

## Turismo Verona Garda luglio 2025: stabilità e segnali incoraggianti per il prosieguo della stagione

**Occupazione stabile, aumento della permanenza media e buon equilibrio domanda-offerta. Flessione del mercato tedesco e impatto del meteo a fine mese compensati dalla crescita di italiani e olandesi. Positive le previsioni per agosto**

Verona, 04/08/2025. “L’analisi continua da parte dell’**Osservatorio Turistico Verona Garda** riflette una situazione rassicurante e dai risultati visibili sul piano effettivo, grazie al lavoro di **Destination Verona Garda** insieme allo spirito di iniziativa degli operatori facenti parte delle OGD Verona e Lago di Garda Veneto per rendere la Destinazione non solo una meta di appoggio, ma un posto dove rimanere” – dichiara il **Presidente di Destination Verona Garda**, Paolo Artelio –. “Nel mese di luglio 2025, le strutture alberghiere veronesi (ad esclusione del Garda) hanno raggiunto l’83% di occupazione, con picchi oltre il 90% in occasione dei concerti di Jack Savoretti e dei Simple Minds. Sul Garda Veneto, le strutture alberghiere hanno chiuso il mese con un’occupazione dell’85%, stabile rispetto al 2024, e soggiorni medi di 6 notti. Si segnala un buon equilibrio tra domanda e offerta per il settore alberghiero e un aumento del ricavo medio in formula B&B. Cresce l’incidenza delle prenotazioni last minute, in particolare sul Lago, mentre a Verona, si evidenzia un cambiamento positivo nella durata dei soggiorni rispetto allo scorso anno, segnale che la città sappia anche trattenere il turista. L’occupazione media nelle strutture extra-alberghiere del Comune di Verona è stata del 56%, con oltre 50mila stanze occupate nel centro storico e un soggiorno medio superiore ai 2 giorni. Sul Lago di Garda Veneto, l’occupazione nelle locazioni turistiche ha toccato il 61% con più di 195mila camere prenotate e quasi 3 giorni di permanenza media. Il comparto open air ha registrato l’87% di occupazione nelle strutture campione, con un incremento per i bungalow e una leggera flessione delle presenze tedesche, bilanciata però da italiani e olandesi.”

- **Strutture extra-alberghiere OGD Verona – Lighthouse**

Prosegue **Paolo Artelio**: “I dati estrapolati dalla piattaforma di monitoraggio **Lighthouse**, sulla base del campione raccolto da quattro portali di prenotazione online quali Airbnb, Booking, HomeAway e Tripadvisor, riporta un dato occupazionale consolidato di luglio 2025 al **56% nel Comune di Verona**, con una media mensile di **quasi 50mila stanze occupate** limitatamente al **centro storico**, per una permanenza che ammonta a **più di 2 giorni** di soggiorno. L’**ADR** (Average Daily Rate), ovvero la tariffa media giornaliera, che rappresenta il prezzo base per notte, escluse le spese di pulizia e costi aggiuntivi, raggiunge i **251€ a Verona Centro**; più bassa a Verona Comune, dove si attesta a 188€.” La finestra temporale delle prenotazioni si vede aprirsi già a partire tra i 90 e i 60 giorni prima, considerando l’intera OGD compresa di Verona e quattro Marchi d’Area. Sottolinea **Paolo Artelio**: “Analizzando singolarmente queste quattro zone, la scelta del turista per un soggiorno nella provincia veronese a luglio 2025 è ricaduta principalmente sulla **Valpolicella**, registrando un’occupazione media al 52% e un totale di **16mila stanze occupate nel mese**.”

