

POSH

The hottest luxury for a good life

Protagonist

Michael Kors
Antonio Marras
Martin Margiela
Stella Jean

Dreams

Latest Temptations
Luxury Resort
Maison GioPagani
Private Destination

City

Top Venice
Futuristic Milan
Secret Rome
Iconic Dubai

N-2
Unique Media srl - Bimestrale
10-04-2017
APRILE/MAGGIO

Prezzo 10 € (Italy only)
ENGLISH TEXT



Interni Atelier GIOPAGANI

No. 72

LIFE

L'HÔTELLERIE DE LUXE

Sara Rosso, un lavoro nel segno della passione

LA RECENTE OPENING DI UN PICCOLO GIOIELLO ALUGANO CON 18 INCANTEVOLI SUITE. GRANDE ATTENZIONE ALLE INIZIATIVE SOCIALI. LA REALIZZAZIONE DI UN PROGETTO IN TANDEM CON L'UNIVERSITÀ BICOCCA E L'IDEA DI CREARE UNA SCUOLA FORMATIVA PER I GIOVANI MALDINIANI

di Enrico Caramanna



Esistono luoghi di una bellezza quasi irreali dove il tempo e lo spazio diventano infiniti. Spiagge bianche, acqua trasparente e un'immersione tra i coralli di un magico arcipelago di isole nell'Oceano Indiano. Negli anni '80 le Maldive erano la destinazione per eccellenza di un turismo di alto livello, che rappresenta ancora oggi la fonte economica primaria e circa il 30% del Pil. Un incentivo che all'epoca ha guidato l'imnuo vincitore dell'imprenditore piemontese Franco Rosso, padre di Sara oggi a capo del Pianhotel Group, una società che gestisce alberghi e resort di lusso in Africa, tra cui il Diamonds Resorts e il Sandies Resorts & Hotels. Non solo un lavoro, ma una profonda passione che viene trasmessa da oltre trent'anni di attività.

Sarà il suo cognome che ha fatto la storia dei viaggi organizzati italiani. Sarà l'ardore con cui parla del lavoro, la famiglia e la sua vita. Sara Rosso incuriosisce, affascina, coinvolge e svela una grande dotte di donna intelligente e determinata. Le sue parole trasmettono brilo e vivacità. Che si trasformano in un entusiasmo impareggiabile quando ci racconta i suoi progetti, l'amore per quello a cui si dedica 24 ore al giorno, i sogni e le speranze future. Tra queste l'apertura nella capitale londinese di un altro The View, il grazioso gioiello che dopo un anno e mezzo dalla sua prima pietra a Lugano ha ottenuto già ottimi riscontri. Perché per Sara ciò che conta è cercare di soddisfare sempre le necessità della clientela. Il grande e prezioso insegnamento dei suoi genitori.

Proviene da una famiglia con una grande esperienza nell'imprenditoria e un papà che è stato un importante punto di riferimento in questo mondo. Come è possibile, oggi, riuscire a gestire e valorizzare un gruppo rivolo soprattutto all'Alfa di gamma?

In realtà è una passione. È stata la stessa cosa per i miei genitori, così è per noi e spero lo sarà anche per la prossima generazione. Abbiamo ereditato dalla mia famiglia un grande insegnamento sull'importanza di offrire un servizio di eccellente qualità, mantenere le promesse al cliente e cercare di garantire sempre quello che avresti voluto per noi.

There are places so beautiful that they don't seem real, where time and space become infinite. White beaches, clear water and immersion through the corals of a magical archipelago of islands in the Indian Ocean. In the 80's the Maldives were the excellent destination of a high level tourism, which represents till today the primary economic source and about the 30% of the Pil. This incentive of that time brought to the winning intiation of Franco Rosso, entrepreneur from Piedmont, father of Sara who is chief of the Pianhotel Group, a company dealing with hotels and luxury resorts in Africa, among which the Diamonds Resorts and the Sandies Resorts & Hotels. Not only a work, but a deep passion which has been spread for more than thirty years of business.

