

راه‌نامه

نگاهی به بوتیک هتل‌ها از
سان‌فرانسیسکو تا کاشان

اقامت بوتیکی

امیدرضا کاظمی
کارشناس مهمان‌نوازی

پدیده‌ای که با الهام از هتل‌های جذاب اروپایی و تعداد انگشت‌شماری هتل در ایالات متحده آغاز شد، اکنون جریان مهمی در صنعت مهمان‌نوازی به حساب می‌آید. تقریباً هر شرکت بزرگ هتلی امروزه نسخ، اختصاصی خود از هتل بوتیک^۱ را دارد و هر ساله هتل بوتیک‌های بیشتری ساخته می‌شوند و این امر دیگر فقط در شهرهای بزرگ جهان اتفاق نمی‌افتد. در ایران شهری مثل کاشان، به خاطر همین نوع هتل‌ها به مقصدی تبدیل شده که نه تنها گذر از آن دیگر قابل چشم‌پوشی نیست، بلکه ماندن در آن سهم مقاصد بعدی را در اقامت کم کرده و خود، به پیشگام جریان نوآوری در صنعت مهمان‌نوازی ایران تبدیل شده است.

Boutique Hotel

۵۸ | گایگ‌هش | تابستان ۱۴۰۰



آن‌ها که به خوبی اشتیاق و تمایلات نیویورکی‌ها را شناخته بودند، توانستند الگویی ایجاد کنند که مفهوم پیشین هتل را تغییر دهد؛ هتلی که علایق و سبک زندگی را منعکس نماید و جایگزین سرگرم‌کننده‌ای نسبت به هتل‌های آرام و عمومی بازار آن روز باشد. از این رو فرصت را برای یک نوآوری واقعی غنیمت شمردند و هتل مورگانز را در سال ۱۹۸۴ افتتاح کردند.

زمانی که بیل کیمپتون دربارهٔ تجربیاتش از اقامت در هتل‌های مختلف و مستقل در اروپا صحبت می‌کرد، هدفش این بود که هتلی متفاوت خلق کند. یکی از وجوه اشتراک هتل‌های کیمپتون این بود که همگی آن‌ها نسبت به رقبا منحصر به فرد بودند. در صورتی که همهٔ هتل‌های هایت و ماریوت شبیه به یکدیگر بودند و یک حس و حال استاندارد داشتند. از این جهت آن‌را «مثل یک فروشگاه لباس بوتیک یا فروشگاه کفش بوتیک تشبیه می‌کرد.»

حس خانه‌ای دور از خانهٔ خود را داشته باشد. کیمپتون برای اولین بار در صنعت هتلداری نقلات، سودا و نوشیدنی را به عنوان مینی بار در یخچال اتاق‌ها قرار داد. او همچنین بار نوشیدنی را به لابی آورد، چیزی که هیچ برند هتلداری بر اساس استانداردها قبول نمی‌کرد. او ساختمان‌هایی قدیمی را که برای هتل ساخته نشده بودند، به هتل تبدیل می‌کرد. این نگاه کیمپتون با رویکرد هتلداری آن روز جور در نمی‌آمد؛ چرا که سبک‌آقای‌های بسیاری از ساختمان‌های او با استانداردهای هتلداری هماهنگ نبود.

هتلداری به سبک زندگی

زمانی که کیمپتون توجه خود را به بازسازی ساختمان‌های قدیمی و تبدیل آن‌ها به هتل‌هایی با رستوران‌های جذاب و دلنشین معطوف می‌کرد، دو شریک در غرب آمریکا قصد داشتند تا جذابیت و افسونی را که در کلوب‌های شبانه تجربه کرده بودند، به بار و لابی هتل هدایت کنند. در دههٔ ۱۹۷۰ یان شرآگرو استیو روبل^۱ که مدیران اپرای تفریحات شبانهٔ استودیو ۵۴^۲ بودند، به دلیل توسعه و ساخت مفهوم رؤیایی از تفریحات شبانه شهرت بین‌المللی به دست آوردند. پس از پشت سر گذاشتن سال‌های پرفراز و نشیب و تحمل حبس به دلیل مباحث مالی و مالیاتی، آن‌ها تصمیم گرفتند که دوباره نام و اعتبار خود را احیا نمایند. تمایل آن‌ها به ایجاد حس اصیل و مرتبط با نیازها و سبک زندگی نسل جدید نیویورک آن‌ها را به سمت دنیای هتلداری سوق داد. آن‌ها که به خوبی اشتیاق و تمایلات نیویورکی‌ها را شناخته بودند، توانستند الگویی ایجاد کنند که مفهوم پیشین هتل را تغییر دهد؛ هتلی که علایق و سبک زندگی را منعکس نماید و جایگزین سرگرم‌کننده‌ای نسبت به هتل‌های آرام و عمومی بازار آن روز باشد. از این رو فرصت را برای یک نوآوری واقعی غنیمت شمردند و هتل مورگانز^۲ را در سال ۱۹۸۴ افتتاح کردند.

