

أكد الرئيس التنفيذي لمجموعة «باليوني» الفندقية جويدو بوليتو أن فنادق باليوني لا تمثل مجرد سلسلة فنادق فخمة ذات 5 نجوم في مختلف الدول الأوروبية بل تمثل بوابة يكتشف من خلالها النزول السحر التاريخي والفني. وأضاف في حوار خاص مع «الأنباء» في أول زيارة له إلى الكويت أن سلسلة فنادق «باليوني» قد اختارت شعار «الفخامة بللمسة إيطالية»، لكامل سلسلة فنادقها لأنها لا تترجم الفخامة على أنها أحد الشكليات الصارمة بل تترجم اهتمامها بالعميل كضيف مبدع من منطلق ثقافته وعقيدته وتمنحه فرصة استنشاق عبق التاريخ عبر التصميم المميز لفنادقها. وكشف بوليتو عن أهمية الفرص الاستثمارية في مجال الضيافة في الكويت والدول الخليجية مؤكدا ضرورة تواجد مجموعة باليوني في الكويت لتطوير سوق الخدمات الفندقية ليصل إلى المستوى المطلوب الذي يعكس مستوى البلد الحقيقي. ورأى أن السوق الخليجي لفت الأنظار إليه بشكل كبير خلال الفترة السابقة ويعتبر أحد أهم الأسواق في مجال الخدمات الفندقية الفخمة في العالم. وفيما يلي تفاصيل الحوار:

حوار: منى الدخيمي

الرئيس التنفيذي لمجموعة «باليوني» جويدو بوليتو لـ «الأنباء»:



فندق باليوني - مراكش

نتبنى نموذج الـ «بوتيك أوتيل» ونقدم خدمات مميزة لتلبية حاجات الضيوف المسلمين في فنادقنا



جويدو بوليتو:

السمة التاريخية لفنادق «باليوني»



قال جويدو بوليتو ان كل فندق من فنادق المجموعة يتمتع بموقع متميز يحكي تاريخا محددا، ويتضمن معالم أثرية رائعة، مشسيرا إلى ان فنادق باليوني في روما كان قصرا للملكة في إيطاليا. وأشار إلى ان الفندق في فينيسيا بعد أقدم فندق تاريخي في المنطقة، حيث يرجع تاريخه إلى القرن الحادي عشر حين كانت تدبره الراهبات الإيطاليات المعروفات في التاريخ واللاتي يمثلن فخرا لكل الإيطاليين. وكشف عن ان فندق باليوني فلورنسا تم بناؤه بواسطة أموال الوالد بوليتو، ثم اشتراه أحد الاوليغاركي الروس وأهداه لخطيبته وهي مغنية أميركية، لافتا إلى ان كل زائر للفندق يشعر بان الموسيقى حية بداخله ويتضمن الفندق جزءا خاصا لعقد حفلات موسيقية عالمية. وأعاد بوليتو بان المجموعة تعتمد على المعالم الأثرية التاريخية لإعطاء إحساس جديد للنزول يشعره بالألفة الشديدة المكان والذي يمثل جزءا من مفهوم المجموعة الذي تطبقه في جميع فنادقها.

لويجي مانيني:

فندق كارلتون باليوني .. معلم ثقافي



أكد مدير فندق كارلتون باليوني بيميلانو لويجي مانيني على أهمية موقع الفندق، لافتا إلى انه يعد معلما ثقافيا لزيارته حيث يقع في مكان مرموق وسط مدينة ميلانو، التي تمثل ملتقى الثقافة والموضة والذوايق، ويطل مباشرة على شارع ديلا سبيجا، أشهر شوارع التسوق في المدينة. كما أنه لا يبعد عن شارع مونتي نابوليون وكاتدرائية ميلانو ومسرحها «لا سكال» الشهير. وأضاف أن مطعم الفندق «باريتو باليوني»، يمثل أحد أشهر المطاعم في ميلانو، وهو المكان المفضل لدى الأوساط الراقية من الإيطاليين والأجانب، مشيرا إلى ان كافيته باليوني يعد مكان استراحة يفضله العاملون في ميلانو، وما يزيد جمالا ورونقا صالة المكتبة التي تمثل مكانا مثاليا لعقد الاجتماعات ومقابلات العمل الصغيرة واللقاءات المهمة. وأثنى على التطور والتحضر الذي شهده في الكويت لاسيما أنها تعتبر الزيارة الأولى له، متوقعا نجاح مشروع «البوتيك أوتيل» في ظل اللقاءات التي تمت مع كبار رجال الأعمال في الكويت.

السوق الخليجي أحد أهم الاسواق في مجال الخدمات الفندقية الفخمة



ما الهدف من زيارتكم للكويت وما الفرص الاستثمارية التي ترونها داخل دول الخليج؟

● تأتي الزيارة الحالية للكويت في إطار خطتنا التي تقوم على تسويق خدمات الفندقية الفخمة في العالم ونحن نهتم بالسوق الخليجي بصفة خاصة لاسيما انه قد لفت الأنظار إليه بشكل كبير خلال الفترة السابقة حيث أصبح أحد أهم الأسواق في مجال الخدمات الفندقية الفخمة في العالم.

ولهذا فهناك فرصة كبيرة في أن يصبح السوق الخليجي في مجال الخدمات الفندقية أحد أهم المصادر التي تدر عائدات وإيرادات في الاقتصاد القومي للدول الخليجية، كما للشركات العالمية مثل شركتنا تحديدا لذلك خصصنا لمبيعاتنا وتعاقداتنا في السوق الخليجي إدارة خاصة مستقلة، يرأسها فيصل راشد، والذي يعمل بشكل مخلص على تعظيم تواجدنا في هذا السوق. وحاليا يمثل سوق مجلس التعاون الخليجي بالنسبة لنا أكبر سوق من حيث العائدات المتوقعة، ولاسيما المملكة العربية السعودية والكويت. ولذلك فإن شركتنا تسعى بجدية إلى عقد شراكات وصفقات عمل مع الشركات الخليجية في مجال الخدمات الفندقية.

وبالفعل تم توقيع عقود شراكة في دبي ولكن تم إلغاء المشروع خلال الأزمة المالية العالمية في 2008 التي مرت بها المنطقة حيث تم إلغاء العديد من المشروعات هناك في تلك الفترة.

لكن اهتمامنا بسوق الخليج يتجاوز مسألة الربح والخسارة، ليمتد إلى مسألة رفع الوعي بأهمية الخدمات الفندقية بالنسبة إلى الاقتصاد المحلي وعلى رفع مستوى

معيشة الأفراد في المجتمع. ونحن نستهدف بهذا الوعي الطبقات العليا في المجتمع.

ما أهم ميزات إدارة الفندقة في مجموعة باليوني؟

● نحن نقوم بإدارة الفنادق الفخمة التي تتراوح أعداد غرفها بين 70 و 120 غرفة ومفهوم «البوتيك أوتيل» الذي نوظفه في فنادق باليوني يستفيد من تصميم الفنادق بشكل مريح للغاية بما يعطي الإيحاء للزبون بأنه في منزله ويمنحه هذا الشعور المنزلي المألوف لديه. وهذا المفهوم يعتبر غالبا عن منطقة الشرق الأوسط حتى الآن.

● للاحظنا أن أغلب الفنادق الفخمة في الشرق الأوسط تقوم على ما يسمى بالفنادق «الستاندار»

Hotels Standard ما يعني أنها بعيدة كثيرا عن المفهوم الذي ننتبناه في مجال الفنادق. ونحن نعلم أن مفهومنا للفنادق هو مفهوم ناجح ومتميز. والدليل على ذلك هو نجاحنا في السوق البريطاني، حيث لدينا هناك فنادق تتبنى مفهوم «البوتيك هوتيل» وهي ناجحة جدا هناك، مع العلم بان السوق البريطاني في مجال الفنادق يتميز بالتنافسية العالية.