Maybe for her surname which made the history of Italian organized trips. Maybe for the passionate way she talks of her work, family and life. Sara Rosso is intriguing, fascinating and stimulating, and she displays a great talent of clever and determined woman. Her words express vitality and ardor. An incomparable enthusiasm when she tells about her plans, the love for what she does 24 hours a day, dreams and future hopes. Such as the opening in London of another The View, the pretty jewel that, after one year and a half from the first stone in Lugano, has already had great results. Since what is important to Sara is to always satisfy the needs of customers. The great and precious teaching from her parents.

You come from a family with a great experience in entrepreneurs and a father who was an important referral in this world. You had the task of leading such a prestigious business with many qualifications. How is it possible today to direct and appreciate a group mostly aiming to the high range? In practice it is a passion. It was the same to my parents, so it is to us and I hope it will be also to the next generation. We inherited from my family a great teaching about the importance of offering an excellent quality service, keeping the promises for customers and trying to always give them what we would have liked to have. It is essential to empathize with the possible needs of the customers.



Sarà il nome di Diamonds Thadafabi, con i candidi OverWater Restaurants e Water Villas. L'interno di grande Diamonds Atharize è una delle strutture del Gruppo costruite nell'iniziativa "Dining with the Stars", in collaborazione con i Jeunes Restaurateurs (foto di P. Patti)

Crede sia cambiato il modo di fare turismo negli ultimi anni? L'industria è cambiata, non è più quella di una volta. È diventata un'industria finanziata. Sono rimasti pochi quelli che hanno a cuore veramente le vacanze delle persone. I margini si sono ridotti e i volumi risultano ormai indispensabili.

Ha realizzato progetti food con chef internazionali che valorizzano e ricuciniscono. Saranno previsti anche per i prossimi anni? Sì, grazie alla collaborazione con Jeunes Restaurateurs, un'associazione con cui ci troviamo benissimo. Condividiamo gli stessi valori, l'immensa passione per quello che facciamo, la ricerca continua di novità e la voglia di migliorare sempre, cercando di trovare cose diverse, evolversi e non accontentarsi mai.

Quale tipologia di clientela è più attenta alla cucina? Tutti. La cucina è diventata un richiamo internazionale. Siamo sempre stati conosciuti sul mercato per la qualità della ristorazione. L'Italiano, il sa, ama il buon cibo. Anche la clientela straniera - come il tedesco, l'inglese o lo svizzero - apprezza moltissimo la cucina italiana, perché mette d'accordo un po' tutti i gusti.

Avete di recente aperto in Svizzera, a Lugano, un bellissimo albergo, un gioiellino con 18 suite. Un progetto interessante e molto impegnativo. La consideriamo una passione, non abbiamo mai lavorato con l'intenzione di diventare milionari. Il nostro obiettivo rimane quello di dare soddisfazione all'ospite oltre che a noi. Lugano è la sede della società ed è sempre stato il mio sogno avere un albergo lì.

Quanto c'è di personale nel suo albergo? L'anima. Si tratta di posti sereni e accoglienti, in cui cerchiamo di dare un'accurata attenzione alle necessità dell'ospite per stupirlo e coccolarlo il più possibile. Ogni anno diventa impegnativo superare le aspettative, è una grande sfida, soprattutto quando hai a che fare con lo stesso cliente da vent'anni. Forse non sempre ci riusciamo, ma ci proviamo. Jeunes Restaurateurs nasce con la medesima idea: dare qualcosa in più e far trovare all'ospite una cucina di grande qualità stellata. Lugano si muove sulla stessa

