

Miele

# welcome & stay

RIVISTA PER PROFESSIONISTI  
DEL SETTORE ALBERGHIERO  
E DELLA RISTORAZIONE

**EDIZIONE 1 | 2019**



**Sperimentare**

**Cucina stellata vegana  
all'interno di una serra**

Se un'idea singolare rispecchia lo spirito del nostro tempo, diventa un vero e proprio magnete. Gli eventi dell'iniziativa Experimental Gastronomy coinvolgono grazie ad un concetto straordinario, in cui l'arte supera e trasforma la cultura alimentare usuale – a pagina 8.

# welcome & stay



Care lettrici e cari lettori,

Uscire dalla quotidianità richiede coraggio, ma apre anche la via a nuove possibilità. Chi desidera innovare veramente, dovrà impegnarsi in nuovi esperimenti ed essere pronto a sostenere nuove – e, forse, insolite – idee. Un rischio certo, ma chi sarà costante avrà davanti a sé potenzialmente un enorme successo.

Il fatto che idee insolite possano funzionare, lo dimostra l'iniziativa Experimental Gastronomy che ha conquistato il mercato con sofisticati eventi vegani dal sapore artistico (a pagina 8). Nella Valle Aurina in Alto Adige, il concetto di avventura è ben noto. Il successo ottenuto ha reso la famiglia di albergatori Steger ancora più creativa (per scoprire come, leggete a pagina 16).

Anche Miele ama da sempre le sperimentazioni: i nostri responsabili delle innovazioni sono costantemente alla ricerca delle soluzioni tecnologiche del domani. Cosa significa andare avanti, come si può favorire una cultura sperimentale e come trarre vantaggio dai propri esperimenti, ve lo sveleremo nelle prossime pagine. Buona lettura!

A handwritten signature in blue ink, appearing to read "René Hofmann".

**René Hofmann**  
Head of Marketing  
Miele Professional, Miele Svizzera SA



**“Non c’è niente  
per cui non valga la pena  
di provare.”**

Marion Gitzel



## Colophon

**Miele SA**  
Filiale in Svizzera  
Limmattstrasse 4  
8957 Spreitenbach  
Tel.: 056 417 27 51  
E-Mail: professional@miele.ch  
www.miele.ch/professional  
**Direzione progetto (V. i. S. d. P.):**  
Astrid Herwig, Nadja Lüdke

**Realizzazione:**  
gambit marketing & communication  
www.gambit-do.de

**Stampa:**  
Bösmann Medien und Druck  
GmbH & Co. KG, Detmold

**Foto:**

Titolo/ultima pagina, p. 3 a destra in basso, p. 8–11,  
p. 19 in alto © Kathrin Koschitzki per steinbeisser.org  
p. 2, p 3 a metà a sinistra, p. 14/15, p. 18 a metà © Miele  
p. 3 in basso, p. 19 steinbeisser.org  
p. 3 a sinistra in alto, p. 4–7 © Hotel Liberty  
p. 12 in alto © gee-ly, Zürich und Fraunhofer IAO, Design:  
LAVA, p. 13 in alto © Fraunhofer IAO  
p. 12/13 in basso: © KLAFS  
p. 16/17 © AMONTI & LUNARIS Wellnessresort  
p. 18 in alto © Un Attimo Photographie/Emanuel Kaser  
p. 18 in basso © iStockphoto/tumsasedgars  
p. 19 in basso © iStockphoto/lucky336



## Indice

### 04 \_ stay true

Il Liberty: da istituto di correzione a Design Hotel

### 08 \_ stay extravagant

Experimental Gastronomy: la cucina stellata incontra l’arte

### 12 \_ stay inventive

La ricerca per l’hotel del futuro

### 14 \_ stay resourceful

Verso il progresso: la gestione delle innovazioni Miele

### 16 \_ stay adventurous

Aria di partenza all’Hotel Amonti & Lunaris

### 18 \_ stay informed

Novità e consigli per un’ospitalità di alta qualità

Da istituto di correzione a hotel: la metamorfosi dell'Offenburger Liberty

# Il frutto dell'immaginazione

Riviste, blog e Instagram – il Liberty di Offenburg è sempre il centro dell'attenzione. L'hotel, che ha trovato “casa” presso la struttura che ospitava l'istituto di correzione, a oltre un anno dall'apertura, ha ancora molti occhi puntati su di sé. Lo sforzo di trasformare l'ex penitenziario in un Design Hotel ha sicuramente dato i suoi frutti.

A questo obiettivo si sono dedicati a lungo i proprietari, i fratelli Funk, e il loro team. Non è sempre stato facile trovare un denominatore comune con la Commissione per la tutela dei beni culturali durante la ricostruzione, come ci racconta Heiko Hankel, amministratore delegato dal 2018 della Liberty Betriebsgesellschaft. “Il nostro desiderio era sì conservare l'esistente, ma anche ammodernare e raggiungere livelli elevati.” Un esempio? Le strette finestre con vetro opalescente non hanno mai reso felice nessuno degli “ospiti” già cento anni fa – figuriamoci, gli ospiti del 21° secolo. Per trovare il giusto compromesso fra l'hotel e la tutela del patrimonio dei beni culturali, grande è stato il lavoro di rielaborazione, trasformando gli elementi funzionali in oggetti di design.