ما تقييمك لقطاع الضيافة أو الخدمات الفندقية في الكويت؟

● طبقا لدراستنا، وجدنا أن هناك طلبا كبيرا على الخدمات الفندقية في الكويت، لأنها الأكثر استقرارا في المنطقة، فضلا عن

نضج وتطور اقتصادها وقطاعها المالي لاسيما البورصة. لذا فهناك إمكانيات كبيرة للتوسع في سوق الخدمات الفندقية في الكويت، لكنها ما زالت لم تستغل بعد بالقدر الكافي.

فمن منطلق ما شهدته حتى الآن أستطيع القول ان مستوى المنافسة في هذا السوق، ليس مرتفعا بالشكل المطلوب، ولا بالشكل الذي نراه في دول أخرى أقل من الكويت في هذا الشأن. وما رأيته من فنادق في الكويت حتى الآن يختلف كثيرا عن المفهوم الذي لدينا في هذا المجال. لذا أنا واثق بأن هناك حاجة لوجودنا

وعلما في الكويت لتطوير هذا السوق ليصل المستوى المطلوب والسذي يعكس مستوى البلد الحقيقي.



(هاني الشمري)

جويدو بوليتو متوسلا فيصل راشد ولويجي مانيني وماركو ميلوكو

ما مدى نجاح مفهوم «بوتيك هوتيل» داخل مجموعتكم؟

● نحن نتمتع في لندن بموقع هام جدا Location Prime، كما أن أغلب الفنادق في لندن إما تعتمد على النمط التقليدي Traditional للفنادق أو أنها تعتمد على المفهوم المعاصر Contemporary أما نحن فنختلف ونقدم مفهوم «البوتيك أوتيل». الذي وجدنا له مكانا في العاصمة البريطانية لذا تمكنا من التمييز في سوق الفنادق في لندن.

وقد اعتمدنا على مزيج يجمع بين التصميم البسيط المنزلي minimalist وبين الخدمة الفندقية الفخمة. وبهذا حققنا النجاح. فقد تمكنا من اجتذاب كلا الشريحتين من الزبائن في السوق البريطاني: من يبحثون عن التصميم البسيط minimalist وكذلك من يبحثون عن الخدمة الفندقية الفخمة.

وقد اكتشفنا الفجوة الموجود في السوق البريطاني واستطعنا سددها بخيراتنا وخدماتنا، وبهذا حققنا نجاحا باهرا هناك بالاعتماد على مفهوم «البوتيك هوتيل». وتلك هي الإستراتيجية التي نعتددها للنجاح. ونحن متأكدون من أننا عندما نطبق هذه الإستراتيجية في السوق الخليجي فسوف ننجح أيضا.

2012 في مراكش.. غرف وفيلات

نشأت مجموعة فنادق باليوني في سنة 1973، ما أهم التطورات التي شهدتها المجموعة على مدى 38 سنة؟

● تأسست الشركة في إيطاليا في عام 1973، حيث بدأت بفندق واحد في توسكانا بإيطاليا. ثم توسعت الشركة في بقية مدن



فندق ريجينا باليوني - روما



فندق باليوني - فينيسيا

فنادق باليوني
أجواء الفخامة بلمسة
إيطالية في التفاصيل
العمارية المتطورة
الأنيقة



اهتمامنا بالسوق الخليجي
يتجاوز مسألة الربح والخسارة
ليمتد إلى مسألة
رفع الوعي بالخدمات
الفندقية

طلب كبير
على الخدمات الفندقية
في الكويت كونها
الأكثر استقراراً
 بالمنطقة

مهتمون بالسوق الخليجي خاصة السعودية والكويت

راشد: مفهوم «البوتيك أوتيل»
سيلقى نجاحاً داخل
الدول الخليجية والشرق
الأوسط



باليوني - لندن

فيصل راشد:

خدمة الضيافة نقطة قوة «باليوني»



قال المدير الإقليمي للمبيعات في الشرق الأوسط وأفريقيا وشبه القارة الهندية لمجموعة فنادق باليوني فيصل راشد أن المجموعة تعامل نزلاءها على أنهم ضيوف ولا تعتبرهم مجرد زبائن.

