

DOM Boutique Hotel: как бывший доходный дом стал бутик-отелем

Петербургский DOM Boutique Hotel — место с интересной историей. Об этапах создания этого отеля, нам рассказала его управляющая Марианна Нойманн. Она вспомнила и о трудности, с которыми пришлось столкнуться при открытии гостиничного комплекса в здании старого фонда, поделилась дальнейшими планами развития и своим мнением о состоянии отельного бизнеса. Поговорили мы и о тенденциях индустрии гостеприимства, актуальных для Северной столицы.

— Марианна, расскажите о концепции DOM Boutique Hotel и происхождении его имени.

Начнем непосредственно со слова DOM. Во-первых, это является отсылкой к истории самого здания, в котором сейчас находится отель. Здесь в 1876 году было закончено строительство доходного дома. Во-вторых, такое название отчасти метафорично. Мы хотим, чтобы каждый почувствовал себя в нашем отеле как любимый гость, которого ждали, к приезду которого тщательно готовились. Говоря о второй части названия (Boutique Hotel), необходимо отметить, что для нас общая концепция также связана с самим определением бутик-отеля. В классическом понимании это место, где постояльцы могут рассчитывать на эксклюзивность, обслуживание по высшему разряду. Основной принцип работы заключается в индивидуальном подходе к каждому клиенту, стремлении исполнить любой каприз. Данная концепция работы является для нас основополагающей.

— Почему выбрали именно это место и уровень «4 звезды»?

Честно говоря, для нас подобная классификация является больше условной. Связано это с тем, что бутик-отели не предполагают никакой дополнительной классификации. В международной практике данная категория гостиниц стоит особняком. Сам по себе бутиковый статус говорит об элитарности заведения и никаких дополнительных подтверждений 4 или 5 «звезд» не требует.

Почему открылись именно здесь? Во-первых, это центр Санкт-Петербурга. Но не такой шумный как, скажем, Невский проспект. Гангутская улица, на которой располагается отель, находится неподалеку, но, в то же время — это некий укромный уголок, расположенный вдали от суеты большого города. DOM Boutique окружает большое количество интересных достопримечательностей — и любимый Летний сад Петра, и Инженерный замок с его тайнами, и знаменитая академия Штиглица. Кстати, многие петербуржцы отдают



Марианна Нойман, управляющая DOM Boutique Hotel

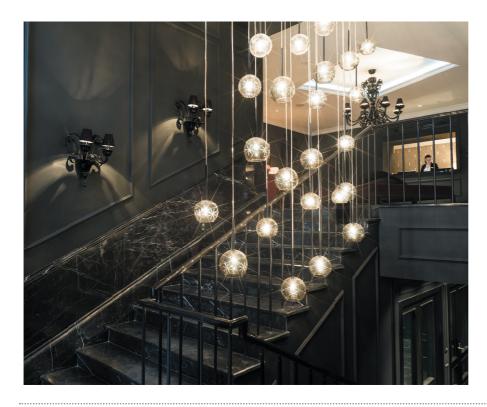
предпочтение именно этому району города для своих прогулок и времяпрепровождения.

— Расскажите о реализации проекта?

Реконструкция здания проводилась еще в 2006-2008 годах (прим. ред.: сама задумка проекта бутик-отеля появилась в 2000 году. В период 2006-2016 года строительство не раз замораживалось и возобновлялось вновь). Сами подготовительные работы перед открытием в 2016 году заняли четыре месяца. Возможно, наш отель единственный в городе, начавший работать не только вовремя, но даже ранее заявленного срока. Мы, несомненно, довольны таким стартом.

— Были сложности в процессе воплощения проекта? Если да, то, как их преодолевали?

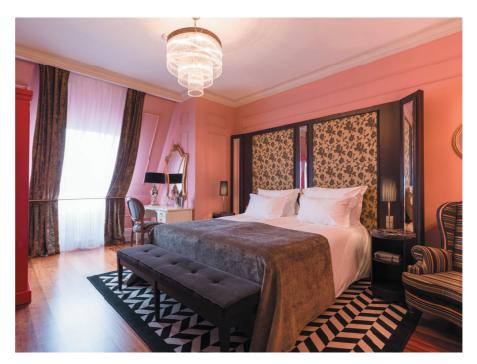
Нужно сказать, что старый фонд всегда предполагает некоторые трудности, однако в ходе подготовки отеля к открытию нам удавалось оперативно и эффективно решать все вопросы. Более того, за это время подружились практически со всеми



соседями по улице, на которой мы находимся, а некоторые из них теперь являются нашими постоянными клиентами.

— Марианна, как подбирали персонал?

