

Sun Hospitality Group và sứ mệnh “mang thế giới về Việt Nam”

01:11 06/11/2022

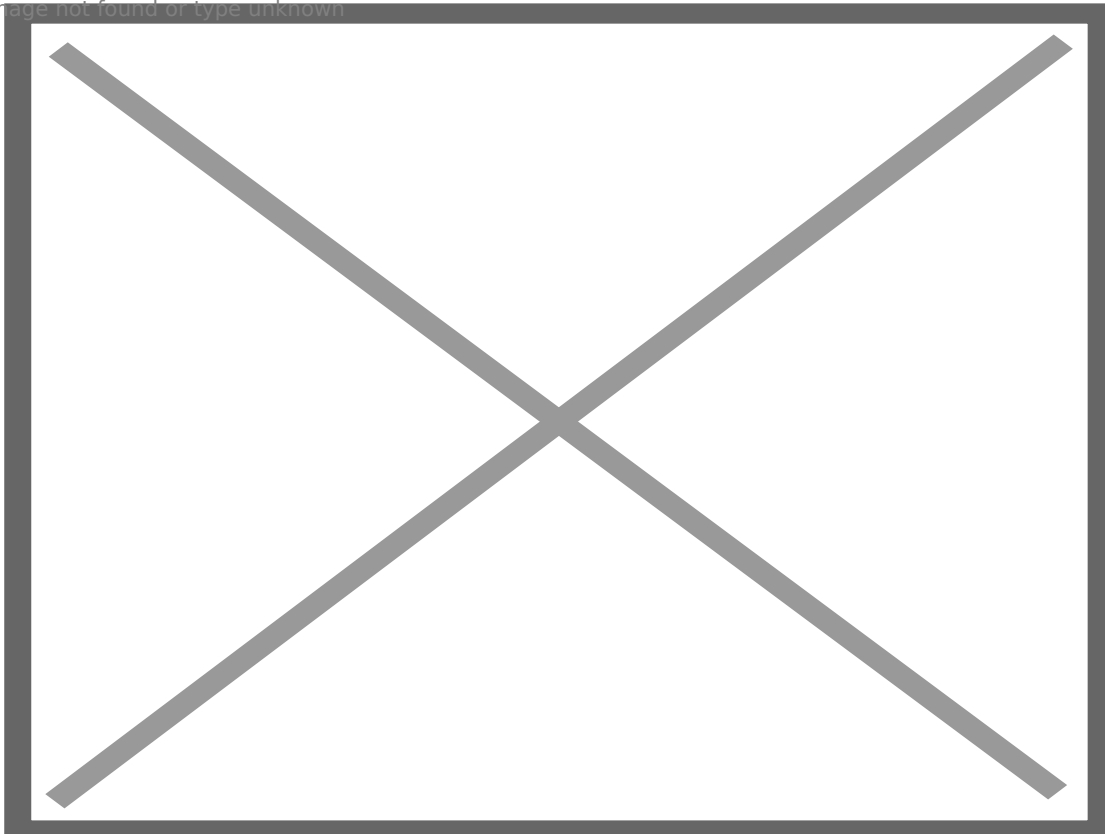
Tác giả: Lê Hà

Làm gì để có một khách sạn 5 sao? Ngoài tiềm lực tài chính thì đẳng cấp và tầm nhìn xa là những điều khiến Sun Hospitality Group thành công trong thị trường nghỉ dưỡng ở Việt Nam, với nhiều resort vang danh thế giới.

15 năm trước, khi đặt chân về Việt Nam, những nhà sáng lập tập đoàn Sun Group hoàn toàn không có ý niệm về việc làm thế nào để xây dựng được một khu nghỉ dưỡng 5 sao.

Nhưng hiện nay, danh mục các khách sạn của Sun Hospitality Group, đơn vị quản lý mảng du lịch nghỉ dưỡng của tập đoàn này là những khu resort nổi tiếng hàng đầu khu vực và thế giới. Đằng sau thành công đó, là những nỗ lực mà chỉ tiền đầu tư thôi, thì không thể mua nổi.