آن‌ها متوجه شده بودند که قدرت بالای یک معمار باید بر روی یک محیط تأثیر بگذارد. پس از موفقیت مورگانز، هتل‌های بسیار موفق رویالتون و

1. Steve Rubell and Ian Schrager
2. Studio 54

سوگاتی از اروپا

اقامت در هتل‌هایی به سبک بوتیک هتل‌ها، هتل‌هایی کوچک با طراحی زیبا و صمیمی در اروپا معمول بوده است، اما احتمالاً به آن‌ها «هتل بوتیک» نمی‌گفتند. بانکداری به نام بیل کیمپتون^۱ به دلیل شغلش سفرهای متعددی به اروپا می‌کرد، علاقه داشت تا در هتل‌هایی اقامت کند که معمولاً یک خانواده آن‌ها را اداره می‌کردند. او صاحب هتل را می‌شناخت و می‌توانست در لابی با کارکنان هتل و دیگر مهمانان معاشرت کند؛ جایی که همه چیز به او احساس صمیمیت و گرمی می‌داد. با وجود این، هر وقت به آمریکا باز می‌گشت با هتل‌های استاندارد رویه‌رو می‌شد که تمام تجربهٔ آن‌ها در همه جا یکسان بود. این موضوع بیل را بر آن داشت تا برای دوران بازنشستگی خود به مفهومی فکر کند که تا آن زمان کسی در ایالات متحده به آن فکر نمی‌کرد.

در آن روزها آمریکا و به خصوص، سان‌فرانسیسکو، شهری که بیل در آن زندگی می‌کرد، پر بود از هتل‌های بزرگ تجاری با اتاق‌های بسیار زیاد و خدماتی که مانند اتاق‌هایشان کثرت‌گرا بودند. تصور هتلداران در آن دوران این بود که قابل پیش‌بینی بودن خدمات عاملی است که موفقیتشان را در همه جا تضمین می‌کند. ولی بیل کیمپتون به چیزی فکری کرد که در اروپا تجربه کرده بود. کیمپتون هتل بدفورد^۲ را در سال ۱۹۸۱ خریداری کرد. او می‌خواست هتلی داشته باشد که همه احساس کنند در خانه هستند؛ هتلی که شومینه‌ای در لابی داشته باشد و افراد نام یکدیگر را به یاد آورند. او هتل قدیمی بدفورد را با کمک طراحان دکوراسیون داخلی به چیزی تبدیل کرد که می‌خواست. از طرف دیگر او می‌خواست بهترین رستوران شهر را با هویتی مستقل از هتلش داشته باشد. بیشتر هتل‌ها در آن روزها دارای بوفه‌های خوراکی یا کافی‌شاپ بودند. از طرف دیگر هتل‌هایی که رستوران داشتند تقریباً از مردم محلی و مهمانان غیرمقیم پذیرایی نمی‌کردند. از این رو تصمیم گرفت جای خالی این رستوران را در شهر پر کند و برای این کار از سرآشپزهای ماهرو مستعد محلی برای هر چه بهتر شدن رستوران‌اش استفاده کند. ولی ویژگی اصلی هتل کیمپتون اطمینان از رضایت مهمانش به عنوان یک ارزش سازمانی بود. کیمپتون مفهوم خانه‌ای دور از خانه را ساخت. در هر هتل شومینه‌ای روشن وجود داشت تا مهمان

1. Bill Kimpton
2. Bedford



مهم‌ترین ویژگی مشخص‌کننده هتل بوتیک‌ها، فرهنگ، تاریخ و اصالت آن‌هاست. هتل بوتیک بخشی از یک زنجیره نیست و خدمات منحصر به فرد و جالب توجهی را فراهم می‌آورد. دیگر خصوصیت مهم تعیین‌کننده برای هتل بوتیک‌ها داشتن «فضاهای تعاملی مانند سالن نشیمن و کتابخانه با مرکزیت رویدادهای اجتماعی» و «ویژگی‌های متعدد و باکیفیت مختص اتاق» است. از نکات مهم این مطالعه اندازه این هتل‌ها بود. در واقع هتل بوتیک‌ها الزاماً نباید کوچک و با تعداد اتاق کم باشند.

