

# SPECIALE

a cura di: ALBERTO CASPANI



oman

al confine  
 tra storia  
 e natura

IL VIAGGIO - JOURNEYS & VOYAGES  
 TEL. +39 02 66982915 - e-mail: info@ilviaggio.biz

Ben venga il turismo leisure, ma non di massa. Nonostante le maggiori facilitazioni introdotte per rendere accessibile la Penisola arabica anche a viaggiatori di fascia media, la politica dei governi locali pare sempre propensa a tenere le distanze da una possibile omologazione dell'offerta. Grandi passi sono stati infatti compiuti sul fronte dei prezzi, calati leggermente rispetto a pochi anni fa, senza tuttavia modificare l'eccellente livello di servizio, ma soprattutto preservando l'arma vincente del bacino arabico: l'originalità. Che si tratti della proteiforme Dubai, della più amena Abu Dhabi, alla pari dei grandi poli culturali rappresentati da Yemen ed Oman, il filo rosso comune è appunto quello di dotarsi di strutture ricettive uniche rispetto al resto del mondo, appoggiandosi alle meraviglie high-tech, così come all'intramontabile fascino dei beduini del deserto.

Questa scelta altamente qualitativa non punta dunque a favorire lunghi soggiorni (fatti salvi gli itinerari nella regione sud della penisola, che possono richiedere sino a 14 giorni, vanno per la maggiore esperienze di tre o quattro notti massimo); più corretto è invece parlare di long week-end sui generis di medio raggio, durante i quali il turista medio suole concedersi trattamenti di favore oggi paragonabili solo a quelli garantiti dai migliori resort dell'Estremo Oriente.

## all'interno

Intrecci di mare  
 e cultura

a pagina 11

Offerta mirata

alle pagine 12 e 13

Le proposte clou

a pagina 14

Snodo delle rotte  
 sul resto dell'Asia

a pagina 15

IL TRAIT D'UNION DI UN'OFFERTA CHE SEMPRE PIU' SPINGE SULL'ABBINATA CULTURA-BALNEARE DI LUSSO

# Ricerca originalità

Escalation di arrivi

Nessuna sorpresa se i dati sugli arrivi italiani nella regione siano in costante crescita: a Dubai ogni anno si registra un'incremento medio attorno al 9%, per un totale di oltre 80 mila visitatori (trainati anche dai 63 mila qui condotti in crociera dalla compagnia Costa), ad Abu Dhabi - intenzionato ad aprire una propria sede di rappresentanza in Italia - l'ultima stagione ha messo a segno un ottimo +12% (per un totale di 1 milione 345 mila arrivi); e ancora, il Qatar viaggia ormai sicuro sui 700 mila arrivi annuali, lasciando sempre più spazio al settore leisure, grazie alla scelta di puntare su attrattive culturali uniche: basti citare la creazione del più grande museo d'arte islamica del mondo (in apertura il prossimo novembre), il netto potenziamento dell'offerta alberghiera (negli ultimi due anni si è passati da 3 mila a 10 mila camere), nonché la creazione di un nuovo aeroporto a Doha entro il 2010.

Discorso a parte meritano lo Yemen, primo motore storico della regione purtroppo soggetto a repentine battute d'arresto per episodi di conflittualità politiche, così come l'Oman, punta di diamante di questi ultimi anni, trascinato dal suo aggancio a Dubai e dalle estensioni negli Emirati Arabi minori. Con una crescita media annuale dell'8%, rappresentano i bacini più interessanti per un radicamento del turismo tradizionale, cui idealmente si potrebbe associare pure il Bahrein. Quest'ultimo unisce infatti idealmente tutte le componenti che caratterizzano il turismo nell'area: livello eccelso dell'ospitalità, attenzione al settore wellness ed affascinanti trascorsi storici.