Per esempio, sono state aggiunte nuove finestre panoramiche di grandi dimensioni, lasciando le grate originali sulle finestre come elemento decorativo. Le vecchie porte delle celle, così basse, non sono oggi più utilizzate; sono state trasformate in elementi decorativi ai piani, con la funzione di porte aperte sul passato: aprendole, si ha uno sguardo sull'ex istituto di correzione. Con le vecchie travi, “vittime” del restauro, sono stati realizzati dei tavoli. La muratura

in mattoni esistente non è stata intonacata di nuovo, si è scelto piuttosto di combinare il mattone rosso con i toni del blu intenso e del grigio-verde. La pelle e i tessuti conferiscono un fascino familiare all'intero ambiente in stile industriale. Per trovare uno stile univoco, che potesse riassumere la storia, il design e la modernità, è stato necessario un dialogo aperto, molti incontri e anche un percorso comune di esperimenti. “Era davvero necessaria molta fantasia per immaginare i due edifici del 1845 e del 1849, così compatti, trasformati in un hotel di design. Per annullare quel senso di claustrofobia tipico dell'istituto di correzione, serviva precisione, perseveranza e molta creatività. Ma ora anche la Commissione per la tutela dei beni culturali concorda sul fatto che abbiamo trovato la soluzione migliore nel rispetto della storia.” ci racconta, fiero, Heiko Hankel.

## Personale, non formale

Questa gara appassionata sui dettagli ha gettato le basi per il successo. Ed è la combinazione di design ben progettato, qualità e servizio a 360° a convincere gli ospiti, ci confessa poi. Naturalmente, questo include anche le moderne dotazioni

digitali come la tecnologia WLAN in tutto l'hotel o la tecnologia Click & Share Bluetooth nella sala conferenze. Cerchiamo però sempre di mantenere quell'atteggiamento umano, durante il check-in: “Offriamo sempre un'accoglienza personalizzata”, ci spiega il direttore dell'hotel. “Accompagniamo ogni ospite alla camera, spieghiamo come funziona la tecnologia, il minibar, il climatizzatore, ecc. Ovviamente, la parte digitale è importante, ma siamo ancora convinti che la dimensione umana abbia la sua importanza – senza darsi arie.”

E si vede. Le malelingue, secondo cui un Design Hotel a Offenburg non avrebbe mai avuto successo, sono state smentite. “Molte aziende sono contente, perché ora non devono più alloggiare a Baden-Baden o a Strasburgo, ma possono trovare a Offenburg una qualità di prima classe”, spiega Hankel, che opera nel settore da 28 anni. Il Liberty ha trovato molto più di uno spazio di nicchia. È la risposta ad un bisogno sempre più manifesto e ampio, a livello regionale. La scelta di non essere un hotel a tema sta dando buoni frutti. “Sono già molti gli hotel di questo tipo in zona; noi volevamo un ambiente di prima classe.”



LIBERTY  
IS THE KEY  
TO FEEL

free



Presso il ristorante dell'hotel "Pane e Acqua" c'è molto di più da scoprire di quello che dice il nome. Tuttavia, sia il pane che l'acqua sono stati valorizzati, scegliendo la vicina fonte della Foresta Nera e preparando pane fresco ogni mattina. Quello che non esiste è un "ultimo pasto", sostituire da una cucina regionale fresca, che oltre a classici noti come il Vitello Tonnato offre anche una gioia per i palati a cui piace sperimentare: ad esempio ceviche di trota salmonata artica o Tom Yum.

La storia dell'edificio  
in breve:

#### 19° secolo

Il carcere di Offenburg fu commissionato dal Granduca Leopoldo di Baden, nell'ambito di una riforma giudiziaria. L'edificio frontale fu costruito tra il 1843 e il 1845, mentre quello sul retro tra il 1847 e il 1849. I detenuti vennero inizialmente occupati con lavori all'aperto o in cella. Il cibo per i detenuti veniva preparato dalla moglie del capo della sorveglianza.

#### 1a metà del 20° secolo

Nel 1929 la prigione venne modernizzata: fecero la loro comparsa elettricità, riscaldamento centralizzato, docce, lavabi con acqua corrente, una biblioteca per la correzione e l'educazione dei detenuti e un bagno in ogni cella. I vecchi vasi da camera divennero obsoleti.

#### 2a metà del 20° secolo

Nel 1971 si rese urgentemente necessario un ulteriore restauro del vecchio carcere. Il vecchio riscaldamento a vapore danneggiato venne sostituito con un riscaldamento a gasolio. Inoltre, venne creata una nuova grande zona di lavoro che terminò il lavoro sulle celle. Già allora fu chiaro: questo restauro avrà solo effetti temporanei.

#### 21° secolo

Un nuovo edificio era ormai inevitabile, a causa del sovraffollamento e delle celle troppo piccole e delle condizioni delle aree esterne. Nell'aprile 2009, aprì il nuovo carcere di Offenburg e lo storico carcere di Grabenallee chiuse i battenti. Nel 2016, dopo anni di progettazione, iniziano i lavori di costruzione dell'albergo; e nel settembre 2017 apre il Liberty.



### Anche l'opera finita comporta delle sfide

Ovviamente, nessuna idea, seppure completa, può considerarsi perfetta. Per esempio, il menù è già stato rielaborato due volte in maniera profonda e il servizio di maggior domo, previsto nell'idea iniziale, è stato eliminato. In questo contesto, si trattava di un servizio eccessivo. Anche dopo l'apertura, ci sono ancora sfide da affrontare. La calda estate, ad esempio, ha completamente smentito la consulenza sul clima richiesta prima della costruzione. Ed ora, ad hotel aperto, è necessario attrezzare 29 camere con l'impianto di climatizzazione.

