Terrazza Duomo 21, il salotto di Milano

salotto-milano-01-copia-15e3e4ec

Cocktail, birre internazionali, ottimi vini. **Terrazza Duomo 21 s**i propone come location in grado di offrire a clienti e ospiti un'esperienza da ricordare, che si tratti della celebrazione di un matrimonio, una conferenza aziendale, della presentazione di un prodotto di moda, o di una festa con gli amici più stretti. Sedersi, rilassarsi e godersi l'esperienza coinvolgente del locale acquisito e guidato da **Carlo**



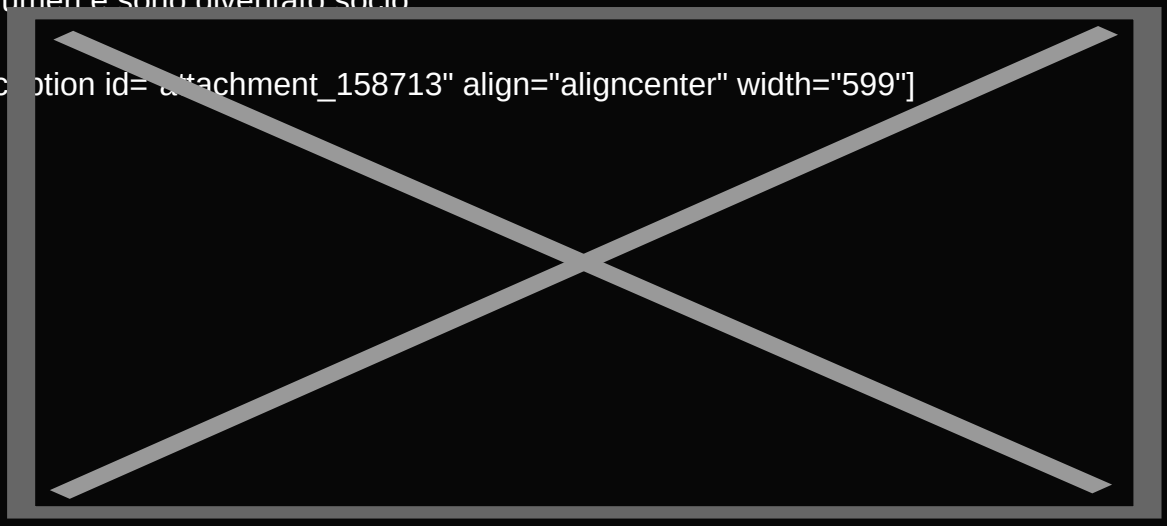
Grimoldi significa mettersi a proprio agio in un mood speciale, comodi,

sentendosi a casa propria. "Qui vengono per il panorama. Ma oggi anche l'interno è fortemente frequentato", precisa Grimoldi. Altro che via della Spiga, è questo il vero salotto di Milano, pronto a ospitare eventi privati o feste per una ampia varietà di gruppi. Grimoldi è anche chiaro ed esplicito nel raccontare quando, come e perché sia arrivata la decisione di acquistare Terrazza Duomo 21. "Abbiamo contattato Alessandro Rosso, titolare di TownHouse (società detentrice del marchio Duomo 21). Ci siamo conosciuti ad Expo. La location era unica, splendida, eccezionale se presa in mano e spinta nel modo giusto. Tenendo uno standard qualitativo alto, il business avrebbe reagito molto bene. Dopo due anni gli ho fatto un'offerta per acquisire il marchio. Abbiamo rilevato Duomo 21, fatto un accordo con i dipendenti e mantenuto l'intero staff. La location è unica e l'azienda è sana, può sviluppare buoni numeri. C'è gloria, c'è prestigio, qui".

Può raccontare la sua storia professionale, i primi passi?
Sono figlio di un imprenditore tessile. Ho studiato a Monza al Collegio Villoresi. Mi sono specializzato subito in serate nelle discoteche. Nella mia zona ho iniziato a fare una serie di feste che hanno avuto un grandissimo riscontro. Abbiamo messo i biglietti a 5 mila lire, 25 anni fa, lo facevamo con uno staff composto gran parte da amici del nostro giro, tra ragazze e divertimento, ci siamo impegnati e sono arrivate grandi soddisfazioni. Ho continuato poi con l'Hollywood di Milano come pr, ero forte anche

come opinion leader. Il mio hobby si è trasformato in lavoro. Il primo locale è stato il Metropolis, dopo è arrivato il The Club. Ho conosciuto la famiglia Baldaccini, una piccola company. Facevo grandi numeri e sono diventato socio.

[caption id="attachment_158713" align="aligncenter" width="599"]



Salotti di classe e ampie vetrate affacciate su Piazza del Duomo sono l'attrazione principale del locale[/caption]

Quali sono le chiavi del suo successo?
Ho avuto un maestro come Giorgio Baldaccini e questo già potrebbe bastare. In questo settore bisogna essere presenti, sempre. Se hai un grande volume d'affari hai anche delle grandi responsabilità.

Si è portato in Duomo 21 l'esperienza conseguita nel mondo della notte?
Qui in piazza si fanno alcune cose tratte dal mondo della nightlife. Come la figura del dj che senza dubbio è un plus.