Va da sé che il dinamismo economico di Dubai resta però la cartina al tornasole per l'intera regione: se è pur vero che stati come Abu Dhabi ed il Qatar hanno voluto prendere distanza dalla sua scelta di sposare un turismo più "popolare" (l'idea d'intercettare anche il target delle famiglie, pesseguito la scorsa estate con offerte molto vantaggiose proprio per via della bassa stagione), la loro posizione è maggiormente comprensibile alla luce della definizione di una propria identità turistica, più che di una politica indipendente. Una delle necessità fondamentali per i paesi arabi è infatti quella di farsi cono-

9%

Incremento medio annuo di visitatori a Dubai

+12%

Crescita arrivi ad Abu Dhabi nell'ultima stagione

700.000

Arrivi annuali in Qatar

+8%

Crescita media annuale in Oman e Yemen



Dubai

scere per il proprio patrimonio culturale, onde sottrarsi all'incertezza delle mode e all'inflazionamento di mere destinazioni balneari: svolta che permetterebbe d'accendere l'attenzione di un turismo maturo e fidelizzato (basso resta infatti il tasso dei repeater), pronto a riscoprire i vari volti dell'area in itinerari combinati. Non a caso, a differenza di quanto avveniva nel recente passato, sono sempre più richiesti minitour che metano in contatto la ricca storia del sud della Penisola con i piaceri dell'area del Golfo, sia che si tratti di combinate Yemen/Emirati od Oman/Emirati, sia che si spinga per un allargamento della sfera d'interesse, portando sulla scena della ribalta anche l'inesplorata costa settentrionale del Golfo Arabico (ovvero il litorale iraniano, nuova frontiera di sviluppo per gli operatori italiani). Volto sicuro e moderno di un Medio Oriente alternativo, efficace snodo di collegamenti per il resto dell'Asia, la Penisola araba può guardare al futuro col sorriso sulle labbra.

## Royal Meridien, la magia di Dubai fra golf e Spa!

E' la sistemazione ideale per coloro che desiderano lasciarsi avvolgere dalle calde atmosfere di un luogo in cui i desideri vengono esauditi come per magia. Magia che diventa realtà grazie ad un'offerta in cui l'eccellenza è raggiunta fornendo servizi di alto livello per garantire la massima soddisfazione del cliente. Si chiama 'Royal Treatment', ed è ciò che ha fatto meritare al Royal Meridien i più importanti riconoscimenti mondiali, tra cui il "World Travel Award".

Qualsiasi cosa si decida di fare, qui è semplice: tutto ciò che circonda gli ospiti, ha l'obiettivo di soddisfare ogni esigenza con un servizio impeccabile. Le camere sono ampie e dotate di ogni comfort. I 9 ristoranti e i 4 bar offrono eccellenti e raffinati piatti di cucina internazionale. Splendide piscine e una spiaggia attrezzata consentono agli ospiti di trascorrere le giornate tra windsurf, sci nautico e pesca. Inoltre, per chi vuole mantenersi in forma, l'albergo offre un'attrezzata palestra, quattro campi da tennis e due di squash e soprattutto una beauty farm all'avanguardia, Caracalla, uno dei punti di forza dell'albergo.

Ispirata all'antica Roma, offre piscine di Hammam, sauna, bagni di vapore e jacuzzi oltre a trattamenti completi di massaggio, di aromaterapia e di bellezza. Un vero paradiso situato su tre piani, ideale per chi vuole rilassare mente e corpo.

Ma la vera star a Dubai è il golf. Poco distanti dall'albergo, collegati da un efficiente servizio di navetta, si possono raggiungere tre dei sette prestigiosi campi, oasi golfistiche



Nella splendida Dubai, situato di fronte alla bianchissima spiaggia di Jumeira, affacciato sul blu del Golfo Persico, sorge "Le Royal Meridien Beach Resort & Spa", albergo di lusso fra i più prestigiosi. Facilmente raggiungibile, l'albergo si trova a soli 30 minuti dal centro della città e circa 30 dall'aeroporto.



### Le Royal Meridien Beach Resort & Spa da euro 2.175

La quota comprende: Volo di linea Alitalia o Emirates, tasse aeroportuali, servizio Vip Marhaba all'arrivo, trasferimenti con auto privata da e per l'aeroporto, 7 notti in camera Deluxe vista mare, trattamento di prima colazione e cena, 3 green fees con cart, tasse locali, rimborso spese di annullamento per motivi di salute (anche di un familiare), assicurazione bagaglio per danneggiamento, furto e ritardo nella consegna, assicurazione medico sanitaria-rimpatrio, omaggio 1 borsa da viaggio (o coprisacca) per camera, 15 Palline in Omaggio per camera, spese gestione pratica.

