

QUOTIDIANO Travel

SPECIALE

a cura di: ALBERTO CASPANI



all'interno

Folclore canadese

a pagina 15

States in rimonta

a pagina 15

Un'offerta più dinamica

alle pagine 16, 17 e 18

Alcuni t.o. di riferimento

a pagina 19

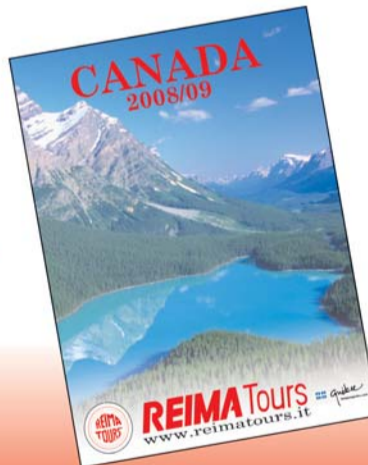
REIMA Tours Tel. 06/5297146 Fax 06/5297170-142
Tour Operator il Vs specialista per:

VOLI CANADA

Voli Speciali con AIRBUS A330 da Roma Fiumicino Venezia Pescara Lamezia



- Viaggi individuali
- Crociere
- Hotels e servizi
- Self Drive
- Noleggio auto
- Noleggio camper
- Tour con accompagnatore



CANADA

www.reimatours.it



reimatours@reimatours.it



- Viaggi individuali
- Minitours
- Hotels e servizi
- Self Drive
- Noleggio auto
- Tour con accompagnatore

STATI UNITI

IN UN'AREA MOLTO AMATA DAGLI ITALIANI, NON MANCANO INEDITI SPUNTI DI VIAGGIO

Mete "vecchie", idee nuove

Basta con cascate spumeggianti e filari di abeti. La Commissione turistica canadese ha deciso di attuare un vigoroso restyling dell'immagine del Paese, puntando su sei nuovi mercati strategici finalizzati a incrementare gli arrivi internazionali. Nel piano di sviluppo 2008-2012 l'accento è stato posto in particolare sulla valorizzazione della cultura aborigena, attraverso progetti che redistribuiscono i proventi del turismo sulle comunità autoctone locali (sia di ceppo pellerossa, sia inuit), alimentando nuove forme di ecosostenibilità. La domanda per questo tipo di segmento è venuta a delinearsi nei mercati europei primari per il Canada, ovvero Francia (85% dei visitatori sono interessati alla cultura autoctona), Germania (72%) e Regno Unito (46%), cui un po' spiazzata sta ora allineandosi pure l'Italia. Scoprire antiche tradizioni canadesi rappresenta oggi la nuova frontiera dell'avventura, anche perché spesso aggregarsi a guide aborigene aiuta a conoscere le risorse naturali del Paese da un punto di vista più radicato ed esclusivo. Si tratta comunque di un'esigenza messa in luce da un target giovane, ovvero costituito da under 50, desiderosi di integrare il proprio soggiorno con esperienze di canoing, kayaking, dog-sledding, ma anche cavalcate a dorso di cavallo e rafting. L'osservazione della natura e il trekking più classico restano invece appannaggio di una clientela più matura, over 60, il che spiega in parte perché i circuiti aborigeni siano più facilmente integrati a itinerari fly&drive, piuttosto che ai tour organizzati. Fra le novità più interessanti della stagione (ne sono state individuate ben 29), spiccano i festival folcloristici della riserva Miawpukek First Nation Conne River, sull'isola di Newfoundland; l'apertura del lodge Bathurst Inlet nel Nunavut; il Metepenagiag Heritage Park nel New Brunswick, senza trascurare il circuito Great Spirit Circle nell'Ontario (attraverso i territori delle tribù Ojibwe, Odawa e Pottawatomi) o le esposizioni tematiche dell'hotel museo Premières Nations in Quebec. La scelta di puntare sui desiderata europei, più che statunitensi, è dettata anche dall'andamento piuttosto negativo fatto registrare dagli arrivi Usa in Canada, calati dall'inizio di gennaio al marzo scorso di un preoccupante 12,6% (da 4 milioni 925 mila nel 2007 a 4 milioni 376 mila del corrispondente periodo del 2008). Più contraddittorio l'andamento europeo: 144 mila inglesi nei primi tre mesi del 2008, pari a +0,9% sul 2007; 61 mila 810 francesi, +1,5%; in calo sono i tedeschi, 37 mila 690, pari a un -2,9%, così come gli italiani, 10 mila 748, -2,3%.