Image not found or type unknown



Hotel de la Coupole - MGallery tại Sa Pa

Đẳng cấp không nằm trên những ngôi sao.

Hàng trăm triệu, thậm chí là hàng tỷ USD đầu tư đã đủ để một khách sạn có đủ phẩm chất nhiều sao chưa? Hãy vào TripAdvisor, mạng xã hội du lịch lớn nhất thế giới, chọn châu Âu nơi khai sinh ra các quy chuẩn của ngành dịch vụ toàn cầu, rồi tìm những resort 5 sao bị du khách phàn nàn nhiều nhất.

Một khách hàng viết dài 2 trang giấy vì 2 cốc cà phê ở một resort danh tiếng tại Sithonia, Hy Lạp. Khách tất nhiên có quyền làm vậy, sau khi chi trả hơn 2.000 Euro cho tiền phòng. Lý do: họ bị đòi trả phí khi cà phê được bê tới bàn; họ phát hiện ra cà phê không có nhiều đường như mình yêu cầu và phải tự chạy đi xin thêm.

Tại một khách sạn 5 sao khác ở Montenegro, hàng loạt du khách vote “Kinh khủng” vì không có nhân viên và dịch vụ trên bờ biển riêng của khách sạn. Một du khách kể rằng mình phải chờ 45 phút để có khăn tắm trên bãi biển.

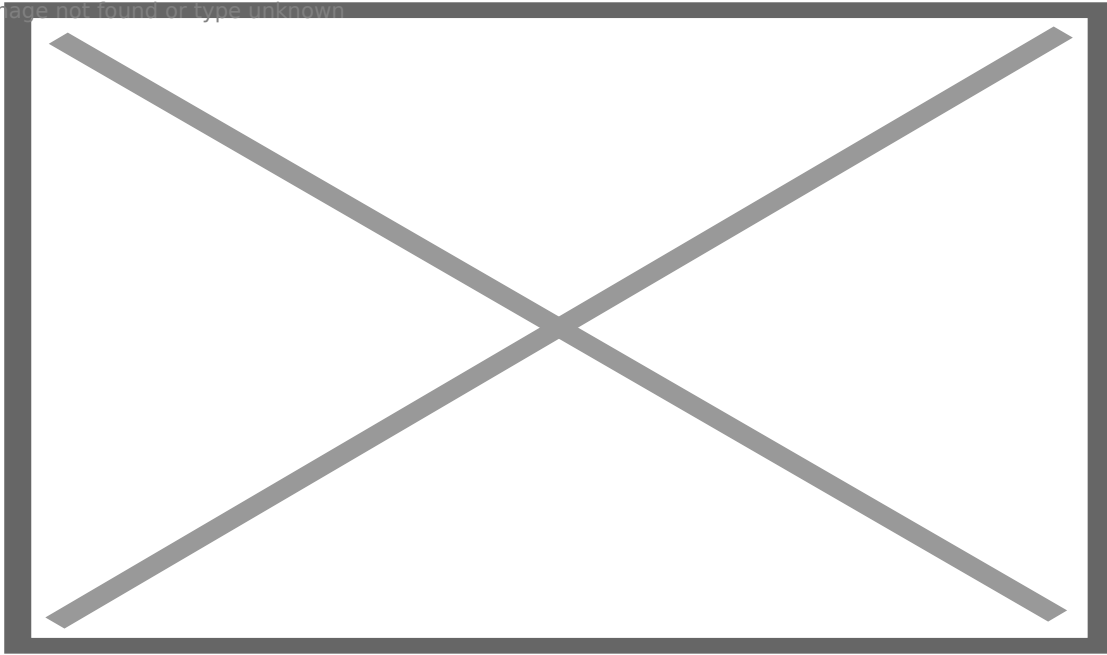
Phản hồi về các khách sạn 5 sao này cho thấy: đồ hàng trăm triệu, thậm chí hàng tỷ USD đầu tư chưa chắc đã đủ để một khách sạn có đủ phẩm chất nhiều sao.

