



TURISMO e Psicologia

Rivista interdisciplinare di studi, ricerche e formazione

VIAGGI ORGANIZZATI PER GRUPPI DI SINGLE: CASE HISTORY DI VAMONOS VACANZE

Francesca Andronico
Psicologa/Psicoterapeuta

Contatto dell'autore
dr.andronicof@gmail.com



PADOVA UNIVERSITY PRESS

VIAGGI ORGANIZZATI PER GRUPPI DI SINGLE: CASE HISTORY DI VAMONOS VACANZE

RIASSUNTO:

Il primo esempio di viaggio organizzato si deve a Thomas Cook che, nella prima metà dell'800, realizzò il primo Tour Operator della storia (D'Amico 2014).

Nel secolo successivo, il turismo vive una vera e propria epoca d'oro: il viaggio diviene un "bisogno primario" non più soltanto associato alle necessità di mobilità, e acquisisce un nuovo valore intrinseco per le sue caratteristiche di evasione dalla quotidianità, di scoperta e di ricerca del benessere psicofisico. Tra gli anni '50 e gli anni '60 si assiste alla nascita dei primi tour operator intermediari che offrono pacchetti turistici all-inclusive, comprendenti strutture ricettive, mezzi di trasporto, ristorazione ed attività di intrattenimento in un'unica formula integrata, che potesse rispondere al meglio alle esigenze di ogni tipo di clientela (Colombo 2004).

Una nuova rivoluzione nel settore turistico si deve all'avvento di internet alla fine del secondo millennio: la domanda e l'offerta cambiano grazie all'instant booking e permettono di costruire pacchetti turistici sempre più service oriented (Rosso 2002). Alla luce di queste evoluzioni i tour operator moderni spostano il loro focus dalla vendita della vacanza alla promozione di pacchetti e di esperienze personalizzate per i clienti, sempre più targettizzati in base alle caratteristiche demografiche e ai bisogni emergenti, integrando le offerte con sconti e programmi di fidelizzazione del cliente (Testa 2023).

Il presente articolo si propone di illustrare l'esperienza sviluppata nel settore, osservata come Psicologa del Turismo, di Vamonos Vacanze che offre viaggi organizzati per *target appartenenti alla fascia d'età adulta (30-50) e provenienti da tutta Italia*, una tipologia di prodotto turistico che punta al *miglioramento della qualità della vita totale* (Andronico, 2020), e che affianca al viaggio organizzato altre forme di turismo sensoriale (ad es. il turismo eno-gastronomico, il turismo culturale) ed una serie di attività ludico ricreative in un'ottica integrata.

L'esperienza verrà esposta attraverso i seguenti punti:

1. Il Modello Organizzativo Gestionale del Tour Operator
2. La figura del Group Leader
3. Le tipologie di target di viaggiatori
4. Le principali attività in proposta

La scelta di approfondire il prodotto Vamonos è stata motivata dal fatto che, occupandomi di studi nel settore turistico, ho confrontato i pacchetti di viaggio e le offerte dei vari operatori, con particolare interesse agli aspetti comunicativi delle proposte. Quello che ha fatto la differenza e ha sostenuto la mia scelta di partire con Vamonos è stato il fatto che mi è arrivata pienamente la loro idea di "esperienza di viaggio". Mi è arrivata l'umanità contenuta nella loro comunicazione, l'attenzione ai bisogni del cliente: l'opportunità di essere a contatto con persone nuove; la libertà nelle scelte delle attività proposte, che non è disorganizzazione ma si avvicina di più a un'autonomia regolamentata che permette di esplorare tutto di un viaggio, senza stress ma anche senza troppi compromessi.

Mi è arrivata la possibilità di modulare e alternare momenti culturali, di divertimento e di relax. Questo è molto importante quando si viaggia in gruppo, soprattutto in gruppi grandi di 40/50 persone, dove non tutti fanno tutto, parlando di persone adulte e diverse. Mi ha colpito l'idea di poter rispettare le mie preferenze e i miei bisogni, regolandoli rispetto alle possibilità di attività proposte, nella certezza di avere un punto di riferimento inserito all'interno del gruppo.