Per fare breccia nei cuori dei nuovi turisti, il Canada ha inoltre potenziato le proprie risorse wellness e i circuiti gastronomici, rivoluzionando completamente i temi guida delle campagne promozionali degli anni scorsi. Una scommessa che potrebbe fruttare risultati ben al di sopra delle aspettative.

Gli Stati Uniti ricominciano invece da dove tutto era perduto. Con il record di arrivi internazionali fatti registrare da New York (7 milioni 646 mila turisti nel 2007, pari a un +23%), pare si sia ormai imboccata con fermezza la via della risalita complessiva del Paese, complice il dollaro debole. Buoni segnali sono giunti anche da Philadelphia, cresciuta di un 23% con quasi 550 mila arrivi e in generale dall'East Coast, ma gli Stati Uniti sono pronti a cavalcare l'onda anche grazie al rilancio del sito nazionale dedicato al turismo, www.discoveramerica.com. In seguito all'investimento di circa 4 miliardi di dollari, il nuovo portale rappresenterà l'unico accesso unificato in rete a tutte le risorse turistiche americane, andando dunque a colmare quel gap di informazione che, solo lo scorso gennaio, aveva fatto lamentare alla Tia (Travel Industry Association) il declino turistico degli States. Allora il calo generale degli arrivi era stato stimato attorno al 17%, responsabile di una perdita di fatturato pari a quasi 100 miliardi di dollari. Ora il mercato sembra invece aver imboccato una nuova strada: per il 2008 sono attesi 47,8 milioni di turisti (quasi un

Nel piano di sviluppo canadese, grande attenzione è stata riservata alla valorizzazione della cultura aborigena



Numeri Canada

- **+1,5%**
Incremento 2008 visitatori francesi
- **-2,3%**
Calo visitatori italiani nel 2008
- **-12,6%**
Calo visitatori Usa nel 2008

Numeri Usa

- **47,8 mln**
Turisti attesi nel 2008
- **50 mln**
Turisti attesi entro il 2012
- **4 mld \$**
Investimento per il nuovo portale

milione in più rispetto alla precedente stagione), tanto che già entro il 2012 il governo americano pensa di poter raggiungere quota 50 milioni. Gli italiani sono fra i principali artefici della rinascita a stelle e strisce, con 634 mila ingressi lo scorso anno, record di sempre, realizzato con un sorprendente incremento del 19%. Il futuro appare ancora più roseo, visto che la Tia ha deciso lo scorso marzo di aprire un proprio ufficio nel Belpaese, rappresentato dalla società Master Consulting di Massimo Loquenzi.

Uno degli obiettivi primari degli Stati Uniti consisterà, nel breve-medio termine, nell'ampliare la percezione del proprio immaginario turistico, andando a valorizzare anche risorse di stati sino ad oggi considerati secondari. Basti citare la forte promozione dirottata sull'African Safari Wildlife Park di Cleveland, in Ohio, l'unico parco safari che consente di muoversi liberamente fra la fauna raccolta in tutto il Mid-West.

Analogamente, grande attenzione sta risvegliando l'Arizona Sonora Desert Museum, a Tucson in Arizona, dove si trovano più di mille 300 specie di piante e 300 animali, visitabili dopo un'avventurosa attraversata del deserto locale.

La Florida spinge invece sulle attività in mare, invitando all'esplorazione delle sue coste attraverso tour in kayak guidati, ultima moda di Fort Lauderdale.

Nessuna grande novità ha però rivoluzionato i gusti italiani per il prodotto Usa: chi sceglie di trascorrere una vacanza in America, lo fa ancora alla luce dei miti più classici. Dunque, soggiorni nella Big Apple o nelle città più famose (Los Angeles, Las Vegas, San Francisco su tutte), all'interno dei grandi parchi nazionali o dedicandosi al leggendario Coast to Coast.

Questo perché l'economicità del Paese sta rendendo sempre più accessibili risorse e servizi sino a pochi anni fa abbordabili solo da un'alta fascia di clientela, mentre oggi gli Stati Uniti sono appannaggio di qualunque target turistico.

Meglio approfittarne, dunque.