Un'ulteriore sfida è rappresentata dalla soglia di inibizione che il termine Design Hotel porta con sé. "Molti che abitano in questa regione non si concedono il Liberty perché sono convinti di non avere i soldi", ci racconta Heiko Hankel. "Chi però ci prova, viene piacevolmente sorpreso. Al nostro ristorante e bar è possibile mangiare e bere, senza dover spendere un patrimonio. È questo che vorremmo ribadire ancora una volta."

Il numero crescente di ospiti lo conferma: la strategia è quella giusta. Grazie alla coerenza, questo grande esperimento è stato un successo. Ora l'attenzione è posta sulla continuità e sperimentando solo su piccola scala, ad esempio sul menù. Tuttavia, la storia dell'edificio giocherà sempre una parte importante, sottolinea il direttore: "Avremo sempre uno sguardo particolare sul passato e cercheremo di tenerlo in vita. Lo dobbiamo all'edificio, e anche alla storia."

 Per ulteriore informazioni:  
[www.hotel-liberty.de](http://www.hotel-liberty.de)



In totale sono disponibili 38 camere e suite, più una sala conferenze/banchetti "galleggiante" e una storica cantina con il soffitto a volta.

**stay extravagant**



DOVE LA GASTRONOMIA INCONTRA L'ARTE

# Cucina vegetale su un cuscino di nuvole e carbone

L'idea è un po' pazza: cucina bio regionale vegana realizzata da uno chef stellato che solitamente non cucina mai vegano.

Piatti serviti sui carboni ardenti, o direttamente dalla tovaglia, all'interno di una serra, con posate che non ricordano minimamente il loro scopo originale. E i partecipanti trascorrono una serata magica!

Per quanto pazzesca possa sembrare un'idea, funziona quando incontra lo spirito del tempo, quando suscita curiosità e prende vita grazie all'idealismo e all'entusiasmo. Questo è quello che succede con l'iniziativa Experimental Gastronomy, nata nel 2012 nei Paesi Bassi, da un'idea di Martin Kullik e Jouw Wijnsma, fondatore dell'azienda Steinbeisser. Da allora i loro eventi si sono diffusi in tutto il mondo.

## Reale – non solo digitale

Kullik e Wijnsma hanno successo perché hanno capito quanto è importante l'esperienza reale. "Alle persone non basta più stare davanti al computer e comprare qualche oggetto online", ci spiega il co-fondatore Wijnsma. "Abbiamo fame di esperienze reali e personali. Ovviamente, la dimensione digitale gioca un suo ruolo. I nostri eventi, la nostra cucina e la nostra arte sono incredibilmente perfetti, ad esempio, per Instagram. Ma questa è solo una piccola parte."

"La cosa più importante è prendere parte, insieme ad altri, a qualcosa di eccitante, straordinario, degno di essere ricordato." Jouw Wijnsma

Gli eventi organizzati da Steinbeisser hanno colpito questo nervo. Ma essere vegani non è richiesto. Al contrario. Molti partecipanti non hanno un legame speciale con la cucina vegana, sono solo curiosi di sapere cosa assaggiare e sperimentare. Sono disposti a lasciarsi conquistare da questo insolito concetto. E questo significa anche gettare le convenzioni dalla finestra – e mangiare l'insalata dalla tovaglia.

## Legno, carbone, acciaio

Poi ci sono le opere d'arte, questi strani utensili per mangiare, che a volte si usano solo con difficoltà, che fanno sorridere, da scambiare con il vicino o da esaminare attentamente e con cui, pezzo per pezzo, creare un rapporto. Potrebbero essere vecchi utensili industriali russi, amuleti in legno curvato o strutture in acciaio inox in filigrana – i pezzi sorprendono per la loro versatilità e stravaganza, proprio come le stoviglie. Cuscini rumosi e rigonfi si combinano a sedute fatte con scatole in legno annerite dal fuoco. Un'arte da toccare, annusare e assaporare. "Volevamo mettere in discussione le abitudini a tavola, rompere con le solite strutture e anche cambiare in una certa misura il modo in cui consideriamo l'arte", dice Martin Kullik, che è il principale responsabile dell'organizzazione.



### 3 domande a Othmar Prenner

L'artista e scultore ha creato un gran numero di stoviglie opera d'arte che sono state utilizzate durante l'evento di Basilea.

\*\*\*

#### Come ha conosciuto il progetto e perché ha accettato?

Sono stato contattato da Martin Kullik e Jouw Wijnsma per sapere se avessi interesse a creare le stoviglie per l'evento. Personalmente, mi entusiasmo per ogni tipo di rottura con i limiti e esperimento. Il nostro mondo è tutto pieno di regole, tutto è standardizzato. Mi galvanizza quando posso fare una breccia in questi standard.

#### Come ha realizzato le ciotole per l'evento?

Pensando a questi oggetti, mi interessava l'approccio arcaico ed elementare della lavorazione. Che inizia già con i materiali: legno, pietra e ferro. Gli oggetti in legno vengono realizzati tutti a partire da un pezzo e poi vengono bruciati nel fuoco.

#### Qual era il suo messaggio per i partecipanti?

Le opere devono soprattutto sorprendere. L'esperienza del materiale e delle superfici dovrebbe riuscire a comunicare che c'è di più, oltre gli standard monotoni e senza fantasia.



