi que ce réseautage fonctionne à tous les niveaux. Pour lire la suite, reportez-vous aux pages 4 et suivantes.

Il y a bien longtemps que les plateformes des réseaux sociaux se sont imposées pour le réseautage. Mais qu'en est-il de la nouvelle tendance baptisée "clubhouse" ? Nous en avons parlé avec un expert (page 8). D'autres coopérations, comme celle des Romantik Hotels ou l'ISI Münster, offrent de nombreux avantages (page 16). Thomas Bartmann, gérant du Landhotel Bartmann, en sait quelque chose, lui qui ne s'intéresse réellement aux réseaux que depuis peu – lire la suite à partir de la page 12. Et pour que l'hygiène absolue règne aussi lors des rencontres personnelles, Miele a développé le filtre d'air efficace AirControl (page 14).

Je vous souhaite une agréable lecture !

A handwritten signature in black ink, reading "A. Barduna".

Andreas Barduna

Vice-président senior

Marketing, ventes, service

Business Unit Professional



“Dans le fond, ce
sont toujours les relations
humaines qui
donnent sa valeur
à la vie.”

Wilhelm von Humboldt



Mentions légales

Miele SA

Vertriebsgesellschaft Schweiz
Limmatstrasse 4
8957 Spreitenbach
Suisse

Téléphone : 056 417 27 51

E-mail : professional@miele.ch

www.miele.ch/professional

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

Johannes Baxpöhler, Nadja Jüstel

Réalisation :

gambit marketing & communication

www.gambit-do.de

Impression :

Bösmann Medien und Druck

GmbH & Co. KG, Detmold

Crédits photos :

Titre/verso, p. 3 en haut à gauche, pp. 4–8 : Hôtel Stanglwirt,
p. 3 centre à gauche, p. 18 en bas à gauche : Adobe Stock_marvent
p. 3 centre à droite, p. 10 : Hotelbird
p. 3 en bas, pp. 12/13 : Landhaus Bartmann
p. 16 Romantic Hotels
p. 3 en haut à droite,
p. 17 : Initiative starke Innenstadt Münster e.V.
p. 17 : Adobe Stock_MCM
p. 16 Romantik Hotels & Restaurants
p. 18 en haut à gauche : Le Petit Chef
p. 19 en haut à droite : Adobe Stock_Miguel Valls
p. 19 centre : Adobe Stock_artitwpd
p. 19 en bas à droite : Adobe Stock_Sweet Lana



Sommaire

04 _ stay inspiring

La tendance se mêle à la tradition
à l'hôtel Stanglwirt

09 _ stay convincing

L'excellence primée par le
HSMA Social Media Award

10 _ stay open-minded

Clubhouse : Plus qu'un engouement passager ?

12 _ stay convertible

De la ferme à l'hôtel étoilé : Landhotel Bartmann

15 _ stay hygienic

Miele AirControl pour un air pur et
une protection optimale

16 _ stay interacting

Parce les coopérations offrent une plus-value

18 _ stay informed

Actualités et conseils pour un accueil soigné

stay inspiring

Le complexe hôtelier bio et wellness 5 étoiles Stanglwirt

Liens familiaux & mêlées de fans

Réconciliant harmonieusement des contraires apparents, il n'est pas étonnant que le complexe hôtelier bio et wellness 5 étoiles Stanglwirt à Going, dans le massif de l'Empereur, l'un des établissements les plus connus et les plus anciens du Tyrol, constitue pour beaucoup de ses clients la quintessence même des vacances, de la détente et de l'art de vivre tyrolien. "Tendance et tradition, luxe et rusticité, bio et plaisir : Au Stanglwirt, il n'y a pas de choix à faire, on peut tout avoir", commente Maria Hauser, directrice junior.



Majestueux dans son écrin montagneux du massif de l'Empereur, l'hôtel, propriété familiale depuis plus de 300 ans, attire non seulement les vacanciers actifs, mais aussi de nombreuses célébrités autrichiennes. Ce complexe unique en son genre devenu au fil des ans une institution est toujours resté fidèle à son crédo "au Stanglwirt comme à la maison".

L'exclusivité rencontre la durabilité

Ouvert toute l'année, sans aucun jour de fermeture, l'hôtel propose à ses clients une offre de loisirs diversifiée incluant, outre les 12'000 mètres carrés de l'espace spa et bien-être, une gastronomie variée, des courts de tennis et un driving range de golf, ainsi qu'un haras de lipizans avec école d'équitation. Le haras

est dirigé par la passionnée de chevaux Elisabeth Hauser-Benz, directrice junior. En plus de toutes ces activités, des événements viennent chaque jour émailler le quotidien de la maison. Depuis toujours, et malgré l'échelle de l'établissement et son atmosphère exclusive, le Stanglwirt est synonyme de durabilité. "Lors de la construction de l'hôtel, Balthasar Hauser – en l'honneur de ses ancêtres et de l'idée originelle – a toujours voulu s'orienter sur l'éco-construction et l'efficacité énergétique. À l'heure actuelle, le coût énergétique de l'exploitation hôtelière ne représente que 3 % pour une surface de 12 hectares affectée au tourisme et, grâce notamment à sa propre installation de pompe thermique, on économise des centaines de milliers de litres de combustible par an", précise Maria Hauser.

