

SPECIALE
Medio raggio

Oman, prosegue il piano di crescita

Mercato tricolore sempre più importante

Prosegue il percorso di crescita dell'Oman, coerentemente con il documento programmatico Vision 2040, che mira a qualificare il Paese "come una delle più importanti destinazioni per il turismo leisure e business con l'obiettivo di 5 mln di turisti internazionali entro il 2040 dagli attuali 2 mln 400mila", afferma Massimo Tocchetti, presidente Aigo e rappresentante in Italia dell'Ufficio del Turismo, attraverso una strategia basata sulla diversificazione dell'infrastruttura turistica e uno sviluppo attraverso cluster (oltre alla capitale Mascate, la costa del Musandam, il massiccio dell'Hajar, la via dell'incenso a Salalah). Tenendo ben fermo il punto di un modello sostenibile, che preservi l'identità e la tradizione del Paese e che mira a creare oltre 500.000 nuovi posti di lavoro, "impiegando il 75% di popolazione locale e con un contributo del turismo al Pil in crescita dal 2% attuale al 5%".

In questo contesto il mercato italiano è sempre più importante: rappresenta il quarto in Europa e il sesto a livello internazionale dopo i Paesi del Golfo, India, Francia, Uk e Germania. "L'Oman si sta rapidamente affermando in Italia ed è in continua ascesa dal 2010 con un tasso medio annuale di crescita del 30% - segnala Tocchetti -. A fine 2015 il Sultanato ha raggiunto quota 33.915 arrivi dall'Italia,

con un incremento del +6,5% rispetto ai 31.858 del 2014. Grazie anche al supporto dei nostri partner omaniti, delle compagnie aeree e degli operatori italiani ci aspettiamo che il trend rimanga positivo anche per il 2016".

Due mila nuove camere in arrivo

Frattanto da qui al 2017 la capacità ricettiva della destinazione avrà un notevole impulso, con l'introduzione di 2.000 nuove camere. Alcune tra le più importanti catene alberghiere internazionali prevedono di entrare per la prima volta nel Sultanato, tra cui il gruppo Anantara che aprirà due proprietà a settembre 2016: Al Baleed Resort Salalah by Anantara, nei pressi di Salalah e dei suoi siti Unesco legati all'incenso, e Anantara Al Jabal Akhdar, resort a 2.000 metri sul massiccio dell'Hajar. Seguiranno altre new entry 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.

Al lavoro sulle infrastrutture

Sempre a Mascate sono in cantiere il Mina Sultan Qaboos Waterfront, il progetto di sviluppo portuale nella ca-

pitale curato dal gruppo Omran, l'Oman Convention and Exhibition Centre, un'area interamente dedicata a convegni e fiere che si svilupperà su 22.000 mq, un auditorium di 3.200 posti e 2 hall in grado di accogliere fino a 10.000 persone e tre hotel per un totale di 1.000 camere, e l'ampliamento dell'aeroporto internazionale con una capacità prevista di 12 milioni di passeggeri e la possibilità di ospitarne fino a 48 milioni in futuro.

Aumentano i t.o. sulla meta

Tra le iniziative realizzate di recente per il trade, la sesta edizione del workshop annuale: 64 buyer fra tour operator, agenti di viaggi e incentive house e 24 seller, composti da 8 hotel, 12 Dmc e 4 compagnie aeree, si sono incontrati per un aggiornamento di prodotto. "Attualmente - evidenzia Tocchetti - sono 131 gli operatori italiani, +11% rispetto al 2015, che programmano la destinazione e con i quali abbiamo un flusso costante di comunicazione. Per quanto riguarda la formazione, proseguono il programma online 'Oman Academy', che conta 2.343 iscritti, i webinar e gli incontri condotti con i nostri partner, tra i quali Oman Air, Brevivet, Best Tour, Hotelplan, Travelandia, Lombadgate, Intravco, Mikro-tour, Evolution Travel/Ai Confini del Mondo". N.S.

