



L'ospitalità, Una passione di famiglia

Terza generazione di hotelier con un profondo amore per il suo lago e per il bello, Valentina De Santis porta avanti, in perfetto equilibrio tra tradizione e innovazione, i valori di famiglia. Promettendo ai suoi ospiti di vivere un'esperienza fuori dall'ordinario: raffinata e romantica al Grand Hotel Tremezzo, trendy e cosmopolita allo Sheraton Lake Como

◆ Annarita Maggi

Sopra, la facciata Liberty del Grand Hotel Tremezzo con le sue mille luci che si riflettono nel lago

Uno è un'icona dell'hotellerie di lusso italiana, un magnifico Palace in stile Liberty con una storia centenaria, situato sulla sponda più suggestiva del Lago di Como. L'altro è un city hotel dal mood internazionale, fuori dall'ordinario in tutti i suoi aspetti. Sono il Grand Hotel Tremezzo e lo Sheraton Lake Como. Entrambi di proprietà di una famiglia di imprenditori alberghieri da tre generazioni, prima Mallone e oggi De Santis – appassionati interpreti dei valori della grande tradizione dell'ospitalità italiana, quella, per intenderci, iniziata con il Grand Tour, quando il viaggio era un'esperienza

speciale, riservata ad una élite colta e sofisticata.

Dai primi passi a oggi

Oggi, a portare avanti la *mission* di famiglia, è Valentina De Santis. Classe 1982, bocconiana con laurea in Economia per l'Arte la Cultura e la Comunicazione con tesi sul turismo e una specializzazione in General Management, Valentina, prima di prendere in mano, nel 2010, le redini dell'azienda di famiglia, ha lavorato come consulente per Bain&Company, un'esperienza formativa nodale per la sua crescita. «In Bain», racconta Valentina De San-

A tu per tu con Valentina De Santis

La sua personale filosofia di management?

«Motivazione, creatività e voglia di cogliere tutte le opportunità che si presentano».

L'apprezzamento ricevuto da un ospite che non dimenticherà mai?

«Quando un ospite dice che si è sentito a casa e che non vede l'ora di tornare».

E la richiesta più curiosa?

«Atterrare in idrovolante davanti all'hotel per chiedere la mano della propria fidanzata».

Che tipo di viaggiatrice si considera?

«Un'esploratrice di lusso».

L'hotel più bello in cui le è capitato di soggiornare?

«Il lodge della Skeleton Coast in Namibia. È incredibile pensare che si possa offrire ospitalità di lusso nel mezzo di un deserto».

L'esperienza vissuta all'estero da cui ha tratto ispirazione per i suoi alberghi?

«Viaggiare è una continua esperienza. Se si è curiosi e attenti, si possono cogliere infinite ispirazioni».

Le sue passioni nel tempo libero?

«Oltre ai viaggi, amo trascorrere il tempo con la mia famiglia e gli amici e, quando riesco, leggendo un bel libro».

Un libro da tenere sul comodino?

«Le città invisibili di Italo Calvino».

E un film da vedere e rivedere?

«Grand Hotel con Greta Garbo, nel quale l'attrice cita la mia amata Tremezzo come meta soleggiata e felice».

Il piatto più gustoso che ha mangiato in un ristorante d'hotel?

«Nulla può battere l'equilibrio assoluto del Riso e Oro del Maestro Gualtiero Marchesi».

Cosa si sente di dire ai giovani che sognano di fare il suo mestiere oggi in Italia?