Attività alternative

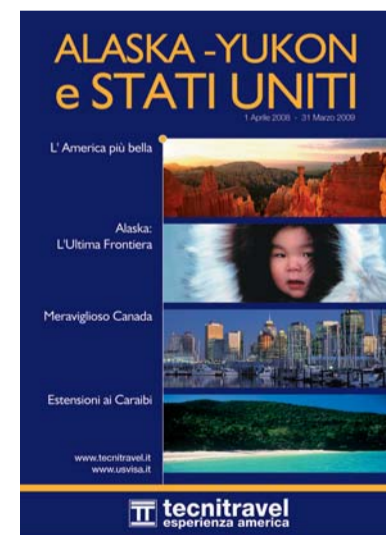
Record di turisti internazionali a New York: nel 2007 la città ha registrato oltre 7 milioni e mezzo di arrivi (+23%)



Qualcuno non ama l'America perché non riesce a distinguere la propria attenzione dagli aspetti che giudica negativi. Noi amiamo l'America perché - al contrario di questo "qualcuno" - è per noi la destinazione più accattivante, attraente, affascinante, moderna, attiva, ricca di natura generosa e sorprendente: fiumi, laghi, montagne, vegetazione, parchi grandiosi, e di popolazione eterogenea, attiva e creativa che ha fatto di questo grande Paese un centro di attrazione globale.

Su queste certezze TECNITRAVEL ha, fin dalla nascita, (1973) fondato il fulcro della propria attività, riscontrando continui e lusinghieri successi.

Itinerari perlustrativi di questo grande territorio sono il compendio della profonda conoscenza della destinazione, conoscenza che data ormai da oltre trent'anni, e che ci ha consentito di costruire programmi che consentono di conoscere il Paese nei luoghi più significativi sotto i vari aspetti: culturali, vuoi informativi, vuoi geografico-ambientali. Dall'Alaska alla California, dal Nevada alla Florida, dal Texas al Massachusetts, ogni Stato vanta le proprie caratteristiche ed il giusto itinerario che TECNITRAVEL ha costruito per diretta conoscenza di questo continente, saprà soddisfare l'esigenza di curiosità e interesse del turista accorto e preparato che non si accontenta di un 'sorvolo' superficiale ed approssimativo.



TECNITRAVEL
Via Pantano 26
20122 Milano

Tel. +39 02 805 3903
Fax +39 02 869 3351

reservations@tecnitravel.it
www.tecnitravel.it

L'OFFERTA DEI TOUR OPERATOR SPECIALIZZATI VA APRENDOSI A NUOVE FORMULE

Frontiere più ampie

Sempre a caccia dell'ultima frontiera. Una volta era il Far West, poi toccò allo Yukon della corsa all'oro, oggi sembra il turno dell'Alaska di "Into the Wild". Con la massificazione del mercato americano, trascinato da un dollaro debole e da collegamenti aerei capillari, l'obiettivo primo degli operatori di settore risulta l'individuazione di aree accessibili, ma capaci di proporsi come valida alternativa a circuiti classici un po' in affanno (più per la concorrenza dei viaggi "indipendenti", che per un effettivo tramonto d'interesse).

«Quest'anno puntiamo tutto sull'Alaska - riconosce **Guido Cassano, titolare di Tecnitavel** - perché si conferma destinazione di miglior rapporto qualità/prezzo, durante un periodo in cui tutti cercano l'offerta al ribasso in un mercato tradizionalmente costoso. Il cliente dell'Alaska è invece un viaggiatore esperto e maturo, in grado di attribuire il vero valore ai pacchetti organizzati, nonché di prenotare con lungimiranza, riservandosi le partenze 30 o 40 giorni prima. Quando iniziammo a programmare gli Stati Uniti e il Canada nel 1973, questo era appunto il profilo di chi ha poi decretato il successo delle destinazioni; bisogna comunque riconoscere che la maggior accessibilità del mercato ha reso più duttili gli itinerari proprio in aree impegnative come l'Alaska, dov'è cresciuta l'offerta ricettiva, così come il livello degli strumenti di comunicazione».

Il cliente di oggi cerca soprattutto l'originalità, è affascinato dalla libertà di poter scegliere la "propria" America, grazie alle opportunità dischiuse dall'euro forte. Per meglio soddisfare questa esigenza, alcuni specialisti non hanno puntato solo su nuove destinazioni, ma anche su un metodo di programmazione molto più flessibile, che renda il cliente stesso "autore" del proprio viaggio.

