

ATM 2017**Un Middle East esperenziale**

Anche l'Arabian Travel Market del 2017, che si terrà dal 24 al 27 aprile al Dubai World Trade Centre, sarà declinato secondo le più recenti tendenze del mondo dei viaggi sempre più orientato al turismo esperenziale: di fatto saranno presentate le novità delle offerte delle regioni arabe riguardo a circuiti d'avventura, itinerari culturali, soggiorni del benessere e combinazioni con il prodotto crociere.

«I viaggiatori – ha evidenziato Simon Press, senior exhibition director dell'ATM – sono sempre più alla ricerca di programmi di svago, non più convenzionali, ma ricchi di esperienze atipiche in grado di offrire un vero assaggio della cultura locale. Questo trend di crescita è ora al centro delle strategie di sviluppo del turismo nella regione, con destinazioni impegnate ad allestire proposte di viaggi fortemente personalizzate e differenziate con un alto contenuto innovativo».

Buona parte dei seminari e degli incontri saranno, dunque, fortemente influenzati da questo orientamento dell'offerta araba. E sono già previsti focus sulle opportunità dei social media, sulle piattaforme blog e sul coinvolgimento dei travel blogger. «Il Medio Oriente – ha poi concluso Simon Press – dispone già di una grande varietà di autentiche esperienze locali: dai pernottamenti nelle case di pietra in villaggi remoti dell'Oman allo slow tourism nella Old Dubai. Da qui l'intenzione degli stessi t.o. locali di ampliare l'appeal delle destinazioni del Medio Oriente».

**SULTANATO** Medio raggio sicuro, dove tour operator e compagnie aeree hanno deciso di investire con forza

Se c'è un Paese che può definirsi rivelazione dell'anno, questo è l'Oman. Medio raggio sicuro, dove tour operator e compagnie aeree hanno deciso di investire con forza. Dopo i mercati del Golfo, l'India, la Francia, il Regno Unito e la Germania, c'è l'Italia che è il sesto mercato per l'incoming omanita. Nonostante la flessione registrata nel primo semestre di quest'anno dal nostro Paese, per la psicosi generata dagli attentati, a livello generale si registra una crescita del 7% degli arrivi internazionali. E per fine anno si prevede un incremento, specie del turismo culturale e di gruppo, anche grazie al nuovo volo di Blue Panorama per Salalah, con 260 posti a disposizione ogni settimana per Eden Viaggi, Veratour e Villaggi Bravo dal 30 ottobre a tutto marzo 2017.

Ma qual è l'identikit del viaggiatore italiano che sceglie l'Oman? «Un consumatore evoluto, esigente, alla ricerca di una destinazione che unisce il piacere della vacanza mare al viaggio culturale

Rivelazione Oman per viaggiatori “evoluti”

ma anche al turismo attivo, grazie alle sue numerose attrattive naturali”, fa sapere l'Ufficio del turismo Sultanato dell'Oman, rappresentato in Italia da Aigo.

Oltre al tradizionale workshop annuale, l'ente prosegue nelle attività trade, tra cui la formazione tramite i webinar per gli agenti di viaggi. C'è poi l'Oman Academy, lanciata nel dicembre 2011, che conta oggi 2.400 iscritti, che ricevono gli inviti a seminari online, aggiornamenti e incentivazioni.

Nel frattempo, sta per partire la campagna congiunta con Oman Air a supporto della stagione invernale. “Saremo online a partire dai primi di novembre per due mesi con il claim: Oman, vivi i tuoi desideri. Un invito a scoprire il Sultanato in questa stagione con le offerte della compagnia sui colle-

gamenti da Milano Malpensa a Mascate”, informa l'ente.

Grosse novità anche sul fronte alberghiero. La capacità ricettiva della destinazione avrà un notevole impulso da qui al 2017 con 2mila nuove camere d'albergo. Alcune tra le più importanti catene prevedono di entrare per la prima volta nel Sultanato. E dunque: il gruppo Anantara aprirà due proprietà i primi di novembre, Al Baleed Resort Salalah e Anantara Al Jabal Akhdar, resort a 2.000 metri sul massiccio dell'Hajar. Seguiranno altre aperture a Mascate, tra cui gli alberghi firmati Kempinski e Fairmont ad Al Mouj; il primo Jumeirah del Paese in costruzione all'interno del progetto Saraya Bandar Jissah. E infine, nel quartiere degli affari, la riapertura del rinnovato Sheraton.

METE EMERGENTI**Abu Dhabi cresce con parchi e crociere**

Come stop over, destinazione secca o magari in crociera: gli italiani stanno imparando a conoscere meglio Abu Dhabi. «È una meta sicura e a solo 5-6 ore di volo dall'Italia, collegata benissimo grazie ai voli giornalieri Etihad Airways e Alitalia da Milano, Roma e Venezia». A dirlo è Dora Paradies, country

manager Italia di Abu Dhabi Tourism & Culture Authority.

Al momento la destinazione offre un totale di 30.121 camere distribuite tra 168 hotel e aparthotel. Lo sviluppo è costante e molto veloce, con nuove aperture che si susseguono nel corso dell'anno. Tra le nuove strutture, l'ente segnala l'apertura il 15 ottobre del Bab Al Qasr Hotel della catena Millennium Hotels and Resorts, mentre nel 2017 apriranno i battenti il Grand

Hyatt Abu Dhabi Emirates Pearl, il Fairmont Marina, seguiti dal Jumeirah Saadiyat Island e Saadiyat Rotana. «La destinazione, dunque, è in continua evoluzione – prosegue Paradies – e lo dimostrano le nuove attrazioni recentemente inaugurate al Ferrari World, come ad esempio le nuove montagne russe Flying Aces o l'annuncio dell'apertura nel 2018 del nuovo parco tematico con hotel Warner Bros, World Abu Dhabi @ Yas Island».