Viva Wyndham Resorts chiude il 2013 a +3%. E il 2014 è nel segno dell’ottimismo

Buone notizie per la catena alberghiera **Viva Wyndham Resorts**, presente nell’area caraibica con **sei strutture in Repubblica Dominicana, Messico e Bahamas: i risultati di chiusura dell’esercizio sono positivi**. Il volume d’affari al 31 dicembre 2013 evidenzia, infatti, una crescita del 3% rispetto all’anno 2012. Il Messico rappresenta la destinazione con la crescita più significativa, in particolare grazie alle ottime performance realizzate dalla struttura Viva Wyndham Azteca. La Repubblica Dominicana è stata caratterizzata da una flessione soprattutto nei mesi estivi, in parte recuperata nei mesi invernali. Il bilancio finale rispecchia l’andamento globale del Paese che ha subito una flessione degli arrivi da parte del mercato italiano. La previsione per il nuovo anno, grazie al buon andamento dell’inverno e alle diverse attività di promozione sulla destinazione, sono di miglioramento. Inoltre, **Air Europa** ha lanciato due voli settimanali diretti Italia – Madrid – La Romana. Le Bahamas hanno invece registrato delle buone vendite se si considera la mancanza di volo diretto dell’Italia e con dati non certo paragonabili agli anni con presenza charter Alpitour.

I tour operator italiani partner tuttavia sono riusciti a proporre e promuovere la destinazione come estensione dagli Stati Uniti e i risultati sono stati addirittura al di sopra delle aspettative. **Bene anche l’avvio delle vendite per il 2014**. «Anche quest’anno possiamo dichiararci soddisfatti dei risultati realizzati sia a livello generale, con le performance di tutti i nostri mercati, sia come riferimento al mercato italiano che, seppur caratterizzato da una situazione economico/sociale difficile, continua a dimostrare affezione ai nostri prodotti e al nostro brand.– afferma **Ettore Colussi**, presidente e fondatore di Viva Resorts – La positiva partenza dell’anno 2014 e le ottime performance realizzate durante gli ultimi mesi dell’anno scorso ci rendono positivi sulle prospettive e previsioni dei prossimi mesi e dell’intero anno 2014».

La strategia commerciale Viva Wyndham Resorts, continuando a realizzare attività e iniziative per il target famiglie, per l’anno 2014 sarà focalizzata in particolare sui segmenti di mercato Viaggi di Nozze e Gruppi.