

Gardaland Resort fa il punto sulla stagione trascorsa.

“Un bilancio più che positivo su tutto il Resort e su Gardaland Hotel in particolare” – spiega Aldo Maria Vigevani, Amministratore Delegato di Gardaland. “Sin dalla sua apertura l’hotel esistente ha visto una continua e costante crescita in termini di occupazione delle camere; a fine ottobre 2015 abbiamo chiuso la stagione con un’occupazione media pari all’84% e il numero record di 118.519 presenze registrate nel solo periodo aprile-settembre.”

“L’ottima performance della struttura esistente conferma la validità del progetto per il nuovo Gardaland Adventure Hotel, una struttura completamente tematizzata in grado di diversificare la proposta di soggiorno firmata Gardaland. La struttura proporrà oltre 100 family room e uno scenografico ristorante realizzato in veste assolutamente innovativa – il Tutankhamon Restaurant; la struttura sarà aperta anche ai Clienti che non soggiornano negli hotels.”

Gardaland Adventure Hotel 2016 nasce anche per soddisfare la costante richiesta di innovazione e originalità del mercato e per far fronte alle sue dinamiche ed evoluzioni che rilevano, all’interno del Resort, un considerevole aumento degli Ospiti provenienti da gran parte d’Europa e non solo.



“Pur confermando la presenza maggioritaria di Ospiti italiani in hotel – racconta Aldo Maria Vigevani – nell’ultimo anno abbiamo registrato un significativo aumento della clientela straniera sia nel Parco che a Gardaland Hotel, a conferma della grande vocazione internazionale della destinazione Gardaland”.

Forte del successo raggiunto oltre i confini italiani, Gardaland Holidays – il Tour Operator di Gardaland Resort che si occupa della realizzazione e della vendita di pacchetti turistici in Italia e all’estero – ha stipulato numerosi contratti con alcuni tra i più importanti operatori europei, in particolare in quei Paesi dai quali Gardaland attinge il

maggiore afflusso di visitatori: Germania, Svizzera, Austria, Olanda, Belgio, Gran Bretagna, Croazia, Russia e Israele.

“Negli ultimi due anni Merlin Entertainments ha investito 45 milioni di euro in Italia, suddivisi tra Gardaland con Oblivion – The Black Hole nel 2015 e l’hotellerie con Gardaland Adventure Hotel per il 2016. Il Gruppo crede molto nel mercato italiano e nella posizione strategica di Gardaland” – continua Aldo Maria Vigevani. “Da un lato abbiamo il Lago di Garda con i suoi paesaggi e il particolare microclima, dall’altro la forza di un brand – Gardaland – in grado di cogliere tempestivamente i cambiamenti e le esigenze che il mercato esprime e capace di proporre sempre ai suoi Ospiti nuove forme di offerta generando interesse e grandi vantaggi.”



Gardaland Resort è parte di MERLIN ENTERTAINMENTS plc, leader nell’intrattenimento per famiglie. Numero 1 in Europa e secondo operatore al mondo per numero di visitatori, Merlin opera in 111 strutture, 12 hotel, 4 villaggi vacanze in 23 nazioni distribuite su 4 continenti. Merlin ambisce a far vivere esperienze uniche, memorabili ed entusiasmanti ai suoi oltre 63 milioni di visitatori in tutto il mondo attraverso i suoi marchi leggendari – locali e internazionali – l’impegno e la passione dei suoi manager e dei suoi 26.000 dipendenti (alta stagione). Fanno parte del Gruppo Merlin: SEA LIFE, Madame Tussauds, LEGOLAND, DreamWorks Tours SHREK’s Adventure, The London Eye, Dungeons, Gardaland Resort, LEGOLAND Discovery Centres, Alton Towers Resort, Warwick Castle, THORPE PARK Resort, Blackpool Tower, Heide Park Resort, Sydney Tower Eye and SKYWALK. Tutti i brand sono caratteristici, innovativi e con grande potenziale di ulteriore crescita futura. Per maggiori informazioni visitate il sito www.merlinentertainments.biz.

Rudy De Pol