

FONCTION LINGE

LINGE PLAT ET VÊTEMENTS PROFESSIONNELS

DÉFIS À RELEVER EN HÔTELLERIE-RESTAURATION

Qu'il s'agisse du linge plat qu'utilisent les clients ou des tenues de travail dans lesquelles évoluent les professionnels de l'hôtellerie-restauration, les exigences sont nombreuses et les défis multiples à relever en termes organisationnels et techniques pour les loueurs ou les confectionneurs. Etat des lieux.



→ C'est dans le design et la coupe que les gens cherchent des vêtements plus contemporains. Les tenues de chef et de la partie cuisine de chez Bragard vont désormais vers plus de minimalisme.

« C

e qu'on attends en priorité d'un prestataire de location-entretien de linge, c'est une réactivité, une disponibilité et une adaptation, explique d'emblée Corinne Veyssiere, Présidente de l'Association des Gouvernantes Générales de l'Hôtellerie (AGGH). La clientèle et le monde de l'hôtellerie a énormément évolué ces dix dernières années. Les clients réservent de plus en plus la veille pour le lendemain. Désormais nous sommes beaucoup en gestion à la commande, c'est-à-dire que l'on commande le linge aux prestataires en fonction de l'occupation des chambres. Comme ces taux d'occupation fluctuent très vite, il est vrai qu'on a besoin d'avoir un prestataire vraiment réactif. La gestion du linge à la commande a été une grande avancée pour nous. C'est-à-dire que l'on commande juste nos besoins en fonction du taux d'occupation, ce qui évite de stocker du linge pour rien, donc de perdre de l'argent. Ce linge est chez le fournisseur et peut servir à des hôteliers qui ont un surcroît d'activités ce jour là. » La formule est intéressante, aussi bien pour le prestataire que pour l'hôtelier.

Eviter le surstockage

« Selon la Présidente de l'AGGH, près de 98 % des établissements hôteliers sous-traitent leur linge plat car c'est un souci de gestion de linge qui n'est plus du tout à la charge de l'hôtelier. Certains petits établissements indépendants, en nombre de chambres, continuent à acheter leur linge plat même si ils sous-traitent son entretien. Globalement, on voit de plus en plus la location sous-traitance arriver dans les hôtels. « De plus, dans certains établissements hôteliers, il est parfois difficile d'avoir suffisamment de place pour l'espace linge. D'où l'avantage de sous-traiter pour éviter le surstockage, ce qui laisse un petit peu plus d'espace de travail pour les lingères. C'est à la gouvernante et à ses collaboratrices d'être la plus imaginative possible pour aménager au mieux

l'espace de travail. « On parle du linge, mais il y a aussi toute la partie des uniformes qui prend beaucoup de place dans un grand hôtel comme la nôtre, précise la Gouvernante Générale du Sheraton Paris Airport de Roissy Charles-de-Gaulle. Généralement, les gouvernantes essayent de trouver un type d'espace pour stocker tout ça. Sinon pour un hôtel de 300 chambres comme le notre, on peut recevoir entre 30 et 40 rolls de linge propre par jour et nous traitons environ 8 000 pièces par mois. » RLD fournit à l'hôtel Mercure Cabourg Hippodrome tout le linge plat, du drap de bain aux petites serviettes jusqu'aux draps. Les vêtements de la réception, eux, sont régulièrement confiés à un pressing local et ceux du restaurant, en location-gérance, sont entretenus par RLD. Pour Christophe Tirvert, directeur de cet établissement de 75 chambres, il est essentiel dans la profession hôtelière d'avoir en face de soi un directeur de site à l'écoute, réactif avec qui l'on a une vraie relation de proximité pour que fonctionne une prestation de location-entretien.

Des rapports humains primordiaux

« Depuis que cette société a changé de directeur il y a plus d'un an, c'est le jour et la nuit... ou plutôt l'inverse ! Auparavant nous connaissions de gros retards, avec parfois des journées sans livraison et des soucis d'organisation. Etre livré en temps et en heure, quelque soit l'activité, est essentiel, surtout en grosse période d'activité estivale ou lorsque la météo est au beau fixe. Depuis l'arrivée de Mickaël Mairand, les choses ont vraiment changé. Il est venu

sur site nous rencontrer, et même revenu nous dépanner lorsque nous nous trouvions en manque de linge. » Pour le directeur de ce bel hôtel à Colombes, les rapports humains sont primordiaux. « Même si il peut encore y avoir un petit souci de temps à autre avec notre prestataire comme cela arrive inévitablement dans une relation de services, quand on est proche de son client et lorsque l'on privilégie le dialogue et la communication, ce souci se gère vraiment beaucoup mieux qu'auparavant. »