Queste mie ipotesi sono state confermate, dallo studio effettuato sull'Azienda Vamonos, i suoi prodotti e le sue vacanze; posso infatti confermare a pieno che partecipare ad una vacanza Vamonos, non è soltanto acquistare un prodotto, ma vivere una vera e propria esperienza di viaggio.

Parole chiave: Turismo per Single, Viaggi Organizzati, Pacchetti Turistici, Tour Operator, Psicologia del Turismo, Psicologia del Lavoro e delle Organizzazioni,

ORGANIZED TRIPS FOR SINGLE GROUPS: VAMONOS VACANZE CASE HISTORY

ABSTRACT:

The first example of organized travel is due to Thomas Cook who in the first half of the 19th century created the first Tour Operator in history (D'Amico 2014).

With the 1900s, tourism lives a real era of today, travel becomes a primary need no longer associated with the need for mobility but acquires intrinsic value for its characteristics of escape from everyday life, discovery and research of psychophysical well-being. Between the 50s and the 60s, the birth of the first intermediary tour operators took place, all-inclusive tourist packages, including accommodation facilities, means of transport, restaurant and entertainment activities in a single integrated formula, which could best respond to the needs of every type of clientele (Colombo 2004). A new revolution in the tourism sector is due to the advent of the internet, it is with the end of the 2nd millennium that supply and demand changes, thanks also to instant booking, allowing to build increasingly service oriented tourist packages (Rosso 2002). In view of all these considerations, modern tour operators shift their focus from the sale of the holiday to the promotion of packages and personalized experiences for customers increasingly targeted based on their demographic characteristics and emerging needs, integrating the offers with discounts and customer loyalty programs. (Testa, 2023)

The purpose of this article is to illustrate the experience, observed on the basis of the experience of Tourism Psychologist, of the Tour Operator Vamonos which offers organized trips for targets belonging to the Adult age group (30-50) and from all over Italy; a type of tourist product that aims to improve the total quality of life (Andronico 2020 b), and that refines it to organized travel, other forms of sensory tourism (food and wine tourism, cultural tourism) and a series of recreational activities in an integrated perspective.

The experience will be presented through the following points:

1. The Tour Operator's Management Organizational Model
2. The figure of the Group Leader
3. The type of target travellers
4. The main activities carried out.

The choice to delve deeper into the Vamonos product was motivated by the fact that, dealing with studies in the tourism sector, I compared travel packages and offers from various operators, with particular interest in the communication aspects of the proposals. What made the difference for me and supported my choice to travel with Vamonos was the fact that I fully understood their idea of a "travel experience". I understood the humanity contained in their communication, the attention to the needs of the customer: the opportunity to be in contact with new people; the freedom in choosing the activities proposed, which is not disorganization but is closer to a regulated autonomy that allows you to explore everything about a trip, without stress but also without too many compromises.

I had the opportunity to modulate and alternate cultural, fun and relaxation moments. This is very important when travelling in a group, especially in large groups of 40/50 people, where not everyone does everything, talking about adults and different people. I was struck by the idea of being able to respect my preferences and my needs, regulating them with reference to the possibilities of proposed activities, in the certainty of having a point of reference inserted within the group.

These hypotheses of mine were confirmed by the study carried out on the Vamonos Company, its products and its holidays, I can in fact fully confirm that participating in a Vamonos holiday is not just buying a product but living a real travel experience.

Keywords: Tourism for Singles, Organized Trips, Tour Packages, Tour Operators, Tourism Psychology, Work and Organizational Psychology,

«...A seconda della città e del viaggiatore, può scoccare un amore reciproco o un'antipatia, un'amicizia o inimicizia.
Solo attraverso i viaggi possiamo sapere... dove siamo amati e dove siamo rifiutati.»
Roman Payne (2007), *Cities and Countries*.

