FONDO COMUNI CONFINANTI

Promozione Unitaria del Lago di Garda

Malcesine | 31 luglio 2025

LAGO DI GARDA ITALIA

FONDO COMUNI CONFINANTI

01.

I NUMERI DEL TURISMO

02.

NARRAZIONE, POSIZIONAMENTO E OBIETTIVI STRATEGICI & OPERATIVI

03.

TARGET DI RIFERIMENTO

04.

TEMI TRASVERSALI CHIAVE

05.

IDENTITÀ DELLE TRE SPONDE

06.

PIANO DELLE ATTIVITÀ

LAGO DI GARDA ITALIA

LAGO DI GARDA: I NUMERI DEL TURISMO

FONDO COMUNI CONFINANTI

Oltre
240.000
posti letto in strutture ricettive

Oltre
6 milioni
di arrivi

Più di
26,5 milioni
di presenze totali,
l'**83%** di provenienza internazionale

Dati 2023

LAGO DI GARDA ITALIA

NARRAZIONE E POSIZIONAMENTO

La promozione unitaria del Lago di Garda nasce con l'obiettivo di **comunicare** il **Lago di Garda** nella sua **totalità,** superando le divisioni amministrative e valorizzando l'unicità del territorio nel suo insieme. Ogni sponda contribuisce con una propria identità tematica, inserita in una **narrazione condivisa** ed **emozionale**, per una narrazione fluida, coerente e facilmente riconoscibile dai mercati internazionali.

- **Nessuna divisione geografica**
- **Segmentazione tematica e non territoriale**.

OBIETTIVO STRATEGICO DEL PROGETTO

FONDO COMUNI CONFINANTI

Valorizzare il Lago di Garda come destinazione unitaria, premium e autentica sui mercati internazionali, con particolare attenzione ai **Paesi del Nord Europa** e al **mercato nordamericano**.

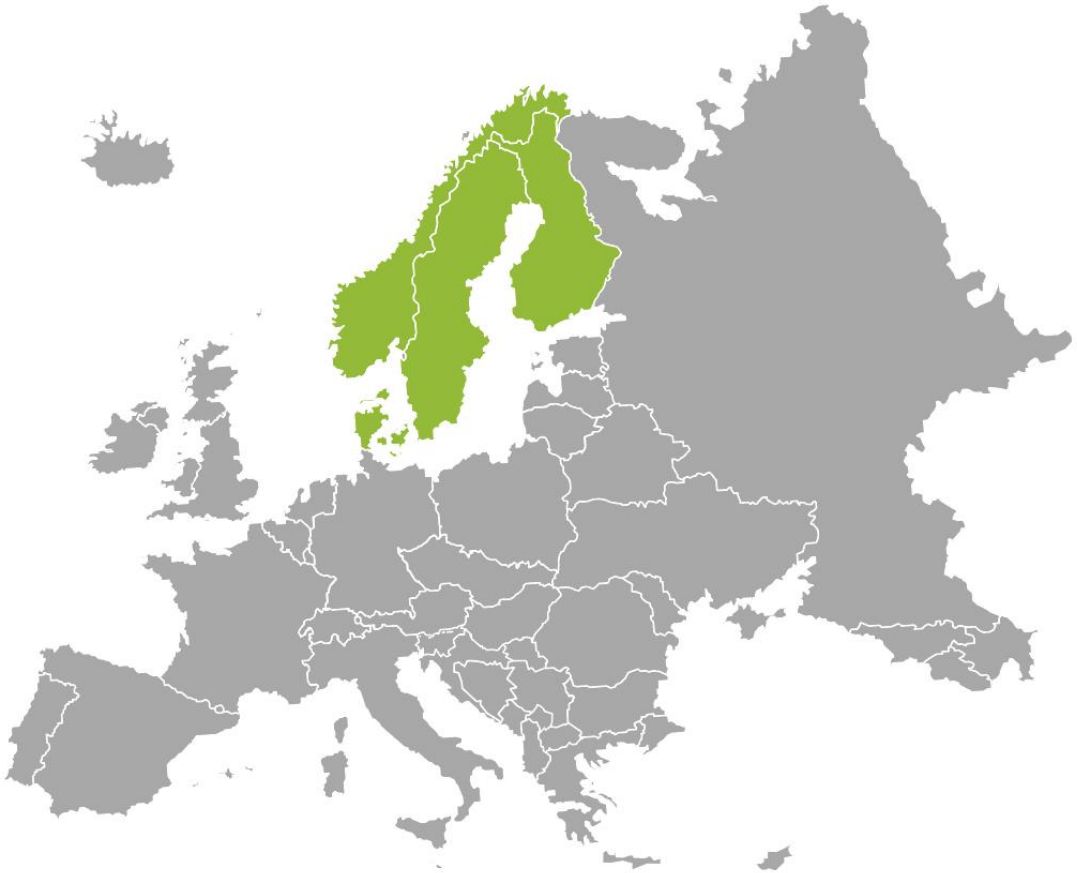
Il mercato **nord europeo**, attento a sostenibilità, autenticità e natura, ha alta propensione alla spesa e cerca esperienze di qualità in **tutte le fasce dell'offerta ricettiva del Lago di Garda**. Propenso a viaggiare nelle "belle stagioni".

