# LMDV Hospitality Group, a luglio apre Twiga a Porto Cervo

20250623152551portocervo3-d0f89eaf

Un progetto che unisce cultura, cucina e intrattenimento, rispettando il territorio. È questo l'obiettivo di **Twiga Porto Cervo**, il quarto locale firmato Twiga appartenente a **LMDV Hospitality Group** di Leonardo Maria Del Vecchio, in apertura a **luglio 2025.**

Realizzato negli spazi dell'ex Billionaire di Flavio Briatore, Twiga Porto Cervo si sviluppa **su due livelli per un totale di oltre 2.000 mq**. La struttura è progettata per accompagnare il pubblico dalla cena al dopocena, seguendo il modello **"dinner to club".** Al primo piano si trova **Casa Fiori Chiari**, bistrot di cucina mediterranea ispirato al format milanese, con dinner show e musica dal vivo. Al secondo piano è presente **Vesta**, ristorante dedicato al fine dining. Dopo la mezzanotte, il locale propone intrattenimento con DJ set internazionali.

«*I nostri ospiti non cercano semplicemente un buon ristorante o un buon club, ma un'esperienza completa, continua, senza interruzioni* - spiega in una nota stampa **Carlo Ziller, ceo di LMDV Hospitality** -. *Il format "dalla cena al club" permette di passare da un aperitivo elegante a una cena divertente, fino a una serata coinvolgente, tutto in uno stesso spazio curato nei minimi dettagli*».

## IDENTITÁ GLOBALE E VALORIZZAZIONE DEL TERRITORIO

Il brand è già presente a Montecarlo, Forte dei Marmi e Baia Benamin, con u**n'identità globale definita, ma sempre adattata al contesto locale.** «*Twiga è pensato per essere riconoscibile ovunque nel mondo, ma non replicabile. La nostra identità globale si basa su eleganza, energia e qualità dell'esperienza, ma si declina in modo diverso a seconda della destinazione.A Montecarlo il focus è sull'internazionalità, con un'offerta di intrattenimento che nasce durante la cena e prosegue nel notturno. A Forte dei Marmi abbiamo costruito un equilibrio tra l'anima del beach club e una proposta gastronomica di alto livello, che la sera si trasforma in club con DJ internazionali. Baia*

*Benamin, infine, è una location immersa nella natura, a pochi chilometri da Montecarlo, che combina cucina di qualità e intrattenimento diurno, con DJ set*», prosegue il ceo.

Come negli altri locali di LMDV Hospitality Group, il concetto di **lifestyle esperienziale** è al centro della strategia del Gruppo, declinato nella **valorizzazione del territorio e delle materie prime**. «*Per noi valorizzare il territorio è un elemento centrale* - continua Ziller -. *Le persone cercano oggi un legame autentico con il luogo in cui si trovano. In Sardegna questo significa confrontarsi con il paesaggio naturale, non imponendosi, ma integrandosi. Twiga ha un'identità precisa e riconoscibile, ma in ogni nuova apertura ci impegniamo a includere prodotti locali e a raccontare il territorio attraverso la cucina, che deve sapersi adattare al contesto in cui opera*».

**A SETTEMBRE NUOVA APERTURA A MILANO**

L'espansione del brand Twiga procede con una visione orientata all'**evoluzione continua dell'esperienza offerta e all'allungamento della stagione estiva.** «*Le migliorìe riguardano ogni aspetto dell'esperienza da un layout completamente ripensato, una qualità architettonica allineata ai nuovi codici dell'ospitalità, una proposta gastronomica ancora più curata e un'identità musicale trasversale, pensata per un pubblico intergenerazionale. Inoltre, la nostra visione è quella di contribuire attivamente all'allungamento della stagione, già a partire dalla prossima estate. Vogliamo essere presenti più a lungo e in modo sempre più integrato, in sintonia con la direzione di sviluppo del territorio e con i nuovi investimenti che stanno interessando il comune di Arzachena*», conclude il ceo.

Nei progetti del  brand di LMDV Hospitality, infine, non manca anche **un'apertura a Milano**, con una **visione più urbana e orientata al clubbing, prevista per settembre prossimo.**