- **Strutture extra-alberghiere OGD Lago di Garda Veneto – Lighthouse**

Secondo i dati estrapolati dalla piattaforma di monitoraggio **Lighthouse**, l’analisi mensile del mese di luglio 2025, sulla base del campione raccolto da quattro portali di prenotazione online quali Airbnb, Booking, HomeAway e Tripadvisor, riporta un dato occupazionale consolidato al **61%**, per un totale di **195mila camere occupate** e una durata media del soggiorno di quasi **3 giorni**. Conclude **Paolo Artelio**: “L’**ADR** (Average Daily



Rate), ovvero la tariffa media giornaliera, che rappresenta il prezzo base per notte, escluse le spese di pulizia e costi aggiuntivi, raggiunge i **262€**. Le prenotazioni, per quanto riguarda le locazioni turistiche, cominciano ad arrivare già 80 giorni prima dello stay, un segnale positivo che vede l'interesse del turista per il Garda Veneto manifestarsi con più di due mesi di anticipo”.

- **Strutture alberghiere OGD Verona (ad esclusione della OGD Lago di Garda Veneto) – HBenchmark**

L'analisi del consolidato dall'1 al 30 luglio 2025 per l'intera OGD Verona si è chiusa all'**83% di occupazione**, con un incremento di **+2,9 punti percentuale** rispetto all'anno precedente. In alcune occasioni, come il concerto di Jack Savoretti e dei Simple Minds, si è visto un picco superiore al 90%, innalzando significativamente la curva dello stesso periodo di un anno fa. In rapporto a luglio 2024, le strutture site nella provincia hanno performato meglio rispetto a quelle situate nel Comune di Verona, ottenendo un'83% di occupazione e una crescita di +6pp. Il ricavo medio di luglio 2025 ha dato risultati positivi in tutta Verona e in crescita rispetto al 2024. Il ricavo medio in formula B&B registra un incremento di prezzo per quanto riguarda il Comune, mentre nella provincia rimane stabile. Nota positiva per la durata media dello stay in crescita sia nella provincia sia a Verona Comune mediamente a **più di 3 giorni** rispetto ai 2,5 dello scorso anno. A Verona Comune, le Agenzie di Viaggio Online sono il canale di vendita maggiormente utilizzato per il 50%, la restante parte si suddivide in Tour Operator, Diretto Sito Web e Diretto Offline; quest'ultimo, al contrario, è il principale metodo di prenotazione nella provincia, registrando un 48% sul totale. A Verona Comune vi è una forte presenza di italiani e tedeschi; lo stesso per la provincia con arrivi al 45% dall'Italia seguita dalla Germania. Per quanto riguarda l'acquisito fino al 6 settembre 2025, si vede un lieve aumento dell'occupazione rispetto alla stessa data del 2024 e prezzi medi in leggero calo. La durata è in linea al 2024; buona anche la pressione della domanda che vede entrati negli ultimi 30 giorni circa 13 punti percentuale.

**Il Presidente di Federalberghi Verona**, Maurizio Russo, afferma: *“Il mese di luglio si è rivelato, nel complesso, più che soddisfacente in termini di presenze turistiche. Si rileva un cambiamento significativo nella durata media del soggiorno degli ospiti nella nostra città: un incremento che conferma l'efficacia delle azioni intraprese per la promozione del territorio. Tale risultato è stato raggiunto pur mantenendo tariffe medie sostanzialmente in linea con quelle del 2024. C'è ancora molto da fare su questo fronte, ma i segnali sono incoraggianti e indicano che la direzione intrapresa è quella giusta.”*