Introduzione

Il primo esempio di viaggio organizzato, si deve a Thomas Cook che nella prima metà dell'800 realizzò il primo Tour Operator della storia. I primi viaggi proposti erano organizzati utilizzando treni speciali da Londra verso diverse destinazioni, in particolare alcune città gallesi e scozzesi. Successivamente, oltre a provvedere all'organizzazione dei mezzi di trasporto, Cook iniziò a redigere accordi con strutture ricettive, ristoranti e associazioni locali che promuovevano eventi culturali, così da proporre veri e propri pacchetti turistici che includevano oltre al viaggio, anche l'albergo, i punti ristoro e l'intrattenimento. La consacrazione della sua attività avvenne nel 1851, dieci anni dopo l'apertura, in occasione della prima Grande Esposizione Universale al Crystal Palace di Londra, per la quale organizzò trasporto e visita della città per oltre 160.000 persone. Consolidatosi in patria, Thomas Cook iniziò ad espandere la sua attività, stipulando nuovi accordi con le compagnie navali per offrire traversate del canale della Manica, crociere sul Reno con visita a Parigi, arrivando fino alla Svizzera e all'Italia. Al genio di Cook si devono anche due utili innovazioni che rendevano i viaggi comodi ed accessibili: grazie alla tipografia di proprietà, pubblicò il precursore degli odierni cataloghi di viaggio, "*Cook's excursionist and tour advertiser*", e inventò dei voucher, che permettevano ai viaggiatori di spostarsi all'estero senza dover cambiare moneta e senza utilizzare i contanti; questi particolari assegni rimborsabili possono essere considerati i precursori dei *traveller's check* lanciati dall'American Express nel 1891. Thomas Cook è stato uno dei tour operator leader a livello europeo e internazionale, la sua attività ha avuto vita per 178 anni di attività fino alla recente chiusura nel 2019 (D'Amico 2014).

Con il '900 il turismo vive una vera e propria epoca d'oro: il viaggio diviene un bisogno primario, non più soltanto associato alle necessità di mobilità, e acquista valore intrinseco per le sue caratteristiche di evasione dalla quotidianità, di scoperta e ricerca del benessere psicofisico. Questa nuova concezione del viaggio procede di pari passo allo sviluppo delle tecniche di marketing, che si focalizzano sui comportamenti dei viaggiatori, nell'ottica di offrire servizi sempre più aderenti ai bisogni dei consumatori. Tra gli anni '50 e gli anni '60, il boom economico e la diffusione del trasporto aereo sono i fattori favorevoli alla nascita dei primi tour operator intermediari, come gli italiani Alpitour nel 1947 e Franco Rosso nel 1953, che proponevano pacchetti turistici all-inclusive, comprendenti strutture ricettive, mezzi di trasporto, ristorazione e attività di intrattenimento in un'unica formula integrata, che potesse rispondere al meglio alle esigenze di ogni tipo di clientela (Colombo 2004).

Una nuova rivoluzione nel settore turistico si ha con l'avvento di Internet, alla fine del secondo millennio, allorquando domanda e offerta cambiano grazie alla maggiore disponibilità di informazioni presenti in rete e alla loro maggiore accessibilità. Per tale motivo, ai tour operator classici si affiancano le OTA (Online Travel Agencies) e, successivamente, si diffondono formule miste che - grazie anche all'instant booking - permettono di costruire pacchetti turistici sempre più *service oriented* (Rosso 2002). Alla luce di queste evoluzioni, i tour operator moderni spostano il loro focus dalla vendita della vacanza alla promozione di pacchetti e di esperienze personalizzate per i clienti, sempre più targettizzati in base alle caratteristiche demografiche e ai bisogni emergenti, integrando le offerte con sconti e programmi di fidelizzazione del cliente (Testa 2023).

