

Hotel de la Ville Monza

A Small Luxury Hotel of the World

Rinnovamento nella tradizione per lo storico albergo lombardo: l'eccellenza nell'ospitalità luxury con un'attenzione all'innovazione tecnologica e non solo



«Il mondo del turismo sta cambiando profondamente rispetto al passato e, per riuscire a seguire l'evoluzione del mercato, bisogna disporre di una acuta sensibilità per "aggiustare" il prodotto e per attuare efficaci strategie commerciali. In particolare bisogna sapere che non esiste più una logica di rapporti standardizzati con contratti predefiniti: oggi il mercato vuole sempre più libertà e personalizzazione, non solo a livello leisure, ma anche e soprattutto nel segmento Mice». Ha le

idee chiare Francesco Nardi, Revenue and Marketing Manager dell'Hotel de la Ville di Monza, e soprattutto sa come metterle in pratica. Sarà che l'hotellerie ce l'ha nel Dna, essendo il rappresentante della quarta generazione di una famiglia che, da oltre sessanta anni, è davvero un modello per chi fa "grande" ospitalità.

Figlio di Luigi Nardi e nipote di Arcangelo (detto Tany), i due fratelli che da anni rappresentano l'anima storica dell'albergo, Francesco ha seguito la tradizione laureandosi al prestigioso Glion Institute of Higher Education con sede in Svizzera specializzato nell'insegnamento della gestione alberghiera. E se da oltre mezzo secolo e sempre con successo la famiglia è titolare dell'esclusiva struttura di 70 camere, affacciata sulla Villa Reale di Monza e sul suo splendido parco, Francesco Nardi è titolare della vision puntata sul futuro dell'azienda. «Il settore meeting ed eventi pare essere per fortuna in ripresa», aggiunge, «un po' dappertutto ma molto anche nella nostra area geografica di competenza, quella milanese. Grazie all'onda lunga di Expo 2015, che si è rivelata soprattutto un'azzeccatissima operazione di marketing territoriale, Milano re-



sta attualmente uno dei “most valued places to be”! Questo anche grazie al fatto che nel mondo crescono il desiderio, la possibilità e la necessità di viaggiare e di conoscere, in particolar modo per la generazione Millennials. È con loro che ci si deve confrontare oggi per capire le loro esigenze sia per viaggi di piacere che d'affari. Noi all'Hotel de la Ville lo stiamo già facendo proponendo al nuovo pubblico un viaggio esperienziale sia nel settore upscale che nel Mice. Come ribadito dalla Small Luxury Hotels of the World alla quale siamo affiliati dal 2008, il segreto del successo è quindi proporre un'esperienza di soggiorno autentica e originale. Anche i business traveller, così come le aziende, oggi non vogliono più un incentivo classico, ma l'“evento esperienza” che possa essere ricordato con piacere e che quindi dia un valore aggiunto a committente e partecipanti. E poiché le ultime ricerche di settore dicono che nel 2025 il 50% dei turisti saranno Millennials, è indispensabile, come anticipavo, essere in grado di rispondere al futuro mercato del travel. Ovviamente è proprio su questo aspetto che ci stiamo impegnando ed essendo il nostro un hotel indipendente, possiamo essere più dinamici adeguando facilmente l'offerta alla nuova domanda».

Servizi d'alta gamma

Un'offerta che è il frutto di un lungo lavoro fatto di passione e impegno, oltre che di risultati. Nel 2000 l'Hotel de la Ville ha vinto infatti l'ambito premio nazionale “Hotel of the Year”, per la categoria Business Hotel, mentre nel 2002 i Nardi hanno ottenuto il premio “Excellent Award”, come riconoscimento ai migliori imprenditori e manager dell'industria-turistico alberghiera italiana. E ancora nel 2014, l'hotel della famiglia Nardi riceve il “Finalist Award” nella categoria Best Service in



Europa, nell'ambito del premio Condé Nast Johansens dedicato ai migliori Luxury Hotels nel mondo, già vinto nel 2008. L'anno seguente l'albergo entra nella prestigiosa catena Châteaux & Hôtels Collection, presieduta da Alain Ducasse. A lui il compito di selezionare gli alberghi che uniscono all'ospitalità di pregio l'alta ristorazione. E non è un caso, come sottolinea Francesco Nardi: «L'aspetto tecnologico è un must dell'innovazione e dell'offerta di lusso di oggi, ma da solo non basta: ecco allora che il nostro management, come da tradizione dell'albergo, continua a puntare molto anche sull'aspetto gastronomico del soggiorno. La cucina di alto livello quindi resta come sempre un punto di forza della nostra grande ospitalità, tanto che il ristorante dell'hotel, il Derby Grill, è da anni segnalato dalle più rinomate guide di settore come il primo indirizzo gourmet di Monza e provincia. In aggiunta a ciò tengo infine a sottolineare come si siano instaurati proficui rapporti di collaborazione con importanti operatori del territorio: dalla Villa Reale di Monza, di fronte a noi, ai musei cittadini e ancora all'Autodromo, per offrire al Mice e al leisure un ventaglio unico di opportunità vincenti». **DD**