Questi eventi non hanno niente a che fare con una cena formale. Questo ha convinto a partecipare anche lo chef Yoji Tokuyoshi. All'inizio, il cuoco stellato era a dir poco scettico. Cucina vegana? In una serra? A Basilea? Ma la sfida gli piaceva, così come l'opportunità di sperimentare per sé stesso. Infine, ma non meno importante, è rimasto ammaliato dalla fantastica zona intorno: i giardini di Merian con la splendida fioritura e la straordinaria offerta di verdure eccellenti.

## Verde in abbondanza

Il maggior numero possibile di ingredienti proviene dalla coltivazione di erbe e di ortaggi del giardino stesso. Ecco perché lo Chef Tokuyoshi è arrivato in Svizzera solo con un'idea invece di un menù dettagliato, per scoprire in loco cosa aveva a disposizione per l'evento. Zucca e nasturzio, peperone e prezzemolo, porro e sedano di montagna – grazie all'estate radiosa, è stato in grado di attingere a piene mani. Il menù è stato quindi un connubio variegato, creativo ed estremamente gustoso: dal risotto ai cereali con erbe aromatiche, al carpaccio di anguria e peperone, al gelato di

topinambur con pomodori e fichi. La composizione ad arte su stoviglie tanto particolari è stata, per gli occhi e per il palato, un'esperienza di pari intensità. Il volto gigante di Tokuyoshi a fine serata ci dice che lui stesso ha gradito molto – proprio come i suoi ospiti.

Incoraggiati dai numerosi feedback positivi degli ultimi anni, i fondatori di Steinbeisser proseguono naturalmente con la serie di eventi: già concordati i prossimi eventi o in corso di programmazione. Con Amsterdam, dal 14 al 16 giugno, arriva addirittura New York dal 18 al 19 maggio.

Anche questa è un'attrattiva speciale dell'evento, perché tutto cambia. La città, la location, il cuoco e, ovviamente, l'arte – l'esperienza deve essere unica. Ma resta la magia, perché gli ospiti non sono mai sazi, anzi tornano spesso e volentieri. Un nuovo appuntamento in fondo significa una nuova opportunità di condividere ricordi vividi.

 Maggiori informazioni su: [www.steinbeisser.org](http://www.steinbeisser.org)



Yoji Tokuyoshi – lo chef stellato giapponese ha il proprio ristorante a Milano e si è trasferito straordinariamente a Basilea per l'iniziativa Experimental Gastronomy con un team selezionatissimo.



Molti degli oggetti utilizzati, posate o stoviglie, sono in vendita su: [www.jouwstore.com](http://www.jouwstore.com)



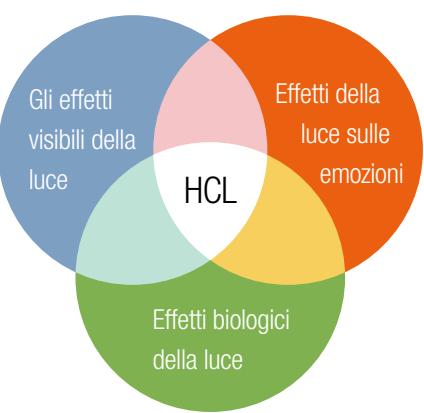
# Sperimentare per l'hotel del futuro

La rete di innovazione della Fraunhofer, FutureHotel, ha un obiettivo ben preciso per il futuro del settore alberghiero: quali saranno le tecnologie rilevanti per il futuro? Quali dotazioni deve scegliere un hotel da qui a dieci anni, per fare felici i propri ospiti? Applicando diversi metodi, il team multidisciplinare cerca le risposte a queste domande dedicandosi intensamente alla ricerca, negli ambiti dell'illuminazione e del benessere.



12  
13

La luce ha effetti sulla vista, sulle emozioni e sulla nostra biologia. Il concetto di illuminazione centrata sull'essere umano (Human Centric Lighting – HCL) mira ad incorporare tutti questi componenti nel progetto illuminotecnico, promuovendo così la salute, il benessere e le attività delle persone nel lungo termine.



Che si tratti di regolare il colore della luce tramite sensori o di accendere la luce in base all'ora del giorno – il controllo smart della luce aumenta il benessere dell'ospite. Una luce bianca calda con un'alta percentuale di luce rossa amplifica l'effetto rilassante delle oasi di benessere – come in questa sauna Banja di Klafs.



>> Quel futuro che sembra tanto lontano, è sempre più vicino di quello che pensi.



L'iniziativa FutureHotel è stata fondata nel 2007 dall'Ing. Vanessa Borkmann. Questo progetto congiunto riunisce regolarmente esperti di ricerca e partner commerciali del settore turistico.

 Maggiori informazioni su:  
[www.futurehotel.de](http://www.futurehotel.de)

L'obiettivo principale è quello di comprendere i bisogni. Successivamente, i concetti verranno sviluppati e testati. Senza una fase di prova pratica, solo pochissime idee hanno un riscontro, ci spiega l'ingegnere Vanessa Borkmann, promotrice del progetto congiunto. "Lavoriamo fianco a fianco con le imprese, fra cui anche gli hotel, per mettere in pratica le nostre idee. Dopo tutto, non vogliamo che il nostro lavoro avvenga solo nella torre d'avorio della scienza", ribadisce la responsabile del progetto.