1. La ricerca

Il presente articolo si propone di illustrare l'esperienza sviluppata nel settore, osservata in base alla competenza come Psicologa del Turismo¹, di Vamonos Vacanze² che offre viaggi organizzati per target appartenenti alla fascia d'età adulta (30-50) e provenienti da tutta Italia; una tipologia di prodotto turistico che punta al *miglioramento della qualità della vita totale* (Andronico 2020 b) e che affianca al viaggio organizzato altre forme di turismo sensoriale (ad es. turismo eno-gastronomico o turismo culturale) ed una serie di attività ludico ricreative in ottica integrata.

L'esperienza verrà esposta attraverso i seguenti punti:

- I. Il Modello Organizzativo Gestionale
- II. La figura del Group Leader
- III. La tipologia di target di viaggiatori
- IV. Le principali attività proposte

1.1 Metodologia:

Ricerca Azione di Levin (1946): un tipo di ricerca che è al tempo stesso momento di conoscenza scientifica della realtà e contributo attivo al cambiamento della stessa. Si propone di studiare tanto come avvenga il cambiamento e in che misura, quanto – nel caso in cui esso non si sviluppi come ipotizzato - i fattori che lo ostacolano, quali siano gli effetti del trattamento a breve e a lungo termine (Andronico, 2019).

Metodo semi sperimentale: l'osservazione e la registrazione del comportamento degli individui nel loro ambiente naturale. Tale metodologia si avvale dell'*osservazione naturalistica* e dell'*osservazione partecipata*. L'osservazione naturalistica è uno strumento che permette allo sperimentatore di non entrare nell'ambiente che sta osservando, consentendogli la registrazione dei fenomeni per come essi si presentano. L'osservazione partecipata permette allo sperimentatore di entrare in relazione con i soggetti appartenenti all'ambiente oggetto di indagine e di utilizzare tale relazione per raccogliere informazioni e registrare dati. Entrambi i tipi di osservazione hanno finalità euristica, forniscono, cioè, una spiegazione del funzionamento dell'oggetto d'indagine, attraverso l'osservazione e la registrazione dei comportamenti. Questa metodologia è utilizzata principalmente in Psicologia dello sviluppo e psicologia sociale e di comunità (Andronico 2018).

Metodo dell'inchiesta: metodo che ha come scopo la raccolta di informazioni sulle opinioni e gli atteggiamenti dei soggetti rispetto ad un dato argomento; gli strumenti che utilizza, a tale scopo, sono l'intervista e il questionario. L'intervista è una forma di indagine in cui la raccolta dei dati avviene attraverso un processo di comunicazione verbale e può essere strutturata o semi-strutturata. Il questionario, invece, consiste in una sequenza prestabilita di domande che possono essere a risposta chiusa o aperta. Il metodo dell'inchiesta viene utilizzato particolarmente in Psicologia sociale e di comunità (Andronico 2018).

¹ È uno psicologo formato nelle diverse discipline psicologiche che costituiscono il corpus teorico-pratico di riferimento per la Psicologia del turismo (Maeran 2004), quali la Psicologia sociale, la Teoria e tecniche delle dinamiche di gruppo, la Metodologia della ricerca etc. (Andronico 2018), la Progettazione (Andronico 2019) e in particolare la Psicologia del lavoro e delle organizzazioni (Andronico 2020a) che possiede le seguenti soft skills: competenze trasversali, abilità sociali, rapporti di lavoro, rete professionale (Andronico 2020b). Applica le conoscenze e le competenze di settore nell'intervento in ambito turistico in base agli Atti tipici della Professione Psicologo (56/89) (Andronico 2023).

² Ringrazio Vamonos per avermi permesso di scrivere questo articolo e di utilizzare i materiali; in particolare, ringrazio Irma per l'intervista, Alessio Altissimi e Anna Raffaella per l'intervista e per l'esperienza fantastica in Egitto, Francesco per l'organizzazione del viaggio in Messico e tutti i miei compagni di viaggio per aver condiviso tanti bei momenti. Grazie per avermi consentito di osservare con la mia lente professionale un contesto di vacanza!