Attachement tangible

Pour pouvoir construire un établissement aussi diversifié, il est besoin de nombreuses personnes qui travaillent main dans la main. "Nous sommes très fiers d'avoir dans tous les domaines de la maison des partenaires fiables qui nous accompagnent depuis des années, voire des décennies. Un tel réseau repose avant tout sur la sincérité réciproque, la transparence et beaucoup d'efforts", rapporte Elisabeth Hauser-Benz. "En outre, nous attachons beaucoup d'importance aux échanges réguliers avec nos collaborateurs. Nous disposons ici d'un outil de communication numérique qui nous facilite la tâche, parallèlement aux entretiens et réunions personnels."



Situé idylliquement au pied du massif de l'Empereur, le Stanglwirt offre un mélange unique de luxe, sport, bien-être et repos durable.

Le “storytelling” a le vent en poupe

Enregistrant une vaste communauté de 104'500 fans sur Facebook et 89'000 followers sur Instagram, avec un taux très élevé d'interactions et de très grandes portées, le Stanglwirt est un pionnier dans son secteur concernant le numérique et des réseaux sociaux. Maria Hauser croit savoir à quoi est dû ce succès : “Très tôt, nous avons fait nos premiers pas sur les réseaux sociaux afin de rester dans un rapport d'échange informel, surtout avec nos clients historiques. Nous exploitons les plateformes en premier lieu dans une optique humaine et relationnelle – et moins publicitaire.” Même l'imposante coulisse a contribué à ce que le Stanglwirt devienne un véritable “hotspot” sur Instagram. “Les motifs liés à nos attractions à l'hôtel, les thèmes culinaires et les récits de la vie réelle sont très populaires. Le “storytelling” a le vent en poupe – c'est une chance que le Stanglwirt ne soit jamais à court d'histoires à raconter”, explique Maria Hauser. Un exemple parlant en est la traditionnelle fête de la saucisse blanche qui n'a malheureusement pas pu avoir lieu cette année à cause de la pandémie. La famille Hauser a alors imaginé une alternative de dernière minute et a envoyé à tous ses collaborateurs un colis “saucisse blanche” à domicile. L'idée était bien sûr de filmer des scènes enthousiastes suscitées par la dégustation et de les publier par la suite sur les réseaux. Maria Hauser se rappelle : “Les réactions ont été extraordinaires. Jusqu'à Monaco, les gens ont participé en s'habillant en dirndl et culotte en cuir pour déguster leur saucisse blanche en famille.”

“Même quand il s'agit des réseaux sociaux, nous continuons toujours de nous développer.”

Maria Hauser



Puissance de l'image et authenticité

Depuis quelques années, l'hôtel coopère aussi avec des influenceurs. “Leur approche consistant à présenter un lieu de vacances bien plus par les images que par les mots nous a séduits. Cela correspondait parfaitement au Stanglwirt avec sa construction et sa situation exceptionnelles”, précise-t-elle. L'une de ces influenceuses, Caro Daur, compte actuellement parmi les plus influentes en Allemagne. Elle a séjourné au Stanglwirt

pour la première fois il y a bien longtemps, et elle continue de le fréquenter régulièrement aujourd'hui. De nombreux autres influenceurs ont suivi. Bien que leurs photos et vidéos attirent l'attention sur le Stanglwirt, il ne se négocie ni contrat ni gages. “Nous n'imposons pas non plus le nombre ou la nature des posts à publier, ils font comme ils l'entendent – c'est le seul moyen de préserver l'authenticité et la sincérité”.



Les trois dames de la famille Hauser, d.g.à.d. : Elisabeth Hauser-Benz (directrice junior), Magdalena Hauser (responsable hôtellerie), Maria Hauser (directrice junior)

**“Le meilleur endroit pour réseauter
reste le bar de l’hôtel
“auf der Tenne”.”**

Elisabeth Hauser-Benz



À l'endroit même où se trouvaient jadis les greniers à foin et à céréales, il y a aujourd'hui un aménagement original en vieux bois et beaucoup de convivialité.

Fiabilité à tous les niveaux

Outre la sincérité, le Stanglwirt attache beaucoup d'importance à la fiabilité, en particulier s'agissant du choix des bons appareils destinés à la blanchisserie interne. Depuis 45 ans environ, Miele est son partenaire de confiance dans ce domaine. Sept lave-linge industriels et cinq sèche-linges se chargent jour après jour de câjoler les clients avec du linge doux et moelleux. Le nouvel hébergement du personnel a lieu aussi été équipé de huit lave-linge et huit sèche-linges de Miele. “En plus de la qualité, nous apprécions aussi beaucoup le service après-vente compétent et serviable. L'un de nos sèche-linges tourne déjà depuis 40 ans et on nous fournit encore des pièces de rechange”, rapporte Magdalena Hauser, qui veille avec dévouement sur tout ce qui se passe en coulisse et se charge de la coordination de la blanchisserie. “En plus, Miele est toujours à la pointe sur le plan technique. Grâce aux évolutions de produits permanentes, les lave-linge s'adaptent aux besoins du personnel et aux rythmes de l'activité.”



**“Le plus important est
l'échange personnel, que ce soit
avec les clients, le personnel
ou les fournisseurs.”**

Elisabeth Hauser-Benz



Dans la blanchisserie interne, les lave-linge et sèche-linges Miele tournent à plein régime chaque jour.



Ça ne s'arrête jamais ...

Au quotidien aussi, le Stanglwirt ne connaît pas le repos – même en période de pandémie. “Nous sommes toujours optimistes et nous avons mis cette période à profit pour faire avancer certaines choses. Comme le Stanglwirt est une ferme bio où vivent de nombreux animaux dont il faut s'occuper, la vie a continué comme avant, même pendant la fermeture”, déclare Maria Hauser. En témoigne le fait que la famille Hauser a vu naître pas moins de 27 veaux pendant le confinement. “C'est que ça ne s'arrête jamais. La nature nous donne l'exemple.”