وأضاف: أن أهم ما تحرص عليه المجموعة في اداراتها تقدير الخصوصية الشديدة لضيوفها ثم يأتي في المقام التالي الخدمة، وفي المرتبة الثالثة النمط الإيطالي من الخدمة، لافتاً إلى أن هذا التقسيم والترتيب الثلاثي مهم جداً لأنه يعبر عن طريقة «باليوني» في تقديم الخدمة الفندقية للضيوف.

وأشار إلى أن أهم ما يميز سلسلة فنادق باليوني خدمة الضيافة التي اعتبرها من نقاط القوة لنجاح أداء أي فندق، حيث يلقي نزلائها الحفاوة والدفء والترحاب من خلال الجمع والتوفيق بين الذوق العالمي والضيافة والأناقة الإيطالية المعروفة.

وأكد راشد أنه يتولى شخصياً استقبال كبار النزلاء في الفندق ويظل موجوداً في الفندق حتى انتهاء إقامتهم.

ماركو ميلوكو:

ريجينا باليوني.. مجموعة رائعة
من الغرف بطراز «آرت ديكو»



قال مدير فندق روما «ريجينا باليوني» ماركو ميلوكو أن الفندق يتميز بموقع استراتيجي في العاصمة الإيطالية روما في شارع فينتو الرئيسي والاستراتيجي على مقربة من فيلا بورجيزي، وساحة إسبانيا، والشارع الشهير بالموضة كوندوتي. وهو الملتقى الذي تفضله النخبة من مختلف أنحاء العالم.

وأضاف أن الفندق يحتوي على مجموعة رائعة من الغرف بطراز «آرت ديكو» الأصلي وصالة تتميز بإطلالة مبهرة على مدينة روما في الطابق الأعلى مخصصة للاجتماعات والمآدب والتشريفات، لافتاً إلى أن استراحة ومطعم برونيللو تتميز بأجواء وتصميمات راقية، وأسلوب تنظيم غير معتاد يمتزج فيه الطابع الكلاسيكي الفخم واللمسات الفنية المعاصرة التي تعكس الفخامة وبساطة التصميم.

وعبر عن انبهاره الشديد بأول زيارة له إلى الكويت بمستوى التقدم العمراني وأخلاقيات الشعب الكويتي والمستوى العلمي والحضاري الراقي.

استلهم خصوصية المكان ونقل ثقافته
أهم أهداف فنادق



باليوني

● إن شعار فنادق باليوني «أجواء الفخامة بلمسة إيطالية»، وهذا هو القاسم المشترك بين جميع فنادقها سواء في التفاصيل المعمارية المتطورة والأنيقة أو في الإحساس غير الملموس لعنى «البيت»، وهو إحساس يسود كل فنادق السلسلة.

ويختلف كل فندق من فنادق المجموعة باستلهم خصوصية المكان الذي يوجد فيه حيث أن نقل ثقافة المكان للنزيل تعتبر من أهم أهداف إدارة الفندق.

وتسعى المجموعة ستة تلو الأخرى لتطوير من خدماتها لتواكب متطلبات النزلاء وتبلغ رضاهم ووفائهم لسلسلة فنادقنا.