Informazioni e prenotazioni:



Via V. Pisani 5/7 20124 Milano - Tel 02.66.707.490  
www.acentro.it golfvacanze@acentro.it



Laura Piras

LA ZONA SI STA IMPONENDO COME DESTINAZIONE "MIX", DA SFRUTTARE ANCHE PER LONG WEEK END

# Mare e cultura a braccetto



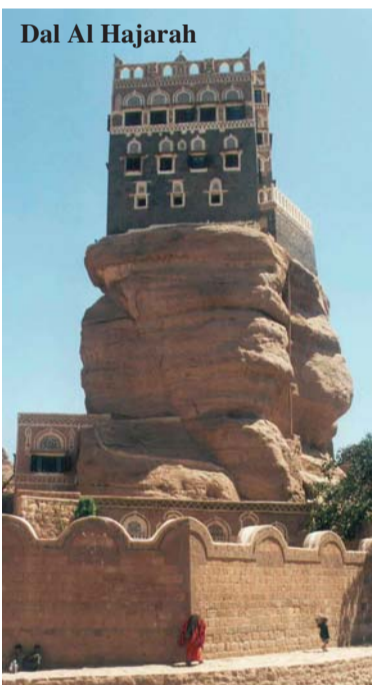
Mare e cultura sono le due esperienze che completano l'offerta

## Mistral Tour



Gestire l'offerta turistica in quest'area non è assolutamente facile

## Idee per Viaggiare



Dal Al Hajarah



Abu Dhabi

Fashion, ma non solo. La tradizionale dicotomia fra paesi a vocazione culturale e modaiola caratterizzante la Penisola arabica degli ultimi anni, sembra ormai in via di superamento, a favore di un'offerta più matura che sia in grado di stabilizzare i propri flussi turistici. Da una parte, infatti, Yemen e Oman vengono sempre più ancorati all'area del Golfo, onde offrire alla propria clientela un saggio di esperienza balneare esclusiva; dall'altra, i protagonisti della stravaganza, come Dubai, Abu Dhabi o il Qatar, cercano di proporsi anche come destinazioni "storiche", dovendo fare i conti con una nuova clientela di taglio medio, non propensa a spendere grandi cifre per sfizi passeggeri.

«Doversi confrontare con queste due grandi correnti - osserva **Antonio D'Errico, responsabile Medio Oriente per Mistral Tour** - offre in realtà uno stimolo a innovare la propria offerta, sfruttando tendenze capaci di garantire un buon successo. Pur avendo puntato da anni su un Oman di forte impronta culturale, ci siamo resi conto che è più semplice imporre questo tipo di prodotto arricchendolo di opportunità "giovanili": i tour tradizionali, che richiedono dagli 8 giorni alle due settimane, funzionano meglio se percorsi con avventurosi fuoristrada anziché in minibus, mentre la possibilità di completare i soggiorni con qualche giorno di relax negli Emirati Arabi accresce la curiosità per l'intero bacino turistico».

Naturalmente, i costi restano un elemento discriminante ancora decisivo, dal momento che il rapporto qualità/prezzo di una Paese come l'Oman non ha ancora raggiunto livelli realmente concorrenziali, richiedendo spese equiparabili a destinazioni di lungo raggio. Vero è che, spesso, non si tratta di un'effettiva mancanza nella gestione locale dell'offerta turistica, quanto piuttosto di una mentalità ancorata a stereotipi socio-culturali secondo cui il turismo dev'essere espressione solo di classi abbienti. Questo spiega ad esempio certe lentezze nello sviluppo di piani "popolari" in Qatar, o i tentativi abortiti di inglobare l'Arabia Saudita in circuiti di massa.

«Gestire l'offerta turistica nell'area del Golfo - fa notare **Tiziana Spila, product manager Medio Oriente di Idee per Viaggiare** - non è assolutamente facile, per quanto i suoi Paesi siano ormai entrati a far parte dell'immaginario collettivo. Insistere solo sugli aspetti trendy comporta infatti un'attenzione ripetuta e costante su ogni elemento di novità, sulla ricerca dell'originalità a tutti i costi, possibile solo per chi scelga di diventare specialista su una specifica destinazione. In questo senso, l'esser diventati l'operatore capace di portare il maggior numero di visitatori a Dubai all'interno del consorzio Club Dubai, è senza dubbio un riconoscimento ai nostri



Dubai

sforzi; tuttavia, è necessario creare anche una base più solida di turisti tradizionali, che giungano sul posto per godere, più che consumare, la destinazione».

