

ЛОДКА

ЖУРНАЛ ДЛЯ НАСТОЯЩИХ И БУДУЩИХ ВЛАДЕЛЬЦЕВ ЯХТ

ТЕМА НОМЕРА:

Гибридный хайп

ПАРУСНАЯ КЛАССИКА

Pendennis

МОЙ ДОМ – МОЯ КРЕПОСТЬ

Cantiere delle Marche

КОСМИЧЕСКИЙ КОРАБЛЬ

Arcadia Yachts



SPECTRE 69,3 M BENETTI • VIJONARA 42,25 M PENDENNIS • MIMI LA SARDINE 33,1 M CANTIERE DELLE MARCHE • VESPUCCI 30,5 M CRN
RJ 31,57 M ARCADIA YACHTS • BG42 12,98 M BLUEGAME • HAWK 38 11,85 M SUNSEEKER • DRAGON 80 M COLUMBUS YACHTS

Гламур Старого Света



Текст: Галина Козачина, Фото: Oetker Collection

Обращенный фасадом к океану Hotel du Cap-Eden-Roc на мысе Антиб стал одним из основных символов Лазурного берега. Каждый год тысячи яхтсменов любят вид этого удивительного дворца, утопающего в зелени средиземноморского парка

ОТЕЛЬ БЫЛ ПОСТРОЕН более ста лет назад (в 1870 году) основателем французской газеты Le Figaro Ипполитом де Вильмессаном. Вильмессан рассчитывал, что гостями его «Виллы Солнца» станут писатели и художники, которые будут приезжать сюда зимой за вдохновением – ведь тогда именно это время года считалось «курортным». Спустя пару десятков лет «Виллу Солнца» выкупил итальянский отельер Антонио Селла и открыл здесь Hotel du Cap-Eden-Roc. Место по-прежнему оставалось популярным у творческих людей, но уже работало круглый год. Здесь часто останавливались Хемингуэй, Дитрих, Шагал и другие известные люди. Пикассо нарисовал для отеля меню, а Фицджеральд в своем произведении «Ночь нежна» описал его как «легкое место для отдыха знатных и модных людей». В середине XX века Hotel du Cap-Eden-Roc перешел в управление Oetker Collection и спустя век по-прежнему остается верен стилю размеренного великолетия, о чем и сообщает его рекламный слоган: «Там, где гламур Старого Света встречается с современной роскошью на сверкающем Лазурном берегу».

Как отелю удастся оставаться неизменно популярным у сильных мира сего, его традициях и удивительной истории мы поговорили с генеральным управляющим Oetker Collection Франком Марренбахом.



Как в коллекции Oetker появился этот отель?

Сначала нужно заглянуть в нашу историю и рассказать, с чего началась коллекция и по каким принципам она собиралась. Первым «экспонатом» стал Brenners Park-Hotel в Баден-Бадене, который семья Откер, известная своими ингредиентами для выпечки, выкупила у семьи Бреннер. Постепенно в собрание вошли другие отели – сейчас их всего девять, – которые тщательно и продуманно отбирались на протяжении многих лет. Но Hotel du Cap-Eden-Roc попал в нее, можно сказать, совершенно случайно. Рудольф Откер, правнук основателя компании Августа Откера, будучи тогда еще молодым мужчиной, как-то прогуливался на лодке с друзьями. Он увидел отель с моря, так же, как его сейчас видят яхтсмены, и этот вид его настолько ошеломил, что друзьям он пообещал во что бы то ни стало купить этот отель. Год спустя Рудольф получил телеграмму, что отель продается, и тут же приобрел его, хотя до момента покупки ни разу не побывал ни на территории, ни внутри отеля.

А сейчас вы можете понять и разделить то, что побудило его купить отель?

Безусловно. Вообще, каждый раз, когда я оказываюсь в Hotel du Cap-Eden-Roc, он напоминает мне о том, почему я работаю в этой индустрии. Стоит выйти на террасу отеля и увидеть перед собой обрамленную пальмами аллею, ведущую к морю, а вдалеке в это время покачивается на волнах парусник, и это сопровождается невероятными запахами и предзакатным солнцем – в этот момент я чувствую нечто особенное. Такое очаровывает. Думаю, что наши гости тоже находят в этом свое очарование, что подтверждается и нашей статистикой: по результатам недавних подсчетов, здесь самый большой процент повторных бронирований – 90 процентов.

Это люди, которые приезжают второй раз или каждый год?

Многие из них приезжают ежегодно. Они просто делают бронь на следующий год – чаще всего август – в последний день отдыха, перед отъездом. Они приезжают с детьми, семьями, целыми поколениями. Кто-то со временем уже не может приехать, но их дети по-прежнему отдыхают у нас. Они любят это место за его постоянство, красоту, за стиль, но также и за тот высокий уровень обслуживания, который мы предоставляем. У нас есть сотрудники, давно работающие в отеле. Они помнят, знают гостей и способны поддержать с ними разговор, поинтересней простого «как дела?».



Но при этом в отели приезжают и те, кто останавливается у вас впервые. Как вы работаете с этой аудиторией?

Это довольно деликатная ситуация. Конечно, вам, как новоприбывшему, ни за что не понравится чувствовать себя гостем, скажем так, второго сорта, если вы новенький. И здесь начинается серьезная работа персонала – вам должно быть комфортно так же, как и гостю, который приезжает к нам уже несколько сезонов подряд. Для этого в отелях мы выстраиваем разнообразные команды: люди должны быть разными по возрасту, полу – так же, как и наши гости. Сотрудник, которому за 50, гораздо быстрее найдет общий язык с нашими гостями такого же возраста или немного старше. Я думаю, вы понимаете, что 20-летние не смогут поддержать беседу на должном уровне с теми, кто вдвое или втрое старше них.

Отличается ли Hotel du Cap-Eden-Roc по уровню сервиса от других отелей коллекции?

Не думаю, ведь это связано в целом с философией сервиса в наших отелях. Мы всегда говорим: роскошь – это не то, что кричит, а то, что шепчет. Отсюда и наше общее понимание сервиса – мягкий и скромный. Идеальный сервис ведь не всегда самый лучший. И сотрудник, работающий с гостями, может нарушить любое правило, если так будет лучше для гостя. При этом никто не отменяет знания правил. Хороший хозяин, пригласив

друзей, коими являются наши гости, создает возможность для коммуникации, создает саму коммуникацию между людьми. Хозяева – это те, кто знает все правила, но готов пренебречь этими самыми правилами, если они не к месту. Зачем обязательно сервировать стол справа от гостя, если там нет места? Зачем мне приносить гостю тюрбо и сообщать, что это тюрбо, если гость погружен в интересный разговор? И вот такое лавирование между правилами и уместностью их применения – большое искусство. 🚦



Франк Марренбах, генеральный управляющий Oetker Collection