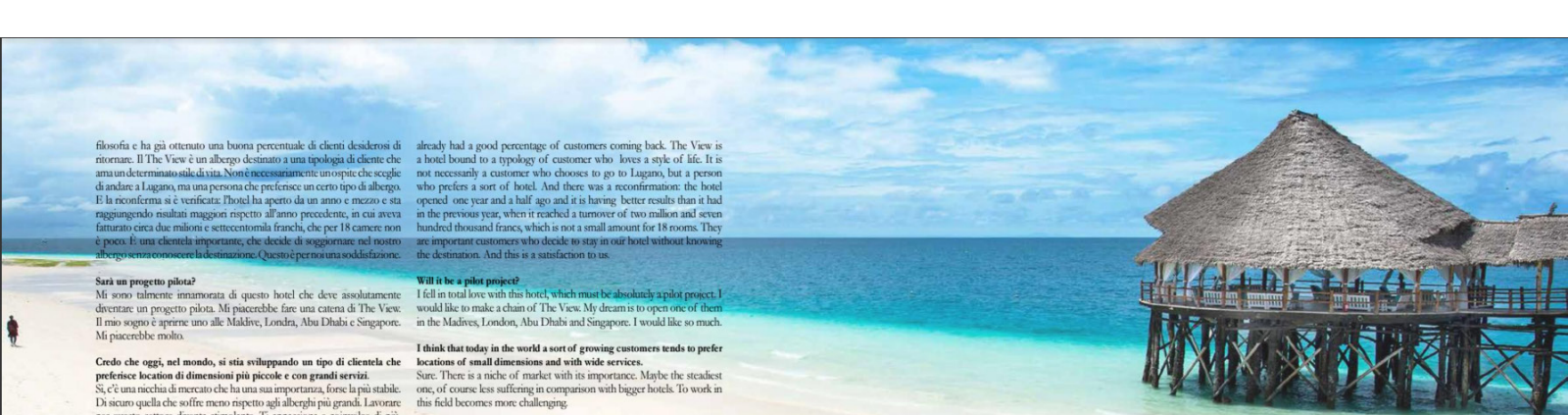
Has the way of making tourism changed in the last years? The industry changed, it is no more the same of once. It became a financial industry. Only few ones really care for the holidays of people. The boundaries are reduced and by now the volumes result essential.

You realized food plans with international stimulating chefs arising curiosity. Are they expected for the next years? Yes, thanks to the cooperation with Jeunes Restaurateurs. An association we love very much, to share the same values, the deep passion for what we do, the steady research for new things and the will of always improving, finding different things, to evolve and never be satisfied.

What typology of customers is more careful to cooking? All of them. Cooking is by now an international key. We have always been known on the market for the food quality. The Italian, as you know, loves good food. But also the foreign customers - such as the German, the English and the Swiss - appreciate very much Italian cooking, as it brings together almost all the tastes.

You have recently opened in Switzerland, Lugano, an amazing hotel, a jewel with 18 suites. An interesting, very demanding plan. I don't know how much profit can be given by a structure of small dimensions with high qualities and a reduced turnover... We consider it a passion, we have never worked with the aim of becoming millionaire. Our intention is still to give satisfaction to the guest, not only to us. Lugano is the seat of the company and I have always dreamed to open a hotel there.

How much of you is there in your hotel? My soul. They are quiet and welcoming places, where we try to be careful to the guest's needs, to astonish and spoil him as much as possible. Every year it is hard to go beyond expectations, it is a great challenge, most of all when you have dealt with the same customer for twenty years. Maybe we can't do it every time, but we try. Jeunes Restaurateurs is based on the same idea: to give something more and offer the customer a star cooking of great quality. Lugano follows the same philosophy and has



filosofia e ha già ottenuto una buona percentuale di clienti desiderosi di ritornare. Il The View è un albergo destinato a una tipologia di cliente che ama un determinato stile di vita. Non è necessariamente un ospite che sceglie di andare a Lugano, ma una persona che preferisce un certo tipo di albergo. E lo riconferma si è verificata: l'hotel ha aperto da un anno e mezzo e sta raggiungendo risultati maggiori rispetto all'anno precedente, in cui aveva fatturato circa due milioni e settecentomila franchi, che per 18 camere non è poco. È una clientela importante, che decide di soggiornare nel nostro albergo senza conoscere la destinazione. Questo è per noi una soddisfazione.

Sarà un progetto pilota?

Mi sono talmente innamorata di questo hotel che deve assolutamente diventare un progetto pilota. Mi piacerebbe fare una catena di The View. Il mio sogno è aprire uno alle Maldive, Londra, Abu Dhabi e Singapore. Mi piacerebbe molto.