Ecco allora imporsi il piccolo Emirato arabo non solo come "Las Vegas del deserto", ma anche come splendida meta mare non necessariamente ancorata agli hotel superlusso della costa. Oggi l'offerta ricettiva sta interessandosi anche all'interno dei centri urbani, dove è possibile proporre quote di soggiorno più accessibili a una fascia di turisti stanziali, oppure elaborare un tipo di prodotto che consenta di coltivare anche interessi specialistici. Ne sono prova il nuovo 5 stelle Desert Palm, ospitato fra dune e oasi verdi per attrarre gli appassionati di polo, subito messo a catalogo da Idee per Viaggiare, o le escursioni esclusive facenti capo al Royal Mirage e al Jumeira Beach, affinché persino l'offerta lusso non finisca per omologarsi nei propri standard esclusivi.

«Nella Penisola arabica viaggiano oggi diverse tipologie di cliente - aggiunge **Luciano Paparelli, titolare di Originaltour** - grazie anche a un'intensa e capillare campagna per far conoscere il volto "vero" delle destinazioni. Non a caso ci siamo impegnati a realizzare per le agenzie un dvd sull'Oman, nostra punta di diamante, così come ad arricchire di contenuti i siti internet promozionali. Possiamo poi contare su un'offerta di voli molto più estesa di alcuni anni fa, con tariffe sempre più a buon mercato, il che ci permette di programmare itinerari maggiormente sviluppati nelle aree interne dei Paesi, ideali per soddisfare le nicchie più esigenti. Non va poi sottovalutata la posizione strategica della Penisola arabica rispetto al subcontinente indiano, che può integrare un'offerta mare e benessere di sicuro successo, mettendo a confronto nella stessa esperienza di viaggio mondi completamente diversi».

Non si tratta dunque di vedere in quest'area solo una vetrina di prodotti, ma anche e soprattutto una piattaforma di servizi. L'ancoraggio del bacino ai mercati forti asiatici e dell'Estremo Oriente rappresenta un modo per sottrarsi alla pericolosa morsa della vulnerabilità modaiola, così come ai rischi di tracollo per i periodici riflessi delle vicende politiche nel Medio Oriente.

«E' una strategia dalle enormi potenzialità - conferma **Palma De Vito, responsabile marketing per Best Tours** -, dal momento che consente di proporre l'area sia per long week end, nonostante si tratti di un bacino di medio raggio, sia come ideale integrazione per viaggi combinati con paesi medio-orientali come la Giordania, se non appunto con le principali isole dell'oceano Indiano. Proprio per questa capacità di saper intercettare clientele dirette su altri mercati, l'offerta alberghiera tende a non essere adeguata agli effettivi numeri di transito e questo si sta rivelando sempre più un elemento di debolezza per grandi piattaforme come Dubai».

L'intera area si presta a ospitare diversi tipi di clientela

## Originaltour



L'offerta alberghiera non è ancora adeguata alla domanda

## Best Tours



## NELL'AREA SI STA CREANDO UN MERCATO DAL TAGLIO "SINERGICO" FRA I DIVERSI PAESI



Dubai



Il Viaggio

Valorizziamo aspetti ancora sottovalutati dalla clientela media

C'è chi invece insiste sulle peculiarità territoriali, favorendo un radicamento all'area di matrice più classica.

«Nei nostri itinerari stiamo valorizzando aspetti ancora sottovalutati dall'immaginario collettivo - puntualizza **Ico Inanc, managing director di Il Viaggio** - come ad esempio le incredibili risorse naturalistiche dell'Oman, dove si incontrano coste che possiedono alcune delle maggiori colonie di testuggini marine o ineguagliabili santuari ecologici, diversificando al contempo il metodo d'approccio: traversate fra le dune a dorso di cammello o trekking. Per paesi "shopping" come Dubai o il Qatar, puntiamo invece su attività alternative quali il golf o le immersioni.

«Non a caso, senza apportare innovazioni particolari, iniziano ad affiorare segni di stanchezza proprio in chi ha brillato sino ad oggi, come Dubai».

Gli investimenti sotto il profilo culturale si rivelano ancora una volta cruciali per valorizzare al meglio le risorse dei Paesi, tant'è che i risultati migliori sono stati conseguiti proprio da quegli operatori che ne hanno fatto un marchio distintivo.

