

L'estate degli eventi alla Forte Arena strizza l'occhio alla musica che conta

04/08/2016

MARCO BERCHI



Se l'Arena è la principale attrattiva turistica di Verona, capace di attivare la parolina magica che entusiasma ogni operatore - "destagionalizzazione" - perché non pensare di clonarne in qualche modo il format in altre parti d'Italia, patria della musica e del bel canto? Lorenzo Giannuzzi – AD e direttore generale del Forte Village Resort, sulla costa sud-occidentale della Sardegna – ha fatto due conti, ha analizzato l'importante mercato che si muove attorno agli eventi musicali e ai festival di spettacolo, ha studiato i report meteo (300 giorni di cielo sereno all'anno) e ha deciso di puntare qualche milione di euro. Risultato: **la Forte Arena, un anfiteatro all'aperto da 5mila posti (espandibile ulteriormente) adiacente al resort e quindi accessibile sia agli ospiti che al pubblico esterno, proveniente da Cagliari (40 km) e da tutta la parte meridionale dell'isola.**



Inaugurata da Fiorello con uno spettacolo esclusivo - “Forte fortissimo”, il titolo – l’Arena è decollata lo scorso 24 luglio con una travolgente e coinvolgente Anastacia e andrà in quota di crociera con Arbore e la sua Orchestra Italiana (6/8) per atterrare a fine stagione con un attesissimo concerto di Andrea Bocelli, il 12 agosto.



L'anfiteatro è stato ricavato in una conca naturale a ridosso delle alture che stanno alle spalle di uno dei resort più famosi e premiati al mondo. Ed è stato un piccolo colpo di genio di Giannuzzi che qui al Forte Village ha fatto la gavetta nel lontano '75 prima di tornarci da guru dell'hotellerie mondiale 21 anni fa, nel 1995. Da allora, il manager calabrese – è di Aiello Calabro – ha letteralmente plasmato un complesso in cui le dimensioni non fanno mai ombra alla qualità.



Nel Forte Village infatti convivono 8 alberghi, 30 ristoranti e bar, 80 cuochi, tre chef iper-stellati e una cinquantina tra ville e suites esclusive; per non parlare delle academies sportive - su tutte quella pallonara del Chelsea -, della talassoterapia e delle attrazioni anche educative per i bambini.



Ma torniamo all’Arena. Giannuzzi non pare tipo da muoversi per esclusivi intenti di beneficenza ancorché a un territorio che ama e d’altra parte, da manager, deve creare valore per i proprietari di un complesso che dai tempi del fondatore Charles Forte (1970) ha cambiato spesso nome e proprietari sino a giungere nelle mani degli attuali, i fratelli russo-ceceni Musa e Mavlit Bazhaev.

I due hanno investito nel 2014 180 milioni di euro per acquistare il Forte dal gruppo Marcegaglia poi hanno messo ulteriormente mano al loro ricco portafoglio con altri 30 milioni per forti interventi di miglioramento di una “macchina” che può accogliere 1600 ospiti, con oltre 1000 dipendenti in stagione e 74 milioni di euro di giro d’affari.



L'investimento necessario per l'Arena si aggira attorno ai 2 milioni di euro. Che ora vanno fatti fruttare e infatti **Giannuzzi già pensa alla prossima stagione per la quale è in cantiere un accordo con il Teatro Lirico di Cagliari. Obiettivo: portare alla Forte Arena almeno un allestimento di un'opera importante nel periodo estivo.**

Sarà l'Arena del Sud? Giannuzzi non si sbilancia ma sorride. E apre una prospettiva non banale: i residenti sardi godono giustamente della continuità territoriale per ovviare ai disagi e ai costi di mobilità verso il Continente; perché non ribaltare la prospettiva e offrire continuità territoriale anche a tutti i cittadini italiani che vogliono venire in Sardegna, porzione di territorio della nazione cui appartengono? Già, in effetti... E poi a portarli all'Arena ci penserebbe lui.