Aujourd'hui, en termes d'offres, les différents loueurs de linge proposent peu ou prou les mêmes gammes de produits. Ce qui va les différencier, c'est effectivement la façon dont le prestataire va faire le service, « la façon dont les hommes et les femmes qui travaillent pour nous vont pouvoir apporter ce petit plus d'attention supplémentaire auprès du client, cette disponibilité auprès des hôteliers, insiste Mickaël Mairand le Directeur de l'Unité RLD de Deauville. Il faut toujours avoir conscience qu'en bout de chaîne il y a des clients, qui ont eux mêmes ont des propres clients, et qu'il ne faut jamais laisser le client sans solution. » C'est un des points forts de RLD notamment d'avoir conservé cette proximité clients avec 34 unités répartis sur tout le territoire. L'unité RLD de Deauville, qui traite environ 12 tonnes de linge par jour, réalise 25% de son activité avec l'hôtellerie-restauration (contre 41% pour la santé). « C'est une activité très saisonnière et qui, en Normandie, avec la proximité de la région parisienne, fluctue beaucoup en fonction des aléas de la météo. D'octobre à mars, en niveau bas, nous sommes à 40 tonnes de linge plat par mois et on double ce chiffre en plein été. »

**REJOIGNEZ LE N°1
MONDIAL DU PRESSING**

30 PAYS - 1900 MAGASINS

5asec

TEXTILE EXPERT



Pourquoi rejoindre notre réseau ?

- Mise en place d'outils permettant l'augmentation de votre CA (expérience d'un réseau de plus de 300 magasins en France)
- Conseils sur l'amélioration de la rentabilité du magasin (technique, consommables, gestion du personnel...)
- Connaissance et maîtrise des alternatives au perchlo
- Campagnes de communication nationales et locales (à la carte)
- Economies d'échelle grâce à la taille du réseau (Service Achats)
- Ecole de formation
- Département Recherche & Développement (Innovations, technologies, produits...)
- Support du service commercial pour développer votre activité auprès des entreprises



Contactez-nous dès maintenant : franchise@5asec.com
ou sur le site www.5asec.com, rubrique « Nous rejoindre »

L'image véhiculée par le vêtement

De son côté, le vêtement professionnel recouvre des enjeux complexes et multiples. Si l'on pense hôtel-restaurant, il y a d'abord l'image forcément un rapport avec l'identité de l'enseigne. C'est un relais et de communication important puisque c'est un des éléments les plus visibles de la marque en permanence vis-à-vis du client. « Il faut que ce vêtement soit en cohérence avec ce que la chaîne d'hôtels veut laisser penser de ses chambres, précise Stéphane Coulon, gérant-fondateur du cabinet conseil en vêtements professionnels Vetanova. Le fournisseur de vêtements choisi par la chaîne d'hôtellerie ou de restauration doit assurer un service parfait. Il n'est pas question qu'il y ait des ruptures de stocks ou qu'il n'y a pas les bonnes tailles sinon l'établissement va avoir des collaborateurs qui ne sont pas habillés ou qui sont habillés dans des tailles qui ne correspondent pas. Il y a aussi beaucoup de turnover dans ce secteur, ce qui rend plus difficile de prévoir des tenues bien adaptées à la morphologie de chacun. »



→ Béatrice Brandt, Directrice Marketing Textile du groupe Elis : « Les chefs privilégient désormais la couleur. »

Elior Concessions (restauration sur autoroute, dans les gares et les aéroports) a redéployé les tenues de ses employés il y a environ deux ans et blanchit lui-même son linge. « On se dirige alors vers des tenues faciles à entretenir, lavables en machine, avec en même temps à un look assez particulier et dynamique pour positionner la marque par rapport à l'uniforme, explique Dominique Adida, Responsable des Achats groupe Elior. Pour les gammes d'Elior Services nous sommes en train de faire des réajustements car ce sont des sociétés qui ont reprises au fil du temps. Ce sont des blouses pour du personnel qui doit à la fois assurer la propreté et le service à table en EHPAD par exemple. Les familles sont demandeuses pour que le personnel soit habillé avec des couleurs comme le rose, le bleu ou le blanc. » Pour les vêtements de cuisine, le Groupe utilise du spécifique Elior qui va être revisité dans peu de temps. Un chantier a été initié en amont avec des groupes de travail comprenant du personnel opérationnel pour avoir des vêtements pratiques et adaptés. C'est grâce à ces retours terrain que sur les précédentes tenues des accroches ont été mises en place pour pouvoir remonter les manches, ou encore des aérations sous les bras sur toutes les vestes de cuisine.

