



GLAM IN ITALY
 Marie-Louise Sciò, icona dell'hôtellerie italiana. Ha appena lanciato la piattaforma di e-commerce e lifestyle Issimo. Nella pagina accanto. In alto. Alcune delle capsule in vendita sul sito, un concentrato di moda e di *bien vivre* all'italiana; spiccano una gonna di La Double J., gli occhiali di L.G.R. e un paio di Faliero Sarti. In basso. Le stories "superlative" delle diverse sezioni di Issimo.

Marie-Louise Sciò

La grande bellezza

TOUR VIRTUALE **NEL BELPAESE** (DELLA MODA) ATTRAVERSO L'ARTE DEL RICEVERE, E I CONSIGLI DI STILE DI UN'ICONA DELL'HÔTELLERIE ITALIANA. LUOGO DI PARTENZA? **ISSIMO**, UNA PIATTAFORMA DAVVERO UNICA DI LEISURE E-COMMERCE. TRA **DOLCE VITA** ED ECCELLENZE NOSTRANE



Ammettiamolo: noi italiani abbiamo una marcia in più. Siamo iperbolici nelle chiacchiere, geniali nel gesticolare come bravi direttori d'orchestra alle prese con *Le quattro stagioni* di Vivaldi, veraci e assolutamente impeccabili nell'ospitalità. In più, abbiamo quell'inventiva che ci fa sempre rialzare con un guizzo Mediterraneo. Insomma, siamo un Paese bellissimo. E nella patria della lingua latina il superlativo è d'obbligo, come racconta Marie-Louise Sciò, che proprio partendo da questo suffisso ha creato un piccolo mondo virtuale: la piattaforma e-commerce e lifestyle Issimo. Nata a Londra da madre americana e padre di origini abruzzesi, Marie-Louise – laureata in architettura alla *Rhode Island School of Design* – è eterea ma armata di sorriso e portamento classy, e ha un innato senso del *savoir-vivre* italiano. Non a caso è Ceo e direttore creativo degli hotel di famiglia: Il Pellicano a Porto Ercole, La Posta Vecchia a Ladispoli e il Mezzatorre a Ischia. A queste tre chicche, beffando la mala sorte del virus, si è aggiunto quello che si potrebbe definire il suo quarto boutique hotel: Issimo, appunto.

Da abile padrona di casa, ci può aprire le

porte di Issimo e raccontarne il concept?

«Volevo ricreare online una certa filosofia dell'hôtellerie come esperienza sensoriale, e metterci tutto quello che si trova da noi, inteso come eccellenza, qualità, unicità».

Il nome è garanzia di stile assoluto...

«È un piccolo tour nella nostra Italia. Con questo suffisso sapevo di avere margine infinito d'azione, per indicare il massimo nei vari campi leisure del sito: dall'arredo (*Bellissimo*) ai prodotti gourmand (*Buonissimo*), dagli eventi culturali (*Coltissimo*) alle sinergie sartoriali (*Chicchissimo*)».

Il denominatore comune delle sue scelte?

«Declinare l'arte dell'ospitalità attraverso marchi a cui sono legata, non solo italiani. Per ora sono 12 le capsule esclusive, come la lingerie da camera di Loretta Caponi o i pigiama di F.R.S, ma anche pezzi di Anya Hindmarch, Carolina Bucci, Faliero Sarti, L.G.R, Lisa Corti: tutti brand *fichissimi*».

Cosa significa per lei il Made in Italy?

«Qualità, anche se l'italianità è molto di più: è il nostro *je ne sais quoi*, un'eleganza non ovvia. Una sofisticatezza leggera».

Quali sono i suoi *postissimi*?

«Oltre a Porto Ercole, trovo magico e wild il Deetjen's Big Sur Inn, un hotel con bagni in comune in California. E poi Campo Imperatore, in Abruzzo, o Giannutri fuori stagione, con le reti sui tetti delle casette per proteggerle dai gabbiani».

Un viaggio che le ha cambiato la vita?

«Ognuno lascia strascichi. Direi Lapponia e

Patagonia con mio figlio, già un *wanderer*. Sono posti in cui ti cerchi e ti trovi».

Quale sarà l'evoluzione del viaggio?

«Credo valga lo stesso meccanismo anti fast fashion. Non ci sarà più la smania della check-list, la gente viaggerà in profondità. Noi apriremo per ora solo il Pellicano puntando su eleganza e degustazioni regionali, per far indugiare nello *slow traveling*».

Un ricordo da Dolce Vita all'Argentario?

«La mia infanzia è stata come nel libro *Eloise at The Plaza*, in cui si raccontano le avventure di una bimba vivace che abita nel celebre hotel a New York. Ancora ricordo quando, con mio fratello, buttammo delle aragoste in piscina pensando di salvarle. Temo che mio padre abbia deciso allora di rendere Il Pellicano *adults only*...».

I suoi must nell'arte del ricevere?

«Un profumo d'ambiente artigianale come il nostro LabSolue, e un occhio di riguardo alle divise: sono il primo biglietto da visita».

A proposito, qual è la sua uniforme?

«Giacca Blazé Milano o Alex Eagle, che fa anche suit meravigliosi, cappotto Sartoria Giuliva, T-shirt di una band rock, sneakers Common Project o tacchi Manolo Blahnik. In più, ho un'ossessione per Céline di Phoebe Philo, che acquisto sul sito *resee.com*».

Come e dove si rigenera?

«Con la meditazione quotidiana. Se anni fa andavo in India dal Dr. Shambu per un "tagliando" ayurvedico, ora vado in Tirolo per un detox più medico al Lanserhof Lans».

Il mantra del momento?

«"Non conta quello che succede, ma come ti rialzi". E "Pian piano anche le uova camminano". Ho imparato l'arte della pazienza». |

