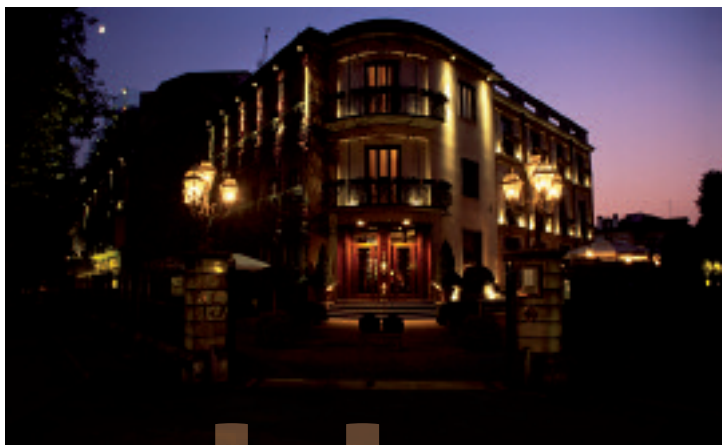


Hotel de la Ville Monza

Da oltre mezzo secolo simbolo dell'eccellenza nell'ospitalità d'élite italiana, lo storico albergo si rinnova nella gestione senza perdere il suo marchio di qualità. Vediamo come...



Storico ma sempre sorprendente Hotel de la Ville. Historic, but always surprising, Hotel de la Ville

Una tradizione di accoglienza che è un fiore all'occhiello dell'hotellerie lombarda e che è giunta alla quarta generazione. È questo il segreto che permette allo storico ma sempre sorprendente Hotel de la Ville di Monza di restare da oltre cinquant'anni un alto modello nell'ospitalità di lusso. La testimonianza arriva oggi dal rientro in azienda di Francesco Nardi, il più giovane esponente della famiglia che da più di mezzo secolo è titolare della magnifica struttura, affacciata sulle affascinanti architetture della Villa Reale di Monza e dotata di 70 camere ripartite tra

Una delle affascinanti e decorate suite dell'albergo. One of the beautiful and rich suites in the hotel



il corpo centrale, la nuova "Ala DeLuxe" e la dépendance "La Villa". Figlio di Luigi Nardi e nipote di Arcangelo (detto Tany), i due fratelli che da anni rappresentano l'anima contemporanea dell'albergo monzese, Francesco si è laureato al prestigioso Glion Institute of Higher Education, l'istituto privato con sede in Svizzera specializzato nell'insegnamento della gestione dell'ospitalità, vera istituzione con l'École Hôtelière di Losanna nel campo della didattica alberghiera d'avanguardia. «Grazie alla lungimiranza e all'apertura al futuro dell'hotellerie che da sempre contraddistingue la gestione aziendale di mio padre e mio zio – ci spiega lo stesso Francesco – ho partecipato con loro all'elaborazione e alla concretizzazione delle strategie di sviluppo a breve e medio termine. Abbiamo creduto che fosse arrivato il momento di dare un nuovo impulso a un'azienda che ha da sé una tradizione lunghissima di successi perché da imprenditori sappiamo bene che non è mai salutare dormire sugli allori».

I tre pilastri su cui si fonda il futuro dell'hotel

Sfruttando anche l'effetto Expo, l'Hotel de la Ville ha pianificato una triplice stra-