Un retour vers plus de sobriété

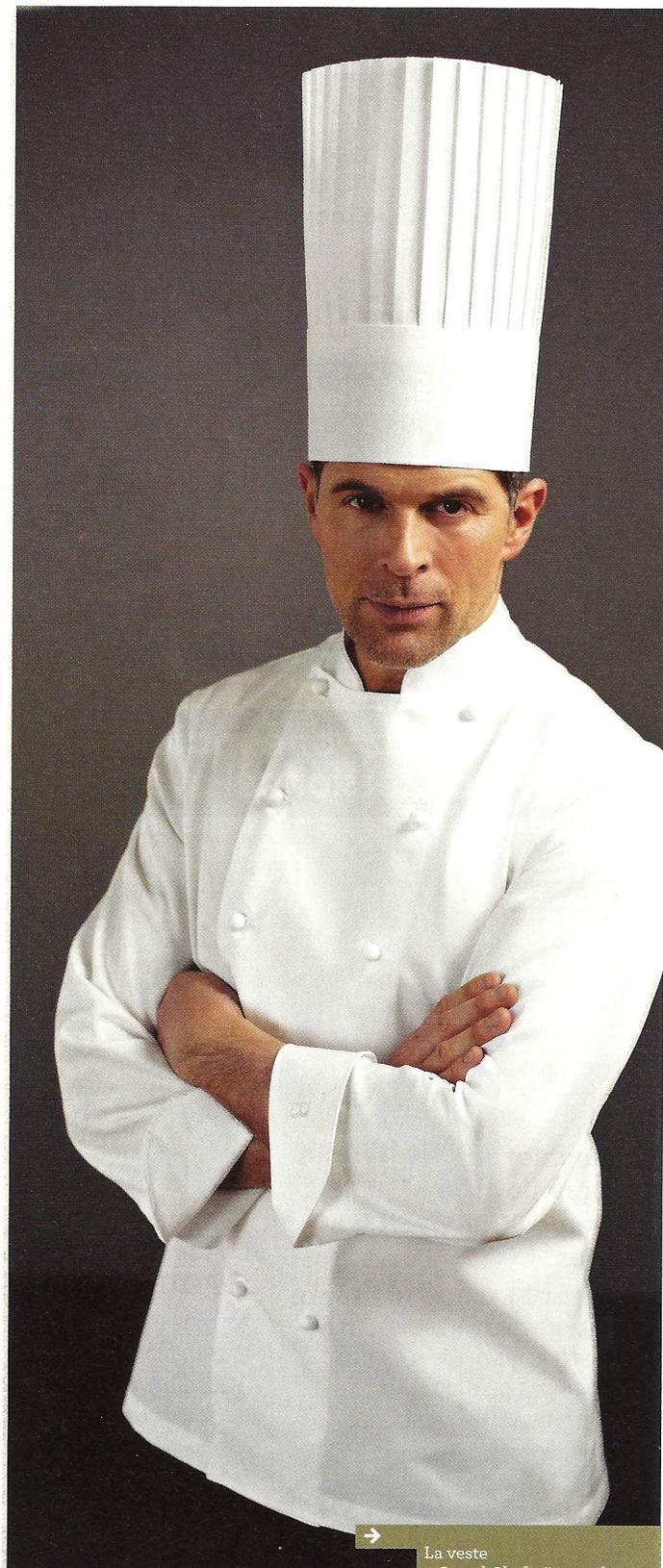
« Le marché de l'hôtellerie monte en gamme, constate Béatrice Brandt, Directrice Marketing Textile du groupe Elis. Toujours plus de confort « comme à la maison », quel que soit le nombre d'étoiles et toujours plus d'hygiène. Elis accompagne les hôteliers grâce à sa solution clé en main «Le Duo», comprenant la location et l'entretien des housses de couette, la mise à disposition et l'entretien de couettes Dodo, analergiques et de haute qualité. » En matière de vêtement de travail, Béatrice Brandt observe que les clients sont plus sensibles à la mode et veulent plus de style, que les chefs privilégient désormais la couleur ; et que dans les étages, on note l'apparition de la tunique et du pantalon pour remplacer la traditionnelle robe noire. « Côté cuisines, le blanc, symbole d'hygiène, reste toujours n° 1, modère Christian Osché, Responsable Produits Europe chez Bragard. On voit cependant de plus en plus de noir et d'anthracite et nous avons en effet réréférencé quelques