«Il punto forte di **Naar** - spiega **Maurizio Casabianca, direttore commerciale** dell'operatore - non consiste tanto nell'andare a caccia di sorprese, quanto di mettere a disposizione un sistema mediante cui si possano costruire itinerari su misura. Anche dal punto di vista tecnologico abbiamo ampliato il numero di fornitori, mentre a breve il rinnovo del sito ci permetterà di semplificare ancor più le operazioni online. D'altra parte, molto più di altri mercati, l'America offre grandi opportunità sul web, tant'è che sono i clienti stessi ad avvicinare prima le destinazioni via internet e, mediante questo, esercitare critiche od osservazioni sui prezzi proposti, dimenticando però spesso il servizio di consulenza offerto dai tour



L'America offre più di altre mete grandi opportunità sul web

Naar



operator».

E' dunque caccia alla formula più "snella" possibile, ma al tempo stesso adatta a una fascia di clientela maggiormente diversificata.

«I nostri tour possono essere condotti in bus, in auto, in camper o in moto - chiarisce **Mariangela Candiani, responsabile direzione prodotto&operativo per Gastaldi1860** - e a ciascuno viene fra l'altro offerta in omaggio una grande cartina degli Usa, proprio per ritagliarsi il viaggio in funzione dei propri interessi. Al di là dei classici itinerari guidati, o dei pacchetti à la carte, sono soprattutto le vacanze in Harley Davidson a prendere piede, in abbinamento a soggiorni sulla costa per rilassarsi dopo lunghe escursioni. L'ampliamento della nostra offerta mare è stato però attuato anche alla luce delle crescenti richieste nel mercato dei viaggi di nozze, l'unico capace di attribuire ancora il giusto peso alla qualità della struttura d'appoggio. Negli altri casi l'hotel è visto solo come un semplice punto di passaggio, per cui si preferisce spendere più soldi per altri servizi alla persona o relativi ai trasporti, anziché sul ricettivo».

L'attenzione prestata ai costi si riflette positivamente sulle prenotazioni, in quanto strategiche per apprezzare davvero la "libertà" nelle proprie scelte: nel mercato statunitense hanno acquistato molto peso quelle legate ai parchi nazionali, dal momento che hotel, resort o lodge della zona presentano spesso scarsa disponibilità e spingono a rimodulare gli itinerari e a prenotare in anticipo.

Per prenotazioni sino a metà giugno, Gastaldi1860 ha dunque proposto un bonus di 100 euro per camera sui tour con accompagnatore, mentre nel caso specifico del pacchetto "Avventura nell'est degli Usa" addirittura un abbuono del 50% sulle quote di apertura pratica.

Originalità non significa però solo nuove destinazioni.

«La Fabbrica dei Sogni ha investito con successo nella proposta di un'America di stile - evidenzia **Bruno Pallotta, amministratore del tour operator** - con soggiorni in folcloristici ranch, in hotel di charme (Inns) e parallelamente con circuiti shopping di primissimo livello, affinché il cliente possa permettersi un genere di esclusività più vicino al concetto di vacanza relax. In aggiunta, nei tour organizzati vengono affiancate guide specializzate in architettura, per far meglio apprezzare certe sfumature che altrimenti potrebbero passare inosservate ad occhi "amatoriali". Proprio in quest'ottica, in futuro andremo a selezionare dimore di valore storico anche per i soggiorni».

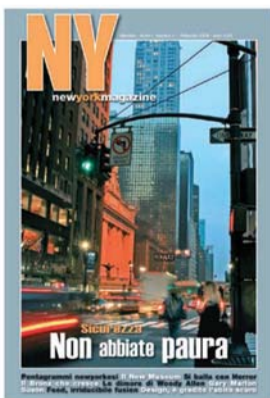


Proponiamo itinerari guidati, pacchetti à la carte e soggiorni mare

Gastaldi 1860



New York Magazine:
la Grande Mela
dalla A alla Z



Si chiama New York Magazine e contiene tutto, ma proprio tutto, per accontentare chi vede nella metropoli statunitense un modello da osservare con attenzione.