Pour en savoir plus : www.stanglwirt.de



L'HYGIÈNE POUR L'HÔTEL

Un nouvel élan pour la saison d'hiver

Pour que les hôteliers et les restaurateurs réussissent commencer la saison d'hiver à venir en toute sécurité et sans soucis, Miele Professionnel offre un soutien précieux : bénéficiez de tous les avantages d'une blanchisserie interne et profitez de possibilités de financement flexible.

Un pack marketing adapté vous permettra de communiquer facilement vos mesures d'hygiène sur divers canaux. Vous vous adresserez ainsi aux bons groupes cibles et enthousiasmerez des clients potentiels pour votre hébergement.



<https://www.miele.ch/fr/professional/hygiene-im-hotel-2753.htm>



Le Stanglwirt accueille ses clients depuis plus de quatre siècles. Il est dirigé aujourd'hui par Balthaser Hauser, représentant la 10^e génération de la famille.

LERIE AVEC MIELE

- **Lavage maison :**
propreté hygiénique du linge sans risque de contamination
- **Payer quand cela vous arrange :**
un financement à votre rythme !
- **Le linge, un avantage compétitif :**
pack marketing pour communiquer avec vos clients !



stay convincing

VOTRE ENGAGEMENT SUR
LES RÉSEAUX SOCIAUX
EST RÉCOMPENSÉ !



#hotellerierockt

S'agissant de communication directe avec la clientèle, les réseaux sociaux sont devenus incontournables. Poster, liker et partager font aujourd'hui partie prenante de la vie de nombreux hôtels car, en particulier en période de pandémie, c'est le meilleur moyen de s'adresser à son groupe cible. Pour réussir cette démarche et se distinguer des autres, il faut toutefois faire preuve d'originalité, d'engagement et surtout de patience. L'association professionnelle des hôteliers HSMA Deutschland e.V. entend récompenser cet engagement et distinguer les campagnes remarquables en remettant le prix HSMA Social Media Award.

"En raison des restrictions de déplacement au cours des derniers mois, beaucoup d'hôtels ont privilégié les réseaux sociaux pour leur communication", explique Anna Heuer, à la tête de la HSMA Deutschland e.V. "Dans ce contexte, certains hôteliers ont imaginé des actions particulièrement réussies pour garder le lien avec leurs clients ou pour en toucher de nouveaux. C'est pourquoi nous souhaitons les récompenser, et en encourager d'autres en période de crise."

Qui est la HSMA Deutschland e. V. ?

Avec plus de 1'400 membres, la HSMA ("Hospitality Sales & Marketing Association") Deutschland e.V., en tant qu'association professionnelle pour les spécialistes et cadres des ventes et du marketing dans le secteur de l'hôtellerie et du tourisme, offre une plateforme d'échange d'informations et d'expériences.

Les hôtels peuvent poser leur candidature dans les catégories Acquisition de clientèle, Fidélisation de clientèle, Stratégie de branding RH & Employeur, ainsi que Communication générale. Le jury sélectionnera les trois meilleurs participants dans chacune des quatre catégories. Ce sera ensuite au tour du public de choisir par le biais d'un sondage. Indépendamment de la plateforme choisie, les critères déterminants seront le nombre de J'aime, l'orientation sur le groupe cible, la cohérence et la créativité. Les lauréats de cette année ont déjà été désignés : Ringhotel Hohenlohe (acquisition de clientèle), Hôtel Bayerwaldhof (stratégie RH), Vienna House (fidélisation), Schloss Hohenkammer (communication générale).



Pour en savoir plus : www.hsma.de/de/social-media-award-2021



EXPLORER LE CONTACT NUMÉRIQUE

Mise en réseau dans le réseau

Se mettre en rapport avec d'autres, construire des relations, nouer des contacts et échanger des savoirs – où le réseautage pourrait-il aujourd'hui être plus fructueux et confortable que sur le World Wide Web ? En temps de pandémie, nous avons déplacé nos interactions encore plus fortement vers le monde digital, ce dont profitent particulièrement les plateformes des réseaux sociaux. Pour les hôteliers et restaurateurs aussi, elles constituent une bonne possibilité de construire ou d'élargir son propre réseau. Contrairement au réseautage personnel, les réseaux numériques sont plus ramifiés car le lien se fait à la fois par les contacts directs et par les contacts des contacts aux deuxième et troisième degrés. Le propre réseau peut alors en peu de temps croître de manière exponentielle.

Il n'est donc pas étonnant que de nombreux réseaux sociaux avec pourtant des intentions différentes ont pu se développer. Alors que Facebook relie les contacts et invite à la discussion en groupes thématiques, Instagram mise sur le partage et les likes de photos de toutes sortes. Twitter est le canal des dépêches actuelles et Pinterest se propose de véhiculer l'inspiration par le biais de tableaux d'affichage numériques. Pour les contacts professionnels, on se tournera davantage vers LinkedIn, dont le pendant allemand est le réseau Xing.

