

Showcase Usa-Italy: "Più budget per i viaggi"

LINK: http://guidaviaggi.it/magazine/edizione_1545/10666/showcase-usa-italy-%E2%80%99Cpi%C3%B9-budget-per-i-viaggi%E2%80%9D

Showcase Usa-Italy: "Più budget per i viaggi" 26/03/2018 - numero Edizione 1545 Tornano le richieste on the road per le famiglie C'è un clima di fiducia altissimo per le vacanze negli Stati Uniti in agenzia di viaggi, lo confermano i dettaglianti. Scemata la propaganda politica apparentemente ostile nell'arco dell'anno della nuova presidenza, la ragione principale che muove le prenotazioni - oltre alla forza attrattiva ineguagliata - è sempre la valuta. "Il cambio euro-dollaro favorevole ci permette di essere più forti in termini di prezzo e questo aiuta certamente le vendite", esordisce Francesca Langhi, consulente di viaggi online di Evolution Travel. Trainano molto i viaggi di nozze: "Al primo posto come destinazione scelta dagli sposi, sia come viaggio secco, sia in abbinata ai Caraibi che sono leggermente in flessione, sia con l'incremento delle mete esotiche nel Pacifico, dove ancora vince a mani basse la Polinesia - commenta Daniele Reguzzoni di Selezione Viaggi -. E' passato un po' in secondo piano, negli ultimi due anni, il timore legato al terrorismo. C'è sicuramente più budget e non è un caso che siano aumentate notevolmente le richieste di vere e proprie vacanze on the road per coppie e/o famiglie". I collegamenti In un'estate che vede 34 voli diretti e giornalieri dall'Italia, di cui 1500 posti aggiuntivi solo sulla California, le compagnie aeree contribuiscono alla spinta, rispondendo di fatto alle richieste di una domanda sia incoming sia outgoing. Sette le aerolinee attive, con l'aggiunta di Norwegian Air ed Air Italy. La low cost di lungo raggio norvegese imprime una decisa virata sul Golden State, premiando anche scali alternativi come Oakland San Francisco. Ad una prima evidenza emerge che il prodotto "volo" migliora notevolmente: i vecchi aerei sono quasi tutti sostituiti e anche i servizi da e per l'Italia incominciano ad essere effettuati con più comfort, con il Dreamliner, ad esempio, sul Venezia a Chicago di American Airlines. Da parte dei vettori a stelle e strisce vengono le conferme di tutti gli operativi come nell'estate 2016, con alcune partenze anticipate a marzo anziché maggio. Se l'incremento di voli verso nuove destinazioni sta ispirando viaggi oltre le città e i soliti parchi nazionali? "Per il momento non ci sono richieste diverse dal solito da parte dei clienti, i quali forse ancora non sanno delle nuove mete collegate dall'Italia", osserva Marina Morelli di Scoprimondo Viaggi. Concorda Andrea Giretti di Bluma Viaggi, affermando che "per il momento le richieste si concentrano su New York e i parchi; in provincia devono ancora metabolizzare nuove destinazioni, soprattutto perché nella mia agenzia transitano molte persone che visitano gli States per la prima volta e credo che le novità siano più adatte ai repeaters". Come confezionano Pur ben formati con i programmi di Visit Usa Italy che mira a ispirare le agenzie a proporre la destinazione nelle tante sfaccettature, gli agenti Usa Ambassador (specialisti) affermano di vendere ancora nella grande maggioranza prodotti di tour operator. La stessa Francesca Langhi, da consulente di viaggio, per i tour di gruppo o Stati emergenti come l'Alaska, si appoggia a t.o. affermati, mentre confeziona in autonomia i fly&drive (il 90% del business). "Ho cercato di impostare il mio lavoro di costruzione con una forte personalizzazione, tuttavia per il 70% ricorro ai t.o.", dice Marina Morelli. "Uso prevalentemente il prodotto t.o., in percentuale il 20% è organizzato da me, ad esempio per un soggiorno a New York", aggiunge Andrea Giretti. Riconoscendo i fondamentali della filiera turistica dmc-tour operator-agente di viaggio, Daniele Reguzzoni preferisce distribuire un suo prodotto su misura arricchito di esperienze: "All'operatore va il compito di confezionare il tutto, fornire assistenza sul posto e problem solving durante il viaggio".

Paola Baldacci