Brand USA torna a organizzare Fam trip per il trade italiano

Brand USA, l’organizzazione per la promozione turistica degli Stati Uniti, ha organizzato il primo Fam Trip Italia in collaborazione con **American Airlines**, la compagnia aerea più grande del mondo. Il viaggio ha portato alcuni dei più prestigiosi Tour Operator italiani alla scoperta del Sud degli Stati Uniti d'America grazie al volo diretto American Airlines da Roma Fiumicino a Dallas Fort Worth, il principale hub della compagnia sul quale opera con un aeromobile Boeing 777-200.

Il Fam Trip ha visto la partecipazione di Giuseppe Gerevini di Alidays, Marisa Brancini di Eden Made, Maia Caserta di Glamour, Massimo Miniello di Idee per Viaggiare, Lucia Alessi di Naar, Maurizio Di Bella di Press Tours ed Elena Azzoni di Volonline, accompagnati da Marcella Re, Managing Director di Brand USA per l’Italia e Nicolò Sessa, Channel Sales Manager di American Airlines.

Il viaggio si è svolto dal 3 al 10 aprile 2019 e ha portato un'ottima delegazione del trade italiano alla scoperta del Sud degli Stati Uniti d'America, tra Texas e Louisiana. Partendo da Dallas, una delle città più dinamiche del Sud, l’itinerario ha dato un assaggio di ciò che è il Texas attraverso Fort Worth, luogo ideale per immergersi nell'autentica cultura Western e sede dell’Headquarter di American Airlines, dove i partecipanti hanno avuto modo di visitare il cuore pulsante del centro di controllo della compagnia aerea più grande del mondo. Il viaggio si è poi diretto alla volta di Houston, città che riserva sorprese sia dal punto di vista dell’architettura sia nei diversi quartieri di tendenza.

Successivamente i rappresentanti del trade italiano si sono diretti alla scoperta della Louisiana partendo da Lake Charles, vivace città situata lungo le rive del fiume Calcasieu, nota per la sua eccellente cucina, i festival, il quartiere storico ed il rhythm and blues. In Louisiana i partecipanti hanno avuto modo di approfondire sia la storia del paese ai tempi della schiavitù nelle piantagioni che la cultura locale visitando una raffinata distilleria di rum. Infine il viaggio è giunto a New Orleans, la città più europea degli Stati Uniti, culla dell'immensa evoluzione che la musica ha vissuto nel corso del XX Secolo in tutto il mondo.

Il progetto si inquadra nelle attività di marketing messe in campo da Brand USA per promuovere gli itinerari multistato negli Stati Uniti verso, attraverso e al di là delle grandi metropoli. La stretta collaborazione con American Airlines ha permesso di far scoprire ai principali Tour Operator italiani le aree più insolite degli Stati Uniti, per aggiungere ricchezza alle proposte di viaggio grazie al ventaglio

di esperienze non convenzionali che solo gli States possono offrire.