ماذا عن المطاعم الخاصة بالمجموعة وهل تقتصر فقط على المطبخ الإيطالي؟

● نحن لدينا ماركتنا التجارية الخاصة بنا في مجال المطاعم. وجميعها يعتمد على المطبخ الإيطالي بالطبع. فنحن نعتمد في فنادقنا على علامتنا BRAND الخاصة المرموقة والمعروفة على مستوى العالم من المطاعم المتخصصة في المطبخ الإيطالي.

وتتميز سلسلة فنادق باليوني بمجموعة من المطاعم بنكهات ومذاقات محلية وإقليمية تم تعديلها لتناسب أذواق ورغبات النزلاء القادمين من جميع أنحاء العالم ويعتمد نظام الطهي في الأساس على منتجات عالية الجودة وقوائم طعام مبتكرة مستوحاة من المطبخ الإيطالي القديم وكل فندق من فنادق باليوني لديه مطعمه الخاص به، وكل من هذه المطاعم له أسلوبه الذي يميزه ويتفرد به.

وخلال السنة القادمة ستضاف للموقع اللغة الصينية ليكون أكثر شمولية وللتواصل مع الثقافات المختلفة لاسيما الصين التي تتميز بثقافة خاصة جداً واهتمامنا كذلك بالسوق الصيني باعتبارها السوق الواعدة في المستقبل.

من خلال زيارتك لأكثر بلدان العالم، ما هو تقييمك للخدمات الفندقية في الصين؟

● أرى أن الصين تنمو بشكل واضح لتصبح قوة كبرى لكن سوق الفنادق عندهم مازال غير نام بالقدر الكافي ليتلاءم مع النمو السريع للاقتصاد الصيني. فما زال الطلب عندهم لا ينمو بالشكل المناسب. لكن أظن أن هذا سيحدث بعد عدة سنوات وبعد فترة سوف

إيطاليا مثل روما وفينسيا وميلان وانطلقت فيما بعد مشروعاتها عالمياً خارج الحدود الإيطالية، حيث ذهبنا إلى فرنسا، ثم إلى لندن، حيث قمنا هناك في عام 2004 بأول مشروع فندقي ضخم على مستوى عالمي.

ولدينا حالياً مشروع فندقي ضخم أيضاً في مراكش، سيفتح في مايو المقبل 2012، وهو فندق به كل الخدمات الفندقية الفخمة مثل السبا (المنتجع) وسيمعل بطاقة تصل إلى 80 غرفة بنفس المفهوم الذي تخصص فيه. وفي هذا الفندق تحديداً ساهمت معنا في تصميمه ابنة المغني الأمريكي المعروف مايك جاجر من فريق الروليج ستونز.

وسوف يتم تاجير الأماكن في هذا الفندق على نمطين: نمط أول للتأجير على أنها قبيلات خاصة، وهناك نمط ثان للتأجير حيث يمكن أيضاً تاجير الأماكن على شكل غرف خاصة مستقلة. لذا فيمكن لمن يريد تاجير غرفة واحدة أن يحصل على خدمة فندقية فخمة جداً وغير مسبوقة.

وكان من بدأ الفكرة هو الوالد بوليتو، حيث كان يعمل في مجال الفنادق منذ زمن. وبدأت تتكون لديه فكرة الاستقلال بفندق خاص له. ولكنه حدد لنفسه مفهوماً خاصاً لتقديم الخدمات الفندقية بحيث يتميز عن جميع المنافسين الآخرين في سوق الفنادق.

مراعاة احتياجات الضيوف المسلمين

ما ميزة سلسلة فنادق باليوني مقارنة بالفنادق الراقية ذات 5 نجوم؟

● تولي إدارة فنادقنا اهتماماً كبيراً بسأدق التفاصيل الخاصة بالعمل لاسيما ديانتهم حيث أن الغرف مجهزة ببوصلة خاصة



جويدو وفريق باليوني الزائر متوسطاً أحمد العرب ومدير التحرير الزميل محمد الحسيني والزميلة منى الدغمي



قصر الميرابو - فرنسا



فندق كارلتون باليوني - ميلانو