

# Innovazione e concorrenza Così cresce l'Italia del turismo

Ezio Indiani, Direttore Generale dell'Hotel Principe di Savoia di Milano, si racconta e ci racconta come sarà l'hotellerie di domani, tra nuove tecnologie e il fascino antico dell'ospitalità di lusso

➔ Davide Deponti



La piscina della Presidential Suite del "Principe": lusso e cura nell'accoglienza sono le parole d'ordine del GM Ezio Indiani ai suoi collaboratori

Come pensate che sia dipinto il direttore di un grande e raffinato albergo nell'immaginario dei clienti, ovvero di tutti noi? Le signore più romantiche forse penseranno a Hector Elizondo, ovvero al famoso attore hollywoodiano che ha interpretato il manager dell'hotel di lusso che accoglie e coccola senza pregiudizi la "donna di mondo" Julia Roberts nel film "Pretty woman". Per un professionista degli affari invece, probabilmente, l'immagine più appropriata sarà quella del direttore dell'hotel svizzero nel quale vive Toni Servillo nei panni del protagonista del film di Paolo Sorrentino "Le conseguenze dell'amore" che, in una famosa scena, spiega come una delle principali doti della sua professione sia la discrezione nell'essere

al servizio dei propri ospiti. Ezio Indiani, Direttore Generale dell'Hotel Principe di Savoia di Milano, uno degli alberghi più lussuosi e famosi d'Italia e del mondo, raccoglie in se tutte queste doti e altre ancora. Lo si scopre in fretta, chiacchierando con lui, nella quiete apparente del suo ufficio, di turismo e di Italia, di Expo e del mondo che sarà. E si scopre che questo signore italiano dai baffi argentati è un manager coriaceo e volitivo che da oltre dieci anni è alla guida di uno degli alberghi più rappresentativi dell'ospitalità di lusso made in Italy e ne ha consolidato il successo sul mercato italiano e internazionale. In che modo: è semplice, come spiega lui stesso in queste pagine, con creatività e lavoro duro. Due caratteristi-

## UN MANAGER ITALIANO MA INTERNAZIONALE

Ezio Indiani, Direttore Generale dell'Hotel Principe di Savoia dal mese di luglio 2005, è riconosciuto a livello internazionale per la straordinaria expertise nel settore dell'hôtellerie di lusso. In 35 anni di carriera al servizio di alcuni dei più prestigiosi alberghi del mondo, appartenenti a brand come Hilton e Forte, ha dimostrato di saper coniugare al meglio le doti manageriali e la creatività italiana portando gli hotel da lui diretti ai più elevati standard alberghieri. Nel 2002 è stato per questo insignito del "Premio Hermes", massimo riconoscimento nel settore dell'hôtellerie di lusso, come migliore Direttore d'albergo del Mondo. Prima di approdare all'Hotel Principe di Savoia di Milano, ha diretto dall'inizio del 2004 al 2005 l'Hotel Villa d'Este di Cernobbio, promuovendo sostanziali innovazioni strutturali e di servizio e contemporaneamente incrementando i risultati di gestione in termini di fatturato, profitti e occupazione. In precedenza, Indiani ha diretto inoltre, per sette anni, un simbolo dell'ospitalità elvetica, l'Hotel Des Bergues di Ginevra, del Gruppo britannico Forte che, sotto la sua direzione, ha conquistato il titolo di Migliore Albergo di Lusso della Svizzera al World Travel Market. Sempre per il Gruppo Forte Indiani era stato prima vicedirettore generale dell'Hyde Park Hotel di Londra e poi Direttore Generale dell'Hotel Eden di Roma e del Grand Hotel Palazzo della Fonte di Fiuggi.



stante alcune polemiche iniziali, la manifestazione è stata un successo, complice anche il tema "Nutrire il pianeta, energia per la vita" molto sentito nel nostro paese che, da sempre, eccelle per cultura alimentare oltre che, naturalmente, per il ricco patrimonio storico e artistico. Complimenti dunque a Giuseppe Sala e a tutto il suo team».

**Ezio Indiani ovvero 35 anni di carriera al servizio di alcuni dei più prestigiosi alberghi del mondo. In basso, uno scorcio della raffinata camera da letto della Principe Suite**

### **Possiamo allora dire che Expo abbia innescato il così tanto atteso rilancio turistico?**

«Si dice che il turismo sia il nostro petrolio, ma che, per goderne i frutti, occorre saperlo estrarre. Pensiero che condivido. In questo senso credo che Expo sia stata senz'altro una vetrina straordinaria per la promozione del brand Italia nel mondo: molti nostri clienti hanno approfittato del soggiorno milanese e della visita a Expo per andare alla scoperta di altre destina-



che che da sempre appartengono agli italiani che hanno successo. Abbiamo approfittato della sua esperienza di general manager per farci raccontare come, secondo lui, cambierà il turismo in Italia.