«Sull'area della Penisola arabica abbiamo registrato nel 2007 un incremento del 160% - afferma con orgoglio **Rossana Mensa, responsabile comunicazione per Il Tucano Viaggi Ricerca** - il che ci spinge a rafforzare ulteriormente l'offerta sui Paesi dalle maggiori risorse storiche, quali lo Yemen o l'Iran, la cui costa meridionale rappresenta ancora una nuova frontiera per il turismo locale (ad esso verranno dedicati 5 itinerari ad hoc nel nuovo catalogo monotematico, fra cui "Natura ed arte di un Iran sconosciuto - le regioni del nord ed il Mar Caspio" o "Cupole scintillanti e gioielli archeologici - dalle città classiche all'isola di Kish"). Per quanto riguarda invece gli Emirati Arabi, abbiamo intenzione di spingere maggiormente gli insediamenti meno conosciuti e meno contaminati dalle mode occidentali, in particolare Sharja, Umm al Quwain, Ras al Khaimah, Ajman e Fujairah».

Dare linfa a un turismo più classico signifi-

ca anche poter usufruire di migliori opportunità per programmare al meglio i propri soggiorni. Non a caso le mete più impegnative spingono la clientela a muoversi con largo anticipo, prenotando uscite nello Yemen almeno 20 giorni prima, per arrivare a 30 giorni nel caso dell'Oman o dell'Iran.

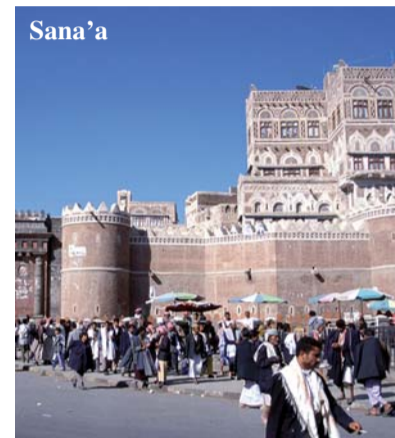
«Conseguentemente, diviene più facile elaborare offerte vantaggiose per la clientela - conclude **Andrea Mele, amministratore delegato di Viaggi del Mappamondo** - visto che, fra le tante, annoveriamo sconti sino a 150 euro a coppia per prenotazioni sino a 75 giorni prima dalla partenza, ma anche per viaggi nozze e soprattutto per le famiglie, nuovo target su cui stiamo lavorando per rafforzare l'offerta. Tutto questo è naturalmente possibile grazie anche all'altissimo grado di specializzazione maturato su destinazioni locali come Dubai, di cui siamo i primi programmatori storici dal 1994, nonché sostenitori all'interno del Club Dubai. Stiamo poi cercando di legare Dubai ad altre mete classiche (Yemen), proprio come traino innovativo dell'offerta complessiva».

La Penisola arabica si rivela in definitiva un mercato di taglio "sinergico", molto più complesso di quanto la sua immagine "consumistica" lasci presumere, ma proprio per questo in grado di interpretare al meglio le esigenze odierne di un mercato in continua trasformazione.

Stiamo cercando di legare Dubai ad altre mete classiche



Viaggi del Mappamondo



Sana'a



Tucano Viaggi

Nel 2007 sull'area abbiamo registrato un +160%



### Lusso e comfort sul mare: in crociera da Alessandria a Muscat

Non occorre essere fisicamente in un hotel 5 stelle lusso, a Dubai così come ad Abu Dhabi o in Qatar, per sentirsi alla pari di emiri e sceicchi. L'atmosfera da "Mille e una notte" si può respirare anche a bordo delle navi di **Costa Crociere**, le prime ad aver lanciato un itinerario che da Savona porta alla meta più trendy del Golfo Arabico, facendo tappa in località suggestive dell'intero bacino: Alessandria d'Egitto, Sharm El Sheikh, Salaga, passando poi nello Yemen di Aden e nell'Oman di Salallah e Muscat. Il tutto, per 16 giorni da sogno al costo di mille 690 euro. Un viaggio capace di entusiasmare soprattutto per la ricchezza dell'offerta di bordo, dalle aste di opere d'arte ai semplici corsi di ginnastica per mantenersi in forma, così come ai più raffinati trattamenti benessere nelle spa dagli echi orientali. Analoghe tappe seguiranno dal maggio 2009 le navi di **Royal Caribbean**, sebbene l'itinerario risulti più breve (12 notti) e le fasce di prezzo ancor più differenziate: chi non dovesse accontentarsi delle cabine interne (mille 269 euro), potrà infatti scegliere fra quelle con vista oceano (mille 640 euro), se non addirittura votarsi alle deluxe&suite (2 mila 978 euro).