vestes en couleurs qui marchent de mieux en mieux. Je pense que la couleur va progresser, mais elle est encore loin de pouvoir remplacer le blanc. C'est dans le design et la coupe que les gens cherchent des vêtements plus contemporains. Nous allons vers plus de minimalisme. Certains articles un peu surchargés d'empiècements, de galons, de biais, de couleurs de tons opposées ont tendances à être remplacés par des modèles plus sobres. » Le cabinet de conseil Vetanova souligne lui aussi ce retour vers des tenues plus épurées par rapport à ce qui se faisait il y a quelques années. « On cherche désormais la sobriété dans le vêtement d'image en évitant les gros logos, particulièrement pour le personnel qui travaille en front-office ou en salle, indique Stéphane Coulon. Pour ce qui est du linge plat, les hôteliers-restaurateurs commencent à sortir du blanc traditionnel. Ils abandonnent aussi petit à petit les motifs à fleurs pour s'orienter vers des tons plus doux, crème, caramel, gris ou taupe par exemple. « Ce qui marche bien aussi, remarque le Directeur de l'Unité RLD de Deauville, ce sont les trames cannelées qui jouent sur deux tonalités. Beaucoup de restaurateurs fonctionnent par opposition foncé-clair, chocolat pour la nappe et crème pour les serviettes. Pour les éponges, j'ai un hôtel qui a une piscine intégrée qui utilise des couleurs différentes pour éviter les mélanges. Sur la partie cuisine ou encore sur la partie des métiers plus techniques comme ceux de la maintenance, la tendance va aussi vers le bien-être du salarié qui sera plus performant s'il est bien dans ses vêtements plutôt que de se mouvoir dans une veste qui le gêne dès qu'il lève les bras 50 fois par jour. Pour cela, le client peut tout à fait demander au prestataires de venir passer une journée pour regarder comment évolue les professionnels sur leur lieu de travail. Cela va permettre ensuite d'installer un soufflet d'aisance sous les bras, un coude préformé dans une manche, peut-être une aération parce que la personne évolue un poste très chaud.



QUAND LE LINGE S'ÉVAPORE

Une autre spécificité du secteur touristique est le vol d'objets dans les hôtels, en particulier pour le plat de serviettes en éponges ou de peignoirs selon la catégorie de d'établissements. C'est loin d'être un phénomène marginal. Lorsque RLD de Deauville fait ses inventaires avant et après saison, le delta est ce qui a été perdu au niveau de l'hôtel. « Après tout dépend de l'établissement, confie le Directeur de l'unité RLD. Nous avons une résidence de tourisme à Honfleur où près de 20% du volume, soit une partie non négligeable de notre patrimoine, s'évapore dans la nature ! Là, difficile de passer l'éponge ! Nous allons voir l'hôtelier et l'on commence la négociation. » Ce phénomène touche tous les établissements, surtout les plus huppés. Tout ce qui est brodé avec le logo de l'hôtel attire les collectionneurs et il est vrai que ces derniers préfèrent repartir avec une serviette du Normandy ... que celle d'un Première Classe !



La veste « Grand Chef » Bragard est coupée dans un coton peigné de très grande qualité.

ALLIER ESTHÉTIQUE, TECHNIQUE ET FACILITÉ D'ENTRETIEN

Bragard fait partie depuis 2007 du groupe scandinave Kwintet, spécialiste et leader en Europe du vêtement professionnel. Emblématique dans le monde de la gastronomie, des métiers de bouche, de l'hôtellerie et du vêtement d'image, Bragard fait figure de référence en son domaine.

Experte en hôtellerie-restauration premium, la marque Bragard est réputée pour ses vêtements professionnels très qualitatifs. Située à Epinal, la société qui fêtera ses 80 ans l'an prochain, se positionne aujourd'hui comme une marque intergénérationnelle pour tous les acteurs du CHR et des métiers de bouche. Selon l'environnement de travail et la personne qui portera le vêtement, le confectionneur va jouer sur du haut de gamme, avec des cotons et des lins qui sont des matières relativement nobles donc plus chères en termes de prix. «Ce sont des matières moins faciles d'entretien, qui demandent plus de repassage, mais qui ont une durée de vie assez longue, explique Alice Marchal, Responsable de la communication pour la marque Bragard. Notre veste de cuisine Grand Chef, devenue la référence de l'habillement des chefs, est coupée dans un tissu Pima Premium qui est un coton peigné de très grande qualité. Là c'est un textile de représentation.» Pour ses autres tenues, la marque joue avec les matières, soit chaîne et trame (tissu qui résulte de l'entrecroisement de fils disposés dans le sens de la chaîne et de fils disposés dans le sens de la trame en quadrillage), soit maille (boucles au crochet à partir d'un même fil pour que monte les différents rangs du tissu). Bragard va d'ailleurs lancer en 2013 des tenues de cuisine qui allieront ces deux grandes familles textiles. « Nos tenues allient la fonctionnalité du vêtement professionnel à une qualité qui garantit le confort. Il est vrai qu'on utilise des textiles qui permettent une bonne respirabilité entre le corps et l'extérieur. Tous les professionnels de la cuisine travaillent dans des milieux qu'on pourrait qualifier d'hostiles ou dangereux, avec des changements de température très importants, des risques de brûlure et des obligations en termes d'hygiène et de sécurité.»