- **Strutture alberghiere OGD Lago di Garda Veneto – HBenchmark**

Sul fronte del Lago di Garda Veneto, luglio 2025 si è chiuso all'**85% di occupazione**, con un andamento positivo per l'Alto Lago e leggermente negativo per il Basso seppur in linea con l'anno precedente. Il ricavo medio in formula B&B vede un incremento in entrambe le zone rispetto allo stesso periodo nel 2024 e una durata media del soggiorno stabile a **6 giorni**. Nel complesso, il Garda Veneto ha ottenuto un ricavo medio positivo generato da ogni camera disponibile, soprattutto nell'Alto Lago. Qui, le strutture ricettive hanno venduto maggiormente tramite il canale Diretto Offline al 39%, quando lo scorso anno le OTA (Online Travel Agency) raggiungevano il 45%. Tra le principali provenienze troviamo la Germania seppur in leggero calo, a seguire Italia, Regno Unito e Polonia. Gli inglesi hanno soggiornato mediamente **7 notti** nelle strutture del campione analizzato, mentre gli italiani **4 notti**, spendendo poco più di 157€ contro i 224€ austriaci. Nel Basso Lago la situazione dei canali di vendita non registra cambiamenti significativi, rimanendo invariata rispetto al 2024, come anche le nazionalità, le quali mantengono pressoché le stesse percentuali del 2024. Gli inglesi sono stati mediamente **8 notti** nelle strutture prese in analisi, mentre gli italiani **3 notti**, con una spesa media inferiore rispetto ai turisti danesi.



*"Ci lasciamo alle spalle un luglio con un'occupazione media dell'85%, qualche margine in più nell'alto Lago, qualche margine in meno nel basso Lago, ma la media è in perfetta linea con quella dello scorso anno" – commenta il **Presidente di Federalberghi Garda Veneto**, Ivan De Beni –. "Un altro fenomeno che si sta ripetendo è quello del last minute. Le occupazioni complessive vengono raggiunte all'ultimo minuto, solo il 60% prenota con anticipo. È un trend a cui dobbiamo abituarci per il futuro. Detto questo, guardando ai numeri, c'è una cosa che mi pare valga la pena sottolineare. Sul Lago non abbiamo alcun problema di overtourism. Credo sia un termine abusato e spesso usato a sproposito. Nel nostro caso, di sicuro. Il turismo gardesano, ci tengo a dirlo, è al momento attuale in perfetto equilibrio e sostenibilità. Una riflessione da fare, invece, è sul potere d'acquisto. Le altre categorie, e parliamo di ristoranti e negozi, pare stiano subendo una flessione negativa. Questo significa, con un turismo che registra gli stessi numeri, che il potere d'acquisto per gli extra è diminuito. Questo credo imponga a tutti noi un ragionamento serio sulle strategie di prezzo per il futuro".*

- **Comparto Camping OGD Lago di Garda Veneto – FAITA Federcamping**

Su un campione di 11 strutture presenti nel Garda Veneto, il settore dell'Open Air riporta un trend del mese di luglio in linea con quello del 2024, registrando un dato occupazionale consolidato all'**87%**, in particolare dalla seconda metà del mese. Per il prodotto Bungalow e Mobile Home, i dati dimostrano un aumento di +2,2 punti percentuale rispetto all'anno precedente, mentre nel contempo l'opzione delle Piazzole va per la maggiore, mantenendo un tasso di scelta al 61%. L'analisi acquisita dal 31 luglio al 1° novembre 2025, comparando lo stesso periodo di osservazione del 2024, evidenzia un calo di -3,8 punti percentuale non particolarmente significativo, contrariamente, però, al valore occupazionale in termini di nazionalità, dove si evince un calo di almeno -7 punti percentuale per la Germania, compensato però dall'aumento di italiani e Paesi Bassi.

Afferma il **Presidente FAITA Federcamping**, Alberto Granzotto: *"Dopo il boom degli ultimi due anni, siamo in una fase di assestamento, comunque sempre su dati positivi. La flessione da parte dei turisti tedeschi, un riflesso della recessione in atto in Germania, e il maltempo dell'ultimo weekend hanno influito sui risultati di fine luglio-inizio agosto, a fronte comunque di un incremento degli italiani e dei turisti del Paesi Bassi. Nei prossimi giorni però si prevede che il meteo ritrovi la via dell'estate, con lunghe giornate assolate e un clima più mite, con un conseguente bilanciamento della stagione".*