tegia di sviluppo che prevede investimenti in settori mirati come spiega Francesco Nardi. «Il primo, fondamentale nel mondo globalizzato di oggi, è quello legato alla **comunicazione**. Abbiamo perciò dato il via a un importante investimento legato al rifacimento del sito internet aziendale *hoteldelaville.com* che ora è stato ripensato per dare un nuovo concetto di look&feel all'albergo, grazie anche alla presenza di contenuti multimediali esclusivi. Abbiamo quindi pensato alla **distribuzione**: in primis con un'affiliazione alla catena *Châteaux & Hôtels Collection* che ha potenziato il mercato francofono e beneficiato delle sinergie del gruppo per il posizionamento del ristorante in ambito più elitario e per nuovi contratti con *tour operator*; e a seguire con un minuzioso aggiornamento contrattuale con gli *Whole Salers* e le *Ota*. Il terzo punto infine ha riguardato l'aspetto sempre più indispensabile per ogni azienda che voglia stare al passo coi tempi, quello dell'**innovazione tecnologica**. Così abbiamo puntato su un upgrading di tutto il sistema di connessione internet *Wi-Fi*, sia in termini hardware che software, per la totale copertura in banda larga dell'albergo a beneficio del cliente, sia esso business che leisure, con un servizio efficientissimo e gratuito». L'importante strategia dell'*Hotel de la Ville* di Monza e della sua proprietà non si è fermata qui, però, vero? «Assolutamente: tutti questi importanti e onerosi, è giusto dirlo, obiettivi di gestione non hanno condizionato gli interventi strutturali in hotel. Sono stati infatti già posti in essere anche diversi ammodernamenti alla struttura. Come la modifica di un piano di camere che ha previsto la ristrutturazione dei bagni in marmo e l'inserimento di nuovi materassi matrimoniali ultra confortevoli *Simmons World Class Beautyrest*. Oppure come la dotazione in tutte le camere della *dépendance La Villa*, attigua al corpo centrale dell'albergo, di nuovi televisori *Sony* di ultima generazione. Senza dimenticare come nella nostra gestione continui a non venire mai a mancare l'attenzione alle ultime tendenze nella ristorazione. Così, in occasione di un'annata proficua come quella del 2015, grazie a *Expo*, abbiamo voluto creare per alcuni nostri eccellenti collaboratori opportunità di confronto che, seppur dispendiose, ci hanno arricchito



Francesco Nardi (primo a sinistra) in posa col resto della famiglia. **Francesco Nardi** (first on the left) and the rest of the family

chito di cultura e sensibilità, dando nuovi stimoli di miglioramento professionale. Per questo, a novembre come nostra consuetudine (da oltre 25 anni) abbiamo partecipato alla fiera alberghiera di New York con il nostro chef e maître d'hotel, visitando 4 ristoranti 3 stelle Michelin e altri 3 ristoranti stellati, oltre a decine di alberghi leader nella Grande Mela». Una strategia vincente quindi per il futuro dell'hotellerie di alto livello ma che già nel presente comincia a dare i suoi frutti. «È vero», conclude Francesco Nardi, «infatti già nel 2015, a testimonianza della costante eccellenza del nostro hotel e del suo ristorante *Derby Grill*, che è da anni il primo indirizzo su Monza secondo le più note guide di settore, abbiamo ricevuto diversi importanti riconoscimenti: tra i più recenti, le "Camere d'Autore" del *Touring Club Italiano*, il "Certificato di Eccellenza" di *TripAdvisor* per ristorante e albergo, la "Corona Radiosa" nel *Taccuino Gatti-Massobrio 2016* e il "Premio *Fraizoli-Golosaria*" per *Ospitalità d'Eccellenza 2015*».

Daide Deponti

L'elegante terrazza ha per sfondo la magnifica *Villa Reale*. The elegant terrace and the magnificent *Villa Reale of Monza*



THIS MONTH WE TALK ABOUT...

Hotel de la Ville Monza

For over half a century, symbol of the excellence in Italian hospitality, the historic hotel renews its management without losing its mark of quality. Let's see how...



L'Hotel de la Ville è location perfetta anche per il business travel. Hotel de la Ville is a perfect location for business travel

A tradition of reception that is a jewel in the crown of the Lombardy hotel industry and that has reached the fourth generation. This is the secret that allows the historic, but always surprising, Hotel de la Ville of Monza to remain, for over fifty years, a high model in luxury hospitality. The testimony comes today with the re-entrance into the company of Francesco Nardi, the youngest exponent of the family, that for more than half a century has been the owner of the magnificent structure, facing the fascinating architecture of the Villa Reale of Monza, and equipped with 70 rooms divided among the central building, the new "Ala DeLuxe" (DeLuxe Wing) and "La Villa" dépendance.

