

Стиль жизни / Интервью

«У Болоньи всегда была репутация «города еды»

Генеральный менеджер Grand Hotel Majestic gja Baglioni Тиберио Бьонди объясняет, почему растет туристическая привлекательность столицы Эмилии-Романьи и какую пользу из этого извлекает единственный пятизвездочный отель города

13.07.2018 Ведомости | Александр Губский / Ведомости | [Прослушать этот материал](#)

7



Генеральный менеджер Grand Hotel Majestic gja Baglioni Тиберио Бьонди
Личный архив

Древний город Болонья – совсем молодое направление на современной туристической карте: местные власти задумались о целенаправленном привлечении туристов только в начале этого десятилетия, когда было создано городское агентство по развитию туризма Bologna Welcome; следом появился прямой рейс Москва – Болонья. Единственный пятизвездочный отель Болоньи – Grand Hotel Majestic gja Baglioni – в 2012 г. отметил 100-летие, а в этом году завершает реновацию – обновилась и общественные зоны, и номера. Самые взыскательные туристы, прибывающие в столицу региона Эмилия-Романья, останавливаются именно в Grand Hotel Majestic. Генеральный менеджер Grand Hotel Majestic Тиберио Бьонди работает в этом отеле уже 30 лет и с 2010 г. руководит им.

– Что изменилось в вашем отеле после реновации?

важно! отель продала его группе Due Totti hotels.

Стиль жизни Итальянский владелец – молодой игрок в сегменте люксовых отелей, базирующийся в Милане. Компания управляет нашим отелем, а также пятизвездочными отелями Due Totti в Вероне, Bernini Palace во Флоренции и четырехзвездочным Bristol Palace в Генуе. Все эти отели располагаются в историческом центре городов. У группы есть еще два отеля в Милане, которые располагаются за пределами исторического центра – мы в их продвижении не участвуем.

До 2010 г. в отеле было 110 номеров. В процессе реновации мы объединяем некоторые из них, так что когда обновление будет закончена (в июле – августе 2018 г.), число номеров сократится до 105. Потому что мы понимаем, что гости хотят более просторные номера, даже если путешествуют в одиночку. С 2010 г. мы обновили не только номера, но и общественные зоны отеля, заменили ковры мраморными полами.

– Как вы отметили 100-летие вашего отеля?

– С XVIII в. этот комплекс зданий занимал монастырь – ведь здание находится напротив кафедрального собора города. А в XX в. в нем был открыт отель. Юбилей мы отметили 12 декабря 2012 г.

К юбилею мы издали книгу, посвященную истории отеля, с фотографиями некоторых звезд, останавливавшихся у нас на протяжении 100 лет. Это было непросто: когда я задумался об этом в 2011 г., оказалось, что предыдущий владелец вывез из отеля все книги почетных гостей, все фото. Не спрашивайте меня – как и почему, я не знаю. Фото леди Дианы, которая останавливалась у нас в 1996 г., за год до своей смерти (она прилетала в Болонью на концерт Лучано Паваротти), было найти сравнительно легко. А вот остальные, черно-белые, – очень сложно. Я разместил объявление в газете, много времени искал в интернете. И в результате смог найти первую книгу почетных гостей отеля, датируемую 1912 г., она выставлена у нас на втором этаже.

В Болонье открылся крупнейший в мире агро-гастрономический парк

– За фотографии вам пришлось платить?

– За старинные черно-белые – да. Потому что некоторые из них сделаны очень известными фотографами.

– Болонья – это «город еды». При этом у вашего ресторана нет даже одной звезды гида Michelin. Почему – это не является вашим приоритетом?

– Романья в первую очередь известна двумя вещами: автомобилями (мы много сотрудничаем с Ferrari, Lamborghini и Maserati) и едой – бальзамическим уксусом, пармезаном, а теперь еще и [крупнейшим агрогастрономическим парком в мире] FICO. «У Болоньи всегда была репутация «города еды», но теперь, с открытием FICO, мы на 100% город еды!

Но, согласен, странно получается: Болонья – «город еды», при этом в Болонье лишь один ресторан с мишленовской звездой, и еще один ресторан – в пригороде. У нас есть цель получить звезду, и мы с нашим шеф-поваром это обсуждаем. Мы понимаем, насколько это важно.