1.2 Strumenti:

Analisi organizzativa multidimensionale, effettuata attraverso lo studio degli artefatti³ (Andronico 2020 a) e le interviste ai professionisti.

Interviste semi strutturate agli opinion leader di settore (rilevazione per gruppi disomogenei, responsabili e Group Leader), in base al seguente schema:

- Chi sei
- Che tipo di esperienze hai fatto
- Motivazioni che ti hanno spinto ad intraprendere questo lavoro
- Contesto Culturale Professionale ed Umano che hai incontrato
- Cosa ti porti a casa di queste esperienze

Osservazione naturalistica e partecipata: attraverso l'esperienza diretta per la rilevazione dei comportamenti dei partecipanti a due diverse esperienze di viaggio, Messico (Ferragosto 2023) e Egitto (Capodanno 2023/2024).

Confronto dei pacchetti turistici: attraverso l'osservazione dell'organizzazione del viaggio e la partecipazione alle attività organizzate per gli ospiti in entrambi i viaggi.

1.3 Risultati:

Il Modello Organizzativo Gestionale



Immagine di copertina Pagina Facebook Vamonos

«Il nostro motto è sempre “ci vediamo in giro per il mondo”, perché il nostro obiettivo è quello di portarvi a conoscere tutto il mondo e di ritrovarci sempre in una nuova vacanza».
Irma, Responsabile Vamonos

a. Nascita, vision & mission

Vamonos è un'azienda con posizionamento intermedio tra l'Agenzia di Viaggi e il Tour Operator Online (Castoldi, 2006) che nasce con l'intenzione di proporre non solo una destinazione di viaggio, ma anche di far in modo che il cliente conosca nuove persone. L'idea dei fondatori è quella di abbracciare un target di persone single adulte, che si trovano nella situazione di non avere una cerchia di persone con cui condividere un viaggio, per le più svariate ragioni; per esempio, è piuttosto comune che nella fascia d'età adulta le amicizie di lunga data prendano strade diverse o che non si riesca a condividere i momenti di vacanza con la cerchia socio-relazionale attuale, per motivi economici, di famiglia o lavoro o per le diverse preferenze.

³ Sito Internet [Vacanze Single | Vamonos Vacanze](#) e Social Network di Vamonos [\(3\) Facebook Instagram](#)

Vamonos nasce, dunque, per rispondere ai bisogni di questo tipo di popolazione e lo fa attraverso la creazione di una serie di prodotti turistici confezionati ad hoc, per destinazione, fascia d'età e tipologia di vacanza (week-end, ponti, crociere, gite in barca a vela, tour in località esotiche, etc.), che sollevano i clienti dagli oneri organizzativi e lasciano spazio al divertirsi e conoscere nuove persone.

La *vision* è riassunta nella presentazione proposta nel sito Internet: «Vamonos è andare alla scoperta di luoghi, posti, culture, tradizioni e nuove amicizie. È un'esperienza di puro divertimento, condivisione e socializzazione».

La *mission* di Vamonos Vacanze è offrire un'esperienza di viaggio per single che permetta di scoprire nuove ed interessanti destinazioni e al contempo stringere rapporti umani; un'esperienza di viaggio curata nei minimi dettagli, che offre il calore di un gruppo e la sicurezza di un viaggio organizzato.

Il programma di viaggio è pensato per offrire intrattenimento, divertimento, cultura, avventura e relax, sperimentando un ambiente allo stesso tempo accogliente e stimolante.

I pacchetti turistici sono pensati per coloro che desiderano uscire dalla propria zona di comfort, sia che si scelga un profilo di vacanza rilassante, sia che se ne scelga una più avventurosa.