Credo che oggi, nel mondo, si stia sviluppando un tipo di clientela che preferisce location di dimensioni più piccole e con grandi servizi.

Sì, c'è una nicchia di mercato che ha una sua importanza, forse la più stabile. Di sicuro quella che soffre meno rispetto agli alberghi più grandi. Lavorare per questo settore diventa stimolante. Ti appassiona e coinvolge di più.

already had a good percentage of customers coming back. The View is a hotel bound to a typology of customer who loves a style of life. It is not necessarily a customer who chooses to go to Lugano, but a person who prefers a sort of hotel. And there was a confirmation: the hotel opened one year and a half ago and it is having better results than it had in the previous year, when it reached a turnover of two million and seven hundred thousand francs, which is not a small amount for 18 rooms. They are important customers who decide to stay in our hotel without knowing the destination. And this is a satisfaction to us.

Will it be a pilot project?

I fell in total love with this hotel, which must be absolutely a pilot project. I would like to make a chain of The View. My dream is to open one of them in the Maldives, London, Abu Dhabi and Singapore. I would like so much.

I think that today in the world a sort of growing customers tends to prefer locations of small dimensions and with wide services.

Sure. There is a niche of market with its importance. Maybe the steadiest one, of course less suffering in comparison with bigger hotels. To work in this field becomes more challenging.

Ci racconti come è iniziato il vostro meraviglioso mondo alle Maldive.

Abbiamo alberghi stupendi a Zanzibar, tra cui Star of the East che è decisamente il più bello, mentre quello storico è il Tropical Village in Kenya. All'epoca, quando tutto ha avuto inizio, Francoforte era il leader, monopolista indiscusso della costa sud dell'Africa. Tutti gli alberghi in quella zona erano in esclusiva, gli operatori italiani non riuscivano ad entrare e decise di spostarsi verso la costa nord della nazione, a Malindi. Mio padre per non essere da meno prese un albergo lì, il Tropical. Fra l'83-83 e le Maldive risultarono essere la seconda destinazione più importante. Con il corrispondente locale decidemmo di partecipare all'asta indetta dal governo. L'accordo era che il vincitore condivideva. Vinsero loro e incominciammo a creare questo sviluppo insieme, nell'89 nacquerò Athuraga e Thadufushi, un prodotto molto esclusivamente al mercato italiano. Nel '91 però la guerra del Golfo causò una profonda crisi con gravi conseguenze sul turismo alle Maldive. Nessuno voleva volare verso queste zone. Molti voli charter furono bloccati e mio padre si trovò con due isole da riempire. Intermettere i voli significava penalizzare il tour operator e decidemmo di vendere le isole sul mercato estero, in modo da poter complementare e non mettere tutto il peso sul tour operator. Per diventare internazionali dovevamo far sì che la formula italiana si evolvesse, fosse più aperta. Passammo dal cabaret al musical. Ma restava comunque difficile riempire l'isola in estate contando solo sul mercato italiano, e ci richiedeva degli inglesi adottammo la formula dell'all inclusive. Fu un successo. Dal '93 al '96 le isole registrarono fino al 97% di occupazione annua. Una follia. Abbiamo ricevuto il premio resort come migliore occupazione per sei anni consecutivi. Non era però pensabile continuare in quella dimensione, perché il resort ne soffiva troppo, non riusciva a fare manutenzione, il personale non aveva mai un attimo di respiro. A quel punto si è deciso di adottare una nuova strategia di business: alzare il prodotto, rifare le tariffe e abbassare l'occupazione all'85%. Un giusto equilibrio per continuare a gestire la struttura nel modo giusto senza pregiudicare il servizio.

Cosa può dire in merito alla collaborazione con la Bicooca?

Le condizioni del reef alle Maldive sono peggiorate negli ultimi 20 anni. Il biologia marino è diventato una figura sempre più importante, da una parte per educare l'ospite e incuriosirlo sulla realtà dei pesci, dall'altra per ricostruire il reef. La collaborazione con la Bicooca è iniziata in seguito all'elezione del nuovo presidente delle Maldive Gayoom. Tra le sue idee

Please, tell us how your wonderful world in the Maldives started.