La nouvelle tendance : Clubhouse

Tous les réseaux sociaux se caractérisent par la rapidité et la spontanéité – tant pour les contenus que le développe-

ment de nouvelles plateformes. Depuis le mois de janvier de cette année circule aussi l'application de réseau Clubhouse qui, contrairement aux autres, est basée sur l'audio et a littéralement fait le buzz avec ses diffusions en direct. Les utilisateurs peuvent suivre des entretiens ou participer activement à des discussions dans des salles virtuelles. Pour utiliser cette application, il faut toutefois une invitation – un principe de rareté artificielle qui fait toute l'exclusivité de Clubhouse. **Florian Montag** (cofondateur de Hotelhero) et **Juan A. Sanmiguel** (fondateur & CEO de hotelbird), qui ont créé ensemble le groupe de discussion "Hospitality & Travel Tech Roundtable" sur Clubhouse ont bien compris que la nouvelle plateforme présente aussi des avantages pour le secteur de l'hôtellerie. Chaque jeudi de 18 h à 19 h, ils se consacrent à des sujets d'actualité qui concernent l'hôtellerie. Nous avons parlé avec Juan A. Sanmiguel :



Quels invités avez-vous déjà accueillis dans votre table ronde “Hospitality & Travel Tech Roundtable” ?

Étant donné que nous sommes actifs au sein de nombreuses associations comme Hotelverband Deutschland e.V. ou la Hospitality Sales & Marketing Association Deutschland e.V (HSMA), nous avons des liens forts avec les grands noms de la branche et les CEO de l'industrie hôtelière. Parmi les divers invités aux entretiens hebdomadaires sur Clubhouse, nous avons eu par exemple des experts comme le Dr Josef Vollmayr, cofondateur et managing director de Limehome GmbH, Tilman Volk, cofondateur de suitepad, ou encore Ulrich Pillau, fondateur et PDG d'apaleo.

Quelles sont les réactions ?

À cause de la pandémie, il est difficile aujourd'hui de mener des échanges personnels, en particulier dans les grands groupes. Les réactions relèvent du sensationnel et la demande est donc forte, raison pour laquelle nous avons opté pour le rythme hebdomadaire.

Quels sujets prédominent ?

Dans nos entretiens, nous faisons le lien entre des thèmes liés à l'hôtellerie et la technologie, par exemple en parlant des opportunités de la numérisation et de la manière dont celle-ci a été accélérée par la pandémie du Covid. Hotelhero, en tant qu'entreprise de technologie pour l'hôtellerie, et nous de chez hotelbird pouvons apporter un précieux éclairage, et nous sommes au fait des défis qui se posent aux hôteliers, jusque dans les détails. Il y a aussi un échange d'expériences concernant la technologie et les meilleures pratiques dans l'hôtellerie.

Quelle utilité peuvent avoir les entretiens pour les hôteliers ?

Les participants peuvent échanger leurs connaissances et leurs expériences, ce qui est particulièrement utile et important en période de crise. De nombreuses opportunités de réseautage se présentent alors en parallèle. Chez Clubhouse, on ne se contente pas d'écouter des représentants de premier plan du secteur, mais on peut aussi participer activement à la discussion et entamer un dialogue avec eux. On n'a pas souvent cette chance ailleurs.

Quels sont les avantages de Clubhouse par rapport à d'autres réseaux sociaux ?

Clubhouse est une belle opportunité d'échanger des connaissances au sein du secteur et d'apporter ainsi de la transparence. C'est facile et simple à utiliser. L'expérience du direct notamment permet, à travers les auditeurs, de générer une dynamique passionnante.

La réussite par le Covid : peut-on attribuer le buzz de la nouvelle appli à la pandémie ? Et quelles sont ses chances à l'avenir ?

Absolument, parce que les gens sont nombreux aujourd'hui à rechercher des entretiens de qualité et des inspirations nouvelles, maintenant que les contacts sociaux sont tellement limités depuis si longtemps. Chez Clubhouse, on rencontre aussi des intervenants célèbres que l'on découvre souvent sous un tout autre angle dans les entretiens. La diversité des sujets est tout simplement gigantesque. Je suis convaincu que chacun y trouvera un entretien sur son thème de prédilection. Les chances pour l'avenir sont donc très bonnes. C'est la bonne appli au bon moment.

Quelle importance a le réseautage (numérique) de nos jours ?

Le réseautage a toujours été un facteur décisif pour la réussite d'une entreprise. Dès le début, j'ai attaché beaucoup d'importance à ce que nous parlions avec des acteurs de l'hôtellerie pour mieux connaître leurs besoins et leurs attentes. C'est le seul moyen de créer un produit qui constitue une véritable solution. La pandémie du Covid stimule sans doute aussi la numérisation. Je me réjouis de cette évolution, mais je pense que nous allons vivre à moyen terme dans un monde hybride dans lequel le réseautage numérique sera un élément constitutif.



Pour en savoir plus : application Clubhouse, Hospitality & Travel Tech Roundtable chaque jeudi de 18 à 19 heures

LANDHOTEL BARTMANN DANS LE BASSIN DE MUNSTER

Là où jadis dormaient les vaches ...

12
13

Originalité, tradition, inventivité, vivre ensemble et proximité avec la nature caractérisent le Landhotel Bartmann, ancienne ferme devenue 4 étoiles exclusif à Sendenhorst, entre prés et forêts du bassin de Munster. Cette transformation a été entreprise par la famille Bartmann, ancrée depuis plus de 500 ans dans ce coin de terre idyllique.