Des similitudes avec les textiles sportifs

Même si Bragard a une image premium, l'entreprise fournit également une large gamme de tenues de cuisine et service, pour tous les budgets qui vont de la petite entreprise familiale aux grandes chaînes d'hôtels, en passant par les écoles hôtelières. Sa gamme Cooking Star connaît un grand succès depuis plus de dix ans avec des tissus qui mixent coton et polyester pour un entretien plus facile, des coupes dynamiques et modernes... à des prix modérés. «On ajoute dans cette gamme des empiecements Coolmax®. C'est une maille respirante et extensible, qui offre plus de confort et d'amplitude de mouvement, et qui sera placée dans le dos et en dessous des bras. On trouve beaucoup de similitudes avec le sport. Nous allons chercher les mêmes gains avec l'utilisation de tissus thermorégulateurs dans la cuisine qui viennent vraiment optimiser l'échange entre le corps et l'environnement extérieur, de sorte que le vêtement ne soit pas vécu comme une armure.» Bragard utilise aussi des tissus thermorégulateurs dotés de

microcapsules qui absorbent et emmagasinent la chaleur et qui la restituent quand il fait froid. En hôtellerie-restauration, ces tenues seront vraiment adaptées pour les portiers, les bagagistes ou les voituriers, souvent amenés à passer de l'intérieur à l'extérieur. Pour les tenues de chef ou de service, le fabricant amène aussi des traitements supplémentaires anti-tâche (traitement déperlant) ou Easy Care où il suffit de laver une veste, de l'étendre sur un cintre pour qu'elle sèche très vite et retrouve sa tenue sans avoir à la repasser. Bragard utilise ainsi du polyester bistretch respirant, d'entretien et de repassage très facile, pour les tuniques ou les blouses que les femmes portent dans les spas. « Les grands défis en hôtellerie, conclut Alice Marchal, c'est que le « tombé du vêtement soit impeccable, que la coupe soit réussie, que ce soit agréable à porter, mais surtout facile d'entretien et résistant. »



→ Christian Osché, Responsable Produits Europe chez Bragard (Groupe Kwintet) : « Nous essayons d'apporter des procédés qui tiennent dans le temps. »

« DES MAILLES CHLORABLES LAVABLES À 70° »

« Notre challenge, c'est d'apporter à nos clients de l'hôtellerie-restauration une innovation à la fois esthétique et technique, souvent liée à des évolutions de matières et de traitement qui ne sont pas toujours compatibles avec l'entretien industriel, explique Christian Osché, Responsable Produits Europe chez Bragard. Ce n'est pas facile car les fibres élastiques par exemple résistent difficilement à des températures élevées. Les traitements après teinture contre les tâches par exemple, ne tiennent pas éternellement lavage après lavage. Si on propose ces matières à nos clients, il faut jouer cartes sur table et leur expliquer les contraintes. Tous les fabricants sont confrontés à ce genre de souci. C'est pour cela que nous essayons d'apporter des procédés qui durent dans le temps, comme des stretchs mécaniques, avec un système de tissage qui rend le tissu élastique au lieu de fibres élasthanne qui se durcissent et perdent leur élasticité à forte température. Dès janvier 2013, nous allons aussi proposer des mailles chlorables, lavable à 70° qui laissent passer l'air, échapper la transpiration et dont les vertus élastiques offrent une liberté de mouvement beaucoup plus importante. »

GAMME LAVAGE MIELE

Concilez hygiène maximale et maîtrise des coûts

40 %

DE RÉDUCTION
DE CONSOMMATION D'EAU

24 %

DE RÉDUCTION
DE CONSOMMATION D'ÉNERGIE
C'est le résultat concret de la diminution
du temps de séchage dû à l'application
des technologies les plus innovantes.

30 000 CYCLES

Les lave-linge Miele
sont un gage de durabilité



Service commercial
01 49 39 44 44*

*appel non surtaxé

Miele
PROFESSIONAL