We have amazing hotels in Zanzibar, such as the Gem of East which is of course the most beautiful one, while the Tropical Village in Kenya is the historical one. At that time, when everything started, Francoforte was the leader, undisputed monopolist of the southern coast of Africa. All the hotels of that area were in exclusivity, the Italian operators could not enter them and decided to move towards the north coast of the nation, to Malindi. My father, not to be inferior, took a hotel there, the Tropical. It was the 1982-83 and the Maldives were the second most important destination. With the respective local we decided to take part to the auction proclaimed by the government, which included the 87-88% acquisition of the islands. The agreement was that the winner would share. They won and we started to create this development together, in 1989 we created Athuraga and Thadufushi, a product exclusively turned to Italian market. But in 1991 the Gulf war caused a deep crisis with serious consequences on the tourism in the Maldives. Nobody wanted to fly towards those areas. Many charter flights were canceled and my father had to fill two islands. To stop the flights meant to punish tour operators and we decided to sell the islands on the foreign market, so to counterbalance and not to overload the tour operator. To become international we had to make Italian formula evolve, to be more open. We passed from cabaret to musical. But unfortunately it was still hard to populate the island in summer, only relying on Italian market, and on demand of the English we adopted the all inclusive formula. It was a success. From 1993 to 1996 the islands reached the 97% yearly occupancy. That was crazy. We received the resort prize for the best occupancy in 6 consecutive years. Anyway we could not think of keeping in that dimension, as the resort was suffering too much, it could not do repairs, the staff had never a break. So we decided to adopt a new business strategy: to rise product, establish new fares and reduce the occupancy to the 85%. A right balance to keep directing the structure in a good way without pressing too much the staff.

What can you tell us about the cooperation with the Bicooca?

The reef in the Maldives has worsened in the last 20 years. The sea biologist became a more and more important figure, on a side to form the guest and to arouse his curiosity about the matters of fishes, on the other side to rebuild the reef. The cooperation with the Bicooca started after the election of the new president of the Maldives, Gayoom. Among his ideas, there was the one of opening a university of sea biology. We

In questa pagina, sabbia bianca e cristallo e mare cristallino: la spiaggia di Diamante Gemma dell'Est, uno dei resort di alta classe Diamond Majestic Beach di Exclusive Diamond Star of the East, di Phoenix Hospitality Group sull'isola di Zanzibar (foto di R.Patti)

È una donna impegnata con tanto lavoro. Perché ha deciso di dedicarsi ad altre attività? Forse fa parte del DNA...

È una voglia trasmessa da mio padre, mia madre e mia nonna. Qual forte desiderio di continuare a fare, reinventarsi e mettersi in discussione di continuo.

Qual è stata l'impressione di suo padre che ha ammirato di più e che l'ha segnata da un punto di vista lavorativo?

Non c'era una sola. Ho avuto la fortuna di essere la più piccola in famiglia, sono cresciuta come figlia unica. Ho due fratelli più grandi che si occupano di turismo, uno lavora con me sulla parte africana dei nostri resort, l'altro è più indipendente, ha le sue aziende. Da bambina, nel periodo delle brigate rosse, sono stata mandata in collegio a Lugano, mentre i miei due fratelli erano altrove, Paolo in Kenya e Alessandro in giro per il mondo. Avevo solo 13 anni e mio padre, dopo un anno, decise di venire a vivere con me in Svizzera. Un gesto d'amore grandissimo che ha fatto della mia persona quella che sono oggi. Ma mamma purtroppo non poteva spostarsi perché all'epoca era a capo dell'amministrazione dell'azienda, così rimase a Torino. Quel periodo vissuto con mio padre a Lugano è stato fondamentale, mi ha formato totalmente. Ogni giorno condivideva con me il modo di lavorare, la sua filosofia di vita. È oggi mi ritrovo a fare esattamente quello che lui mi diceva.

You are a lady very busy with work. Why did you decide to devote yourself to other activities? Maybe it is part of your DNA...

It is a will inherited from my father, my mother and my grandmother. I want to keep doing, reinventing and criticizing myself continuously.