La rivista mensile, edita da Alan Publishing Group e diretta da Andrea Franchini, vanta una redazione con sede a New York all'interno dell'Empire State Building, in grado di radiografare in tempo reale usi e costumi, fatti e notizie, inchieste e storie di personaggi che si sviluppano nella Grande Mela. Il periodico specializzato ha forti contenuti di servizio e di lifestyle ed è una tessera del progetto "Leisure" lanciato da Alan Publishing Group.

Parte dell'iniziativa anche la concessionaria di pubblicità, More Than Media MTM. New York Magazine viene diffusa in 150 mila copie in edicole selezionate in tutta Italia al costo di 4 euro.

La rivista è inoltre consultabile in formato elettronico sul sito della società che ne detiene i diritti per l'estero all'indirizzo www.secondpress.eu

LA TENDENZA PIU' RECENTE COMBINA LA VISITA DEI DUE PAESI IN UN UNICO TOUR



In moto, in canoa, in bici o correndo: questi i nuovi modi per esplorare gli Usa

Auratours


Ci siamo aperti ai viaggi in Stati "alternativi" come Montana o South Dakota

Reimatours


Lo sforzo di investimento negli Stati Uniti e nel Canada è dettato anche dal fatto che si tratta mercati non stagionali, in grado di offrire riscontri positivi lungo tutto l'arco dell'anno, sebbene la "facilità" del loro approccio (più per la popolarità degli Stati Uniti, che per il Canada), faccia emergere ogni giorno operatori improvvisati, colpevoli di sminuire la qualità delle proposte. D'altra parte, in bassa stagione è spesso sufficiente prenotare il volo tramite operatore, per poi arrangiarsi in loco, ma questa formula non premia in altri periodi dell'anno: mancando una selezione a monte, il rischio è di venire a spendere comunque di più, rimanendo meno soddisfatti. Non a caso si contano meno repeater proprio fra gli indipendenti.

Al contrario, gli Stati Uniti sono un'ottima rampa di lancio per i viaggi di nozze in combinata, con abbinamenti particolarmente fruttuosi sui pacchetti Usa-Caraibi, Usa-Hawaii o ancora Usa-Polinesia. Né vanno dimenticate le Isole Vergini Americane, ideale estensione mare per il pubblico più ricercato.

«I grandi spazi del Nordamerica si prestano per lanciare con successo proposte di viaggio altrimenti confinate alla nicchia - aggiunge **Roberto Morgi, sales manager di Auratours** - come ad esempio il "tour sportivo". Dopo l'affermazione dei fly&ride in Harley Davidson, ora la nuova tendenza consiste nell'esplorare i territori degli Usa o del Canada facendo rafting, in mountain bike o alla "Forrest Gump", cioè correndo su strada, tant'è che già proponiamo pacchetti per maratone a Philadelphia, Boston, Las Vegas, nella zona delle cascate del Niagara e a Montreal. Molto importante, in riferimento a questo tipo di approccio, è la complementarietà che stanno assumendo i due Paesi: chi visita gli Usa non rinuncia a un grande parco canadese o viceversa, sebbene il mercato statunitense sia più adatto per il pubblico degli indipendenti, mentre il Canada garantisce ancora i maggiori fatturati attraverso i tour di gruppo. In realtà,



si tratta solo di minor conoscenza della destinazione, perché le modalità di accesso sono assai di frequente le stesse».

A spingere molto per l'uscita dai circuiti tradizionali è oggi in particolare **Reimatours**. «Messo un punto fermo su New York - osserva **Enzo Del Giorno, direttore commerciale dell'operatore** - ormai presentata in tutte le salse, le mete più originali negli States riguardano gli stati del Montana, del Wyoming, del South Dakota, così come dell'Idaho e del Colorado, che presentiamo sia con la formula "tour con accompagnatore", sia "self drive". Per il Canada rimane invece importante l'offerta Quebec, divisa fra grandi città (Montreal e Quebec City) e luoghi di interesse naturalistico (Lac Saint-Jean a Tadoussac, Gaspésie, Trois Rivieres), oltre ai romantici percorsi in treno».

A riprova della tendenza a voler allargare sempre più i confini affermati, anche Reimatours ha quest'anno inserito in catalogo le Isole Vergini Americane (Saint Croix, Saint John e Saint Thomas).