**“La ferme est notre origine.
Il nous a fallu de nombreuses années pour
nous transformer en hôtel 4 étoiles.”**

Thomas Bartmann



Du fenil à la chambre d'hôtel

Au début des années 1990, Elisabeth Bartmann s'est lancée dans les travaux de transformation de la ferme familiale, qui était jusque-là encore exploitée à des fins agricoles. “Au fur et à mesure, de nouveaux espaces, des chambres d'hôtel et des appartements de vacances ont été façonnés. Les animaux partaient et les touristes arrivaient. Les vacances à la ferme étaient devenues des séjours bien-être”, relate Thomas Bartmann, le gérant qui a repris il y a un an

l'hébergement rural de ses parents. Aujourd'hui, les clients dorment dans les anciennes étables des vaches, dans le fenil et le grenier à grains de jadis, qui ne portent plus aucune

trace de la rusticité d'origine. Au lieu de cela, les visiteurs trouvent des chambres modernes et claires qui promettent confort et repos. Malgré la nouvelle apparence de l'hôtel, le passé est encore perceptible en certains endroits. “À l'entrée, les visiteurs sont accueillis par une vieille armoire de ferme et notre cheminée est surmontée

d'une plaque datant du XVIII^e siècle. Chez nous, le vieux et le neuf sont entremêlés”, précise-t-il.

La réussite est une affaire de famille

On voit bien à l'aménagement intérieur des lieux que l'hôtel a une longue histoire et est une entreprise familiale, ce qui est aussi un atout au quotidien. “La communication est plus facile, les circuits de décision plus courts et la hiérarchie plate. Mieux encore : nous nous atellons à la tâche ensemble

et nous y adhérons corps et âme !” La convivialité et le partage sont essentiels à l'hôtel Bartmann qui propose diverses activités en parallèle à l'exploitation hôtelière régulière. De la location de vélos au

swin golf, une variante simplifiée du golf traditionnel, et au footgolf en passant par le poolball en salle, les possibilités sont très vastes en matière de loisirs. “Nous aimerions que les clients se rencontrent, échangent et apprennent à se connaître tout en s'adonnant à une activité palpitante. Enterrement de vie de garçon, clubs

de quille ou familles – chez nous, il y en a pour toute le monde.”

Main dans la main

Ce n'est que ces dernières années que Thomas Bartmann a commencé à s'intéresser au réseautage. “Auparavant, je voulais toujours essayer m'en passer, mais j'ai complètement changé d'idée à ce sujet. Depuis quelque temps, je suis même devenu membre du BNI (Business Network International). C'est une communauté en ligne avec des participants venus de tous les secteurs d'activité qui se rencontrent virtuellement tous les jeudis. J'y ai déjà fait la connaissance de nombreuses personnes passionnantes – on se recommande mutuellement.” Au-delà de cela, Thomas Bartmann est membre de LinkedIn et de divers groupes Facebook, notamment pour les hôtels accueillant des séminaires. “Pour le marketing de l'hôtel, nous nous tournons principalement vers Facebook et Instagram car ils offrent la plus grande portée. Le facteur déterminant ici est de bien choisir ses photos. J'ai dû d'abord me familiariser avec la photo et faire moi-même quelques clichés dont je pensais en fait qu'ils n'intéresseraient personne. Mais c'est tout l'inverse : les motifs

**“Se mettre en réseau avec
d'autres est de plus en
plus important. Nous
apprenons les uns des autres
et nous échangeons.
À chaque fois, cela me fait
avancer d'un bond.”**

Thomas Bartmann

“Le charme de la tradition agricole allié à l'aménagement moderne font de notre hôtel quelque chose de très spécial.”

tirés de la vie réelle reçoivent le meilleur accueil.” Thomas Bartmann et son équipe ont également tiré profit de la pandémie de covid pour développer la numérisation. Ainsi, le site Internet a été remanié et complété par une visite en 3D, qui avait été suggérée par le réseau BNI. Le nouveau logiciel hôtelier utilisé simplifie la gestion des chambres et les dossiers clients numériques offrent une nouvelle plus-value aux visiteurs. Prochainement, la régulation du chauffage passera elle aussi au numérique. “Nous sommes presque totalement sortis de l'imprimerie, car notre présence numérique est désormais notre carte de visite vers l'extérieur. Le Covid n'a pas provoqué cette mutation, mais il l'a accélérée”, conclut Thomas Bartmann.

Soin du linge innovant et durable

À l'hôtel Bartmann, penser et agir de manière progressiste et orientée sur l'avenir est une réalité. La blanchisserie interne, exclusivement équipée d'appareils Miele, le reflète bien. “Mes parents déjà choisissaient toujours Miele, que ce soit pour l'aspirateur, la repasseuse ou, bien sûr, le lave-linge. Ce sont tout simplement les meilleurs appareils et quand on en est content, on y revient toujours.” Ainsi, la marque est aujourd'hui une tradition dans la maison Bartmann. Pour le soin du linge,

la blanchisserie utilise non seulement les lave-linge Miele, mais aussi les sèche-linges Miele H₂O, qui réduisent nettement le coût de l'électricité grâce aux deux unités de cogénération de l'hôtel, tout en étant efficaces et durables. “Notre objectif est une exploitation en totale autarcie. Nous disposons déjà de notre propre approvisionnement en eau et de notre propre installation d'épuration. Les sèche-linges Miele H₂O nous soutiennent dans ce projet et sont tout aussi rapides que d'autres appareils. Nous sommes vraiment ravis d'avoir fait ce choix”, explique Thomas Bartmann.