Конечно, когда ты долго работаешь в какой-то определенной сфере, то уже знаешь в лицо не только своих коллег по бизнесу, но и многих людей, задействованных в данной и смежных отраслях (в послужном списке Марианны Нойманн известные компании: Kempinski, Sofitel Berlin Kurfurstendamm, Belmond Grand Hotel Europe — авт.). Поэтому, естественно, некоторые сотрудники, узнав об открытии, пришли к нам из других отелей. Часть приехала из Сочи. Этот южный город сейчас является своеобразной кузницей кадров в гостиничном бизнесе. Кроме того, мы использовали



интернет-ресурсы.

— Как выбирали поставщиков оборудования?

Так как мы очень щепетильно относимся к вопросу качества, то к закупке

оборудования подходили довольно осторожно. Полагались на свой опыт и знания, обращались за рекомендациями к коллегам по цеху.

— За какой период планируете окупить инвестиции?

Конечно, у нас есть определенные планы. Однако на данном этапе, на мой взгляд, рано заявлять о каком-то конкретном сроке. Надеемся, что, выстроив правильную ценовую политику, систему продаж, маркетинговый план, мы сможем уже в ближайшее время продемонстрировать хорошие финансовые показатели.

— Какими инструментами руководствовались для привлечения гостей?

Честно говоря, мы не давали никакой рекламы перед открытием и, можно сказать, сразу нырнули в сезон. Естественно, зарегистрировались во всех популярных системах бронирования. Я считаю, нам очень повезло с двумя обстоятельствами: во-первых, мы открылись в мае, непосредственно в начале высокого сезона, во-вторых, в июне

Доходный дом от французского подданного

В 1876 году архитектор и художник, французский подданный, Август Иванович Жоффрио закончил строительство доходного дома номер 4 по Гангутской улице в Санкт-Петербурге.

Архитектор был вольноприходящим учеником Академии художеств, и за время своего обучения построил в Санкт-Петербурге девять различных зданий. Преимущественно это были доходные дома и особняки.

В юности он подавал большие надежды в Академии художеств. Так в 1857 году его работы по рисованию и архитектуре удостоились 2-х серебряных медалей. В 1859 году Август Жоффрио получил звание внеклассного художника Академии, а в 1869 г. – звание классного художника третьей степени.

проходил Экономический форум в Санкт-Петербурге. Во время форума гостиницы были переполнены. Многие гости оказались не готовы платить слишком высокую цену за размещение в отеле. Таким образом, очень серьезные клиенты решили остановиться в нашем отеле, а мы получили возможность проявить себя. К счастью для нас, многие остались довольны, и сотрудничество до сих пор продолжается.

— Поделитесь дальнейшими планами DOM Boutique Hotel.

Хотим занять важное место в социальной и культурной жизни города. На данный момент активно ищем партнеров и соратников для дальнейшего сотрудничества. Разрабатываем план мероприятий, которые будут проходить в нашем Доме. Мне кажется, что отель во многом выступает посредником между приезжающими туристами и городом. Поэтому мы должны достойно представлять не только свои услуги, но и Санкт-Петербург, быть активным участниками происходящих вокруг событий.

При воплощении идеи DOM Boutique Hotel была задумка – передать современный английский стиль. Отель открылся перед летним сезоном 2016 года, а идея перестройки бывшего доходного дома зародилась еще в 2000 году. Она начала реализовываться в 2006 году, но до открытия, работы не раз приостанавливались.

Идею реализовали специалисты, создавшие не один бутик-отель по всему миру — это архитектурно-проектная компания Project Orange со штаб-квартирой в Лондоне. Номера, лобби-бар и холлы отделаны натуральными материалами, мрамором и деревом. В каждом номере DOM Boutique Hotel индивидуальная отделка.

Бюро Project Orange – это проекты в Англии (офисный дом Foundry Mews; отель Eynsham Hall 2016; Theatre Feasibility в Лондоне), в Германии (Historic Hotel в Бонне), в Индии (My Fortune Hotel, отель к западу от Бенгальского залива; четырехзвездочный отель Zone Hotels; в России (дизайнерский отель Plus Seven Hotel в Петербурге и дуплекс элитных квартир Moscow Apartment в Москве; в Швейцарии (отель-шале Chalet Seven в Кран-Монтана).

— Марианна, что вы думаете о ситуации в современном гостиничном бизнесе? Что в приоритет у гостя сейчас?

В целом, на мой взгляд, внутренний туризм развивается. Однако мы стоим на пороге низкого сезона. Посмотрим, что будет происходить. Если говорить о спросе, то могу сказать, что у нас большей популярностью пользуются номера категорий «джуниор сьют» и «сьют». Я думаю, что сейчас туристы становятся все более искушенными и требовательными, особенно это касается вопросов сервиса и комфорта. Вот почему надо всегда держать руку на пульсе. Но мы настроены вполне оптимистично, так как уверены, что у нас хороший качественный продукт и люди это обязательно заметят и оценят по достоинству.

Марина Лютова