La Penisola arabica sta poi entrando sempre più negli interessi di **Msc Crociere**, che ad oggi si limita ad attraversare il mar Rosso seguendo un itinerario in partenza da Durban, in Sudafrica, verso Zanzibar, Mombasa e Port Victoria, entrando quindi nell'area di Safaga, Aqaba e Soukhna. Dopo lo stretto di Suez, le navi proseguono infine verso Napoli e Genova (22 giorni a partire da mille 950 euro, con tariffa PrimaPremia).



Originaltour

TOUR OPERATOR

OMAN

mystical paradise

SOGGIORNI MARE - TOURS - DIVING



nell'esclusivo stile Originaltour



10 anni d'esperienza sulla destinazione

Soggiorno mare "All Inclusive" da Euro 990,00

Soggiorno mare + tour da Euro 1.650,00

TOURS ED ESCURSIONI IN TUTTO L'OMAN

Programmi speciali

Oman &amp; Dubai - Oman &amp; Maldive

ORIGINALTOUR

Tel. 06/88643905 e-mail: info@originaltour.net

www.originaltour.net - www.viaggiub.it - www.omantour.it

I TUOI VIAGGI TOP QUALITY

## QUALCHE DETTAGLIO SULLA PROGRAMMAZIONE DEI T.O. INTERVISTATI

OPERATORE	PUNTI DI FORZA	PRODOTTO DI PUNTA	NOVITA'	PREZZO MEDIO	TARGET
BEST TOURS www.besttours.it	Approfondita conoscenza della destinazione da parte del booking; accurata selezione e aggiornamento costante delle strutture; assistenza con personale di lingua italiana	L'offerta best weekend di 4 giorni su Dubai	Jumeirah Bab Al Shams Desert Resort a Dubai, 4 giorni a partire da 980 euro	Fra 900 e 2000 euro	Medio-alto/alto

OPERATORE	PUNTI DI FORZA	PRODOTTO DI PUNTA	NOVITA'	PREZZO MEDIO	TARGET
IDEE PER VIAGGIARE www.ideeperviaggiare.com	Aggiornamento su tutto ciò che è trendy e originale; forte attenzione al balneare per ampio ventaglio hotel; elasticità dell'offerta	Hotel 5 stelle Royal Mirage e Jumeirah Beach di Dubai	Hotel Desert Palm a Dubai, oasi per il gioco del polo in pieno deserto	Fra i mille e i 3 mila euro	Medio/medio-alto/alto

OPERATORE	PUNTI DI FORZA	PRODOTTO DI PUNTA	NOVITA'	PREZZO MEDIO	TARGET
IL TUCANO VIAGGI www.tucanoviaggi.com	Affidabilità dei corrispondenti; professionalità delle guide; cura meticolosa nell'individuazione di itinerari molto studiati	Il tour "Terre d'oro ed incenso - Gli Emirati, il Sultanato di Oman e la penisola di Musandam", 14 giorni in sole strutture 4 e 5 stelle	Natura e arte di un Iran sconosciuto - Le regioni settentrionali e il mar Caspio" di 8 giorni o "Cupole scintillanti e gioielli archeologici - Dalle città classiche sino all'isola di Kish" di 15 giorni.	Fra i mille 400 e i 3 mila 600 euro	Alto

OPERATORE	PUNTI DI FORZA	PRODOTTO DI PUNTA	NOVITA'	PREZZO MEDIO	TARGET
IL VIAGGIO www.ilviaggio.biz	Personalizzazione del viaggio su misura; supporto prima-durante-dopo la partenza; servizio di consulenza	Oman, attraverso l'itinerario "La via dell'incenso"	In maggio uscirà il nuovo catalogo con aggiunte su Dubai e Abu Dhabi	Fra i 2 mila e i 4 mila euro	Alto

OPERATORE	PUNTI DI FORZA	PRODOTTO DI PUNTA	NOVITA'	PREZZO MEDIO	TARGET
MISTRAL TOUR www.qualitygroup.it	Predilezione per tour culturali; approccio avventuroso; attenzione alle risorse naturali	Oman, con tour in fuoristrada e visita dei fiordi di Musandam	Abbinata Oman con Emirati Arabi	Duemila 300 euro per 8 giorni	Medio-alto/alto

OPERATORE	PUNTI DI FORZA	PRODOTTO DI PUNTA	NOVITA'	PREZZO MEDIO	TARGET
ORIGINALTOUR www.originaltour.net	Personalizzazione del prodotto; rapporti diretti con fornitori locali; studio approfondito delle destinazioni	Oman, con pernottamenti in tende e crociere sub	Abbinamento Oman a Maldive e destinazioni nel Subcontinente indiano	Dai mille ai 3 mila euro	Medio/medio-alto/alto