«Di crederci fermamente. Non è un momento facile, questo, per noi imprenditori del settore – tra le varie difficoltà, dobbiamo anche scontrarci con una burocrazia che frena la crescita – ma l'Italia resta un paese meraviglioso capace, anche oggi, di offrire molte opportunità a chi ha la fortuna come me di lavorare nell'ospitalità».

tis, «ho avuto l'opportunità di lavorare con un team di persone eccezionali su progetti strategici nel mondo del lusso e



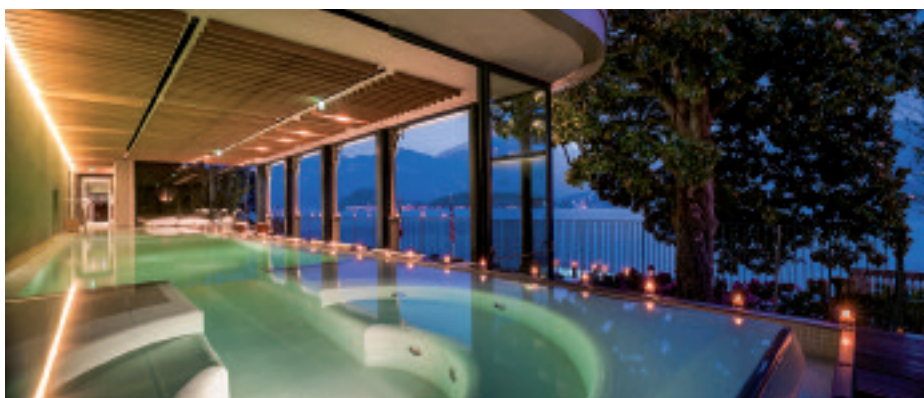
della moda. Lì ho imparato ad affrontare realtà aziendali di volta in volta diverse e ad affinare skills importanti come la creatività nel problem solving».

Se l'esperienza "fuori casa" nel settore del lusso è stata la miccia che ha acceso la voglia di Valentina di mettersi alla prova in un contesto professionale stimolante e competitivo, la scoperta della sua personale vocazione è avvenuta al Grand Hotel Tremezzo. «Ho iniziato a occuparmi di marketing in azienda proprio nell'anno del centenario dell'hotel e dopo questi primi passi nell'accoglienza mi sono sempre più appassionata al mondo dell'hotellerie di lusso», ci racconta. Certo la responsabilità di rappresentare – in tempi non facili per l'economia italiana – la nuova generazione di hotelier è molto sentita dalla giovane imprenditrice, ma vissuta con grande serenità e umiltà, grazie ai valori che le sono stati trasmessi dalla famiglia, «da mio padre ho imparato l'importanza di darmi obiettivi quotidiani e, allo stesso tempo, di coltivare progetti e visione a lungo termine, da mia madre, ho im-

Se per Valentina De Santis il Grand Hotel Tremezzo rappresenta l'icona della Belle Epoque sul Lago di Como, la storia vissuta nel lusso romantico di oggi, lo Sheraton Lake Como è l'albergo di città dove viene voglia di fermarsi per una vacanza, il nuovo luogo di incontro sul lago



Grand Hotel Tremezzo. Sopra, una delle nuovissime *Rooftop Suite* con jacuzzi sulla terrazza panoramica. A destra, la piscina interna della T Spa crea uno scenografico continuum con il lago. In basso, *Water On the Water*, la suggestiva piscina galleggiante sul lago

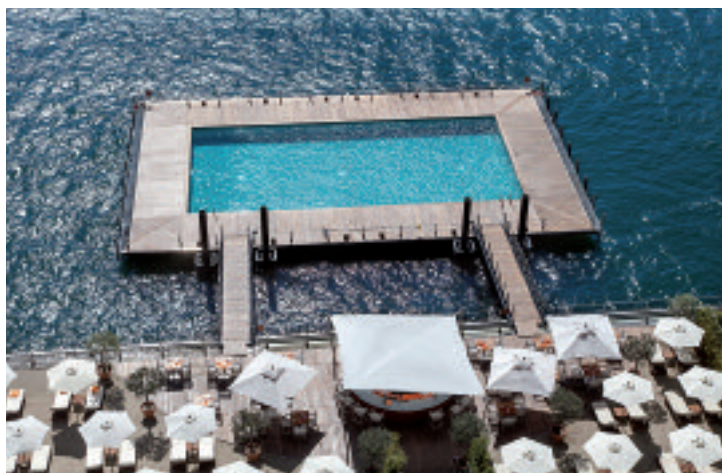


parato ad apprezzare il valore delle proprie origini e a mettere il cuore in ogni cosa che faccio. Oggi ho ancora tanto da imparare sull'hospitality. Per questo viaggio molto e guardo con grande attenzione a quello che succede sulla scena internazionale, confrontandomi direttamente con i più importanti player del settore».