La rete si concentra sulle aree più diverse e ha recentemente pubblicato i risultati relativi a bagni e area benessere. "Sia i bagni all'interno dell'hotel che l'area dedicata alla spa spesso vengono considerati zone a cui accedere lasciando fuori la tecnologia, concentrandosi solo sulla persona e sul corpo." Ma questo è un concetto riduttivo perché se le tecnologie vengono utilizzate in modo intelligente, sia gli albergatori che gli ospiti possono trarne un vantaggio. "Questo non significa che in futuro avremo dei robot anche nelle aree dedicate al benessere", puntualizza Vanessa Borkmann. "Si tratta semplicemente di ottimizzare il processo, per esempio utilizzando un portale per le prenotazioni delle sedute alla spa. Questo consentirebbe di conoscere in anticipo il calendario e di pianificare il lavoro dei dipendenti in modo molto più efficace, per poter coprire tutte le richieste."

## A favore della sostenibilità

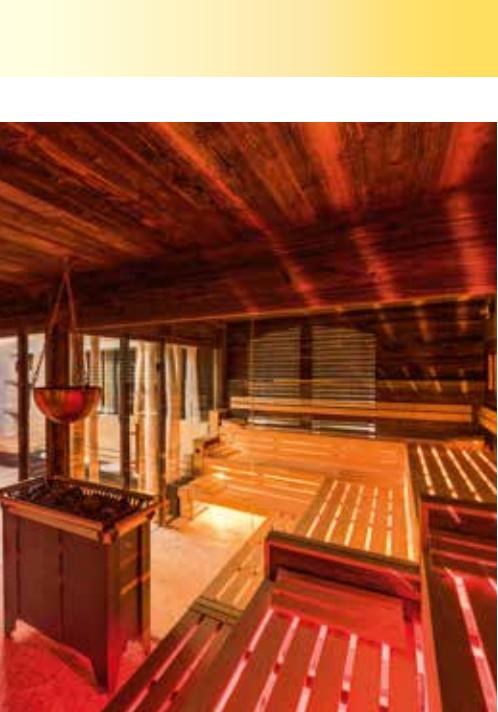
In bagno, ricorrere all'uso delle tecnologie digitali può far risparmiare risorse e favorire la sostenibilità. Da un lato, influisce positivamente sul bilancio ma è anche un argomento che sta a cuore ai clienti, perché il fattore sostenibilità oggi è davvero importante. "Se, ad esempio utilizziamo rubinetti per la doccia o il lavabo dotati di sensori elettronici, sarà possibile risparmiare molta acqua senza compromettere il comfort degli ospiti. Oltre ad un controllo adeguato alla richiesta, il tema della misurazione intelligente o Smart Metering è importante perché fornisce una panoramica precisa dei consumi e del potenziale di ottimizzazione" continua Borkmann. Questo è vero soprattutto per i consumi elettrici, ad esempio legati all'illuminazione.

L'illuminazione a LED, che misura attraverso dei sensori la luce del sole e si accende solo quando la luminosità è insufficiente, consente ad esempio un risparmio notevole. Un concetto alternativo è quello di gestire l'illuminazione in base all'ora del giorno: per fare un esempio, la luce accesa in bagno alle quattro del mattino sarà dimmerata e non ad intensità totale. Il che va a beneficio del relax degli ospiti. Naturalmente, è indispensabile poter mettere in pausa questa funzione temporaneamente perché il personale addetto alle pulizie ha bisogno di locali ben illuminati, indipendentemente dall'ora del giorno. Ed è importante non solo l'intensità della luce ma anche il suo colore. "La ricerca sull'illuminotecnica ci ha mostrato come un'illuminazione dinamica possa avere un effetto positivo sulla salute e la condizione fisica delle persone – parola chiave Human Centric Lighting (HCL). Soprattutto nell'area benessere, ma anche nel bagno, esiste un enorme potenziale per favorire in modo specifico il benessere e il bioritmo degli ospiti", continua la ricercatrice. La luce rossa calda con una bassa componente di blu ha un effetto rilassante, essenziale per i centri benessere. Invece, una percentuale maggiore di luce blu favorisce il risveglio – ed è, quindi, la perfetta integrazione per la routine quotidiana del mattino in bagno.

## L'entusiasmo di sperimentare

Le soluzioni HCL sono già state implementate, in via sperimentale, nello showcase del progetto FutureHotel di Duisburg. "Qui è stato possibile testare quanto gli ospiti gradivano o meno le soluzioni adottate. Un entusiasmo che contagia tutti. Successivamente, abbiamo condotto degli studi corrispondenti e ora l'unica cosa che manca è trovare dei partner che possano testare queste soluzioni con noi nella pratica", aggiunge Borkmann.

Il lavoro di ricerca per gli ambienti bagno e area benessere non si ferma qui. "Ci sono tanti temi interessanti da scoprire. Per esempio nel campo dei materiali innovativi", continua Borkmann. "Fra questi, i prodotti a base di alghe. Vi sono ancora così tante domande aperte e per la ricerca questo è davvero entusiasmante." Uno dei risultati più importanti del progetto è l'aver compreso che quel futuro che sembra tanto lontano, è sempre più vicino di ciò che pensiamo.