Mang thế giới đến Việt Nam

Điều kiện cần để có một khách sạn đẳng cấp đến ngay từ khâu xây dựng: không phải kiến trúc sư nổi tiếng nào cũng chấp nhận thiết kế cho một ông chủ dư thừa ngân sách. Họ vốn không thiếu việc làm. Ông Đặng Minh Trường, Chủ tịch HĐQT Sun Group, phải mất đến lần thứ 3 ghé thăm văn phòng kiến trúc Bill Bensley ở Thái Lan để được nhận lời “xem mắt”.

Vị KTS người Mỹ khi đó chỉ nhận đến xem hiện trường, chứ không nhận vẽ. Cơ duyên chỉ đến, khi Bill Bensley bị thuyết phục bởi cảnh quan ngoạn mục tại Sơn Trà. Với ông, việc tạo nên một quần thể du lịch đẳng cấp ở vùng biển này chính là cơ hội để bảo tồn tự nhiên, sứ mệnh mà Bill theo đuổi suốt đời.

Image not found or type unknown

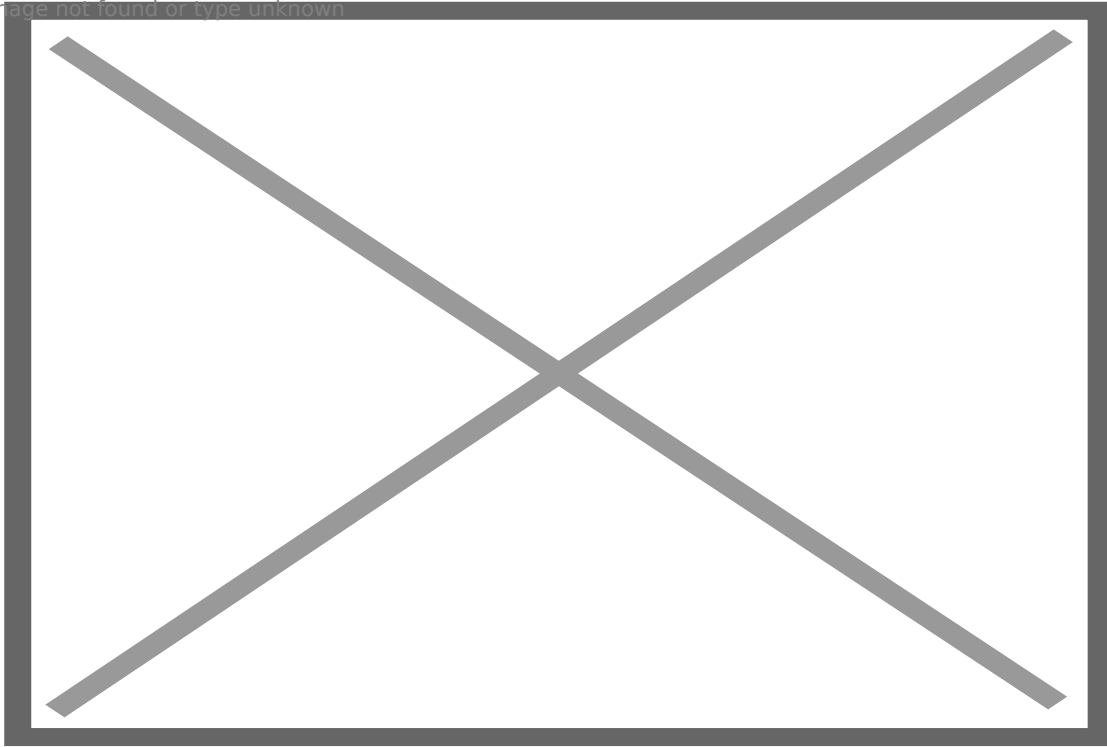


InterContinental Danang Sun Peninsula Resort.

