

Tra le regioni a maggiore potenzialità di sviluppo cresce il New England

# States da scoprire: le alternative dei t.o.

Aumentano le richieste per i fly and drive e i working ranch nel West

**“L’America non è una terra, è un pianeta”. I tour operator lo hanno capito già da tempo, giungendo alla conclusione che schematizzare un Paese complesso** come gli Stati Uniti riducendolo a Florida, California e Montagne Rocciose non è più solo riduttivo, ma profondamente sbagliato. Il problema è, però, un altro: farlo capire ai clienti ma, prima di tutto, agli adv. “Molti non sono ancora pronti a proporre esperienze nel cuore selvaggio del Paese” commenta Mariangela Candiani, direttore prodotto e operativo di **Gastaldi 1860**.

Se, però, fino allo scorso anno erano pochi i clienti disposti a trasformarsi in pionieri, ora qualcosa sta cambiando. E l’alternativa agli itinerari più battuti si è finalmente trovata: il New England. “L’area è in continuo sviluppo anche grazie al fatto che l’ente del turismo si promuove bene in Italia” commenta Roberto Nadalini, market manager Stati Uniti di Kuoni, mentre Candiani conferma un certo interesse per la zona. Alla sua voce si aggiunge quella di Roberto Morgi, sales manager Auratours: “Oltre a New York - spiega - ora ci vengono richieste anche città come Philadelphia ma soprattutto Boston e la costa. Per itinerari di questo tipo, oltre ai tour di gruppo, hanno un discreto successo i cosiddetti fly and train, per i quali dotiamo i clienti di mappe, itinerario, orari e biglietti del treno”.

Spingere il Maine e il Massachusetts non è stato facile, per la Fabbrica dei Sogni, ma il direttore tecnico Laura Baccanelli è fiera di esserci riuscita: “La richiesta incomincia ad esserci non solo da parte dei repeater, ma anche di coloro che non si accontentano della sola New York. Il nostro problema è, però, informare le agenzie sulle attrattive della regione”. Anche Viaggidea crede nelle potenzialità del New England, tanto da dedicargli una sezione ad hoc del catalogo “che - spiega il pro-

## I PRODOTTI



### Las Vegas

“Scendere su Las Vegas ci dà la possibilità di fare tour nei parchi minori tagliando Los Angeles” dice Laura Baccanelli, direttore tecnico Fabbrica dei Sogni.

### Le Rockies

Sfruttando anche il traino di Yellowstone le Rocky Mountains hanno sempre più richieste” sottolinea Roberto Nadalini, market manager Usa di Kuoni.

### Alaska

“All’Alaska dedichiamo 30 pagine con pacchetti per l’osservazione degli orsi e soggiorni in villaggi remoti” dice Alberto Alberi, senior p.m. North American, Caribbean & Baja California Hotelplan.

duct area manager Paolo Guariento - presenta due tipologie di prodotto: tour con guida e piccoli fly and drive in estensione da Boston, seguendo la costa oppure addentrandosi nel Massachusetts o in Pennsylvania”. Fly and drive, percorsi in treno e self drive in moto non mancano nemmeno nella programmazione di America World: “Ogni anno ampliamo la rete di

nuovi fornitori - spiega il product manager Damien Tamburo -, contattando anche piccoli operatori locali molto specializzati”.

Non altrettanto positivo sembra essere, invece, il riscontro del profondo Sud. “C’è stata qualche richiesta per itinerari che terminavano ad Atlanta, in Georgia - puntualizza Candiani -, meno per le proposte sul South Carolina o il New Mexico”.

“Abbiamo organizzato tour musicali con tappe a Nashville, Memphis e New Orleans - dice Davide Catania, a.d. di Alidays -, ma i numeri non erano interessanti e, di conseguenza, quest’anno avremo meno Sud e ci concentreremo di più sulla parte Nord, con la zona del Midwest”. “Anche se le proponiamo, Georgia e Tennessee non riescono a decollare come mete di massa” aggiunge Nadalini.

Sul fronte opposto, quello del Pacifico, poco successo hanno avuto, per America World, i soggiorni alla scoperta della vita e delle tradizioni dei nativi: “Il contatto con le tribù Navajo dell’Arizona ci fece pensare di proporre dei tour accompagnati dai nativi - ricorda Tamburo -, ma forse il mercato non era ancora pronto”.

Viaggidea sta invece lavorando sull’Oregon: “L’idea - spiega Guariento - è di mettere a punto itinerari da San Francisco a Seattle, nello stato di Washington, per viaggiatori puri, che apprezzano il contatto diretto con la natura”. Anche Hotelplan sta pensando di ampliare l’offerta sugli Stati dell’Ovest, proponendo strutture alternative agli hotel: i working ranch “ideali - precisa Alberto Alberi, senior product manager North America, Caribbean & Baja California di Hotelplan, - per chi vuole vivere la vera vita del cowboy”. Arizona, Utah, Wyoming, Texas e Montana gli Stati proposti. “Si tratta sempre di un prodotto di nicchia - sottolinea -, ma non ce lo chiedono solo i repeater, bensì anche honeymooner e gruppi di amici”.

**Stefania Galvan**