# Fondere i desideri dei clienti e i processi creativi

## La gestione delle innovazioni Miele Professional

Progressiva, produttiva, non convenzionale – La gestione delle innovazioni Miele Professional ricerca le innovazioni e i nuovi tipi di modelli di business lontani dallo sviluppo in serie. Gli esperti non solo studiano le tendenze e le tecnologie innovative, come l'intelligenza artificiale, ma in laboratorio si concentrano anche sullo sviluppo di idee dalla grande versatilità. Grazie agli esperimenti con fili, polistirolo o addirittura i Lego, riescono a creare nuovi modelli da utilizzare come modelli funzionali per risolvere i problemi fondamentali dei clienti. Sempre con l'obiettivo di creare il prossimo best-seller, in termini di prodotto o servizio, in grado di stravolgere in positivo il settore.

Il team innovazione con sede a Bielefeld conta sette membri. La metà di loro si concentra soprattutto sull'analisi dei clienti e sullo sviluppo di strategie; l'altra metà si occupa principalmente dell'officina sperimentale e del laboratorio di innovazione. Tutti seguono il principio secondo cui "Se vogliamo capovolgere il mercato, dobbiamo capire meglio il cliente. Vogliamo fare le cose in modo diverso, vogliamo farle meglio". La Dr. Britta von Esmarch-Rummel, responsabile del team, è convinta che le innovazioni dirompenti emergano solo quando poniamo al centro le esigenze dell'utente. L'ecotrofologa è stata nominata responsabile dello sviluppo tecnologico presso la sede di Bielefeld nel 2014 e dal febbraio 2017 è responsabile della gestione delle innovazioni in tutta l'area Professional di Miele. "Il mio entusiasmo per quest'area è alle stelle. Nell'arco di due anni abbiamo fatto così tanto...ed io non vedo l'ora di fare ancora di più."



Britta von Esmarch-Rummel ne è convinta:

"Il nostro monitoraggio dei processi legati ai clienti è progettato in maniera ottimale per identificare le esigenze dei clienti, che i clienti stessi non sanno ancora di avere."

## 1. L'ANALISI DEI CLIENTI

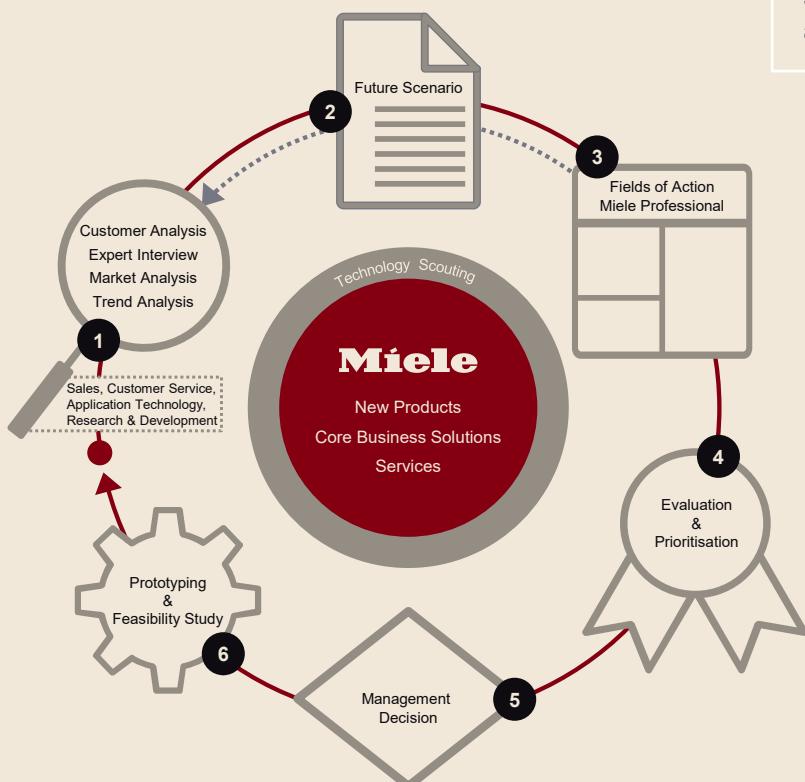
La gestione delle innovazioni lavora con un flusso di lavoro che si ripete. L'analisi si concentra di volta in volta su un diverso gruppo target di clienti. Insieme ad una persona chiave dell'azienda, diamo avvio ad un'intensa collaborazione: "Per una settimana intera seguiamo i dipendenti del cliente molto da vicino. Successivamente creiamo una mappa dei processi, nota anche come "customer journey", che mostra esattamente chi sta facendo cosa, quando e perché. In questo modo, scopriamo quali fasi del processo presentano un buon valore aggiunto e dove invece risiede il potenziale di ottimizzazione", spiega von Esmarch-Rummller. In contemporanea, il team di gestione delle innovazioni analizza il mercato insieme ai principali stakeholder e intervista esperti, sia all'interno che all'esterno del settore.

## 2. LO SCENARIO DEL FUTURO

Oltre all'analisi del cliente, volgiamo sempre uno sguardo mirato al futuro: "Analizziamo il rispettivo mercato e le tendenze tipiche e, con la tecnica dello scenario, creiamo un'immagine il più accurata possibile di come sarà l'industria di riferimento nei dieci anni successivi e quali saranno le sfide attuali o future del gruppo target di clienti", continua la responsabile. "In questo caso, si rivela fondamentale la nostra tecnica dello Scouting."

## 3. CAMPI D'AZIONE

Sulla base dello scenario e dei risultati dell'analisi, sviluppiamo i campi d'azione per mostrare come Miele Professional possa supportare i clienti nella loro attività quotidiana. Ciò si traduce non solo in soluzioni vicine al core business, ma anche in nuovi prodotti, servizi e servizi digitali.