Ở bước thứ hai, quản lý một khách sạn, hay nói nôm na, phục vụ thức ăn và đưa khăn tắm cho khách cũng không phải điều dễ dàng. Tại Việt Nam, có nhiều chủ đầu tư quyết định tự xây dựng đội ngũ quản lý của mình và đã thành công. Tại các trường đào tạo ngành khách sạn hàng đầu châu Âu, như tại Thụy Sĩ, ngày càng thấy nhiều sinh viên Việt Nam theo học.

Nhưng Sun Group thành lập với sứ mệnh “Mang Việt Nam ra thế giới” (khiến cho du khách quốc tế biết đến Việt Nam) và “Mang thế giới đến Việt Nam” (mang những điều tốt nhất của ngành dịch vụ du lịch và giải trí toàn cầu đến với người Việt Nam). Họ quyết định hợp tác với Accor, tập đoàn quản lý khách sạn lớn nhất thế giới, ngay từ công trình biểu tượng đầu tiên, Novotel Danang Premier Han River.

Image not found or type unknown

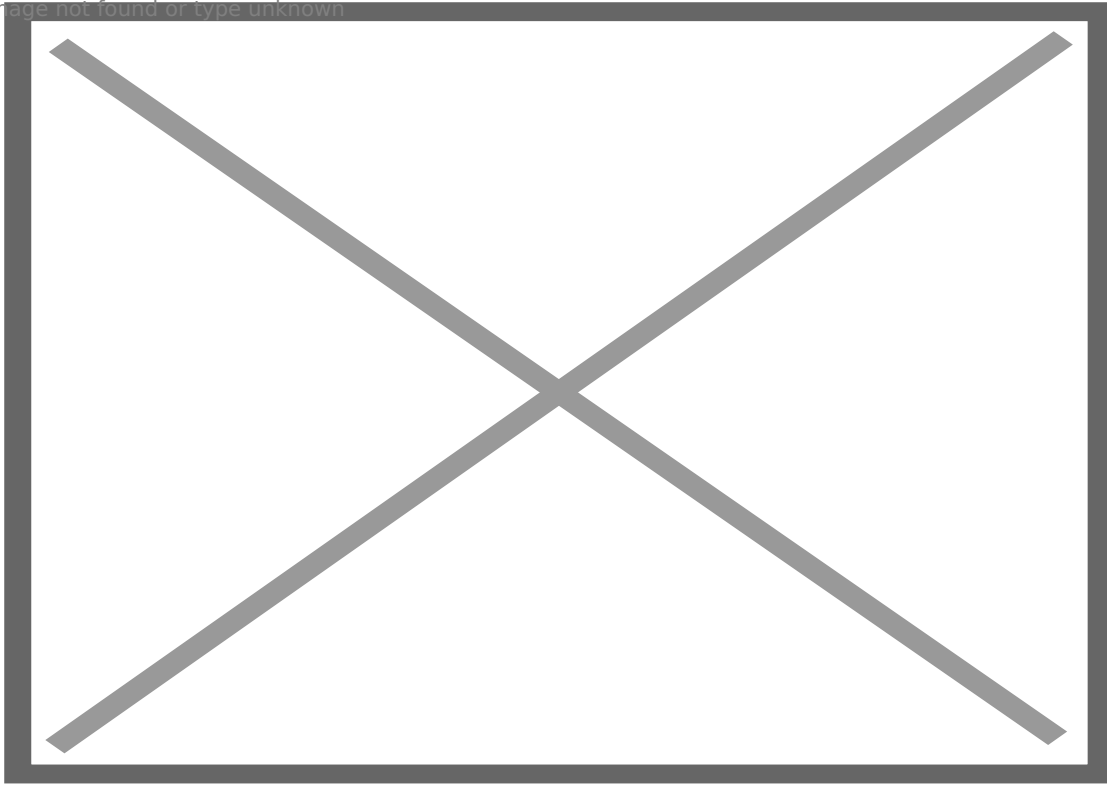


JW Marriott Phu Quoc Emerald Bay Resort.