Which was your father's enterprise you admired most and affecting you in the work?

Not only one. I fortunately was the youngest of the family, so I grew up like an only child. I have two elder brothers who deal with tourism, one of them works with me on the African part of our resorts, the other one is more independent, he has his concerns. As a little girl, in the time of Red Brigades, I was sent to a college in Lugano, while my two brothers were elsewhere, Paolo in Kenya and Alessandro around the world. I was just 13 and my father, one year after, decided to come to live with me in Switzerland. A great love sign that made the one I am now: My mother instead could not move as she was the chief administrator of the concern, so she stayed in Turin. That time spent with my father in Lugano was fundamental to me. It totally formed me. Every day he shared with me his way of working, his philosophy of life. And today I am doing exactly what he told me.

c'era quella di aprire un'università di biologia marina. Ci siamo conosciuti a Milano, era ospite al Sene Stelle, a quei tempi gestito da noi. Sono nati anche diversi progetti con loro, abbiamo partecipato a Expo Milano 2015 con un bellissimo stand all'interno del contesto delle Maldive. Oltre a fiere in Australia, Dubai, Hawaii e grazie al supporto dell'università di Dubai si attuerà un progetto congiunto, grazie al quale gli studenti potranno andare a Milano a avere l'occasione di fare stage.

Nuovi progetti in vista per il resort?

Stiamo portando avanti un progetto insieme al nostro socio maldiviano che dovrebbe partire e giugno. Riguarda la costruzione di un piccolo resort con 15 ville sull'isola di Inafushi. Stiamo lavorando su un concetto totale di benessere.

Come sono i rapporti con il governo maldiviano?

Ottimi. C'è molta collaborazione, sono attenti a qualsiasi necessità. Nella capitale di Ari, a Malibadhoo, una bellissima isola di pescatori ben organizzata e ricca di giovani, abbiamo lanciato un'importante iniziativa, che consiste nel garantire una formazione ai ragazzi del luogo, creando una scuola formativa professionale: le funzioni perfettamente, come in Svizzera. Insieme ai professori della scuola algherina ticinese abbiamo dato vita a un breve corso di 10 giorni sull'introduzione al servizio alberghiero, partito a gennaio scorso, dopo capodanno, con un riscontro incredibile. Quarantotto partecipanti e un'affluenza di moltissime donne. La cosa straordinaria è stata la felicità dei giovani e delle loro famiglie. È stata una cerimonia emozionante e fantastica. A Lagano è nata anche una società senza scopo di lucro che porta il nome di mia madre, Annia Rosso, una professional school con lo scopo ben preciso di portare questa formazione in primis alle Maldive per poi estenderla in Kenia e Zanzibar aiutando i giovani a trovare una professione, una strada che gli possa dare soddisfazione e garantire un futuro.

È complicato trovare persone da assumere?

Sì, è difficile perché qui abbiamo la legge che ci impone il 40% del personale maldiviano. I maldiviani non vogliono lavorare né vivere nei resort lontani da Malé, perché sono soliti condurre un tipo di vita più sociale. Per tale motivo abbiamo deciso di promuovere questi corsi, proprio per cercare di dare maggiore professionalità e passione affinché restino con noi.

Cosa conserva dell'Italia?

Nonostante mi senta praticamente svizzera, l'Italia mi è rimasta nel cuore, è il paese in cui sono nata e che amo moltissimo, in particolare il Piemonte dove ho le origini. Apprezzo gli italiani, l'imprenditoria, la verve, la creatività, la voglia di fare e migliorarsi. Tuttavia trovo difficile lavorare in Italia. Abbiamo un piccolo albergo di tre stelle nel centro storico di Cortona con 5 camere, è un immobile del 1500.

Vorrebbe che i suoi figli continuassero l'attività di famiglia?