I viaggiatori nordamericani, orientati a **strutture di fascia alta** e **servizi personalizzati**, cercano esperienze esclusive con comfort, cultura locale e lifestyle italiano. Segmento chiave per valorizzare l'offerta **premium** del Garda.

LAGO DI GARDA ITALIA

OBIETTIVO STRATEGICO DEL PROGETTO

FONDO COMUNI CONFINANTI



LAGO DI GARDA ITALIA

OBIETTIVI OPERATIVI

FONDO COMUNI CONFINANTI

Aumentare la notorietà

Posizionare il lago come meta **autentica e raffinata**

Rafforzare il network **B2B** e con i **media internazionali**

Incrementare il valore per il territorio

Promuovere il lago come **destinazione a 365 giorni**

Promuovere **esperienze di qualità** e **lifestyle italiano**

LAGO DI GARDA ITALIA

TARGET

FONDO COMUNI CONFINANTI

Target di riferimento

- Viaggiatori affluent (età 35–65)
- Appassionati di enogastronomia e lifestyle italiano
- Turisti attivi
- Coppie e matrimoni
- Famiglie

LAGO DI GARDA ITALIA

TEMI TRASVERSALI CHIAVE

FONDO COMUNI CONFINANTI

Dolce Vita & Italianità

Enogastronomia

Montagna & Laghi

LAGO DI GARDA ITALIA

IDENTITÀ DELLE TRE SPONDE

FONDO COMUNI CONFINANTI

GARDA TRENTINO

outdoor & avventura

GARDA LOMBARDIA

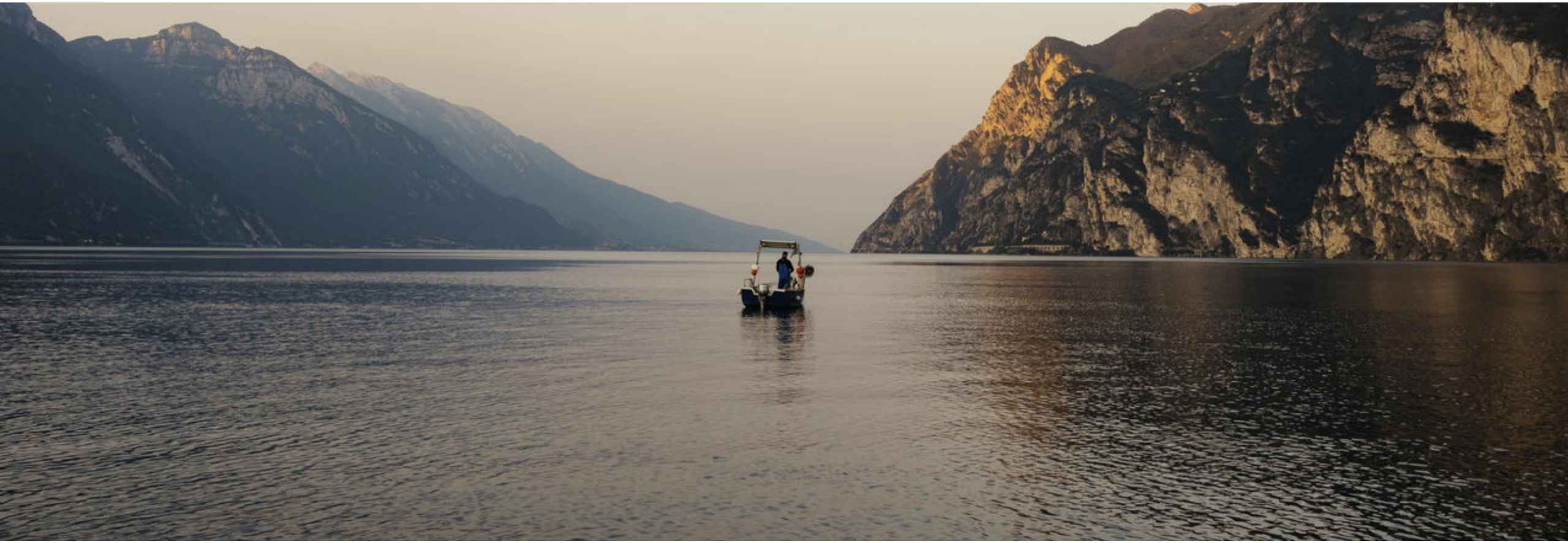
eleganza & lifestyle

GARDA VENETO

cultura & intrattenimento

LAGO DI GARDA ITALIA

FONDO COMUNI CONFINANTI



Piano delle attività

LAGO DI GARDA ITALIA

LE AZIONI

FONDO COMUNI CONFINANTI

video
lookbook
presentazione ppt

evento b2b
fam trip

press trip
campagna cross canale
roadshow stampa e media

campagne di marketing digitale

anno 2025 – 2026 – 2027
INVESTIMENTO € 900.000

LAGO DI GARDA ITALIA

GRAZIE