Showcase Usa-Italy 2015 - Day Two: timori per il dollaro forte?

Si ribalta il format nel secondo giorno dello **Showcase Usa-Italy 2015 in atto a Pisa,** che chiude oggi alle 14.00 dopo un pranzo offerto dal **Massachussets office of travel and tourism**; sono gli operatori, 23 to più le società di autonoleggio, Ncl, Master Consulting e Thema Nuovi mondi, occupano i tavoli in sala con agenti di viaggi, giornalisti e *seller* americani a in contrarli senza alcun appuntamento prefissato.

Noi di Wbm ad alcuni di loro abbiamo chiesto di una preoccupazione che già ieri serpeggiava tra espositori americani, ovvero il dollaro forte, lasciando per un momento da parte lo spettro terrorismo internazionale (che, a dir la verità, preoccupa di più per altre mete più vicine a noi): "potrebbe influire sulla scelta di qualcuno che vuole andare in vacanza negli Stati Uniti e che, come sempre succede sul mercato italiano, prenota sotto data, a maggio o giugno" ci dice il pm Stati Uniti di **Alidays Giuseppe Gerevini**, "per noi, però, che abbiamo circa il 70% di clientela che sceglie questa destinazioni che sono *honeymooner* non abbiamo visto alcuna flessione". Una tendenza che ribadisce anche **Elisa Gallina pm di America World, Quality Group**: "anzi, visto che noi facciamo tanti viaggi di nozze, ho addirittura visto un aumento delle richieste dal punto di vista dei servizi; quindi preventivi più cari ma, appunto, non per colpa del dollaro forte". Nessuna preoccupazione anche per **Alessio Virgili, founder di Quiiky e di Maurizio Di Bella, responsabile prodotto Usa e Canada di Press Tours**, "anzi anno su anno siamo a un più 15% al momento". **Cesare Ferrari, Product Planning Manager de I Grandi Viaggi**, ribadisce che, "fino a tutto marzo non vi sarà alcun adeguamento, ma al momento non vediamo grossi problemi"

Un po' più di preoccupazione, invece, nelle parole di **Matteo Pomini, Partner e Managing Director di Interplanet GSA,** che volge lo sguardo sulle marginalità, "il dollaro forte forse peserà nelle scelte delle vacanze degli italiani al massimo per un 2% circa, ma temo invece un calo delle marginalità per le aziende che vendono gli Stati Uniti. E, magari, per lo shopping sul posto. Un calo di cui non abbiamo bisogno in un momento come questo...tutto questo, naturalmente, se i giochi rimangono così e il dollaro non si rafforzerà ulteriormente". Chiude **Olga Mazzoni, founder di Thema Nuovi Mondi**, nonché presidente di **Visit Usa**, che sottolinea: "è sicuramente una turbativa ma dopo il rallentamento iniziale di quando si è apprezzato il dollaro, abbiamo rivisto ripartire i vari booking. Anche gli esponenti

statunitensi sono preoccupati per l'export. Noi forse lo siamo per un possibile *downgrading* di servizi, ma pensiamo che non intaccherà il numero dei visitatori".