قدرت بالای یک معمار باید بر روی یک محیط تأثیر بگذارد. پس از موفقیت مورگانز، هتل‌های بسیار موفق رویالتون و پارامونت افتتاح شد که هر دو را فیلیپ استارک طراحی کرد.

پارامونت^۱ افتتاح شد که هر دو را فیلیپ استارک^۲ طراحی کرد. استیو روبل در سال ۱۹۸۹ از دنیا رفت، اما شرارگر در مجموعه‌های جدید خود، مفهوم معاشرت در لابی را معرفی کرد که در آن لابی به مکان جدیدی برای دور هم جمع شدن مهمانان هتل و همچنین افراد مقیم شهر نیویورک و طبقه موسوم به شیک ارزان قیمت^۳ تبدیل شد که در آن خدمات لوکس مقرون به صرفه در یک محیط خاص و سطح بالا عرضه می‌شد. شرارگر سپس در هتل هادسون^۴ در نیویورک به طور کامل مفهوم هتل مبتنی بر سبک زندگی^۵ را معرفی کرد.

نواژه‌ای برای همه

با اینکه هتل بوتیک، به عنوان یک تجربه متفاوت طرفداران خود را یافته بود، برای همگان سؤال بود که به چه معناست. بحث در مورد اینکه چه کسی برای اولین بار از آن استفاده کرده است، همواره بین شرق و غرب ایالات متحده وجود دارد. زمانی که بیل کیمپتون درباره تجربیاتش از اقامت در هتل‌های مختلف و مستقل در اروپا صحبت می‌کرد، هدفش این بود که هتلی متفاوت خلق کند. یکی از وجوه اشتراک هتل‌های کیمپتون این بود که همگی آن‌ها نسبت به رقبا منحصر به فرد بودند. در صورتی که همه هتل‌های هایت^۶ و ماریوت^۷ شبیه به یکدیگر بودند و حس و حال استاندارد داشتند. از این جهت آن را «به فروشگاه لباس بوتیک یا فروشگاه کفش بوتیک تشبیه می‌کرد.» اما یان شرارگر ابداع این واژه را به شریک خود، استیو روبل، نسبت می‌دهد. شرارگر در مصاحبه‌ای این‌طور نقل می‌کند: «استیو روبل شریک تجاری من کلمه

1. Royalton Hotel and Paramount Hotel
2. Philippe Starck
3. cheap chic
4. Hudson Hotel
5. Life style hotel
6. Hyatt
7. Marriott

«هتل بوتیک» را ابداع کرده است؛ زیرا این روش او برای برقراری ارتباط با مردم بود. چیزی که در تلاش برای انجام آن بودیم. اگر هتل‌های دیگر عمومی و در همه جا بودند، در این صورت فروشگاه بزرگ به حساب می‌آیند. ما بوتیک بودیم، نگرش به خصوص و حرفی برای گفتن داشتیم. روی کارمان متمرکز بودیم و این ربطی به بزرگی و کوچکی هتل نداشت، بلکه در مورد دقت و توجه بود.»