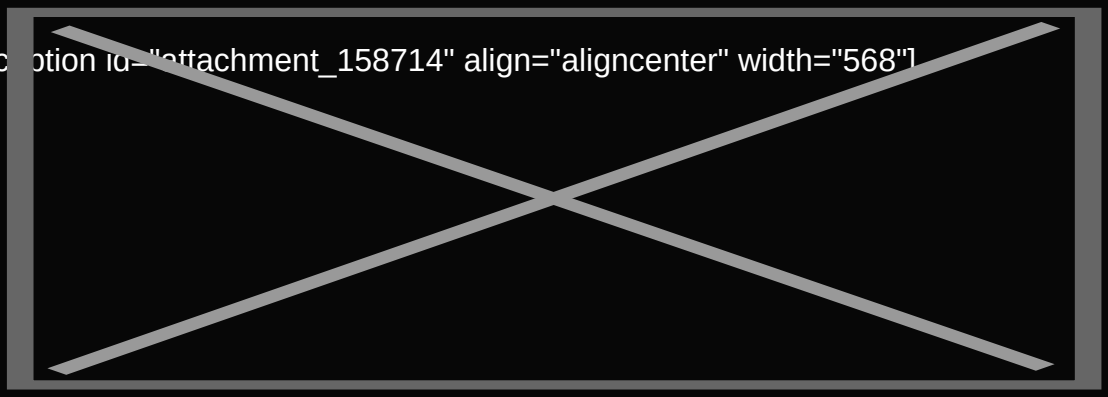
Quanti marchi avete e gestite personalmente?
Abbiamo Duomo 21, Botinero, The Club, St George Premiere. Questa diversificazione mi dà delle idee per fare più cose. Solo così posso proporre ai clienti un vero percorso, con un lavoro in sinergia.

Quali sono i pro e contro di gestire un locale con questa esposizione particolare?
Devi controllare più cose, avere scrupolo nel dettaglio. E devi accontentare tutti i turisti di alto target. I prezzi sono alti ma non altissimi ed è necessario valutare molto anche quelli. Importante è anche far attenzione all'utenza, qui ci si aspetta di trovare gente di un certo livello...

Puntate su un target alto…
Diciamo che siamo versatili… Facciamo anche degli 'open day' per illustrare cosa facciamo alle

aziende. Poi ci sono i matrimoni. A tavolino abbiamo pianificato l’esperienza e l’offerta: dopo le partite notturne allo stadio, noi teniamo aperto.

[caption id="attachment_158714" align="aligncenter" width="568"]



Alcuni dei cocktail che si possono gustare a Terrazza Duomo 21[/caption]

Il Comune di Milano è attento ai bisogni dei proprietari di locali come il suo. Ritiene le politiche della Giunta adatte a stimolare la crescita della movida in città?
Sono stati bravissimi a riqualificare il centro. Ora stanno aprendo tanti marchi. Oggi il centro è vivo sempre, ogni giorno della settimana. Apprezzo lo sforzo della Giunta perché capisco non sia facile gestire una città complessa come Milano. Mi metto nei loro panni perché hanno ereditato problemi e accordi pregressi quasi impossibili da gestire.

Consiglierebbe di investire in un locale come il suo, soprattutto a un giovane desideroso di aprire un’attività nel settore della movida? E cosa gli consiglierebbe in merito?
Se hai voglia di lavorare sempre, questo è il lavoro giusto.

Che piano marketing avete?
Sono un cultore del made in Italy, come la nostra cantina vini può dimostrare. Anche la carta del ristorante esalta l’Italia. Food, beverage e forniture sono tricolori anche perché nel nostro Paese abbiamo l’eccellenza.

Come vi muovete tra i social?
Ci affidiamo a un ufficio esterno. Lo standard è di due post a settimana per tenere vivo l’interesse. Poi ci sono eccezioni, come è accaduto durante uno shooting di Playboy, o i concerti che si tengono in piazza o, ancora, come operazioni fatte con la Philharmonic Allianz.

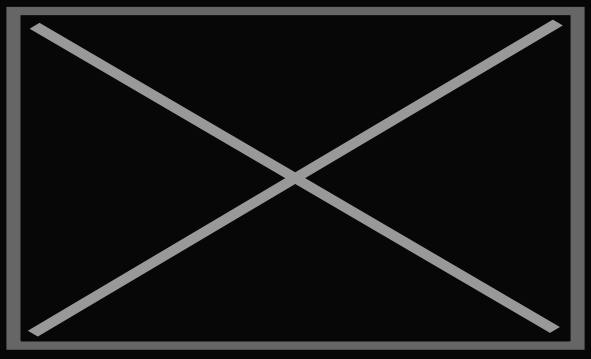
Come reagite ai commenti di TripAdvisor?
Dobbiamo lavorare ancora molto su questo. Qualche insulto arriva sempre, magari ereditato da

vecchie gestioni, e c’è sempre qualcuno che non vuole sottoporsi al controllo della sicurezza e si sfoga via web.

In un locale, oltre a un imprenditore ben preparato serve oggi anche un dj e un barman di grido o comunque un testimonial come richiamo?
Il mercato sta cambiando. Ci sono utenti preparati. Grazie anche ai programmi televisivi, i blog e gli influencer, la gente indaga, è curiosa, esigente.

Punterete anche alla ristorazione?
Assolutamente sì. Abbiamo due cucine. E ci stiamo indirizzando sulla creazione di un menù da 60-70 euro.

Quanto conta il design, il look, lo stile nella vostra struttura?
Fanno la differenza. Abbiamo tenuto lo stile di un appartamento di lusso. L’architetto è Andrea Langhi.



LA SCHEDA di Duomo 21 Lounge Bar
Società: Conred S.r.l. CEO: Carlo Grimoldi
Indirizzo: Via Silvio Pellico, 2 20121, Milano
info@duomo21.it | www.duomo21.it