Per quanto riguarda invece Vivamondo by Chiariva, è l'interesse verso l'Ovest ad aver caratterizzato la programmazione stagionale, trascinata dal fly&ride in Harley Davidson e dal desiderio di esplorazioni più specialistiche nei grandi parchi nazionali. «Il Canada resta comunque il Paese capace di stupire maggiormente il cliente italiano - precisa **Lorenza Oselin, responsabile comunicazione per Vivamondo by Chiariva** -, il luogo migliore per avvistare balene, beluga e orche marine. Offre fiumi ideali per la pesca al salmone, parchi per l'osservazione degli orsi neri o bianchi, ma anche insediamenti per contatti diretti con gli indiani, senza dimenticare l'esclusività degli spazi artici».

Due paesi, un continente. L'America resta più che mai un pozzo dalle risorse davvero infinite.



Il Canada resta il Paese che stupisce maggiormente il cliente italiano

Vivamondo by Chiariva




WholeSaler Alberghiero Italiano
WWW.WORLDWIDEHOTELINK.COM

Per contattarci scrivere a:
Clienti: customercare@whl.it Alberghi: contracting@whl.it

SPECIALE

USA E CANADA

4 luglio 2008



ALCUNI DETTAGLI SULLA PROGRAMMAZIONE DEI T.O. INTERVISTATI

OPERATORE	PUNTI DI FORZA	PRODOTTO DI PUNTA	NOVITA'	PREZZO MEDIO	TARGET
AURATOURS www.auratours.it	Nordamerica in versione sportiva; offerte per tutte le tasche; focus su Isole Vergini Americane	Fly&drive con noleggio moto Harley Davidson	Pacchetti "active" con possibilità di rafting, mountain bike e corsa su strada	Fra i 1000 e i 3000 euro per 12 giorni	Ogni tipologia

OPERATORE	PUNTI DI FORZA	PRODOTTO DI PUNTA	NOVITA'	PREZZO MEDIO	TARGET
GASTALDI 1860 www.gastaldi1860.it	Articolata conoscenza prodotto/fornitori; notevole disponibilità a supportare agenti di viaggio; assistenza in ogni fase del viaggio (pre e post)	Panorami del Nordest, fra New York e le cascate del Niagara	Ampliamento offerta mare	Fra i 1.400 e i 2.600 euro per 10/14 giorni	Medio, medio-alto

OPERATORE	PUNTI DI FORZA	PRODOTTO DI PUNTA	NOVITA'	PREZZO MEDIO	TARGET
LA FABBRICA DEI SOGNI www.lafabbricadeisogni.biz	Profonda conoscenza del prodotto; velocità di risposta nei preventivi; servizi personalizzati	Visita dei parchi nazionali nell'Ovest	Soggiorni in dimore storiche o Inns	Circa 2.500 euro per 15 giorni	Medio-alto

OPERATORE	PUNTI DI FORZA	PRODOTTO DI PUNTA	NOVITA'	PREZZO MEDIO	TARGET
NAAR www.naar.com	Software Naar per costruzione viaggi online; collegamento diretto con i fornitori; risposta a tutti i preventivi in tempi brevi	Selezione Historic Hotels of America	Gran Canyon in elicottero	Da 600 a 2.700 euro per persona una settimana/ due settimane	Tutti i target

OPERATORE	PUNTI DI FORZA	PRODOTTO DI PUNTA	NOVITA'	PREZZO MEDIO	TARGET
REIMATOURS www.reimatours.it	Grande professionalità; competitività nei prezzi; velocità di risposta alle richieste	Fly&drive con consulenza	Lancio delle Isole Vergini Americane e minitour negli Usa	Dai 600 ai 1.200 euro per 10 giorni in tour	Medio, medio-alto

OPERATORE	PUNTI DI FORZA	PRODOTTO DI PUNTA	NOVITA'	PREZZO MEDIO	TARGET
TECNITRAVEL www.tecnitravel.it	Specialista dal 1973; pacchetti su aree meno note; contatti diretti con i fornitori	Alaska	Cinque "fishing lodge" in Alaska	Fra i 1.144 euro per 5 giorni e i 2.767 euro per 11 giorni	Medio, medio-alto

OPERATORE	PUNTI DI FORZA	PRODOTTO DI PUNTA	NOVITA'	PREZZO MEDIO	TARGET
VIVAMONDO www.chiariva.it	Lunga esperienza sul bacino; offerte per ogni budget; ottimo rapporto qualità/prezzo	Pacchetti più specialistici per la visita dei parchi nazionali	Pacchetti itineranti in Harley Davidson	Fra 1.800 e 2 mila per 14/18 giorni	Ogni fascia

I protagonisti in breve



Spazi infiniti di libertà.

