

## Comunicato Stampa

### **TEMPO PRIMAVERILE E UN CALENDARIO ROMANTICO SAN VALENTINO ACCENDE IL LAGO DI GARDA**

*Durante il fine settimana appena trascorso, grazie al clima e alle iniziative legate a Lago di Garda in Love, registrati numeri molto positivi. I dati dell'Osservatorio di DVG parlano di un'occupazione al 76% in crescita di 24 punti*

Il Lago di Garda archivia il fine settimana di San Valentino con numeri che raccontano un territorio capace di attrarre anche in piena bassa stagione. L'analisi sui giorni 13 e 14 febbraio, realizzata grazie ai numeri forniti dall'**Osservatorio di Destination Verona & Grada Foundation**, restituisce un **tasso di occupazione pari al 76%, in crescita di oltre 24 punti percentuali rispetto allo stesso periodo dello scorso anno.**

Un risultato che assume ancora più valore se letto nel contesto stagionale e che conferma la forza di un'offerta diffusa e coordinata.

**A contribuire in modo significativo è stato il calendario di *Lago di Garda in Love*, l'evento che ha messo in rete comuni e comunità.**

Installazioni simboliche, scorci romantici, passeggiate vista lago, luci rosse sui monumenti e iniziative diffuse hanno accompagnato il weekend, creando un'atmosfera riconoscibile e condivisa, capace di stimolare la curiosità e di spingere anche alle prenotazioni dell'ultimo momento.

*"Il dato è estremamente positivo perché i punti percentuali in più rispetto all'anno scorso superano il 20% di occupazione", commenta Ivan De Beni, presidente di Federalberghi Garda Veneto. "Siamo molto soddisfatti di questo fine settimana di San Valentino. Ha sicuramente giocato a favore anche il bel tempo, soprattutto nella giornata di domenica, con un clima quasi primaverile. Ma il risultato è positivo anche grazie a Lago di Garda in Love, un evento che si ripete negli anni mettendo in rete diversi Comuni. Tutto questo ha funzionato da richiamo e, negli ultimi giorni, ha fatto scattare anche le prenotazioni sottodata".*

I numeri raccontano inoltre un'evoluzione interessante nei **comportamenti di prenotazione.**

Il **canale offline si conferma il principale**, arrivando a rappresentare il **54,6% delle vendite**, in crescita rispetto al 46% dell'anno precedente, mentre le OTA scendono dal 42,1% al 32,1%. Un **dato che riflette un rapporto sempre più diretto tra territorio, operatori e visitatori**, anche in occasione di eventi tematici.

Lo **sguardo dell'Osservatorio** si sposta anche ai **giorni subito successivi al weekend di San Valentino**. Le prime indicazioni disponibili mostrano **un'occupazione intorno al 25%.**



Un dato che conferma come, in questa fase dell'anno, la **domanda resti fortemente legata al calendario degli eventi e alle decisioni prese all'ultimo momento.**

***"I dati dell'Osservatorio turistico di Destination Verona & Garda Foundation ci restituiscono un'immagine molto chiara", commenta il presidente di DVG Paolo Artelio. "Anche in un periodo tradizionalmente di bassa stagione il Lago di Garda risponde quando il territorio si presenta in modo unitario e riconoscibile. Il fine settimana di San Valentino dimostra che iniziative come Lago di Garda in Love, costruite insieme ai Comuni e agli operatori, sono in grado di dare senso al viaggio e di trasformare un appuntamento in un'esperienza diffusa, capace di incidere concretamente sui flussi. È in questa direzione che continua il lavoro della destinazione: leggere i dati, condividere le strategie e rafforzare il racconto del Garda come luogo da vivere tutto l'anno".***

