Amo il Mondo: primavera in crescita del 30%

Amo il Mondo fa segnare un **incremento complessivo del 30%** che vede in crescita tutta la programmazione, catalogo per catalogo. La prima destinazione del brand del t.o. Settemari continua a essere la **Thailandia**, ma crescono anche Vietnam, Cambogia, Malesia e Indonesia. In particolare, in questa zona, hanno riscosso un buon successo gli abbinamenti di tour privati e di gruppo al soggiorno mare di 4/5 notti a Bali. Per la programmazione Oceano Indiano e Africa, buona performance del Sudafrica e delle Seychelles; a sorpresa, anche le Maldive stanno producendo numeri al di sopra delle aspettative. Australia e la Polinesia sono molto richieste per i viaggi di nozze, soprattutto con i combinati Fly and Drive Tour ed estensione mare in Polinesia. Dopo gli incrementi a tre cifre del 2013, non si arresta poi la crescita degli **Stati Uniti,** che segnano +30% rispetto allo scorso anno: ottimi, in particolare i numeri legati ai tour con guida italiana Il triangolo dell'Est, che tocca New York, le Cascate del Niagara, Washington e Philadelphia, e Alla scoperta dell'Ovest, che combina canyon e le città più popolari del West.

"I numeri di questi prima parte dell'anno ci danno molta soddisfazione. Ci aspettavamo una buona performance dalla Thailandia, che rimane centrale per la nostra programmazione, così come dagli Stati Uniti, che con un 30% in più, non affatto scontato, però, si confermano un ottimo prodotto, sul quale abbiamo fatto bene a investire. Accanto a quelle che potremmo definire delle conferme, sono molto interessanti i dati in crescita di Indonesia, Cambogia e Sudafrica. Non ci aspettavamo, inoltre, risultati così buoni dalle Maldive e dagli Emirati Arabi, con un successo trasversale che interessa sia le strutture premium sia quelle con costi meno elevati. Anche il segmento viaggi di nozze continua ad andare molto bene, con un'attenzione crescente all'Australia in combinazione con la Polinesia: l'inserimento di alcune new entry e il cambiamento di DMC hanno dato un nuovo impulso alla destinazione, dalla quale ci aspettiamo un'ulteriore margine di crescita. Con un incremento complessivo del 30%, guardiamo fiduciosi all'estate anche perché i numeri ci dicono che il nuovo ciclo di Amo il Mondo sta andando nella direzione che ci aspettavamo" commenta il direttore prodotto **Roberto Servetti**.