با این حال تعریف مشترک و مورد توافقی برای «هتل بوتیک» وجود ندارد. به همین دلیل برای رسیدن به تعریفی جامع، انجمن هتل بوتیک و هتل مبتنی بر سبک زندگی^۱ از دیدگاه کارشناسی پیشروان فکری این صنعت، از روش دلفی استفاده کرد. کارشناسان صنعت اقامتی متخصص در زمینه مدیریت و یا ایجاد هتل بوتیک‌ها از سوی محققان انجمن برای شرکت در مطالعه دعوت شدند. گروهی متشکل از بیش از ۴۰ فرد حرفه‌ای، از سرتاسر جهان با شرکت در مطالعه که شامل چندین گروه از سؤالات بود، موافقت کردند. اعضای هیئت دلفی هتل بوتیک‌ها را با ویژگی‌هایی که این هتل‌ها خودشان را از دیگر انواع هتل‌ها متمایز می‌کنند، تعریف می‌نمایند. هتل بوتیک‌ها با ویژگی‌هایی چون شخصی‌سازی شده، سفارشی، منحصر به فرد، و مستقل توصیف می‌شوند. مهم‌ترین ویژگی مشخص‌کننده هتل بوتیک‌ها، فرهنگ، تاریخ و اصالت آن‌هاست. هتل بوتیک بخشی از یک زنجیره نیست و خدمات منحصر به فرد و جالب توجهی را فراهم می‌آورد. دیگر خصوصیت مهم تعیین‌کننده برای هتل بوتیک‌ها داشتن «فضاهای تعاملی مانند سالن نشیمن و کتابخانه با مرکزیت رویدادهای اجتماعی» و «ویژگی‌های متعدد و باکیفیت مختص اتاق» است. از نکات مهم این مطالعه اندازه این هتل‌ها بود. در واقع هتل بوتیک‌ها الزاماً نباید کوچک و با تعداد اتاق کم باشند. تحلیل پاسخ‌ها نشان داد که حداکثر اندازه یک هتل بوتیک به عوامل بازار وابسته است. در واقع تفاوت در اندازه نیست، بلکه در ایجاد تجربه است^۲. جنبش هتل‌های بوتیک در آمریکا با هتل‌های ژو دو ویووک^۳ در سان فرانسیسکو را کانلی، شاتو مورمونت^۴ و هتل استاندارد^۵ را آندره بالاز^۶ در لس آنجلس، دیزاین هتل را کلاوس سندلینر^۷ در کالیفرنیا^۸ و سپس در اوسبورگ^۹ آلمان، هتل دابلیو را بری اشترنلیشت^{۱۰} در نیویورک، هتل ایس^{۱۱} در سیاتل^{۱۲}، هتل آوالون بورلی هیلز^{۱۳} در لس آنجلس و

1. Boutique and Lifestyle Lodging Association – BLLA

۲. هتل بوتیک و هتل مبتنی بر سبک زندگی؛ تعاریف نوظهور؛ ترجمه امیدرضا کاظمی (در حال چاپ)

3. Joie de Vivre

4. Chateau Marmont

5. Standard Hotel

6. André Balazs

7. Claus Sendlinger

8. California

9. Augsburg

10. Barry Sternlicht

11. Ace

12. Seattle

13. Avalon Hotel Beverly Hills



هتل ادیشن^۱ به عنوان پروژه مشترک بین یان شراگر و گروه هتل های ماریوت در هاوایی^۲ ادامه دادند و به جریانی اساسی در صنعت مهمان نوازی جهان تبدیل شد. امروزه بیشتر گروه های هتلی بزرگ دنیا یا برند هتل بوتیک خود را تأسیس کرده اند یا یکی از جریان سازان مذکور را به تملک خود درآورده اند.

واژه ای دور، تجربه ای نزدیک

با وجود اینکه نزدیک به ۴۰ سال از ابداع این مفهوم می گذرد، در ایران بیش از یک دهه نیست که مفهوم هتل های بوتیک در خانه های تاریخی بستری برای ظهور پیدا کرده است. دلیل آنچه در ایران اتفاق افتاد فراتر از کسب و کار، انگیزه های فرهنگی بود. اگر احیای ابنیه تاریخی را دلیل اصلی جنبش هتل های بوتیک در ایران بدانیم، نباید از نقش مهندس اکبر تقی زاده اصل، مدیر اجرایی سابق طرح پردیسان چشم پوشی کنیم. «از سال ۱۳۷۸ در قالب قانون بودجه، تبصره ای به سازمان میراث فرهنگی کشور اختصاص یافت که تکلیف می کرد، کاروانسراها، خانه ها و دیگر بناهای تاریخی در کشور را پس از تملک، مرمت و احیا کرده، و در اختیار صنعت گردشگری قرار دهند تا ظرفیت تغییر شکل پذیری بناهای تاریخی با دادن کاربری های جدید به مردم نشان داده شود، سازمان می خواست بسیاری از خانه های تاریخی را به هتل تبدیل کند^۳.» این موضوع با الهام از گروه هتل های پارادورس^۴ در اسپانیا انجام شد. این گروه از سال ۱۹۲۸ با مدلی که پردیسان از آن الگو گرفت، در اسپانیا فعالیت می کرد. عاقبت اهداف طرح پردیسان در صندوق احیا به نتیجه رسید. صندوق احیا بناهای شاخص را برای مرمت و بهره برداری در اختیار بخش خصوصی قرار داد. شاخص ترین این ابنیه خانه تاریخی عامری ها بود. مرمت خانه عامری ها حدوداً از سال ۱۳۷۴ شروع شده بود، ولی در سال ۱۳۸۹ بعد از

