

Forte Village

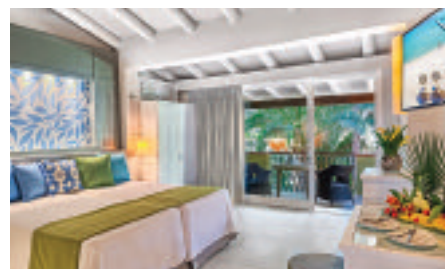
Destinazione iconica del Sud Sardegna, la struttura di Santa Margherita di Pula segna una nuova era dell'ospitalità made in Italy, con un'offerta ancora più esclusiva di spazi, dotazioni e servizi. Per far vivere ai propri ospiti un'esperienza leisure, business e Mice senza eguali

Situato in uno degli angoli più incantevoli del Sud Sardegna, a Santa Margherita di Pula, tra chilometri di morbida sabbia dorata e tiepide acque verde smeraldo, Forte Village è un marchio dell'ospitalità made in Italy che continua a mietere consensi in tutto il mondo. Poche altre realtà in Italia possono, infatti, vantare una simile completezza dell'offerta e una brand awareness come quella del Forte, costruita sulla capacità di innovarsi e di anticipare le tendenze, mantenendo e valorizzando, tuttavia, sempre la propria identità. Pluri-premiato a livello internazionale – è dal 1998 che vince il premio di World's Leading Resort – e costantemente in evolu-

zione, Forte Village è molto più di un complesso alberghiero. È una destinazione tout court, inserita in un paradiso naturale che offre un'experience senza paragoni per soggiorni business e leisure, grandi eventi e incentive.

Una trend destination per soggiorni bleisure

Non è un caso che siano sempre più numerose le multinazionali che scelgono Forte Village come meta privilegiata per manifestazioni, corsi, workshop, team





building e vacanze premio, inserendo la destinazione nei propri programmi di welfare aziendale. Così come accade frequentemente che, chi conosce il Forte in occasione di un evento business, se ne innamori e decida, avendone la possibilità, di prolungare la propria permanenza o di tornarci quanto prima in vacanza con tutta la famiglia. La ragione è presto spiegata. Fin dall'anno della sua fondazione, il 1970, la Struttura si è sempre distinta, oltre che per la bellezza dello scenario naturalistico in cui è inserita e per il suo eccezionale microclima, con 300 giornate di sole l'anno, per la qualità e la varietà dei servizi offerti. Servizi sottoposti negli anni a regolari upgrade, fino a giungere al recente ambizioso progetto di total restyling (sono stati rifatti tutti gli Hotel, le aree comuni e il Centro Congressi) iniziato nel 2014 e completato con successo lo scorso anno, per il quale sono stati stanziati 40 milioni di euro.

Una nuova era dell'ospitalità

Un grande progetto che, secondo la visione dell'Amministratore Delegato e Direttore Generale Lorenzo Giannuzzi, al timone di Forte Village dal 1994, avrebbe dovuto fare da spartiacque, segnando l'ingresso della Struttura in una nuova era dell'ospitalità. E così è stato. Oggi questo esclusivo polo d'accoglienza costituisce di certo un unicum nel panorama delle Top Mice&Leisure Destination del Mediterraneo con numeri record: 47 ettari di giardini tropicali, 8 elegantissimi hotel con diverse tipologie di accommodation, ognuna con la sua personalità, 9 ville, firmate Leading Hotels of the World, tutte con giardino e piscina privati e maggiolino a disposizione, 41 suite esclusive, oltre 30 tra ristoranti e bar, 80 chef e una cantina con 350 etichette selezionate tra le eccellenze italiane e internazionali. A tutto questo si aggiungono 20 sale meeting con tecnologie di ultima generazione in grado di accogliere fino a 1000 persone, una tensostruttura all'avanguardia per dotazioni e flessibilità degli allestimenti, il "Pala Forte", con capacità massima di 2000 posti e con annesso un ufficio tecni-



co specializzato, in grado di provvedere all'allestimento di qualsiasi tipo di scenografia. Inoltre, raggiungibile grazie al collegamento interno con il Forte Village, c'è la Forte Arena, uno spazio completamente modulabile, di 13000 metri quadrati, pronto ad accogliere oltre 5000 partecipanti. Senza dimenticare l'Acquaforte Thalasso & Spa, un'area benessere unica in Sardegna, con un protocollo di trattamenti beauty e medicali innovativi a cui si aggiunge il Parco Ayurvedico. E poi ci sono le tante iniziative di intrattenimento che rendono questa destinazione una wonderland per tutti i target, come la Sport e la Cooking Academy, o la Leisureland con piste go-kart, da bowling e campo da calcio regolamentare.

Al Forte Village tutto è davvero pensato per offrire all'ospite un'esperienza mai uguale a se stessa e nel segno della migliore ospitalità made in Italy. Una mission che Lorenzo Giannuzzi ha sentito sua da subito, traducendola in una filosofia gestionale basata sul calibrato mix di tradizione e innovazione, dove, a fare la differenza nella qualità del servizio offerto, resta sempre l'elemento umano. «Pensare al Made in Italy del turismo», dice Lorenzo Giannuzzi, «significa vivere l'esperienza Forte Village, grazie all'interpretazione data all'accoglienza, al cibo, al benessere, al tempo libero, allo sport e alla moda. E grazie al genuino sorriso che accompagna una tradizione fatta di ospitalità».

P.T.

