

Al via la nuova campagna di marketing sul tema del "grande sogno"

## 'Dream big' in California

Novità 2014: la guida in italiano per tour operator e adv

Spiagge baciata dal sole a sud, sequoie secolari al nord. E ancora: montagne, vallate verdeggianti e deserti: la California è un puzzle di paesaggi. «Un grande sogno», afferma **Maria Teresa Rizzitello**, account manager di Visit California in Italia. Il tema onirico, ripreso dalla leggendaria *California Dreamin'* dei Mamas and Papas (1966), è al centro della nuova campagna di marketing con lo slogan "dream big".

**La California si conferma una delle mete preferite dagli italiani. Perché?**

«Chiudete gli occhi e riapriteli dentro una decapottabile, con il vento che vi scompiglia i capelli. State percorrendo la Highway 1, la spettacolare strada che collega Los Angeles con San Francisco. Riaprite gli occhi, riapriteli nella Death Valley: il caldo è soffocante, ma bastano poche ore di auto-

mobile per arrivare nella Sierra Nevada, a Mammoth Lakes, a poca distanza da Yosemite. Nello stesso giorno sarete passati dal livello del mare a montagne alte più di 3mila metri. Tutto questo è un sogno, anzi un "grande sogno" che si può realizzare».



**Quali sono le attività rivolte al trade in Italia?**

«La formazione degli agenti di viaggi ha un ruolo fondamentale nella strategia di promozione della California in Italia, sia attraverso la partecipazione

a workshop in collaborazione con i tour operator, che attraverso la formazione online con *California Expert*. Il corso è stato lanciato al luglio 2011 e oggi siamo arrivati a 2.434 utenti registrati, per un totale di 631 "esperti" della destinazione. Un bel risultato, ma vogliamo fare meglio.

Per questo motivo abbiamo deciso di rinfrescare i contenuti e di ridurre le sessioni da otto a sei. Un corso più snello, ma ricco di preziose informazioni e utili suggerimenti per gli adv. A tutti i California Expert sarà regalata una California bag con brochure, gadget e utili guide *Californiaexpert.travel*, oltre alla possibilità di partecipare a un fam trip».

suggerimenti per gli adv. A tutti i California Expert sarà regalata una California bag con brochure, gadget e utili guide *Californiaexpert.travel*, oltre alla possibilità di partecipare a un fam trip».



Maria Teresa Rizzitello

**Novità per il 2014?**

«Innanzitutto vi segnalo il sito in italiano *Visitcalifornia.it*, che viene continuamente aggiornato con itinerari, idee e proposte di viaggio. Un'altra piattaforma interessante è *Traveltrade.visitcalifornia.com*, in inglese e totalmente dedicata agli agenti di viaggi. La sezione *digital assets* contiene video, fotografie, mappe e itinerari scaricabili.

Ma la vera novità per il 2014 è la coloratissima guida in italiano sulla California che distribuiremo a breve a tour operator e agenti di viaggi. Sicuramente uno strumento utile che potrà essere consegnato ai vturisti insieme ai documenti di viaggio.

## NEW MEXICO

### Parchi, affare da 81 milioni

Il turismo green fa da traino all'economia del New Mexico. Dall'ultimo report del National Park Service (NPS) emerge che nel 2012 circa 1,5 milioni di persone hanno visitato i tredici parchi dello Stato. Nel dettaglio: Carlsbad Caverns National Park, Aztec Ruins, Bandelier, Capulin Volcano, El Malpais, El Morro, Fort Union, Gila Cliff Dwellings, Petroglyph, Salinas Pueblo Missions, White Sands National Monuments, Chaco Culture e Pecos National Historical Parks.



Sue Masica

Per ogni dollaro investito, il ritorno calcolato dall'NPS è di 10 dollari. In totale, i visitatori avrebbero speso oltre 81 milioni di dollari durante il soggiorno, contribuendo alla creazione e al mantenimento di 1.123 posti di lavoro.

«I nostri parchi attraggono turisti dagli Usa e da tutto il mondo», afferma **Sue Masica**, direttore Inter-

mountain Region di NPS, che include il New Mexico e altri sette Stati. «Che si tratti di tour di un solo pomeriggio, o di gite scolastiche, o magari di vacanze familiari più lunghe – aggiunge – in ogni caso è un'esperienza grandiosa».

A livello nazionale, i 283 milioni di visitatori dei parchi spendono negli Usa circa 14,7 miliardi di dollari. Una cifra colossale che si traduce in 243mila posti di lavoro, di cui 201mila nelle comunità che ospitano i polmoni verdi.

GUIDA UFFICIALE DEL 2014 CON ITINERARI TURISTICI

# California

Nuovo corso di formazione online [www.CaliforniaExpert.travel](http://www.CaliforniaExpert.travel)

California dream big  
visitcalifornia.it

## COLORADO

### Nella terra dei ganjapreneur

La chiamano *pot*, ma anche *herb*, *Mary Jane* e *gangster*. Lo slang si sbizzarrisce quando si parla di marijuana, il nuovo oro verde del Colorado, primo Stato Usa ad averla legalizzata. Solo a gennaio, nel primo mese di commercializzazione, lo Stato ha incassato 2 milioni di dollari in tasse per un totale di 650 punti vendita, di cui un centinaio a scopo ricreativo. I *ganjapreneur*, imprenditori della ganja, sono attivi anche in campo turistico. Tra questi c'è **Colorado Cannabis Tours** e **My 4/20 Tours**, che il cofondatore Matt Brown presenta come «la prima azienda specializzata del Nord America con centinaia di clienti in waiting list». Mauricio e Kim, coppia di turisti di El Paso (Texas), affidano a *Cbcnews* il racconto del loro pot-weekend a Denver: erba a gogò senza sensi di colpa, e la partecipazione a una *marijuana cooking class*. «È come andare ad Amsterdam senza prendere l'aereo», testimonia Mauricio.

Il quotidiano *La Stampa* cita in un reportage il *World Cannabis Week All-Inclusive*: tour di quattro giorni da 1.699 dollari. Il pacchetto include soggiorno in hotel in camere smoking free, trasporti locali e l'accesso a decine di eventi organizzati per la settimana dedicata all'erba. È prevista anche la visita nei migliori negozi legali di Denver e le lezioni di cucina.



Torna a Portland l'Oregon Brewers Festival

### Dove la birra è un cult

*Beervana*, il nirvana della birra, è la parola d'ordine dell'*Oregon Brewers Festival*. La grande festa della birra artigianale, in programma a luglio al Tom McCall Waterfront Park di Portland, raccoglie oltre 70 produttori da tutto il mondo. Dal 1988, data del primo festival, Portland si è affermata come la principale città *beer-friendly* degli Stati Uniti, affollata di

micro birrifici e pub dove la bevanda alla spina scorre a fiumi. Qui i "guru" della birra hanno fondato marchi co-



me BridgePort – il più antico dell'Oregon – Widmer e Portland Brewing, tutte aziende floride con un'ampia distribuzione nel West.

I fratelli McMenam, tra gli imprenditori più in vista dell'Oregon, hanno dato avvio alla produzione quando erano ancora al college e oggi hanno un impero che conta oltre cinquanta pub e ottocento dipendenti. Il loro vezzo? Aprire locali in location bizzarre, dai cinema in disuso alle ex scuole elementari.