

Метрдотель носит Prada |

Автор: Надя Мишустина, [Женева](#), 05.08.2009.



Шикарные отели привлекают не только стильными интерьерами, но и стильным персоналом.

Сто лет назад метрдотели в европейских гранд-отелях надевали пиджаки одного цвета, а брюки другого, чтобы отличаться от джентельменов, которым они подавали лосося. Сегодня администратор отеля уже не выглядят как член экипажа Star Trek. Те, кто работают в шикарных гостиницах, одеты не менее стильно чем их клиенты.

Персонал нью-йоркского The Royalton носит черные костюмы от Йоджи Ямамото; сотрудники отеля The Peninsula в Беверли Хилз одеты в униформу от St. John. Сеть W Hotels заказала дизайн униформ Майклу Корсу и доверила певице и дизайнеру Гвен Стефани разработать наряды для официанток гостиничного ресторана. Начиная с ноября они будут встречать посетителей в черных платьях (фото справа) и сапогах марки Стефани L.A.M.B.

Несмотря на то, что гостиничный рынок переживает не лучшие времена, и особенно тяжело пятизвездочным, которые, собственно, и соревнуются в стиле, отели продолжают вкладывать деньги в создание атмосферы с «изюминкой». Это общая тенденция. Они поручают дизайн интерьера - известным архитекторам, ресторанное меню - звездным шефам, а униформу персонала - модным дизайнерам. В новом отеле сети Gansevoort, которой планируют открыть в Торонто в 2010, персонал будет одет в Prada.

Для женевских отелей подобные маркетинговые фокусы с приглашением известных рестораторов или fashion дизайнеров еще не стали правилом. Но определенные сдвиги в этом направлении уже есть. «Униформа персонала - это ключевой инструмент в построении бренда и престижа отеля», пишет мне в e-mail Фабьен Ньюхарт, заместитель генерального директора отеля President Wilson.

Пятизвездочный отель, в котором часто останавливаются официальные лица, завершает масштабный проект по рестайлингу. О результатах можно судить уже сейчас: более лаконичным стал дизайн лобби, открылся любопытный ресторан ливанской кухни Agabesque и аккуратный лаунж, который создан, чтобы привлекать не только постояльцев отеля, но и внешних гостей. С русским текстом на новом сайте отеля явно намудрили, но с уверенностью можно сказать, что отель серьезно повысил свой дизайнерский уровень. «В люксовом отеле и персонал и интерьер должен быть стильным», комментирует Ньюхарт, но концепцию новой униформы не раскрывает.

Сорок лет назад подобную стильную революцию затеяла коммерческая авиация. В 60-х годах профессионалы занялись разработкой фирменного стиля авиалиний и дизайном униформы для стюардесс, превратившихся из невидимых «дежурных по полету» в объекты мужских фантазий. Эмилио Пуччи одел стюардесс Braniff International, Кристиан Диор - экипаж SAS, дом Balenciaga и Кристиан Лакруа обслуживал Air France, а Валентино, Ральф Лорен и Кельвин Клайн трудились над TWA.

Но когда дизайнерские замыслы спускаются с облаков на землю, возможны и сложности. «Одежда для персонала требует особого подхода», говорит Регула Брукер, директор отеля Widder в Цюрихе, год назад переодевшего свой персонал в униформу от дизайнера Hannes B. «Fashion-дизайнеры привыкли создавать одежду в расчете на идеальные пропорции. Конечно, на высоких и тонких моделях любая одежда будет смотреться гармонично. В нашем штате 150 человек и они все разные: с разными фигурами, разным цветом волос и цветом кожи. Но при этом все они должны выглядеть безупречно в одинаковой одежде и чувствовать себя комфортно. Как сохранить единство и в то же время выбрать фасон и цвет, который понравится и подойдет каждому - вот настоящая задача».

Hannes B. разработал две сезонные коллекции униформ для сотрудников Widder - зимнюю и летнюю. Для женщин - серая и черная юбка, блейзер, жилет, и блуза с бантиком на воротнике, для мужчин - брюки в полоску, белая рубашка и галстук-бабочка. Все довольно просто, но изысканно. Дизайнер создал 300 комплектов униформ.

«Сегодня путешественники обращают внимание на атмосферу, которая царит в отеле, - говорит Брукер. - Для нас важно, чтобы эта атмосфера была аутентичная, с характером». Отель Widder занимает восемь особняков XIV-XVI веков, которые раньше принадлежали швейцарской гильдии мясников. В интерьерах эпохи разместилась тщательно подобранная коллекция дизайна XX века - в отеле есть мебель Ле Корбюзье, Миса ван дер Роэ, Адольф Лооса, Чарльза и Рэй Имза, Фрэнка Ллойд Райта. Ни один из 49 номеров отеля не похож на другой: планировка, мебель, обстановка и общее настроение индивидуальны. Решение заказать униформу у дизайнера, а не в типовом ателье, объясняется желанием создать яркий личностный стиль. Выбор дизайнера Hannes B был не случаен: «Мы хотели работать с местным дизайнером, который хорошо знает отель и живет в Цюрихе».

«В том что касается выбора униформы, комфорт персонала для нас приоритет», комментирует Алан Шпизер, директор по продажам и маркетингу отеля Hotel des Bergues Four Seasons, одного из старейших в Женеве. По его словам, девушки, работающие в баре отеля «очень рады носить блузы Anne Fontaine», но главным критерием униформы является ее качество. Он с гордостью сообщил о том, что недавно заменили пиджаки официантам, работающим на летней террасе отеля на более легкие и «дышащие». Все униформы в отеле сделаны sur mesure, сшиты на заказ по точным меркам сотрудника (фото слева).

Такой кропотливый и тщательный подход характерен для Швейцарии - стране, которая ассоциируется с роскошью и славится своей индустрией гостеприимства. Ведь пионером стильных решений был ни кто иной как швейцарец Цезарь Ритц (его имя носит одна из самых знаменитых и дорогих европейских гостиничных сетей), хотя сам он был всю жизнь наемным управляющим и не владел ни одним отелем. Ритц обращал внимание на самые, казалось бы, незначительные детали. Так, он придумал разместить в ресторане отеля оркестр. Благодаря музыке посетители дольше оставались за столами, что повышало доходы от продажи напитков. Ритц экспериментировал с освещением, добиваясь того, чтобы драгоценности на дамах «заиграли». Деятельность Ритца в качестве управляющего отелем «Savoie» в Лондоне изменила привычки английской аристократии: вместо ужина в чисто мужских клубах британские джентльмены стали ужинать с дамами в его ресторанах. И именно Ритц придумал лозунг 'Le client n'a jamais tort' «Клиент всегда прав», который актуален и сто лет спустя.

[Женева](#)

Source URL: <https://dev.nashagazeta.ch/news/style/metrdotel-nosit-prada>