1. Edition
2. Hawaii
3. <https://www.isna.ir/news/8111-01300/>
4. Paradores de Turismo de España



با وجود اینکه نزدیک به ۴۰ سال از ابداع این مفهوم می گذرد، در ایران بیش از یک دهه نیست که مفهوم هتل های بوتیک در خانه های تاریخی بستری برای ظهور پیدا کرده است. دلیل آنچه در ایران اتفاق افتاد فراتر از کسب و کار، انگیزه های فرهنگی بود. اگر احیای ابنیه تاریخی را دلیل اصلی جنبش هتل های بوتیک در ایران بدانیم، نباید از نقش مهندس اکبر تقی زاده اصل، مدیر اجرایی سابق طرح پردیسان چشم پوشی کنیم.

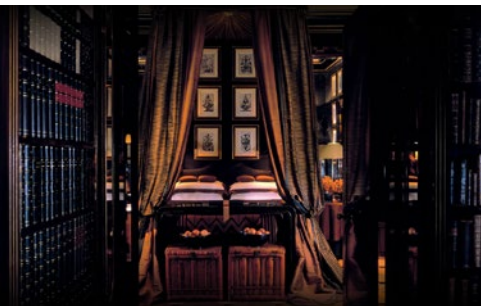
واگذاری آن به بخش خصوصی، روند تبدیل آن به هتل بوتیک سرعت پذیرفت. مرمت بزرگ ترین خانه تاریخی کاشان در خرداد ۱۳۹۳ زیر نظر مهندس تقی زاده به پایان رسید. عامری ها بنایی متعلق به اواخر دوره زندیه با وسعتی نزدیک به ۱۱ هزار متر مربع است و علاوه بر جاذبه های تاریخی و طراحی داخلی خاص، در حوزه خدمات جاذبه های منحصربه فرد خود را دارد. این خانه از قدیم در شهر کاشان برای مردم شهر مرکزیت اجتماعی داشت و با تبدیل شدنش به هتل بوتیک نیز تلاش شد که نقش مرکزی آن برای تعامل مردم احیا شود. عامری ها می خواست بین مهمانان مقیم و مردم شهر تعامل ایجاد کند، لذا رویدادهای فرهنگی بخش اعظم فعالیت های آن شد. از طرف دیگر، خانه منوچهری در این جنبش نقش مهمی داشت. صبا منوچهری که از خانواده ای کاشانی الاصل است، خانه منوچهری را بنیان گذاری کرد. ابراهیم شاهی مدیر این پروژه در مورد روند مرمت و بهره برداری از خانه منوچهری این طور می گوید: «خانه کم و بیش به خانه رشادی معروف بود، ولی اهالی محل به آن طالبیان هم می گفتند. بین کاشان شناسان به خانه امانت^۱ نیز مشهور بود. اولین بار بود که در این محله، یعنی پشت عمارت و سرپله، خانه ای مرمت می شد. کار احیای خانه منوچهری در نوع خود منحصربه فرد است. علاوه بر شگردهای مرمتی استاد حلی، نوع طراحی سرویس های اتاق ها را خانم نادر برای اولین بار به این صورت اجرا می کرد. هر کدام از اتاق ها طراحی مخصوص به خود را دارد و طبق معمول سری کاری در میان نبود. پرده ها و تخت ها و گلیم های هراتاق مخصوص همان فضا طراحی شدند^۲.» خانه منوچهری در سال ۱۳۸۹ شروع به فعالیت کرد.

