

BRANCHENNEWS

## Ein halbes Jahrhundert am Markt



Die Bienvenue Serie ist die erste Hotel-Pflegeproduktserie von Groupe GM. Seit über 45 Jahren ist sie im Markt und war die erste Kollektion von Kosmetikprodukten, die in Frankreich speziell für die Hotellerie entwickelt wurde. / Foto: GroupeGM

**Georges Marchand, der Gründer von Groupe GM, autodidaktisch und abenteuerlustig, schlug eine glänzende kaufmännische Laufbahn ein: Nachdem er Autos und exklusive Bücher verkauft hatte, wurde er Vertriebsleiter in einem Unternehmen, das sich auf die Nachbildung von Kunstwerken großer Meister wie Renoir, Monet und Picasso, insbesondere für Hotels, spezialisiert hatte.**

Durch seine vielen Treffen mit Kunden, insbesondere Hotelmanagern und Lieferanten, sowie ausgestattet mit einem ausgezeichnet bestücktem Adressbuch kam ihm die Idee, Markenhygieneartikel im Miniaturformat anzubieten. Ihm fiel auf, dass Gäste in den 1970er Jahren in Paris nur feste Seifen in ihren Hotels vorfanden. Zu dieser Zeit war die üblichste Art und Weise, das Image eines Hotels durch ein Produkt zu vermitteln, Streichholzschachteln als Willkommensgeschenk anzubieten.

Die erste hauseigene Marke von Groupe GM sollte die Eleganz, den Stil und das Bewusstsein der universellen Kunst der Gastfreundschaft verkörpern. Das französische Wort Bienvenue ist international bekannt und findet sich weltweit in einer Vielzahl von Akzenten wieder. Außerdem hat es ein größeres symbolisches Gewicht als sein englisches Äquivalent Welcome. Darüber hinaus zeigt das Markenlogo eine Blume, die als einladende Geste gilt. Mittlerweile werden jedes Jahr Millionen von Artikeln verkauft.

Groupe GM ist bis heute ein Familienunternehmen, das aktuell von Georges Marchands Söhnen Laurent und François geleitet wird. Als einer der weltweit führenden Anbieter verfügt die Gruppe über mehr als 40 Marken, darunter auch hauseigene. Seit 1972 arbeitet

das Unternehmen mit international renommierten Marken aus dem Kosmetik-, Mode-, Design- und Wellnessbereich zusammen und ist stolz darauf, Kunden aus dem Gastgewerbe in mehr als 80 Ländern zu betreuen.

Care About Earth Programm für unternehmerische Verantwortung

Seit der Einführung der Bienvenue Serie hat Groupe GM umfangreiche Maßnahmen ergriffen, um seine Spitzenposition im Bereich Hotelleriekosmetik langfristig zu sichern. Dabei legte das Unternehmen schon immer Wert auf umfassende Nachhaltigkeit. So wurden etwa erhebliche Anstrengungen zur Gewährleistung unternommen, dass die Inhaltsstoffe und Verpackungen der Produkte von Groupe GM aus verantwortungsvollen Quellen bezogen werden.

Um dieses Anliegen weiter zu fördern, rief die Gruppe 2018 das Care About Earth Programm ins Leben. Ziel des Programms ist es, die Auswirkungen von Hotelleriekosmetik auf die Umwelt zu reduzieren und das ökologische und gesellschaftliche Engagement des Unternehmens zu stärken.

Im Rahmen des Care About Earth-Programms kann Groupe GM seine Umweltauswirkungen durch drei wesentliche Säulen angehen: Die Verringerung von Kunststoffen aus fossilen Brennstoffen in der Verpackung, die Verwendung von verantwortungsvoll beschafften Materialien in Produktdesign und Formeln sowie die Entwicklung innovativer Großformate wie dem zum Patent angemeldeten Spender Ecofill.

Durch das Care About Earth Programm wurden bereits mehr als 85 Prozent der von Groupe GM angebotenen Hotelamenities-Linien durch pflanzliche oder recycelte Kunststoffe ersetzt. Die Bienvenue-Serie ist umweltfreundlich gestaltet und steht im Einklang mit dem Programm. Die Produkte werden aus recyceltem oder pflanzenbasiertem Kunststoff aus Zuckerrohrresten hergestellt, die ausschließlich von nachhaltiger Landwirtschaft und verantwortungsvollen Lieferanten stammen.

Weltweites Vertriebsnetz

Mit einem weltweiten Vertriebsnetz aus 25 Vertretungen in über 80 Ländern präsentiert Groupe GM seine Produkte in mehr als 7.000 Hotelbetrieben. Die meisten sind High-End-Standorte, darunter Paläste, unabhängige Boutique-Hotels oder Mitglieder von großer globalen Ketten wie beispielsweise Mandarin Oriental, Accor, Louvre Hotels Group, InterContinental Hotels Group und Four Seasons. Sie umfassen Marken wie Guerlain, Éditions de Parfums Frédéric Malle, Atelier Cologne, Codage, La Compagnie de Provence und Le Petit Prince.