Visitare le grandi città e scoprire le incredibili bellezze naturali del Canada: un'esperienza che Chiariva sa personalizzare in tanti modi, i tour di gruppo con accompagnatore di lingua italiana, gli itinerari in auto, le escursioni in villaggi di pellirosse, le esplorazioni alla ricerca dell'oro. E oltre alla magia del Canada, Chiariva propone crociere in Alaska, viaggi in tutto il Nord America e in Messico, estensioni ai Caraibi e in Polinesia. Consultate i cataloghi sul web o chiamate il booking Chiariva: e... godetevi il panorama.

Favoloso Canada
tour di gruppo 12 giorni
partenze tutte le settimane
di luglio, agosto e settembre
Da € 1.773,00 volo escluso

ANNIVERSARIO 130 1878-2008

CHIARIVA
DAL 1878
by Vivamondo
www.chiariva.it

Focus sull'offerta di alcuni tour operator

Operatore	Qualche "plus" di rilievo
AMERICA WORLD (www.qualitygroup.it)	Destinazioni: Usa Top: "La febbre dell'oro" è un tour in bus di 8 giorni, che esalta la bellezza dei due parchi più spettacolari dell'Ovest americano: il Grand Canyon, uno dei fenomeni geologici più grandiosi, scolpito dal fiume Colorado e il Bryce Canyon, con i suoi pinnacoli e le sue guglie multicolori. Non mancano le luci e i colori di Las Vegas, mentre l'atmosfera "cinematografica" di Hollywood e Beverly Hills, unita alle grandi spiagge dell'oceano Pacifico, è destinata a lasciare un ricordo indelebile di Los Angeles. A partire da 996 euro (volo escluso).
ALIDAYS (www.alidays.it)	Destinazioni: Canada e Usa Top: l'itinerario "Parchi nazionali Deluxe" si snoda da Los Angeles verso il deserto della California, sino ad arrivare al Grand Canyon, una delle meraviglie del mondo. Si prosegue poi il viaggio attraversando la Monument Valley, il Lake Powell e il Bryce Canyon, toccando infine la scintillante Las Vegas. L'itinerario prosegue alla volta del parco nazionale di Yosemite e si conclude a San Francisco. A partire da 3.270 euro per 13 giorni.
HOLIDAYTIME (www.holidaytime.it)	Destinazioni: Usa Top: il triangolo dell'Ovest è un itinerario di 10 giorni, che dalla rutilante Las Vegas, conduce alla Valle della Morte, ma anche attraverso il parco di Yosemite o le vie di San Francisco, con tappe nelle cittadine coloniali spagnole di Monterey e Santa Maria. A partire da 727 euro.
HOTELPLAN (www.hotelplan.it)	Destinazioni: Canada, Usa Top: nel programma "The most spectacular train trips in the world" è contemplato pure il viaggio in treno fra la British Columbia e l'Alberta, utilizzando carrozze di estremo comfort a bordo del famoso Rocky Mountaineer. In appena tre ore ci si può trasferire da Vancouver a Whistler, per poi scegliere se seguire la Fraser Discovery Route sino a Jasper, o la Kiking Horseroute diretta a Calgary. Tratte a partire da 95 euro a persona, per un itinerario che può estendersi sino ad una settimana.
IL QUINTO MONDO (www.ilquintomondo.it)	Destinazioni: Usa Top: situato nella parte nord dello "strip" di Las Vegas, il Luxor hotel invita a tornare nel lontano Egitto, tra piramidi, faraoni e templi. E' racchiuso in un'enorme piramide di vetro e acciaio di 30 piani in un'ambientazione legata al periodo storico dell'Egitto dei faraoni, rivisto in chiave moderna. Annesso al complesso, l'immane casinò. Prezzi su richiesta.
KARISMA TRAVELNET (www.travelnet.it)	Destinazioni: Usa Top: Stati Uniti in versione "tropicale". Richiede almeno 7 giorni il tour della Florida, che muove da Miami Beach alla volta di Everglades, il più grande rifugio tropicale d'America e antico territorio delle tribù Miccosukee e Seminole. Quindi le bianche spiagge di Naples e Marco Island, per chiudere a Orlando, nota per i parchi di Walt Disney e i cinematografici Universal Studios. A partire da 465 euro (volo escluso).
