Comunicato Stampa

**VIVA WYNDHAM RESORTS:**

**NELL’ANNO DEL SUO 35° ANNIVERSARIO TORNA A TTG TRAVEL EXPERIENCE E FESTEGGIA I DATI MOLTO POSITIVI DEL 2022.**

* **Repubblica Dominicana con occupazioni fino al 92%.**
* **Ripresa del mercato italiano ed europeo.**
* **Solidità finanziaria della catena alberghiera.**

*12 ottobre 2022.* La catena alberghiera Viva Wyndham Resorts, torna a partecipare alla fiera TTG Travel Experience, all’interno dello stand dell’Ente del Turismo della Repubblica Dominicana C1/022-059.

Si appresta ad incontrare il mercato e i media con un bagaglio di notizie positive dopo l’ultimo biennio. Il 2022 coincide con il **35° anniversario della fondazione dell’azienda**, anniversario che trova la migliore celebrazione nella solidità economico-finanziaria e nella rinnovata fiducia che le accordano i tanti operatori con cui collabora a livello commerciale, sentendosi garantiti.

Il core business di Viva Resorts è in **Repubblica Dominicana** (dove sono ubicate cinque strutture), il Paese nei Caraibi che più ha recuperato dopo lo stop mondiale, anche per le scelte lungimiranti del governo. E la Repubblica Dominicana torna prepotentemente a detenere il palmares di Viva Resorts.

A **Bayahibe** – dove sorgono Viva Wyndham Dominicus Beach e Viva Wyndham Dominicus Palace – l’occupazione nei primi otto mesi dell’anno ha superato il **92%.** L’Europa si è ripresa la quota di mercato che aveva in questa zona affacciata sul Mar dei Caraibi, in particolare Italia, Francia e Germania. Sono molto presenti i Paesi del Sudamerica, in primis Argentina; mercati emergenti sono UK e Colombia.

A **Samaná** continua a regalare soddisfazioni l’adults only Viva Wyndham V Samaná, che ha avuto nei primi otto mesi dell’anno un’occupazione media dell’**85%**, superando in alcuni momenti i numeri del 2019, già ottimi. Un risultato importante considerando che il target over 18 rappresenta una selezione della clientela.

Francia e Stati Uniti hanno costituito i mercati principali – il Canada ha ripreso a viaggiare solo da giugno. Un elemento significativo a favore dell’occupazione è la stretta collaborazione che il resort ha da anni con le **case di produzione cinematografiche e televisive**; il connubio fra la natura eccezionalmente rigogliosa della penisola di Samaná e il servizio fornito da Viva ha cementato un rapporto proficuo, al punto che questo segmento rappresenta un terzo mercato per l’azienda e genera un indotto positivo sulla comunità locale.

Aggiunge **Dominique Colussi, Vice President of Development Viva Resorts**: *“Viva Wyndham V Samaná era stato per noi una scommessa. Quando lo abbiamo aperto nel dicembre 2015, non sapevamo se il prodotto sarebbe riuscito a rimanere operativo 12 mesi l’anno: la località non è di massa, il segmento solo adulti è di nicchia. Invece il prodotto, che rappresenta il top della nostra gamma, è piaciuto moltissimo, al punto che abbiamo deciso di ampliarlo.* ***In novembre inaugureremo altre 78 sistemazioni****, sul lato opposto delle esistenti, disporremo di un ristorante a buffet ampliato rispetto al precedente e di un beach club ancora più ampio; il direttore italiano è soddisfatto dell’operazione, che non ha impattato troppo sulla clientela in home”.*

Parlando ancora di Repubblica Dominicana, **Cabarete** – dove è attivo il Viva Wyndham Tangerine - ha riscosso ottimi consensi, in particolare grazie a Germania, Stati Uniti, Canada e al mercato locale. Cabarete è una delle mete mondiali più rinomate per il kitesurf, sede di competizioni annuali.

Sempre sulla costa settentrionale, precisamente a **Puerto Plata**, V Heavens ha avuto un buon marketshare da gennaio ad aprile fra Europa, Stati Uniti e Dominicana; è rimasto chiuso da maggio a metà novembre per lavori di ampliamento. I menu di uno dei suoi ristoranti sono creati da una nota chef dominicana, ambasciatrice della cucina dominicana nel mondo e protagonista di Master Chef.

Commenta **Ettore Colussi, Presidente Viva Resorts**: *“Comparando i dati gennaio-agosto, la Repubblica Dominicana ha ampiamente superato nel 2022 i dati del 2019 (4,9 milioni di arrivi contro 4,6); questo dato nazionale si specchia in quelli della nostra azienda. Constatiamo che la destinazione non “passa di moda”, anzi crea repeaters; il Paese offre esperienze e paesaggi variegati e noi ci impegniamo incessantemente per rinnovare e potenziare le nostre proprietà, in termini di infrastrutture e di servizi.*

*Per la prima volta nella nostra storia abbiamo chiuso i resort durante il lockdown; abbiamo reagito allo shock - non era mai accaduto in 35 anni – sfruttando il tempo per modificare, rinnovare, abbellire, studiare come evolvere. In una seconda fase abbiamo modificato le partnership commerciali, aprendoci ai mercati internazionali che via via potevano tornare a viaggiare. È stato bellissimo renderci conto che appena possibile, le persone sceglievano Dominicana”.*

