

# Marca Chocoland surge para ampliar experiência temática

O primeiro projeto turístico será um hotel, com previsão de inauguração para o próximo ano

FOTOS DIVULGAÇÃO

**N**o primeiro semestre de 2023, será inaugurado na Serra gaúcha um empreendimento que promete oferecer uma experiência única aos turistas de todo o País. Trata-se do Chocoland Hotel Gramado, que é o primeiro projeto lançado pela marca Chocoland criada pelos empresários Daniela Gallassini e Daniel Rodolfo. O hotel já era um empreendimento idealizado pelo casal que, juntos, somam uma vivência de mais de 15 anos de atuação em hotelaria nos estados de Santa Catarina e Rio Grande do Sul. A nova marca Chocoland também foi projetada para possibilitar a sua extensão a outros segmentos do mercado. Dessa forma, nascem juntamente com ela as marcas Chocoland Hotels & Resorts, Chocoland Parks e Chocoland Multibrands. O reposicionamento leva em consideração os projetos de expansão nacional e internacional da marca para os próximos anos.

“Construímos a base para toda a diversificação dos negócios da holding Chocoland. Nossa objetivo é transmitir ao mercado que crescemos e o sonho que estamos dando vida vai além de um hotel. Adequamos o nome para traduzir com mais precisão a ampliação da experiência de hotelaria e entretenimento com a temática do chocolate”, destaca o sócio-diretor do Chocoland, Daniel Rodolfo.

O local escolhido para sediar o empreendimento não poderia ser outro: a capital nacional do chocolate artesanal, Gramado. O hotel está localizado em área nobre e estima um investimento superior a R\$ 50 milhões. Serão 7 mil metros quadrados de área construída, contemplando apartamentos e diversos espaços de experiências e convivência voltados ao entretenimento, gastronomia, saúde, bem-estar e eventos. Em sua primeira etapa, o empreendimento contará com 76 suítes, que terão dois estilos: as temáticas do chocolate e as palacianas, seguindo o conceito arquitetônico do hotel.



## A história da construção da marca

A hospitalidade e a ludicidade sempre permearam toda a concepção deste projeto de hotelaria planejado para Gramado. Desde a imersão de estudos realizada em 2019, no complexo Disney, em Orlando, os empresários vinham estudando um modelo de negócio. Nos últimos anos, Daniela e Daniel também participaram duas vezes da maior feira de parques temáticos do mundo, a IAAPA, nos Estados Unidos.

### GRAMADO

Em 2020, Gramado recebeu o título de Capital Nacional do Chocolate Artesanal, referendado pelo número expressivo de fábricas existentes na cidade - ao todo já são mais de 20 - reforçando a vocação neste segmento. A partir dessa referência e de uma conversa com um chocolatier, a ideia de criar um hotel com tal temática começou a ser considerada.

### MEMÓRIA

Mas foi quando a mãe de Daniela contou um fato inusitado sobre sua infância que tudo ganhou mais sentido: aos sete anos, a então menina confidenciou à mãe que, quando crescesse, iria construir uma casa muito grande, com um teto muito alto como o de um castelo, e que ele seria todo de chocolate. O resgate dessa memória de família foi determinante para que a hotelaria e o chocolate estivessem juntos nesse empreendimento, dando origem ao projeto em Gramado.

### PANDEMIA

Em março de 2020, teve início a pandemia que paralisou o mundo, colocando pessoas e negócios em um isolamento que se prolongou por todo o ano, se estendendo a 2021. Nestes dois anos o projeto seguiu em construção dentro do ritmo que foi permitido em cada período, representando um grande desafio, pois um cronograma de inauguração já havia sido anunciado.

### OPORTUNIDADE

A mesma pandemia que impôs um ritmo diferente, trouxe a oportunidade de estudar o mercado com mais critério. Daniela e Daniel viajaram para destinos internacionais e nacionais, onde aprofundaram sua pesquisa sobre a relação chocolate e turismo. A partir disso, decidiram manter a temática atrelada à hotelaria, mas promoveram uma mudança significativa, colocando a experiência imersiva de entretenimento no centro do negócio.

### Evolução

Tendo o entretenimento temático como norteador da experiência de turismo, não fazia mais sentido a assinatura fazer uma referência direta apenas à hotelaria, pois ela ficou pequena para representar a evolução do negócio e a sua versatilidade. Sendo assim, o nome Chocoland foi escolhido para representar o negócio de forma mais adequada, traduzindo o seu crescimento.



## SAIBA MAIS

Mais informações no site [www.chocoland.com.br](http://www.chocoland.com.br) e pelo Instagram @chocolandhotelgramado