## 4. STABILIRE LE PRIORITÀ

I campi d'azione che ne risultano sono valutati e classificati in ordine di priorità in base ai vantaggi per il cliente: quali entusiasmano il cliente? Quali sono le innovazioni con un valore aggiunto? Quali si traducono in uno slancio grandioso per il mercato?

## 5. POTERE DECISIONALE

Dopo aver valutato tutti i risultati, il gruppo interno di decision-maker, insieme ai responsabili di Miele Professional, stabilisce quali fra le utili soluzioni ai problemi attuare.

## 6. CREARE UN PROTOTIPO

Una volta definiti i campi su cui agire, inizia la fase sperimentale: in laboratorio, si utilizzano diverse tecniche creative per arrivare a delle soluzioni, seguite poi dalla fase di prototipo. Se la soluzione al problema non è un servizio, ma un prodotto, viene allestito un modello funzionale nel laboratorio sperimentale, che viene testato in maniera iterativa presso il cliente, ma anche nel laboratorio di innovazione. Questo ci consente di arrivare a nuovi approcci, molto velocemente. "Una volta sviluppata un'idea, procediamo con uno studio di fattibilità approssimativo", spiega von Esmarch-Rummller. "In questo modo, siamo sicuri che solo le soluzioni testate arrivino al classico processo di sviluppo del prodotto. Allo stesso tempo però, non perdiamo la nostra spinta creativa, che sarebbe davvero ostacolata se dovessimo realizzare ogni idea fino nei minimi dettagli."



stay adventurous

# Grandi passi per grandi risultati

Tutto cominciò con una piccola pensione nella Valle Aurina altoatesina.

Oggi, la famiglia Steger un'area benessere realizzata unendo due hotel per un totale di 5.000 m<sup>2</sup> di spa. Per poter realizzare questo grande cambiamento, la famiglia ha dovuto fare affidamento sulla sensibilità verso gli ospiti, sulla perseveranza e il coraggio di anticipare i tempi e anche di lanciarsi in coraggiosi esperimenti.

Il padre fondatore Johann Steger è sempre stato coraggioso nel suo approccio. Fortemente radicato nella regione, ha riconosciuto il potenziale della Valle Aurina, anche quando l'attrazione turistica della zona era ancora agli albori. Così non solo costruì il primo albergo a tre stelle con piscina, ma fondò anche la prima funivia, insieme ad altri partner. **Grandi visioni per una piccola regione. Ci volle molto**

**coraggio nell'affrontare questi grandi progetti in un'area turistica sottosviluppata e nell'offrire attrezzature che per quei tempi erano un lusso. Tuttavia, l'ambizioso esperimento doveva ancora dare il meglio di sé.**

La prova di coraggio più ardua nella storia dell'Hotel Steger arrivò nel 2000, con l'unione di due alberghi che la famiglia Steger aveva realizzato separatamente: lo Spor-

otel Linderhof e l'Hotel Alpenschlössl vennero uniti con una grande opera di restauro, per realizzare una grande area dedicata al benessere. "Le rispettive reception e le sale da pranzo, invece, sono state volutamente conservate", spiega Siegfried Steger, figlio del fondatore Johann Steger e amministratore delegato dell'attuale "Lunaris" ex Linderhof. "Volevamo assolutamente evitare la realizzazione di aree



Il Resort è rimane un'attività di famiglia, in cui tutti danno una mano. Nel 2018, gli impianti dell'area benessere sono stati ampliati sui 5.000 m<sup>2</sup> e molte camere sono state ristrutturate. La complicata ristrutturazione ha tenuto col fiato in sospeso la famiglia per settimane, ma gli ospiti di Amonti & Lunaris sono entusiasti del risultato.



bar e ristorante enormi e poco piacevoli, conservando invece quella piacevole atmosfera familiare." L'investimento ha dato i suoi buoni frutti. **Invece di dissuadere gli ospiti, il concetto di hotel collegati con zone indipendenti è ancora oggi il forte marchio di fabbrica del resort dedicato al benessere, che fa parte dell'iniziativa altoatesina "Belvita".**

## Tale padre, tali figli

Nel frattempo, tutti e tre i figli del fondatore sono subentrati nell'attività e Johann Steger può godersi la meritata pensione. I tre responsabili portano avanti l'eredità del padre anche anche negli ideali, perché nessuno dei tre può negare una certa propensione alla sperimentazione: "Siamo sempre stati pionieri, è semplicemente una cosa di famiglia", sorride Siegfried Steger. Già da piccoli i tre figli erano coinvolti nell'attività di famiglia. "Dopo l'apprendistato, abbiamo prima fatto esperienza in altri alberghi, ma poi siamo tornati nella Valle Aurina per dedicarci all'attività." Steger è molto grato ai genitori per il loro sostegno lungimirante: "Ci è stato permesso di assumerci la responsabilità molto preso e di prendere le nostre decisioni, il che non è scontato." I tre fratelli lavorano a stretto contatto. "Non vorrei mai perdere lo scambio di esperienze e quel senso di unione" conferma l'albergatore. Anche per l'esperimento successivo del 2018, la famiglia si è sempre dimostrata unita. Avevano solo 110 giorni per restaurare un migliaio di metri quadri. "Pianificare e annunciare lavori di costruzione così complessi in tempi così ridotti è stata un'impresa. Ma ci siamo riusciti nei tempi e le reazioni positive parlano da sole."