Tương tự, khách sạn do Bill Bensley xây dựng ở bán đảo Sơn Trà được giao cho tập đoàn IHG, với thương hiệu InterContinental huyền thoại. Ngày nay, nó tên là InterContinental Danang Sun Peninsula Resort, nổi tiếng vì là nơi tổ chức cuộc họp thượng đỉnh với 21 nguyên thủ các quốc gia trong khuôn khổ APEC 2017, vì bộ sưu tập hàng trăm giải thưởng và vị thế của Top 6 khách sạn sang trọng bậc nhất thế giới do CNN bình chọn.

Tới Phú Quốc, khi Bill Bensley hoàn tất khu resort với thiết kế chưa từng có trên thế giới, một trường “Đại học Lamarck” giả tưởng với nhiều phân khoa, nó được giao lại cho tập đoàn Marriott International – dưới cái tên JW Marriott Phu Quoc Emerald Bay. Ba cái tên lớn nhất của ngành lưu trú toàn cầu, Accor, IHG và Marriott cùng hợp tác với Sun Hospitality để đưa đẳng cấp thế giới đến Việt Nam, Sun Group đã thực hiện lời hứa của mình.

Image not found or type unknown

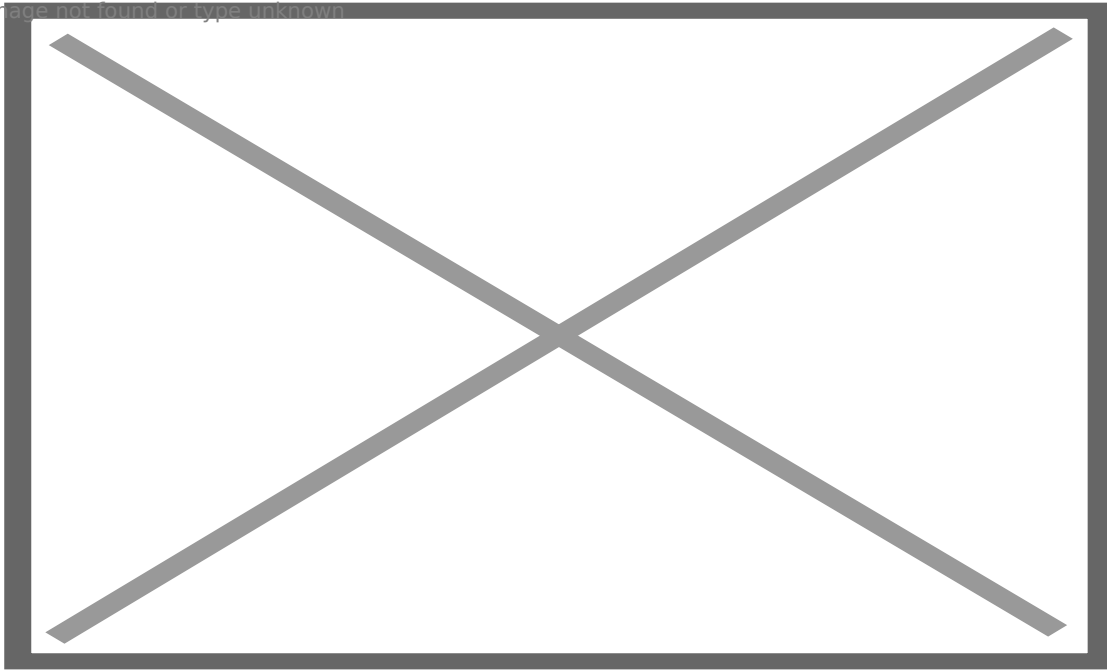


JW Marriott Phu Quoc Emerald Bay Resort.

Không ngừng nâng tầm vị thế

Kiến trúc sư hàng đầu, nhà quản lý hàng đầu, như thế vẫn chưa đủ với tham vọng mang những điều tinh túy nhất của thế giới đến Việt Nam. Trong khuôn viên của InterContinental Danang là nhà hàng La Maison 1888, nhà hàng đầu tiên tại Việt Nam hợp tác với một bếp trưởng có sao Michelin. Đó là Michel Roux, từng là bếp trưởng đầu tiên nhận sao Michelin của Vương quốc Anh. Ngày nay, khi đặt chân đến La Maison 1888, thực khách được thưởng thức menu có bánh mì, xá xíu và bánh croquettes điểm vị tỏi Lý Sơn do huyền thoại Pierre Gagnaire, người đứng thứ nhì thế giới về số ngôi sao Michelin đang sở hữu 12 ngôi, thực hiện.