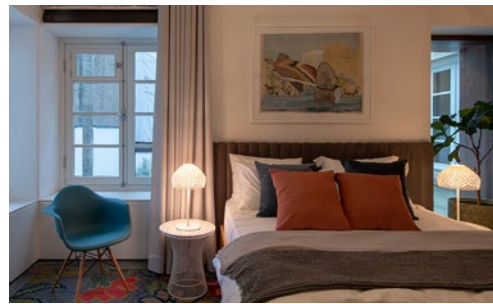
با موفقیت هتل های بوتیک کاشان، سرمایه گذاری در بافت تاریخی شهرهای بزرگ با الگوبرداری از کاشان سرعت یافت. در نزدیکی بازار اصفهان کاخ قصر منشی به یکی از جاذبه های جدید اقامتی این شهر تبدیل شد و هتل بوتیک قصر منشی در اسفند ۱۳۹۶ به بهره برداری رسید. پس از آن هتل بوتیک جویبار در اصفهان با طراحی و سرمایه گذاری گروه معماری پیشان به بهره برداری رسید. جویبار با معماری متفاوت خود و نگاهی خلاقانه توانست تأثیر معماری را در خلق تجربه به خوبی ترسیم کند.

فرانک عسکری در شیراز با سرمایه گذاری در بافت تاریخی، خانه ای را به هتل بوتیکی در محله درب شازده تبدیل کرد. او اولین سینمای روباز ایران را در کنار هتل تأسیس نمود و با ارائه خدماتی صمیمی و خلاقانه، از جمله: تبدیل پارچه های لنگ سنتی به رب دو شامبر تجربه لنگ دو شامبر را عاملی برای حضور در هتل بوتیک خود کرد. تهران ولی، با سرعت کمتر، اما با قدرت بیشتر ظاهر شد. یکی از خانه های قرینه در بن بست خاطره انگیز لولاگر تهران، جایی که بسیاری از تهرانی ها با پیتزا داوود از آن خاطره دارند، در اواخر سال ۱۳۹۷ با طراحی و سرمایه گذاری مهسا مجیدی مرمت شد و به نام هتل بوتیک حنا به بهره برداری رسید و خیلی زود به مقصد موفق شهری به خاطر فروشگاه مفهومی و محصولات هنری، صنایع دستی و همچنین رستورانش تبدیل گردید. توماس وگمان در خصوص حنا این گونه می گوید:

۱. خانه مربوط به خاندان حسین امانت، معمار بنای شهید سابق و آزادی فعلی
2. <https://bit.ly/3vHAclV>

عامری ها بنایی متعلق به اواخر دوره زندیه با وسعتی نزدیک به ۱۱ هزار متر مربع است و علاوه بر جاذبه های تاریخی و طراحی داخلی خاص، در حوزه خدمات جاذبه های منحصربه فرد خود را دارد. این خانه از قدیم در شهر کاشان برای مردم شهر مرکزیت اجتماعی داشت و با تبدیل شدنش به هتل بوتیک نیز تلاش شد که نقش مرکزی آن برای تعامل مردم احیا شود. عامری ها می خواست بین مهمانان مقیم و مردم شهر تعامل ایجاد کند.





حنا با تمرکز بر موقعیت بن بست لولاگر یکی از مدرن‌ترین رستوران‌ها را با کمک سرآشپزان خلاقش به وجود آورد. از طرف دیگر در میدان بهارستان، جایی که باغ تاریخی نظامیه در گذشته وجود داشته، هتل بوتیک نظامیه در نیمه اول سال ۱۳۹۸ به بهره‌برداری رسید. نظامیه نیز با تکیه بر طراحی داخلی و کندوکاو در تاریخ صاحبان اصلی خانه تلاش کرد تا بازتابی باشد از تلفیق شیوه زندگی جدید در خاطرات گذشته تهران. خانه‌ای که متعلق به کاظم خان فتاح نوری رئیس تشریفات سفارت آلمان بود و در حدود سال‌های ۱۳۱۰ شمسی ساخته شد. نظامیه که از خانه‌های صندوق احیاست و به بخش خصوصی برای مرمت و بهره‌برداری واگذار شده، خانه‌ای است که با ۵ اتاق، مفهوم خانه دور از خانه را تداعی می‌کند.