Vamonos sceglie un approccio personalizzato al viaggiatore, proponendo gruppi distinti per fasce d'età, così da assicurare al cliente di incontrare persone con interessi e stili di vita simili, (Maeran, 2004); nella scelta dei partecipanti ai gruppi non sono accettate coppie, bambini o persone che viaggiano con famiglia, per rispettare l'ambiente esclusivo per single e garantire la libertà di espressione e la spontaneità come fulcro dell'esperienza di viaggio.

b. Storia e dimensioni

Vamonos nasce dall'idea di un team di professionisti del mondo del turismo che condividevano, oltre al rapporto personale, la volontà di creare una realtà che potesse realizzare esperienze turistiche non convenzionali. Un gruppo di appassionati del proprio lavoro che ha messo a frutto l'esperienza decennale nell'organizzazione di Vacanze di Gruppo.

L'azienda, ad oggi, ha terminato la fase di start up e, pur definendosi una piccola impresa, ha registrato un notevole incremento di partecipanti: dai dati della sua nascita durante il periodo del Covid 2019/20 (meno di 1000 passeggeri totali) si è passati ai numeri del 2024, con oltre 500 partecipanti ai viaggi del solo ponte del 25 Aprile del 2024 fino ai viaggi estivi 2024 che hanno registrato la partecipazione di circa 5000 clienti.

Centrale nella policy aziendale e come modalità di lavoro è l'approccio personalizzato al cliente, che viene seguito con la massima attenzione nelle diverse fasi del servizio erogato: sia nella fase di vendita, attraverso il sistema di booking, sia nel post vendita attraverso il servizio di assistenza.

Il customer care prosegue in loco con il Group Leader, che approfondiremo più avanti, una figura scelta attraverso un processo di attenta selezione e formazione, durante il quale si indagano le variabili personali riguardanti il livello di empatia, le competenze trasversali, l'intelligenza emotiva, la capacità di problem solving, e le variabili di contesto come la conoscenza del luogo, della tipologia di viaggio e in certi casi anche della lingua.

c. Risorse umane e ambiente di lavoro

Vamonos si presenta oggi come un'agenzia strutturata su due livelli, quello organizzativo e gestionale e quello operativo. Il sistema è organizzato in diversi dipartimenti: commerciale (addetti vendita), progettuale (ideazione di pacchetti viaggio), comunicazione (sito e social) operativo (Group Leader).

La "persona al centro" come idea fondante della cultura aziendale non è rivolta solo al cliente, ma comprende anche tutte le risorse umane che ne fanno parte; il clima aziendale è incentrato sulla positività e collaborazione, proprio per ricreare all'interno e rispecchiare il clima di benessere e serenità che si propone ai viaggiatori nelle esperienze ricreative. Anche la scelta del nome "Vamonos" è pensata per trasmettere questo messaggio.

d. Costruzione del prodotto, comunicazione & marketing

In una fase preliminare, il pacchetto turistico viene confezionato all'incirca sei mesi prima della data di viaggio: in base alle previsioni sulla domanda e le tendenze del mercato, vengono pre-acquistati i posti migliori nelle strutture ricettive ed i trasporti (aereo/nave) ad un prezzo molto accessibile.

Il reparto organizzativo si occupa poi di costruire l'esperienza di viaggio effettuando gli acquisti; successivamente, il reparto marketing e comunicazione si occupa di mettere in vendita i pacchetti turistici, attraverso il sito, le mail informative, post sui Social, video, etc.

Il reparto booking cura la consulenza al cliente, attraverso diversi canali (telefono, mail, whatsapp, etc.) proponendo le destinazioni ed i gruppi più idonei in base alle specifiche esigenze espresse.

In fase conclusiva, si effettua una valutazione sull'andamento d'acquisto dei pacchetti turistici e sulla qualità dell'esperienza di viaggio effettuata, basata sul report del Group Leader e le recensioni dei clienti, così da costruire uno storico che permetta di prendere decisioni circa la riproducibilità di un pacchetto turistico o la proposta di innovazione, modifica o eliminazione del prodotto (Castoldi 2006).

e. Servizi

Vamonos propone pacchetti turistici che si contraddistinguono per le seguenti caratteristiche:

Comfort (Trasporto e Alloggio)

Un elemento centrale nell'offerta turistica è il comfort dei partecipanti. Vamonos offre pacchetti turistici all inclusive per offrire un'esperienza di viaggio che riduca al minimo i fattori di stress e che permetta ai vacanzieri di concentrarsi sulle nuove esperienze e sulle interazioni sociali nei gruppi.