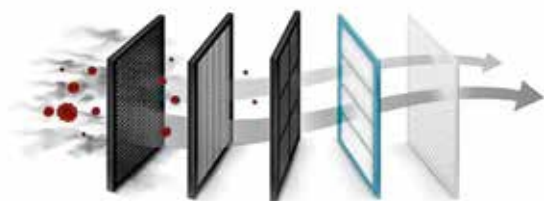
Concernant l'avenir de l'hôtel, Thomas Bartmann ne s'occupe pas seulement de cette idée d'indépendance énergétique, mais, d'une manière générale, de nombreux autres projets tout aussi passionnants. “Nous avons toujours envie de mettre en oeuvre une nouveauté. Nous souhaitons devenir encore plus raffinés et chics et offrir à nos clients encore plus d'activités.” Dans ce contexte, nous avons adopté le credo “Fais le bien, ne crains personne”, qui mériterait d'ailleurs sa place sur le panneau des citations qu'il a lui-même créé sur Instagram pour son hôtel et sur lequel abondent déjà beaucoup de déclarations encourageantes, chaleureuses et motivantes.



Rentabilité et efficacité à la perfection SÈCHE-LINGE H₂O de Miele Professional

Avec son sèche-linge H₂O innovant, Miele Professional offre la solution idéale pour optimiser les besoins énergétiques de la blanchisserie interne. Il peut être exploité partout où l'on génère de l'eau chaude, que ce soit par l'énergie solaire thermique, le chauffage urbain, la chaleur résiduelle ou une unité de cogénération. Le principe de fonctionnement est que l'eau chaude chauffe l'air du processus dans le sèche-linge par le biais du nouveau registre de chauffage. Cela garantit le plus haut niveau de protection du linge, des frais d'énergie bas, des modes de raccordement faibles, ainsi qu'une efficacité optimale et une durabilité accrue.

Un échange fiable



Les nouvelles règles à la lettre. Si en allemand “AHA” renvoyait auparavant au dé clic provoqué par certaines situations, ces trois lettres forment désormais l’acronyme de la règle anti-covid : A pour distance (“Abstand”), H pour hygiène et A pour masque de protection (“Alltagsmaske”). Elles résument ainsi ce que chacun de nous peut faire pour contrer la propagation du virus. Depuis le début de la pandémie, les connaissances ont évolué et l’on sait aujourd’hui combien il est crucial d’aérer régulièrement. Chez Miele Professional, nous souhaitons apporter notre pierre à l’édifice pour une protection complète et nous avons parfait le L d’aération (“Lüftung”) qui s’est ajouté à l’acronyme (devenu “AHA+L”) au travers de notre purificateur d’air AirControl.



Le purificateur d’air AirControl de Miele

En plus de l’aération régulière, les purificateurs d’air peuvent en effet apporter une contribution essentielle à l’échange d’air. Ils filtrent en continu les particules à charge virale dans l’air ambiant. Leur fonctionnement peut varier, mais doit toujours inclure trois importantes composantes : le volume d’air, la répartition de l’air dans la pièce et le filtrage qui constitue la base. Lors du développement et de la mise en œuvre de Miele AirControl, Miele Professional s’est détourné des produits chimiques et a opté pour un procédé de filtrage purement physique. La combinaison de filtres grossier, fin et haute-performance permet de filtrer des matières en suspension jusqu’à 0,1 µm. Les filtres actif et secondaire déclenchés en aval optimisent la filtration de substances odorantes et la vitesse de flux de la sortie d’air. Le système de filtrage est ainsi capable d’éliminer 99,995 % des particules à charge virale.

La norme fait du sentiment

Avec l’AirControl, Miele satisfait non seulement la norme européenne, mais introduit aussi d’autres facteurs souples comme le volume sonore et un sentiment de bien-être dans la pièce. Dans les hôtels et restaurants, ces éléments sont précisément déterminants et contribuent à la manière dont les clients perçoivent leur environnement et apprécient leur présence à cet endroit. Dans une situation idéale, un filtre à air devrait fonctionner sans qu’on le remarque. Or, dans le cas de la pandémie, il faut partir du principe que l’air est purifié en présence du client et non pas exclusivement en son absence, et ces aspects doivent être examinés avec une grande attention. Ainsi, même les concepts d’hygiène imposés peuvent être transposés à ce type de situations.

Sécurité complète

Les capteurs de CO₂ intégrés ne peuvent pas réduire la concentration de l’air, mais optimisent le sentiment de bien-être, y compris dans un autre contexte que la pandémie. Les personnes présentes dans la pièce sont alors sensibilisées et incitées à l’aération. Dans le cadre d’une conférence qui se tient dans un hôtel accueillant des séminaires, cela peut d’ailleurs conduire à des moments d’aération plus courts et plus utiles en termes d’énergie. C’est pourquoi Miele Professional accorde beaucoup d’importance au type de capteur utilisé, tout comme à la désactivation thermique des virus par le filtre HEPA certifié. Ce dernier garantit également une sécurité maximale au personnel chargé de remplacer les filtres et de manipuler les appareils. Protégés contre le basculement tout en étant mobiles, ces appareils au design attrayant apportent un brin de fraîcheur à tous les niveaux, un véritable gain de connaissance ajouté.

Faire chose commune




ROMANTIK
HOTELS & RESTAURANTS

16
17

À notre époque marquée par le numérique, la question semble presque banale, mais quelle importance a vraiment le “réseautage” à l’heure actuelle ? Surtout pour les hôteliers et restaurateurs ? En effet, les coopérations ne manquent pas. Mais comment sont-elles nées ? Pour quelles raisons et quels sont leurs réussites ? Nous avons parlé à deux coopérations différentes et obtenu des réponses intéressantes.

