

# ***Turismo -*** *Brand USA punta sui mercati europei e lancia le festività invernali: "Non c'è momento migliore per vivere l'America"*

**Roma** - 30 set 2026 (Prima Notizia 24) **In occasione della Travel Week ad Amsterdam, il presidente Fred Dixon presenta un'offerta integrata che va dal Thanksgiving Day a Capodanno. Nel 2026 riflettori puntati sul centenario della Macy's Parade e sulle tradizioni locali, sostenuti da 379 rotte dirette transatlantiche.**

Riposizionare le grandi festività americane come un'unica grande stagione di viaggio coerente ed esperienziale, capace di attrarre i flussi d'oltreoceano. È questa la strategia presentata da Brand USA a margine dell'apertura ad Amsterdam della Travel Week per il Regno Unito e l'Europa. "Non c'è momento migliore per vivere l'America", ha dichiarato Fred Dixon, presidente e CEO dell'ente di promozione turistica statunitense, sottolineando come "UK ed Europa restano mercati criticamente importanti" nel quadro dell'attuale scenario del turismo inbound. Il piano punta a trasformare celebrazioni come Thanksgiving, Hanukkah, Natale, Kwanzaa e Capodanno in un palinsesto strutturato per un viaggiatore internazionale interessato ad approfondire aspetti culturali, atmosferici e di costume. Tra i principali vettori della promozione per il 2026 spicca il centenario della Macy's Thanksgiving Day Parade, che il prossimo 26 novembre festeggerà la sua 100esima edizione con cento strutture gonfiabili, l'esordio di nuovi palloni tra cui un Sorcerer Mickey e un forte richiamo alla memoria storica. Per Brand USA il grande evento newyorkese rappresenta il punto di partenza ideale per itinerari prolungati che si estendono verso le festività natalizie e la fine dell'anno, da affiancare ad altri appuntamenti storici come la 6abc Dunkin' Thanksgiving Day Parade di Philadelphia, considerata la più antica sfilata del Giorno del Ringraziamento della nazione. La proposta di promozione integrata si estende anche a mete meno convenzionali e a mercati nicchia, unendo città d'arte e borghi caratteristici. L'offerta spazia dai cento anni del Christmas Festival di Natchitoches, in Louisiana, fino ai mercatini di ispirazione europea come i Christkindlmarkt di Des Moines, Chicago, Cullman (Alabama) e Santa Monica Pier, che nel 2026 vedrà l'inaugurazione di uno Swiss Winter Village sulla costa del Pacifico. Sul piano delle celebrazioni culturali e religiose, il circuito comprende l'accensione della National Menorah a Washington e i festival per Hanukkah a Brooklyn, affiancati alle iniziative per Kwanzaa a Detroit e Richmond. Per i festeggiamenti del 31 dicembre, l'ente punta sulla varietà delle tradizioni locali per differenziarsi dall'offerta continentale: oltre al classico appuntamento di Times Square a New York, la promozione valorizza eventi storici e folkloristici come la discesa del MoonPie a Mobile, la pigna gigante di Flagstaff, la ghianda di rame a Raleigh e il Peepsfest di Bethlehem. Un impianto comunicativo che punta a incrementare la permanenza media e la reiterazione dei viaggi, facendo leva su una rete di collegamenti transatlantici che nel 2026 conta

49 milioni di posti e 379 rotte dirette tra Europa e Stati Uniti.

*(Prima Notizia 24) Mercoledì 30 Settembre 2026*



Sede legale : Via Costantino Morin, 45 00195 Roma
E-mail: redazione@primanotizia24.it