– Откуда больше всего гостей приезжает в Grand Hotel Majestic?

– Туристический поток в Болонью очень сильно вырос благодаря местному аэропорту, который сумел привлечь сюда

Стиль жизни ^{устраивал} прием в честь этого события в нашем отеле.

Россия – наш четвертый рынок по величине. Хотя, как я понимаю, большинство наших гостей прилетают в Италию не через Болонью. Наш первый рынок – США, второй – Великобритания, третий – Италия. Четыре наши сотрудницы говорят по-русски: Катерина и Марчелла – в ресторане, Джулия и Донателла – на ресепшне.



Grand Hotel Majestic gja Baglioni

1/5

– Что вы думаете о будущем туризма в Болонье?

– Мы очень оптимистичны, и не только из-за FICO. У нас растет число гостей, которые приезжают в Болонью в отпуск, но также растет и число корпоративных клиентов. В Болонье много фабрик, производящих упаковку, недавно [Philip Morris](#) открыла фабрику, выпускающую [системы нагревания табака] Iqos. Вы видите у нас в отеле зоны, где можно использовать Iqos. Мы партнеры с [Philip Morris](#), они используют наш отель для встреч и презентаций. И думаю, число бизнес-путешественников будет расти благодаря появлению новых международных рейсов в аэропорт Болоньи. Наша цель – увеличить среднегодовую загрузку отеля с 60% до 65%. В высокий сезон – май – июнь и сентябрь – загрузка отеля – 80–90%.

– А когда у вас низкий сезон?

– Низкий сезон – август и ноябрь – декабрь. Но ситуация меняется: в июле у нас много работы, и в прошлом августе оказалось, на удивление, тоже. Потому что раньше в августе в Болонье жизнь вообще замирала: все магазины и рестораны закрывались, горожане разъезжались. Но в прошлом году оказалось не так: многие магазины – не все – продолжили работать, рестораны – тоже. Эта тенденция наблюдается уже три-четыре года. Соответственно, появились и туристы.

– Городские и региональные власти предпринимают значительные усилия по продвижению Болоньи и Эмилии-Романьи как туристических направлений. А есть ли кооперация в этом вопросе среди люксовых отелей Эмилии-Романьи – подобно тому, как это происходит, например, во Флоренции или Альта Бадии, где люксовые отели создали общие маркетинговые программы для продвижения своих направлений?

– Мы думаем над тем, чтобы наладить кооперацию с отелем La Perla – как раз из Альта Бадии – и с отелем Cristallo из

Стиль жизни и... проекта via Emilia, думаю, они ориентируются на другую аудиторию – четырехзвездочных отелей.

«Феллини и Grand Hotel Rimini связаны неразрывно»

– Где вы учились гостиничному бизнесу?

– Я начал учиться гостиничному делу в Римини – там гостиничная школа с очень серьезной репутацией, – работал в Il Grand Hotel Rimini, затем проходил стажировки в Англии и Германии. Кстати, Федерико Феллини и Джульетта Мазина были постояльцами нашего отеля – вон на стене фотография, – потому что Мазина была родом из-под Болоньи.

В этом отеле я работаю с 1987 г., после того как тогдашний владелец открыл его после реконструкции, до этого отель 10 лет простоял закрытым. При нынешнем владельце отеля я стал генеральным менеджером – в 2010 г.

– И вам никогда не хотелось поработать за границей?

– Я работал: в 2004 г. открывал отель Baglioni в Лондоне. И до 1987 г. работал в Лондоне – в отеле Connaught. Также я работал в Монако.

– Каков был самый необычный запрос от вашего гостя?

– Клиент, запланировавший свадьбу в отеле, попросил найти ему скаковую лошадь – он захотел прискакать к отелю верхом. Только ко входу в отель – не внутрь. (*Смеется.*) Мы нашли.

И конечно, Пол Маккартни – он был у нас, кажется, в 2012 г. Он же вегетарианец, и вы даже не можете себе представить, какое количество и каких овощей – сырых и приготовленных – он заказал.