Image not found or type unknown



Nhà hàng La Maison 1888.

Capella Hanoi, khách sạn mới khai trương tại Hà Nội, là một ví dụ khác cho nỗ lực “Mang thế giới đến Việt Nam”. Nhà hàng Koki của Capella được trực tiếp gây dựng bởi Junichi Yoshida, bậc thầy của nghệ thuật Teppanyaki, người duy nhất đã xây dựng được một nhà hàng Teppanyaki có sao Michelin tại Tokyo.

Hai hành trình song hành: Khi Sun Hospitality Group mang thế giới đến Việt Nam họ cũng đồng thời mang Việt Nam ra thế giới, những khu nghỉ dưỡng được xây dựng với những tiêu chuẩn cao nhất của ngành du lịch bởi các bậc thầy, nó cũng thu hút những vị khách thượng lưu từ nhiều nơi trên thế giới.

Khó lòng đếm hết các danh hiệu được trao tặng bởi các tổ chức uy tín, tiêu biểu như JW Marriott Phu Quoc Emerald Bay đã được WTA 2017 vinh danh là “Khu nghỉ dưỡng mới tốt nhất châu Á”, vào Top 50 khu nghỉ dưỡng tốt nhất thế giới do tạp chí du lịch Mỹ Condé Nast Traveller bình chọn cùng năm và nhiều hạng mục danh giá của các giải thưởng uy tín nhất thế giới như WTA và World Luxury Restaurant Awards những năm sau đó.

Những cái tên mới mẻ khác như Premier Village Danang Resort, Mercure Danang French Village Bana Hills, Premier Village Phu Quoc, Premier Residences Phu Quoc Emerald Bay, Premier Village Halong Bay Resort, New World Phu Quoc Resort, Hotel De La Coupole MGallery Sa Pa, Capella Hanoi... cũng đã và đang ghi dấu ấn trong nước và quốc tế với hàng loạt giải thưởng danh giá. Ngay như Capella Hanoi, một cái tên vô cùng mới ra đời trong đại dịch, cũng đã lập tức khiến thế

giới phải trầm trồ, với một loạt những danh hiệu như: “Khách sạn mới tốt nhất châu Á - Thái Bình Dương” (The Luxe List 2021); một trong những điểm đến tuyệt vời nhất trên thế giới năm 2021 (tạp chí TIME) và mới đây nhất là khách sạn Boutique sang trọng hàng đầu Châu Á (WTA).

Tính đến hiện tại, Sun Hospitality Group đang là tập đoàn sở hữu nhiều khách sạn và resort đẳng cấp nhất Việt Nam. Họ cũng là tập đoàn sở hữu “bộ sưu tập” nhiều nhất các đối tác quản lý khách sạn hàng đầu thế giới, với những cái tên ngày càng “xa xỉ và cao cấp” hơn như The Ritz Carlton, The Crest Collection và Ascott The Residence của Tập đoàn Ascott hay Curio Collection by Hilton...

Ngày 17/9 vừa qua, trong Lễ trao giải thưởng du lịch Thế giới khu vực châu Á- châu Đại Dương 2022, World Travel Awards đã trao tặng cho thương hiệu khách sạn Việt Nam giải thưởng “Tập đoàn phát triển du lịch nghỉ dưỡng hàng đầu châu Á 2022”. Xét trên toàn cục ngành khách sạn Việt Nam, Sun Hospitality Group đang kiến tạo một thương hiệu du lịch nghỉ dưỡng Việt Nam xứng tầm quốc tế, đủ sức cạnh tranh với những cái tên hàng đầu trên thế giới.

PV

Link bài viết: <https://nguoilambao.vn/sun-hospitality-group-va-su-menh-mang-the-gioi-ve-viet-nam>