**MESSICO & BAHAMAS**

Viva Wyndham Resorts è presente con **due strutture a Playacar**, a cinque minuti dalla celeberrima Playa del Carmen. L’andamento delle prenotazioni verso Viva Wyndham Maya e Viva Wyndham Azteca ha avuto un inizio lento, dovuto principalmente al ritardo da parte di Europa e Canada a riprogrammare voli diretti su Cancun. **Da giugno le occupazioni sono migliorate**, in gran parte per la clientela da Argentina, Sudamerica in generale e messicana. Nel frattempo entrambi i resort sono stati oggetto di rinnovamenti a livello strutturale e di interior design; nuovi spazi comuni, aree ricreative più accurate, maggiore livello di comfort.

Viva Wyndham Resorts è presente anche a **Grand Bahama Island**; l’isola delle Bahamas è stata penalizzata dall’esiguità dei collegamenti aerei e marittimi. Tuttavia Bahamas Tourism Office è molto attivo e si sta già adoperando per luglio 2023, quando si terranno massicce celebrazioni per il 50° anniversario dell’Indipendenza delle Bahamas.

Dal canto suo Viva Resorts ha motivi per essere ottimista. Da dicembre 2022 riprendono i collegamenti dal Canada su Freeport con il tour operator Sunwing. Inoltre il **Viva Wyndham Fortuna Beach è oggetto di un restyling** volto a rendere ancora più attraente il suo look & feel. Nuovo interior design per la lobby, trasformazione del ristorante asiatico in messicano, evoluzione della discoteca in sports bar, nuovi campi da pickleball, la disciplina gemella del padel.

**MERCATO ITALIANO**

In Italia Viva Wyndham Resorts ha un rapporto di partnership molto forte con il **Gruppo Alpitour**, attraverso i suoi vari brand; cinque resort sono in esclusiva per l’Italia. Il recupero dei volumi nella Repubblica Dominicana è stato ottimo non appena sono stati aperti i “corridoi turistici” e a partire da giugno è ricominciata la programmazione in Messico come Bravo.

In questo periodo stanno partendo le promozioni pianificate congiuntamente con il Gruppo Alpitour; gli **investimenti comuni puntano a riposizionare la Riviera Maya** ai vertici delle preferenze degli italiani.

Bahamas per il pubblico italiano è sempre stata una meta estiva, grazie alla stagionalità del volo diretto da Milano, ma la sinergia con il Bahamas Tourist Office potrebbe portare anche linfa economica alla catena anche prima.

Commenta **Giuliana Carniel** **Vice President Sales and Revenue Management Viva Wyndham Resorts:** *“Nel 2022* ***raccogliamo i frutti*** *di quando seminato durante gli ultimi due anni. Non ci siamo mai arresi e ci siamo mantenuti sempre attivi, flessibili, aperti a nuove realtà, come ad esempio quelle dell’accoglienza di produzioni di film e reality, una dimensione a sé che però ha contribuito a sostenere i nostri resort a Samaná e Cabarete. Menzione d’onore al nostro staff, sempre presente, instancabile; abbiamo lavorato come non mai per cercare mercati, adattarci alle realtà e continuare a promuovere i nostri hotel”.*

Conclude **Dominique Colussi**, presente a Rimini in occasione di TTG Travel Experience: *“In tutto ciò non abbiamo cessato di dedicarci al tema della* ***Sostenibilità.*** *Da anni siamo molto impegnati in Repubblica Dominicana, stiamo valutando di trasformare le tante azioni in una più strutturata Fondazione. I pilastri delle nostre attività sono la tutela dell’ambiente dove viviamo e operiamo, stupendo ma anche delicato; il sostegno alle comunità locali che ci circondano, affinché crescita e sviluppo portino benefici a tutti; istruzione e formazione per favorire la diffusione di educazione, nei territori dove un aiuto è necessario per consolidare un progresso che sia duraturo. Non amiamo farci pubblicità in questo senso ma abbiamo seriamente a cuore la sostenibilità, ambientale e sociale”.*

Il sito web, implementato e interattivo per una migliore customer experience, è

<https://vivaresorts.com/>

La parte dedicata alla Sostenibilità https://vivaresorts.com/it/rsc/

Per informazioni alla stampa:

Ferdeghini Comunicazione Srl

**Francesca Motta**

motta@ferdeghinicomunicazione.it cell. 344.0965871

**Sara Ferdeghini**

sara@ferdeghinicomunicazione.it cell. 335.7488592

-------------------------------------------------------------------------------------------------------------

**VIVA RESORTS** è un gruppo imprenditoriale con 35 anni di esperienza nello sviluppo, gestione e commercializzazione di prodotti alberghieri nei Caraibi. Possiede un portfolio che include la catena alberghiera “all inclusive” Viva Wyndham Resorts con proprietà in Repubblica Dominicana, Messico e Bahamas e la linea di resort all inclusive solo per adulti V Collection in Repubblica Dominicana.