OPERATORE	PUNTI DI FORZA	PRODOTTO DI PUNTA	NOVITA'	PREZZO MEDIO	TARGET
VIAGGI DEL MAPPAMONDO www.viaggidelmappamondo.com	Grande sinergia con adv; numerosi workshop; offerte ad hoc per target di clientela	Dubai&Yemen, 3+4 notti, con approfondimento di Sana'a	Escursioni in auto verso Emirati di Sharjah e Ajman	Mille 700 euro per 8 giorni	Medio/medio-alto/alto

I protagonisti in breve



**iltucano**  
your operator  
Viaggi Ricerca di Willy Fassio

*Viaggi d'Autore*  
NELLA GEOGRAFIA DEL MONDO ALLA SCOPERTA DELL'UOMO

IRAN, YEMEN, EMIRATI ARABI, OMAN

IL VICINO ANTICO ORIENTE DEL TUCANO,  
UNA RICCA SCELTA DI ITINERARI CULTURALI SULLE TRACCE  
DELLE ANTICHE VIE DELL'INCENSO E DEGLI AROMI



da oltre  
**30anni**  
Il Tucano Viaggi Ricerca  
Viaggi d'autore



IL TUCANO VIAGGI RICERCA - Torino - tel. 011 561 70 61 - fax 011 54 44 19 - info@tucanoviaggi.com

**www.tucanoviaggi.com**

sul sito tutta la programmazione viaggi e l'elenco delle nostre agenzie partner

## Crocevia di collegamenti tra Oriente e Occidente



MANIELO MASTRANTONIO

Maniello “*La nostra attenzione maggiore è rivolta al segmento legato ai viaggi business,*”



Una politica a due volti. Anzi tre. Le maggiori compagnie del bacino arabico pare abbiano tacitamente deciso di specializzarsi su settori fra di loro non in diretta concorrenza, senza rinunciare allo sviluppo di una maggiore capillarità interna. Qatar Airways, ad esempio, antepone una politica di sviluppo sul lungo raggio, che vede nello scalo di Doha più un polo strategico di smistamento per l'America del Nord (con i voli su New York e Washington), il subcontinente indiano e l'Estremo Oriente, che una porta privilegiata d'accesso all'area del Golfo. «Il Qatar resta il paese con la maggior propensione al mondo business – conferma Maniello Mastrantonio, direttore generale di Qatar Airways Italia –, ragion per cui i nostri interessi si concentrano principalmente sulla creazione di un network globalizzato, così come sul costante innalzamento del livello di servizio a bordo e a terra. Fra le ultime novità, in tal senso, va segnalato il debutto di un ufficio di un Premium sale office a Doha – aperto in modo continuativo per tutta la settimana – a completa disposizione dei frequent flyer del Privilege Club che utilizzano i servizi di First e Business class. Qui ogni cliente ha un operatore “personalizzato” che lo segue sino al momento della ripartenza. Un ulteriore tassello aggiunto al concetto di “Premium Terminal”, arricchito nelle stagioni passate di una sezione d'attesa dotata di vasche jacuzzi, saune e centro benessere, deputata a rendere accogliente la sosta anche per chi si trattiene in aeroporto meno di tre ore».

Dal canto suo, Emirates si propone come il vettore storico di riferimento per l'esplorazione del Golfo, grazie anche all'inaugurazione lo scorso luglio del suo terzo volo dall'Italia, in partenza da Venezia (accanto a Roma e Milano). Il traffico dalla Serenissima ha registrato nell'ultima stagione un incremento del 19%, per un totale di ben 9 mila 500 passeggeri trasportati a Dubai (ma dando prova di essere anche un'ottima base di partenza per raggiungere il resto dell'Asia). La concorrenzialità delle tariffe lanciate apre inoltre allo sviluppo di un turismo di fascia media, in linea con la politica di destagionalizzazione portata avanti nel “faro” degli Emirati Arabi. Ad esso risponde l'ascesa di Ethiad, che nei suoi primi sei mesi d'attività in Italia ha fatto registrare un load factor del 75% sui voli in partenza da Milano Malpensa per Abu Dhabi. Un successo che ha spinto la compagnia a ribadire la decisione di estendere a cinque i suoi tre attuali collegamenti settimanali, puntando a raggiungere nel 2008 circa 25 mila passeggeri. Senza volersi sovrapporre ad Emirates, la giovane compagnia aerea si fa invece portavoce di un turismo altamente qualitativo, proiettato verso le stelle emergenti del Golfo Persico.