KONRAD TRAVEL (www.konradtravel.com)	Destinazioni: Canada e Usa Top: "Outfitter" è una tipica tenuta nel cuore della foresta, un club di caccia e pesca ora convertito in comodo e lussuoso lodge, ideale punto di partenza per qualsiasi attività all'aria aperta. L'operatore ha selezionato alcuni dei migliori outfitters dell'East Canada, scelti per la loro ubicazione e per l'originalità e qualità delle strutture ricettive. Un avvincente itinerario condurrà attraverso le bellezze della natura del Quebec con stile, comodità e fascino, a partire da 1.750 euro per 14 giorni in fly&drive.
KUONI (www.kuoni.it)	Destinazioni: Canada e Usa Top: quattro giorni nel parco nazionale di Katmai, paradiso degli orsi grizzly, che qui vivono allo stato libero in un ambiente naturale intatto. Molte le attività praticabili al lodge: avvistamento orsi, bird watching, escursioni fotografiche, escursioni a piedi e in kayak, oppure visita ai siti archeologici. Una guida in inglese condurrà nei luoghi più scenografici e interessanti della baia di Kukak, a bordo di un'imbarcazione appositamente creata per accedere alle spiagge e baie più remote. Prezzi su richiesta.
NEO TOURS (www.neotours.it)	Destinazioni: Canada e Usa Top: si chiama "Inside passage" ed è un itinerario di 13 giorni, che spazia da Calgary ai parchi nazionali di Baffin e Jasper. Attraversando i monti Robson e Hudson Bay, si giunge poi all'antico villaggio di Gitxan, con tappe in insediamenti di pescatori sino alla moderna Victoria. A partire da 2.304 euro per 13 giorni.
NUNA TRAVEL (www.nunatravel.com)	Destinazioni: Canada e Alaska Top: la Gaspésie è una penisola dai paesaggi grandiosi. Qui ci si può regalare un'esperienza romantica dedicandosi alla raccolta di pietre d'agata sulla spiaggia, all'osservazione dei mammiferi marini, alla pesca in mare o sul fiume, per una vacanza benessere, con possibilità di visite culturali e gustose incursioni nella cucina marinara. Il parco nazionale che accoglie il famoso Rocher Percé, monumentale monolito lungo 470 metri nonché simbolo della regione e l'Ile Bonaventure, rifugio della più importante colonia di sule di tutta l'America del Nord, è una delle destinazioni per eccellenza della regione. Nove giorni a partire da 2.448 euro.
RALLO (www.ralloviaggi.it)	Destinazioni: Canada e Stati Uniti Top: dai riflettori della West Coast alle onde delle Hawaii. In 12 giorni è possibile ripercorrere i luoghi più significativi di Los Angeles e San Francisco, provando l'ebbrezza di Las Vegas, per poi rilassarsi nelle isole vulcaniche del Pacifico. A partire da 1.270 euro.
VIAGGIDEA (www.viaggidea.it)	Destinazioni: Canada e Stati Uniti Top: storico e rinomato ranch nello stato del Montana, situato a nord del parco Yellowstone sulle sponde del Gallatin River, il Triple Creek Ranch è facilmente raggiungibile dai maggiori aeroporti. Dispone di cottage deluxe, tutti rigorosamente in legno e con alcune camere dotate di camino, oltre al ristorante "320 Steak House" e a un saloon. Da non perdere tutti i mercoledì una cena sulle sponde del fiume per gustare carne cotta sul barbecue. Numerose le attività outdoor. A partire da 70 euro a notte per persona in doppia.
WOKITA (www.wokita.com)	Destinazioni: Usa Top: fra i molteplici soggiorni a New York, quello presso il Sohotel è senza dubbio uno dei più suggestivi. Si tratta infatti del più vecchio albergo di New York City e si trova a Manhattan, a pochi passi da Soho, dal Greenwich Village, da Little Italy, da Chinatown e Tribeca. Ha ospitato personalità della politica e dello spettacolo. Una settimana fra le sue pareti costa 1.719 euro (volo incluso).