Son of Luigi Nardi and nephew of Arcangelo (nicknamed Tany), the two brothers, who for years have represented the contemporary soul of the Monza hotel, Francesco graduated from the prestigious Glion Institute of Higher Education, private institution based in Switzerland, special-

ized in teaching hospitality management, true institution, along with the École Hôtelière of Lausanne in the field of vanguard hotel management education. «Thanks to the foresight and openness to the future of the hotel industry that has always distinguished the company management of my father and my uncle», explains Francesco, «I participated with them in the planning and execution of short and medium term development strategies. We believed that the time had come to give a new impetus to a company that has, within itself, a long tradition of success because, as entrepreneurs, we know well that it is never wise to rest on our laurels».

The three pillars on which the future of the hotel is founded

Taking advantage of the Expo effect, the Hotel de la Ville planned a triple strategy for development that foresees investments in targeted sectors, as Francesco Nardi explains. «The first, fundamental in the globalized world of today, is connected with



communication. We have therefore begun an important investment connected to the revision of the company internet site, hoteldelaville.com, which has been reconceived to give a new concept of look & feel to the hotel, thanks also to the presence of exclusive multimedia content. We have thought about **distribution:** first with the affiliation to the chain Châteaux & Hôtels Collection, that has empowered the French market and benefitted from group synergies for the positioning of the restaurant in a more élite scope, and for new contracts with tour operators; and following with a detailed contractual update with wholesalers and Ota.

And finally, the third point regarded the ever-indispensable aspect for every company that wants to keep step with the times, that of **technological innovation.** So, we focused on an upgrade to the entire internet Wi-fi system, in terms of both hardware and software, for the total broadband coverage of the hotel for the benefit of the client, both business and leisure, with a highly efficient and free service». The important strategy of the Hotel de la Ville of Monza and its property hasn't finished there, right? «Absolutely: all these important and onerous, it must be said, management objectives have not effected the structural interventions on the hotel. In fact, there have also been diverse modernizations to the structure. Like the change of a floor of rooms that has seen the restructuring of the marble bathrooms, and the insertion of new ultra-comfortable Simmons World Class Beautyrest mattresses. Or like the equipping of all the rooms of the dépendance,

La Villa, adjacent to the central body of the hotel, with new latest generation Sony televisions. Without forgetting how in our management there is never a lack of attention to the latest tendencies of restaurant management. So, for the occasion of a year as fruitful as 2015, thanks to the Expo, we wanted to create an opportunity for comparison for some of our excellent collaborators, although expensive, that has enriched our culture and sensitivity, giving new stimulus for professional improvement. For this, in November, as is our practice (for over 25 years) we have participated in the New York Hotel Fair with our chef and maître d'hotel, visiting four 3 Michelin Starred restaurants, and 3 other starred restaurants, and more than ten of the leading hotels in the Big Apple». A winning strategy, then, for the future of the high level hotel industry, but which is already bearing fruit. «It's true», concludes Francesco Nardi, «in fact, already in 2015, witnessed by the constant excellence of our hotel and its Derby Grill restaurant, which has for years been the number one location in Monza according to the most noted guides of the sector, we have received different important recognitions: among the most recent, the "Camere d'Autore" (Rooms of the Author) from the Italian Touring Club, the "Certificate of Excellence" from Trip Advisor for restaurant and hotel, the "Corona Radiosa" (Radiant Crown) in the Gatti-Massobrio pocket guide 2016, and the "Premio Fraizzoli-Golosaria" (Fraizzoli-Golosaria Award) for Hospitality of Excellence 2015».

Davide Deponti

La delegazione dell'albergo in visita alla New York Hotel Fair. Hotel de la Ville representatives visiting the New York Hotel Fair

Per gli ospiti ecco un sontuoso American Buffet Breakfast. The impressive American Buffet Breakfast

