

Viva Wyndham pronta a riaccogliere gli ospiti italiani

PROSEGUE LA COLLABORAZIONE CON I BRAND DEL GRUPPO ALPITOUR

di MASSIMILIANO SARTI

MILANO - «Meglio delle aspettative i resort in Repubblica Dominicana, che hanno beneficiato anche di un'offerta ad hoc per esigenze inedite, come le crew dei film internazionali e dei reality show. Un po' più in sofferenza invece il Messico, mentre per le Bahamas cominciano ad arrivare proprio in queste settimane diverse richieste». È il quadro del 2021 del gruppo Viva Wyndham Resorts tracciato dalla sales and marketing director Europa, Giuliana Carniel. Il tutto in attesa dell'agognato ritorno degli ospiti italiani, che da sempre rappresentano una fetta di mercato importante per la compagnia fondata da Ettore Colussi. Grandi aspettative sono infatti riposte nella ripresa dei flussi dalla nostra Penisola, soprattutto ora che i corridoi turistici appena approvati si sono dimostrati, come previsto, limitati a poche destinazioni, tra cui la Repubblica Dominicana. «Il Paese è stato uno dei primi a richiedere che il personale impiegato nelle strutture turistiche fosse tutto vacci-



“
La Repubblica Dominicana è stata tra i primi a richiedere che il personale delle strutture turistiche fosse tutto vaccinato

Giuliana Carniel

nato. E questo è un incentivo importante per il cliente - sottolinea Giuliana Carniel -. Il desiderio di viaggiare è forte. Abbiamo l'esperienza del mercato tedesco, francese, ucraino e russo, da cui arrivano richieste impressionanti. Siamo perciò molto fiduciosi che anche la domanda dall'Italia seguirà questo trend positivo».

Proseguono intanto le collaborazioni con i tour operator della Penisola, soprattutto con il gruppo Alpitour, che «entrerà nei due Dominicus (Beach e Palace) con il format Bravo: un'esperienza già collaudata con successo al Viva Wyndham Fortuna Beach a Grand Bahama. Anche il Viva Wyndham Azteca in Messico sarà poi sotto il cappello Bravo, mentre il Viva Maya, sempre in Messico, sarà commercializzato da Presstour. Il Viva Wyndham V Samaná, resort only adults in Repubblica Dominicana, sarà invece un SeaClub di Francorosso». Il tutto in attesa dell'inaugurazione della nuova struttura di Miches: un complesso in costruzione in una località situata a un'ora e mezzo da Punta Cana, che quando sarà completato includerà due hotel da ben 750 camere complessive, per un investimento di 62 milioni di dollari nella sola prima fase. «L'idea è che il nuovo prodotto possa aiutarci a raggiungere nuovi mercati e nicchie inedite per noi, come per esempio la Colombia e il Brasile - conclude Giuliana Carniel -. Per noi, infatti, la diversificazione delle fonti di business è molto importante. A questo proposito contiamo di rafforzare presto la nostra presenza anche nei mercati emergenti dell'Europa dell'Est».



Blu Hotels: grande attesa per il nuovo Rezia Hotel

BENE L'ESTATE SOPRATTUTTO AL SUD E IN TOSCANA

● Manuela Mirauda

Un bilancio definitivo lo potremo fare solo a fine ottobre in quanto le nostre strutture viaggiano ancora oggi con una buona occupazione

SALÒ - (m.s.) Blu Hotels si prepara al debutto a Bormio con il nuovo Rezia Hotel, sulle ali di un'estate che è andata a gonfie vele, trainata dalle performance dell'intero comparto dell'ospitalità leisure tricolore: «Il Rezia è un vero punto di riferimento per l'hôtellerie valtellinese - racconta la events & communication manager della compagnia, Manuela Mirauda -. Siamo pertanto felici di annunciarne il debutto per la prima settimana di dicembre». In tempo insomma per la tradizionale apertura della stagione invernale lombarda legata a doppia mandata al ponte per la festività di Sant'Ambrogio che quest'anno cadrà di martedì.

Per quanto riguarda l'estate, prosegue Manuela Mirauda, «abbiamo lavorato molto bene in tutte le strutture, con numeri veramente alti in Puglia e Toscana. Anche in Sicilia e Sardegna le presenze sono state davvero molto buone, seppure ancora lontane dai livelli pre-Covid». E gli stranieri? «Dai Paesi che potevano raggiungere l'Italia, a esclusione del Regno Unito, la risposta è stata decisamente buona e fa ben sperare per una ripresa totale nell'estate 2022. A farla da padroni sono stati sicuramente i tedeschi, che hanno scelto di premiare soprattutto le nostre strutture sul lago di Garda. Dopo la Germania, i nostri principali mercati di riferimento sono stati quindi il Belgio e il Lussemburgo, seguiti da quello austriaco e polacco. Da segnalare infine come anche il mercato ceco stia dando sempre più soddisfazioni».

Bene è andata inoltre la montagna, che ha beneficiato di un'occupazione equiparabile a quella del 2019. «Un bilancio definitivo lo potremo fare però solo a fine ottobre - aggiunge Manuela Mirauda -, in quanto, grazie anche a un meteo favorevole, le nostre strutture viaggiano ancora oggi con un buon tasso di occupazione».

VUOI ENTRARE IN CONTATTO CON 6500+ BUS OPERATOR EUROPEI ?



Hubsolute rappresenta in esclusiva sul mercato Italiano BusReisen, l'associazione leader del mercato di lingua Tedesca con lo scopo di promuovere e mettere in contatto domanda ed offerta turistica.

Grazie al proprio network di contatti, Hubsolute permette agli operatori Italiani di entrare in contatto con il mondo dei Bus Operator stranieri per mezzo di servizi mirati, atti a sviluppare nuovo business e incrementare le vendite.

Gli oltre 6500 Bus Operator provengono da: Germania, Austria, Svizzera, Benelux, Danimarca, Svezia, Norvegia, Slovacchia, Ungheria, Polonia, Repubblica Ceca e Serbia.

Ti aspettiamo a
TTG Travel Experience
Pad. C5 - Stand 116



Hubsolute Sagl - Piazza Stazione, 6 - 6934 Bioggio - Svizzera -
Tel. +41 (0) 44 586 0490 - info@hubsolute.eu - www.hubsolute.eu