Plus qu’une touche de romantisme

La coopération de marketing hôtelier “Romantik Hotels und Restaurants”, généralement axée sur des hôtels supérieurs gérés par une famille avec des prestations de services personnalisées et une restauration remarquable, existe depuis près de 50 ans. Avec environ 200 hôtels supérieurs et de luxe et 250 restaurants distingués, elle est présente dans sept pays. Aujourd’hui encore, quatre des six fondateurs historiques continuent d’y participer, ce qui renforce le concept de réussite de la coopération. Il s’agit toujours de représenter conjointement une marque dont les facettes inspirent la confiance. En effet, **“quand l’accent est mis sur les voyages, le plaisir ou le bon poste et les meilleures opportunités de carrière, il s’agit aussi, plus que jamais, de confiance”**, explique Thomas Edelkamp, directeur général de Romantik Hotels und Restaurants AG. “Même si notre coopération tourne principalement autour de la réservation de

chambres ou de forfaits, Romantik est bien plus qu’un simple canal de vente. Les hôteliers et restaurateurs désireux de rejoindre Romantik deviennent les membres d’une famille.” Le client le ressent aussi : qualité élevée, caractère affirmé, valorisation et communauté. Ainsi, les hôtels Romantik bénéficient d’une popularité durable et les clients sélectionnent explicitement des hôtels qui font partie de cette coopération.

Faire confiance à la compétence

Ainsi, la confiance est une clé importante de la réussite des réseaux. On unit ses forces et on peut se fier à la qualité. Thomas Edelkamp estime que les combattants solitaires, s’ils ont moins besoin de s’accorder avec autrui, sont souvent seuls, notamment face aux nouvelles interrogations ou situations. **“Les réseaux permettent d’innover, mais offrent aussi un soutien et le cadre nécessaire à la réussite des affaires.”** Or, la réussite est déterminante pour la restauration – un exercice d’équilibriste entre tradition éprouvée et nouvelles technologies numériques. En résumé, “les hôteliers et restaurateurs obtiennent de Romantik tout ce qu’il faut pour bien s’y retrouver dans un monde qui devient de plus en plus complexe. Avec Romantik, les chefs d’entreprise retrouvent en outre un peu de temps qu’ils peuvent consacrer à leurs compétences premières : exceller en tant qu’hôtes.”

à gauche :

Thomas Edelkamp, directeur
général de Romantik Hotels
und Restaurants AG

en bas :

Judith Helmrich et Bernd
Redeker de l'Initiative starke
Innenstadt Münster e. V.



La passion suscite la créativité

L'Initiative starke Innenstadt Münster, abrégée ISI, adopte une autre approche pour un résultat similaire en termes de réussite. Alors que le concept des hôtels Romantik est déterminé par le cadre extérieur, l'initiative créée à Munster en 2006 agit principalement depuis l'intérieur. Ses 230 membres environ proviennent des trois secteurs du commerce, de la restauration et de l'immobilier. Ils se voient eux-mêmes comme des multiplicateurs et donneurs d'impulsions, et ils poursuivent l'objectif de transformer Munster d'ici 2030 en la ville la plus attrayante du Land de Rhénanie-du-nord-Westphalie. Une bonne mise en réseau y est indispensable et constitue selon Judith Helmrich "le principal cheval de bataille". La jeune entrepreneuse exploite pour sa part une épicerie fine avec restauration tenue par sa famille depuis trois générations à Munster et représente au sein de l'initiative ISI les restaurateurs auprès du comité directeur. La combinaison de commerce de détail et restauration, dans sa version personnelle, lui fournit un bon aperçu des tendances actuelles, des souhaits et besoins des deux secteurs. Ainsi, chacun apporte son propre réseau, ce qui est incroyablement profitable, en particulier dans les ateliers créatifs, comme elle l'explique. **"Le réseautage se planifie et s'apprend difficilement. Il faut en faire l'expérience ou le ressentir."** Il est donc logique qu'il y ait parfois aussi des points de

friction. Selon elle, il est essentiel d'en discuter afin d'enrichir ses connaissances. Sur cette base, l'initiative a mis sur pied plus de 150 projets au cours des années passées. Le légendaire "banquet de la Hanse" qui invite tous les visiteurs à un banquet géant au cœur de la ville n'est que l'un des projets ayant déjà accédé à la notoriété au-delà des limites de la ville.