### **Un primo bilancio di Expo 2015?**

«Per il Principe di Savoia e per l'hôtellerie milanese di alto livello, direi che l'evento ha funzionato molto bene. Abbiamo registrato un aumento dell'occupazione e della clientela, non solo di quella individuale ma anche e soprattutto delle delegazioni internazionali: al Principe ne abbiamo ospitate addirittura una quarantina, provenienti da Stati Uniti, Kuwait, Kenya, Malaysia, Israele, Qatar, Marocco ed Emirati Arabi Uniti. Non-





## A MILANO, IL "NOME" DELL'OSPITALITÀ

Affacciato sulla centralissima Piazza della Repubblica, l'Hotel Principe di Savoia è un 5 stelle lusso che ha fatto la storia dell'hotellerie a Milano, diventando già negli anni Venti dimora preferita del jet set internazionale. Facilmente raggiungibile da ogni punto della città, è situato a poca distanza dalle più importanti attrazioni turistiche e vie dello shopping, e offre una combinazione perfetta fra tradizione, tecnologia e design. Lo si capisce subito entrando nella grande hall, spettacolare preambolo di eleganza delle 301 fra camere e suite, riccamente arredate. Famoso punto di incontro per il business cittadino, grazie anche al Ristorante Acanto e al raffinato Principe Bar, l'Hotel Principe di Savoia è la più ampia struttura congressuale di Milano, con ben 11 sale (di cui la più grande misura 700 mq e la più piccola 35 mq) dotate di tecnologie di ultima generazione e in grado di accogliere fino a 700 persone. C'è inoltre la possibilità di disporre di una cucina dedicata con menu sia tradizionali che particolari (kosher, vegetariani e vegani).

**In alto, la facciata dell'Hotel Principe di Savoia prospetta sulla centralissima Piazza della Repubblica: anche per questo l'albergo è da sempre un ritrovo vip di Milano.**

**A destra: la cucina a vista è una delle peculiarità del Ristorante Acanto, fiore all'occhiello del Principe**

zioni come Roma, Firenze, Venezia, i laghi. Per il futuro sono dunque ottimista».

**Ritiene, quindi, che l'Italia potrà diventare, come merita, una meta turistico-alberghiera di alto livello?**

«Credo sinceramente che l'Italia abbia un patrimonio unico di bellezze da mostrare a tutto il mondo: prenda, per esempio Milano, che è una città affascinante non solo per la moda, il business e il design. Grazie a Expo, Milano ha ripreso conscien-

za di sé e di quello che può offrire al turista, mettendo a sistema le sue tante eccellenze (durante l'esposizione universale, sono stati organizzati centinaia di eventi e di mostre) e gli investitori internazionali se ne stanno accorgendo; basti pensare a quanto è stato fatto per cambiare il volto della città, con City Life e il nuovo skyline di Porta Nuova. E presto apriranno nuovi hotel di lusso appartenenti a grandi catene internazionali che hanno scelto come unica destinazione italiana proprio la città di Milano».





Il Principe Bar è un luogo d'incontro perfetto per il business meneghino. Sotto, preparazione di un meeting d'affari nella Imperial Suite

### Niente falsi pudori quindi: la concorrenza fa bene, si cresce tutti insieme...

«La concorrenza è un fattore di stimolo per migliorare la qualità della propria offerta. La sfida è essere sempre un passo avanti rispetto al competitor e avere una squadra forte e coesa in grado di lavorare a beneficio del gruppo. Trent'anni fa lo scenario era tale che un direttore poteva vivere di rendita, in quanto l'albergo si riempiva da solo e bastava un saluto caloroso per fidelizzare il cliente. Oggi non è più così, il mercato è molto più affollato, globalizzato, interconnesso, tutto va più veloce e per aumentare il fatturato ed essere competitivi bisogna inventarsi ogni giorno qualcosa di nuovo. Ecco che, allora, ritorna centrale il ruolo di un bravo team capace di stare al passo coi tempi. Ma per offrire un'ospitalità migliore bisogna che quest'ultima, oltre che produttiva, sia anche sostenibile: bisogna evitare gli sprechi, abolire le inefficienze, rivedendo e aggiornando tutte le procedure anche grazie alle nuove tecnologie. Oggi disponiamo di una serie di dati e di statistiche in tempo reale e di strumenti di analisi impensabili fino a ieri. Certo la tecnologia da sola non basta: ci vogliono anche professionisti capaci di interpretare i dati in modo corretto».

### Che anno sarà il 2016 per il "Principe"?

«Non si potrà replicare l'exploit di Expo, quindi è naturale aspettarsi un assestamento nella domanda, ma è anche bene prevedere che Milano sarà ancora una meta appetibile. Al Principe stiamo già attuando una serie di azioni commerciali per sopperire al mancato afflusso genera-

to da Expo, con particolare riferimento al segmento business e Mice anche internazionale: come parte del network Dorchester Collection godiamo già di un'ottima brand reputation e riceviamo abitualmente richieste di meeting e incentive da Stati Uniti, UK e Germania. Attualmente stiamo intensificando anche i rapporti con la Cina e con il Medio Oriente, mercati dove conta molto la conoscenza diretta e l'affidabilità».

### Parlando di turismo business, c'è anche l'Italia...

«Certamente, è il nostro primo mercato per quanto riguarda l'ambito Mice e business. Per tradizione siamo l'albergo di riferimento delle aziende italiane che organizzano eventi o trasferte di lavoro a Milano, e ospitiamo anche importanti eventi artistici e culturali, come lanci di film e libri di noti autori internazionali». ■