In un mercato che nell'era del 2.0 è radicalmente mutato, per Valentina, la sfida toccata alla sua generazione è proprio quella di riuscire ad affermarsi a livello globale. Insomma, non basta più fare bene, anzi fare meglio, bisogna anche comunicarlo nel modo giusto. È in questo compito che l'imprenditrice, capitalizzando studi ed esperienze passate, ritiene di aver dato il suo personale contributo. «Credo di aver introdotto un approccio nuovo nella comunicazione internazionale dei nostri due alberghi, proiettato al rinnovo della tradizione preservando il concetto di ospitalità familiare. Abbiamo due gioielli che avevano bisogno semplicemente di maggiore visibilità, in un mondo che si è fatto fortemente competitivo».

La voglia e il coraggio di innovarsi

A contraddistinguere la filosofia imprenditoriale di questa famiglia di imprenditori comaschi è anche il coraggio di osare. Va letta in questo senso, per esempio la





scelta di affiliare a Starwood il Grand Hotel di Como: «Sheraton sarà il primo brand internazionale ad entrare sul Lago di Como, e questo contribuirà a far crescere la visibilità della nostra bellissima destinazione», spiega l'imprenditrice «abbiamo voluto dare un imprinting di novità puntando su un target nuovo, business ma anche leisure oriented. Non dimentichiamo che lo Sheraton Lake Como offre, oltre a molto altro, un parco di 10.000 metri, con 2 ristoranti e 2 piscine, caso quasi unico in Italia per un albergo di città».

Ma questa non è l'unica importante novità. Il 2015 ha portato anche una nuova Spa per il Grand Hotel Tremezzo: 1000 metri quadrati all'interno della storica Villa Emilia del XVIII secolo. Raffinatissima nel design, nella scelta dei materiali e nella selezione dei trattamenti – che si avvalgono dell'esperienza e dei prodotti ESPA, una delle più esclusive linee di bellezza al mondo – T Spa offre cinque sale trattamenti, hammam, e infinity pool, con una scenografica vista sul lago a creare un continuum tra interno ed esterno.

Rimanendo fedeli alle proprie radici

Una cosa è sicura, un soggiorno al Grand Hotel Tremezzo è un'esperienza davvero unica, «penso che in un hotel si raggiunga l'eccellenza quando l'ospite riesce a sentirsi importante e speciale in ogni momento», dice Valentina De Santis. «L'ospite non cerca più solo un luogo in cui rilas-



sarsi e star bene, ma un contesto in cui vivere un'esperienza che vada oltre le aspettative e fuori dall'ordinario. Abbiamo costruito le fondamenta della nostra azienda sul servizio e sulla qualità, rinnovandoci continuamente secondo i più alti standard internazionali, ma conservando sempre quel carattere di ospitalità genuina che ci differenzia, insieme a quel tocco di sorpresa capace di stupire anche l'ospite abituale». ■



In questa pagina immagini dello Sheraton Lake Como, ridisegnato dal prestigioso studio di architettura Venelli Kramer. In alto a sin, in senso orario: una delle accoglienti lounge dell'hotel, il parco di 10mila metri quadrati con due piscine e due suggestivi ristoranti affacciati sul verde, una delle 4 nuove suite che rappresentano una accommodation unica a Como, una delle 120 camere completamente rinnovate, tutte con magnifica vista. Sotto, la Club Lounge, riservata ai soci premium del club SPG è uno degli elementi signature di Sheraton