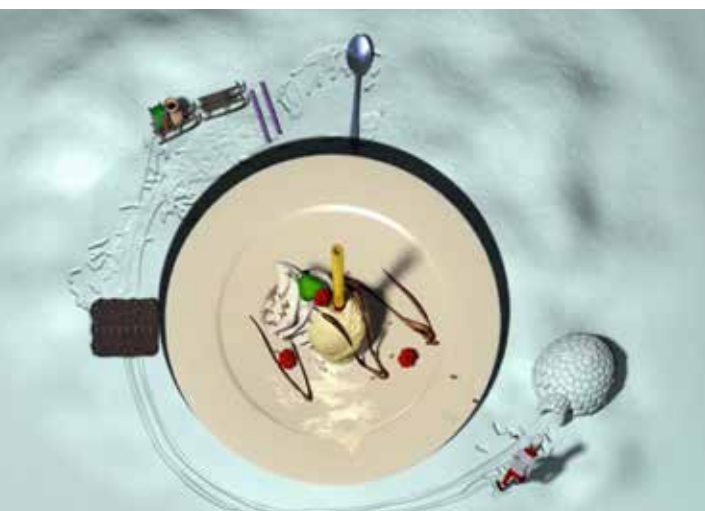
Un réseau dans toutes les situations

En période de covid, il est plus difficile de mettre en oeuvre de tels projets. En revanche, l'idée de base partagée, celle que chacun peut faire quelque chose pour la ville, reste présente. En outre, la situation pandémique a intensifié la communauté et l'esprit d'équipe, cristallisant plus fortement les avantages de l'initiative. D'une manière générale, "la restauration se compose d'abord principalement de combattants solitaires", explique Judith Helmrich, mais la restauration et le commerce se correspondent dans une bien plus grande mesure qu'on ne le pensait auparavant. Cela a à son tour fait exploser le souhait de croire ensemble à ce grand projet et d'avancer dans le futur. Des projets constructifs et créatifs comme les heures bloquées pour des appels des restaurateurs et commerçants à la radio sont ainsi devenus l'année dernière des stratégies orientées sur les solutions. **"La restauration est un secteur très agile qui recèle une créativité incroyable"**, estime la native de Munster. On découvre alors l'un des avantages qui se profilent et payent dans le cadre de telles coopérations. Des circuits de communication courts, ainsi que l'échange personnel en sont d'autres facteurs importants qui fournissent un soutien, surtout en temps de crise. "Les clients sont très fidèles, on le voit bien actuellement en temps de covid, c'est vraiment réconfortant", commente Judith Helmrich. "Cela souligne notre force : le rapport étroit avec chaque acteur individuel dans la ville." Que ce soit de façon numérique ou analogique, la confiance et l'action conjointe sont les principaux piliers au sein d'une coopération réussie.



Pour en savoir plus : www.romantikhotels.com et www.isi-muenster.de/

Le plus petit talent culinaire



“Le Petit Chef” propose une expérience culinaire tout à fait originale. Grâce à l’ingénieuse technologie de mapping 3D, toute récente, les clients participant profitent non seulement de mets sélectionnés, mais aussi d’une séance de cinéma hors du commun. La particularité : le film développé en interne est projeté directement sur la table et les assiettes ! Le rôle principal y est incarné par “Le Petit Chef”, dont la petite taille de tout juste 58 mm ne laisse en rien présager de ses talents culinaires. Avec beaucoup de doigté et une bonne portion d’humour, il prépare pour ses spectateurs un menu exquis – virtuel bien sûr. Après la représentation, il est tout de même possible de se régaler en vrai. Né en avril 2015 dans les studios Skullmapping en Belgique, “Le Petit Chef” ravit par son charme le cœur de nombreux clients de restaurant – et ce dans le monde entier.



Pour en savoir plus : www.lepetitchef.de

18
19

SENS INVERSE



Le mentorat fait partie du quotidien de la plupart des entreprises : le personnel expérimenté avec une grande ancienneté forme les jeunes qui viennent d’arriver. Mais est-ce que cela ne peut pas aussi fonctionner à l’inverse ? Le “mentorat inversé” retourne complètement le principe traditionnel et permet un transfert de connaissances d’un autre genre. Dans ce contexte, les jeunes collaborateurs, souvent “enfants du numérique”, deviennent des coachs et familiarisent leurs collègues moins jeunes avec le numérique et les nouveaux médias. Il devient ainsi plus facile d’organiser efficacement les méthodes de communication et de travail internes et de les adapter à l’ère du numérique. Il en résulte un dialogue intergénérationnel dont, au mieux, les deux parties profitent, tant le collaborateur junior que le senior.





DÉLICIEUX TUMULTE

Au Menue-Karussell, tout tourne autour de la composition parfaite. Une fois par an, une trentaine de chefs cuisiniers de quatre régions de la Ruhr invitent à la dégustation d'un menu quatre plats exclusif dans leurs restaurants, et ce à un prix exceptionnel. Après avoir choisi le menu qu'ils préfèrent, les clients réservent dans le restaurant concerné à la date qui leur convient. Aucune des créations raffinées des chefs n'égale une autre – le choix n'est donc pas simple. Des lasagnes croquantes et mousse de tomate blanche à la glace au yaourt croustillant en passant par le tournedos de bœuf et la paupiette de loche de rivière, il y en a pour tous les goûts. Les restaurants sont nombreux à proposer également de délicieuses alternatives végétariennes et vegan.



Pour en savoir plus : www.menue-karussell.de



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.



Murmure urbain

Quoi de mieux qu'une visite culinaire guidée pour explorer une ville ? C'est le cœur du concept "Eat the World". Chaque circuit, que ce soit en Allemagne ou à Vienne, se déroule en compagnie d'un guide local qui conduit les participants à travers le quartier – loin des sentiers touristiques battus avec dans sa besace toutes sortes d'histoires et anecdotes intéressantes et instructives. Pour mettre en appétit les gourmands d'exploration, le circuit est émaillé de dégustations dans les restaurants associés. Les participants découvrent ainsi la diversité culturelle et notamment culinaire de la ville visitée.



Pour en savoir plus : www.eat-the-world.com

welcome
& stay

Perspective : welcome & stay 2 | 2021

» Personnaliser «

Plus l'adresse est personnalisée, plus le message est efficace. C'est vrai en ligne, tout comme hors ligne. Avec, à la clé, confiance et crédibilité. Nous vous en dirons plus à ce sujet dans la prochaine édition.



welcome & stay

LE MAGAZINE DES PROFESSIONNELS
DE L'HÔTELLERIE ET DE LA RESTAURATION
ÉDITION 1 | 2021

Réseaux Des vacances-cultes à vivre pleinement

Au luxueux complexe hôtelier Stanglwirt à Going, près de Kitzbühel, où l'histoire et la modernité sont intimement liés – lire à partir de la page 4.