## Focus sull'offerta di alcuni tour operator

### Operatore

### Qualche “plus” di rilievo

ACENTRO (www.acentro.it)	<p><b>Destinazioni:</b> Dubai</p> <p><b>Top:</b> uno speciale pacchetto che propone il soggiorno a Le Royal Meridien Beach Resort &amp; Spa, 5 stelle a Dubai. A una quota che parte da 2 mila 175 euro si offrono volo di linea Alitalia o Emirates, servizio vip all'arrivo, transfer con auto privata da e per l'aeroporto, 7 notti in camera Deluxe vista mare, trattamento di prima colazione e cena, tre green fees con cart, tasse e assicurazione.</p>
COSERTOUR (www.cosertour.it)	<p><b>Destinazioni:</b> Bahrain, Qatar, Yemen, Oman</p> <p><b>Top:</b> il Bahrain è uno scrigno di 33 perle, bagnate da un mare mite e caldo, dove ancora fiorisce il giardino dell'Eden descritto nell'epopea sumerica di Gilgamesh. Oltre al mistico albero della vita, il programma dell'operatore propone la visita degli antichi forti coloniali portoghesi, alle moschee della capitale e al suo bellissimo museo sulla calligrafia islamica, nonché la possibilità di ammirare le corse dei cavalli dell'emiro locale, presso il prestigioso Shakir Horse Race Track. Sette notti a partire da 2 mila euro.</p>
FRANCOROSSO (www.francorosso.it)	<p><b>Destinazioni:</b> Dubai, Oman</p> <p><b>Top:</b> un viaggio al nord degli Emirati, tra le località più suggestive del Paese. Da Dubai, capitale incontrastata del lusso, a Ras Al Khaimah, dove la natura regna ancora sovrana, attraverso le oasi più belle. L'itinerario di 9 giorni prevede una spesa di 1.960 euro.</p>
KUONI (www.kuoni.it)	<p><b>Destinazioni:</b> Oman, Emirati Arabi</p> <p><b>Top:</b> Fujairah rappresenta l'“altro” volto degli Emirati, ancora poco conosciuto, ma senza dubbio di forte autenticità. Per gustarne la squisita accoglienza, vengono proposti soggiorni balneari nell'idilliaco Le Meridien Al Aqah Beach, incastonato fra le maestose montagne Hajar. Otto giorni a partire da 1.590 euro.</p>
LOMBARDGATE (www.lombardgate.it)	<p><b>Destinazioni:</b> Oman, Yemen</p> <p><b>Top:</b> da Sana'a all'isola vergine di Socotra, nello Yemen, con un viaggio di 11 giorni a partire da 2 mila 277 euro. Il tour si propone come mix di cultura e natura, valorizzando inizialmente gli aspetti paesaggistici e florofaunistici del Paese, per poi concentrarsi sui suoi gioielli artistici, come le antiche città di Taiz, Jiblah e Ibb. Gli spostamenti dalla parte continentale all'isola sono effettuati su piccoli aerei locali.</p>
METAMONDO (www.metamondo.it)	<p><b>Destinazioni:</b> Oman, Yemen</p> <p><b>Top:</b> il tour “Deserto ed immersioni” regala un Oman dalla doppia sfaccettatura: quello di gioiello delle sabbie, in cui si succedono enormi moschee in marmo bianco con lampadari di Swarovski, umili mercati del pesce e venditori d'incensi, lasciando poi spazio alla scoperta di fondali fiabeschi (anche in notturna). Nove giorni, per una spesa di 2 mila 470 euro.</p>
TURISANDA (www.turisanda.it)	<p><b>Destinazioni:</b> Dubai, Qatar, Oman</p> <p><b>Top:</b> novità di questa stagione, I fiordi omaniti di Musandam possono essere esplorati con un minitour di appena 2 giorni, dopo aver familiarizzato con le strabilianti manifestazioni di ricchezza e creatività artistica della capitale Muscat. Oltre alla visita del forte di Khashb e delle pitture rupestri di Tawi, sono previsti safari nel deserto in fuoristrada. Quindi esplorazione in dhow dei fiordi, alla ricerca di delfini grigi e muniti di tute da snorkelling. A partire da 532 euro.</p>