## Qualità costante, sempre

Per quanto la famiglia ami sperimentare, l'affidabilità è una priorità, soprattutto in aree sensibili come la cura del bucato. "Dopo 20 anni di servizio fedele dei nostri elettrodomestici Miele, era chiaro fin dall'inizio che saremmo rimasti con Miele quando si è trattato di comprare nuove macchine", conferma Siegfried Steger. La famiglia ha scelto di pensare al bucato internamente e utilizza lavatrici, asciugatrici e stiratrici di Miele. "Questo ci consente di gestire autonomamente la qualità del bucato. Fin dall'inizio ci ha convinto la longevità delle macchine, la necessità minima di riparazioni e l'ottima assistenza". Dopo i grandi cambiamenti al Resort, ora è in fase di studio un periodo di riposo. "Desideriamo fermarci un attimo." Siegfried Steger ride e aggiunge: "Ma chi ci conosce sa che le idee non finiscono mai". Il prossimo esperimento potrebbe già essere in cantiere.

## FashionMaster di Miele

Chi viaggia per lavoro rinuncia a malincuore alla possibilità di avere abiti ben stirati e in fretta. Tuttavia, in base alla nuova normativa tedesca sulla protezione antincendio, è vietato utilizzare ferri da stiro nelle camere degli hotel nuovi o restaurati. Il Mercure Hotel & Residenz Checkpoint Charlie di Berlino ha allestito nel marzo 2018 una stireria, per permettere ai clienti di rinfrescare gli abiti senza dover attendere 24 ore in una lavanderia esterna. Il Mercure di Berlino ospita ogni anno 52.000 visitatori e molti di essi viaggiano per affari. L'esperienza degli ultimi mesi dimostra che l'offerta ha colpito davvero nel segno. FashionMaster di Miele (stiratrice) viene utilizzata di continuo nell'hotel a quattro stelle.



Per ulteriori informazioni:  
[www.miele.de/brand/fashionmaster-27554](http://www.miele.de/brand/fashionmaster-27554)



18  
19

## Sperimentare in sicurezza



La psicologia ce lo dice da molto tempo: sveglia il nostro interesse solo ciò che è disponibile temporaneamente – come gli hotel Pop-up.

Che sono il luogo ideale per ospitare grandi eventi o fiere. Alcuni possono essere utilizzati solo per un periodo di tempo limitato, per via della loro costruzione, mentre altri hanno diritti di affitto limitati nel tempo. Questo consente di testare concetti di hotel polarizzanti senza dover procedere con un investimento nel tempo – un esperimento a tempo. Se siete interessati alla tendenza Pop-up, potete sperimentare un concetto insolito nella Zillertal in Austria, per esempio. L'antico hotel "Zillertaler Grillhof" sarà completamente rinnovato nell'estate del 2019. Fino ad allora, i giovani proprietari hanno creato il concetto di Pop Down Hotel – un gioco di parole fra Pop-up e Countdown (conto alla rovescia) – attirando i visitatori con idee insolite, come un paese delle meraviglie acquatico nel seminterrato o un tavolo ristorante su tre piani.



Maggiori informazioni su: [www.popdownhotel.com](http://www.popdownhotel.com)

Non c'è bisogno di stravolgere l'intera attività alberghiera o procurarsi il costoso robot della reception. Anche su piccola scala, gli esperimenti possono aiutare a scoprire innovazioni potenzialmente di successo: un piatto insolito nel menù, una sala dal design inusuale che fa impazzire i fan



di Instagram, o una sballorditiva offerta di corsi per gli ospiti, come danza hawaiana. Lasciate che la vostra immaginazione si scateni o pensate ad un piccolo laboratorio di creatività da fare con il vostro team. Sarà comunque utile porre dei limiti ben precisi all'esperimento. Potrete così tenere traccia di un'idea, valutare rapidamente quanto è significativa e il suo impatto.

# Propagare il successo online

Se un'idea straordinaria ha successo, può essere utile svilupparla ulteriormente e creare degli Spin-off. Così hanno fatto Martin Kullik e Jouw Wijnsma, fondatori dell'impresa Steinbesser, con l'iniziativa Experimental Gastronomy: hanno creato uno Shop Online relativo alle cene evento (v. anche a pagina 8).

Sul sito [www.jouwstore.com](http://www.jouwstore.com), non solo è possibile acquistare le opere d'arte che sono state utilizzate durante le cene evento vegane, ma anche approfondire la vita degli artisti attraverso le interviste. Visivamente accattivante, il sito web rispecchia il livello artistico dell'Iniziativa Experimental Gastronomy e incuriosisce anche i visitatori che non hanno ancora partecipato ad un evento.



Maggiori informazioni su: [www.jouwstore.com](http://www.jouwstore.com)



Prospettiva: welcome & stay 2 | 2019

## Scriveteci!

Avete domande, suggerimenti o spunti per noi?

Vi piacerebbe suggerire nuovi temi, esternare critiche o raccontare la vostra storia? Saremo lieti di ricevere un vostro riscontro all'indirizzo [professional@miele.ch](mailto:professional@miele.ch)! Scriveteci anche qualora non desideraste più ricevere questa rivista.

## »Specializzarsi«

Una "spaccata" impegnativa: distaccarsi dalla concorrenza con caratteristiche speciali, senza essere percepiti come stravaganti e scomparire sul fondo. Nel prossimo numero parleremo proprio di cosa significa "Specializzarsi".