«حنا کمی شبیه به ساختمان باهاوس^۱ متعلق به دهه ۱۹۳۰ است، آن را طوری بازسازی کردند که به وضوح بخش قدیم و جدید از هم جدا می‌شود.» حنا با تمرکز بر موقعیت بن بست لولاگر یکی از مدرن‌ترین رستوران‌ها را با کمک سرآشپزان خلاقش به وجود آورد. از طرف دیگر در میدان بهارستان، جایی که باغ تاریخی نظامیه در گذشته وجود داشته، هتل بوتیک نظامیه در نیمه اول سال ۱۳۹۸ به بهره‌برداری رسید. نظامیه نیز با تکیه بر طراحی داخلی و کندوکاو در تاریخ صاحبان اصلی خانه تلاش کرد تا بازتابی باشد از تلفیق شیوه زندگی جدید در خاطرات گذشته تهران. خانه‌ای که متعلق به کاظم خان فتاح نوری رئیس تشریفات سفارت آلمان بود و در حدود سال‌های ۱۳۱۰ شمسی ساخته شد. نظامیه که از خانه‌های صندوق احیاست و به بخش خصوصی برای مرمت و بهره‌برداری واگذار شده، خانه‌ای است که با ۵ اتاق، مفهوم خانه دور از خانه را تداعی می‌کند. در نظامیه فضاهای آشنای خانه ایرانی مانند آشپزخانه، سالن غذاخوری و نشیمن نقش اصیل خود را به عنوان فضاهای تعاملی برای مهمانان مقیم ایفا می‌کند.

با اینکه در ابتدا، هتل بوتیک پدیده‌ای بیگانه به حساب می‌آمد، اما امروز در خانه‌های تاریخی و با تکیه بر هنر معماری و فرهنگ بومی به عنوان یک پدیده

۱. باهاوس (آلمانی: Bauhaus، به معنی: خانه معماری) نام یک مدرسه معماری و هنرهای کاربردی در آلمان بود که بین سال‌های ۱۹۱۹ تا ۱۹۳۳ به پرورش هنرمندان پرداخت و نقش مهمی در برقراری پیوند میان طرح و فن ایفا کرد.



منحصر به فرد معرفی می‌شود. امروز بافت تاریخی شهرهای ایران به ارزشی برای ورود سرمایه‌گذاران و بهره‌بردن از ظرفیت‌های معماری در شهرهای دیگری چون یزد، رشت، جزیره قشم، بوشهر، قزوین و... تبدیل شده است. امروزه نه تنها شاهد تجربیات مثبت گردشگران و روایتشان از اقامت در این هتل بوتیک‌ها هستیم، بلکه توجه به تمایز منحصر به فرد این هتل‌ها در معماری و طراحی خدمات در کتاب‌هایی مثل پشت پرده‌های بسته و شب‌های پاریسی^۲ نگاهی متفاوت و از بیرون به این مفهوم کرده است. موفقیت‌های متعدد این هتل‌ها در کسب جوایز معماری ملی و بین‌المللی و جایگاهشان در سایت‌های مرجع نظرها و تجارب گردشگری مانند تریپ ادوایزر^۳ گویای این مطلب است. شاید بهتر باشد تعریف هتل‌های بوتیک را در مصاحبه اخیر توماس وگمن^۴ نویسنده کتاب شب‌های پاریسی در مورد این خانه‌ها بخوانیم: «این‌ها هتل‌های بزرگ هفت ستاره نیستند، بلکه هتل‌های بوتیک کوچکی هستند که خانواده‌ها آن را اداره می‌کنند، اما کاملاً پیشرفته‌اند. در ایران، شاهد صحنه منحصر به فرد و در حال توسعه هتل‌های بوتیک هستیم که طراحی معاصر را با میراث منحصر به فرد ایرانی ادغام کرده‌اند. انتظار کشوری سنتی‌تر را داشتیم، اما در این هتل‌ها، کافه‌ها و فروشگاه‌هایی مانند آنچه در اروپا و آمریکا هست، دیدم.»

1. Behind Closed Curtains
2. Persian Nights
3. Tripadvisor
4. Thomas Wegmann

با اینکه در ابتدا، هتل بوتیک پدیده‌ای بیگانه به حساب می‌آمد، اما امروز در خانه‌های تاریخی و با تکیه بر هنر معماری و فرهنگ بومی به عنوان یک پدیده منحصر به فرد معرفی می‌شود. امروز بافت تاریخی شهرهای ایران به ارزشی برای بردن از ظرفیت‌های معماری در شهرهای دیگری چون یزد، رشت، جزیره قشم، بوشهر، قزوین و... تبدیل شده است. امروزه نه تنها شاهد تجربیات مثبت گردشگران و روایتشان از اقامت در این هتل بوتیک‌ها هستیم، بلکه توجه به تمایز منحصر به فرد این هتل‌ها در معماری و طراحی خدمات در کتاب‌هایی مثل پشت پرده‌های بسته و شب‌های پاریسی^۲ نگاهی متفاوت و از بیرون به این مفهوم کرده است.