Noi sono mai stata indirizzata in modo ufficiale verso il mestiere iniziato dai miei genitori. Mia mamma mi ha sempre detto di fare qualsiasi cosa mi rendesse felice, ma avrei dovuto essere la più brava in quello che sceglievo: «Vasai fare lo chef, fai lo chef della regina», diceva. Mi ritengo privilegiata per avere la possibilità di fare un lavoro che è la mia vita. Insomma, quello che vorrei fare se non lo facessi. Quando lavori 24 ore al giorno e fai qualcosa che non ti pesa e ti piace tanto, a quel punto diventa una passeggiata. È una fortuna. Se invece fai un lavoro perché deve essere un lavoro e non una passione, allora è un castigo. Per questo desidererei che i miei figli facessero ciò che maggiormente li appassiona.

In collaborazione Anna Rita Russo

met in Milan, he was a guest at Seven Stars, when it was directed by us. And together with professor Galli, rector of the Bicocca, we organized in Magdusa a master's degree in sea biology for all the Asian part, including students from 57 countries.

With them we developed different projects, we took part to the expo in Milan 2015 with a beautiful stand inside the Maldives. Beyond fairs in Australia, Dubai, Hawaii and thanks to the support of Dubai university, a joined project will be realized, where students can go to Milan and have the chance to do internship.

What about new projects for the resort?

We are working at a plan together with our Maldivian partner, which should start in June. It is about the building of 15 villas on the little island of Inafushi. We are working on a total concept of wellness.

How the relationship with Maldivian government is?

Great. There is much cooperation, they are careful to any need. In the capital of Ari, in Malibadhoo, a wonderful island of fishermen, which is well organized and rich of young people, we launched a very important initiative, to guarantee an education to local kids. To create a training school perfectly working, like in Switzerland. Together with the professors of the hotel-management school of Ticino, we organized a brief course of ten days on the introduction to hotel service, started last January after New Year with an amazing result. Forty-eight participants and the presence of many women. The extraordinary thing was the happiness of the young and their families. A touching and fantastic ceremony. In Lagano there is also a non-profit company with the name of my mother, Annia Rosso, a professional school with the exact aim of taking this training at first to the Maldives, to then spread it in Kenia and Zanzibar, helping the young ones to find a job, a way which could give them satisfaction and guarantee a future.

Is it complicated to find people to engage?

Yes, it is hard as here we have a law imposing the 40% of Maldivian staff. The Maldivians don't want to work and live in the resorts far from Malé, they usually live a kind of life more social. For this reason we decided to promote these courses, trying to give them professionalism and passion in order that they can remain with us.

What do you keep of Italy?

Although I really feel Swiss, Italy is still in my heart, it is the country where I was born and that I love very much, in particular Piedmont where I have the origins. I appreciate Italian, entrepreneurs, verve, creativity, will of working and improving. Anyway I find hard to work in Italy. We have a small three stars hotel in the historical center of Cortona with 5 rooms, it is a property dated from the sixteenth Century.

Would you like your children to continue the family business?

I was never officially directed to the job started from my parents. My mother always told me to do anything made me happy, but I should have been the best one in what I chose: «I you want to be a chef, be the queen's chef», she said. I feel advantaged by having the chance to do a job that is my life. Well, what I would like to do if I did not do it. When you work 24 hours a day and you do something that is not heavy and you like very much, so it becomes a fun. It is a fortune. If instead you do a job as it must be a job and not a passion, it is a punishment. For this I would like my children to do what they love best.



Sopra: Malibadhoo, destinazione emergente che permette di entrare in contatto con una natura incontaminata. Qui sopra: Diamond Star Megal Beach Resort.

Già sopra: Diamond Dream of Africa, santuario e raccolto boutique hotel a 3 chilometri dal centro di Malé; in basso: villa privata per visitare gli imperdibili parchi e riserve naturali kenyan.

Sotto: Sara Russo, presidente e AD di Flambeth Hospitality Group, nella terrazza di THE VIEW Lagano, design hotel con 18 suite e dalla vista mozzafiato sul lago.

Già sotto: il più esclusivo dei Diamond Hotel e Resorts, il Diamond Star of the East di Zanzibar, con un'idea delle private immerse in giardini lussureggianti e servizi di livello superiore, combina elementi essenziali della tradizione locale, come i tetti in matite, con stile italiano e comfort contemporanei.