Per favorire questa condizione di comfort, solitamente quasi tutti i pacchetti prevedono il trasporto aereo (o marittimo). In questi casi, per rafforzare il senso di gruppo, l'appuntamento per tutti i partecipanti è in aeroporto (o porto); se non c'è il trasporto programmato l'appuntamento è direttamente nella struttura ricettiva dove si effettua il soggiorno.

Per i viaggi lunghi e in località turistiche estere viene offerto il pacchetto completo, per soggiorni brevi e in Italia alcune volte il trasporto non è incluso.

Per quanto concerne l'alloggio sono previste diverse soluzioni, tra le quali il cliente può scegliere per vivere l'esperienza di viaggio al massimo del comfort:

- La condivisione della stanza con un compagno di viaggio, nel qual caso l'abbinamento viene effettuato tra persone omogenee per età e sesso.
- L'alloggio individuale, che viene offerto ad un costo leggermente superiore, e che va prenotato con molto anticipo data la disponibilità limitata di camere singole.

Prenotazione e Servizio Clienti

I diversi pacchetti turistici sono proposti nei canali di comunicazione di Vamonos, come il sito ed i social. Una volta individuata la vacanza di interesse, il cliente può scegliere di prenotare attraverso la procedura guidata direttamente dal sito oppure contattando il Servizio clienti, telefonicamente o tramite whatsapp.

L'offerta è strutturata prevedendo di premiare chi prenota prima, consentendo di ottenere il miglior prezzo e versare l'acconto iniziale in misura più bassa. Una volta effettuato il pagamento, viene inviata la ricevuta e la conferma del posto.

All'interno di ogni scheda vacanza sono riportate le informazioni riguardo l'itinerario di viaggio e i servizi aggiuntivi. La policy aziendale improntata a trasparenza, prevede che tutto ciò che è incluso nel pacchetto è chiaramente indicato alla voce "la quota comprende". Circa 15 giorni prima della partenza lo staff di Vamonos invia una mail con maggiori informazioni sui dettagli della partenza per permettere ai clienti di organizzarsi al meglio e 5 giorni prima invia una ulteriore comunicazione con i documenti di viaggio e un voucher con il numero del Group Leader e l'orario del primo ritrovo con i partecipanti. In ogni vacanza è inclusa una copertura assicurativa medico-bagaglio.

La policy aziendale per il mancato viaggio prevede di consigliare ai viaggiatori, al momento dell'acquisto, di stipulare un'assicurazione che rimborsi il pacchetto turistico nel caso si sia impossibilitati a partire. È possibile scegliere tra ottenere il rimborso o spostare l'importo versato su un altro viaggio. La cifra restituibile sarà proporzionata ai giorni di preavviso. Le condizioni generali di contratto si trovano sul sito.

Group Leader

Tutti i pacchetti turistici, indipendentemente dalla tipologia di viaggio e dalla destinazione, prevedono la presenza del Group Leader, figura professionale che svolge diverse funzioni:

- Facilitare la conoscenza tra i partecipanti, sia diretta, favorendo le interazioni e gestendo le dinamiche di gruppo, sia indiretta, coordinando la comunicazione che precede e che intercorre durante tutto il soggiorno.
- Garantire assistenza durante tutto il viaggio.
- Organizzare le attività durante il soggiorno.

Il Group leader viene presentato dall'Agenzia nella mail che precede il viaggio, mentre l'incontro con i partecipanti avviene direttamente, ad inizio vacanza, sul luogo dell'appuntamento. Approfondiremo le mansioni ed il background professionale di questa figura professionale nel paragrafo successivo.

Gruppi Organizzati per fasce d'età

Uno degli obiettivi principali delle vacanze Vamonos è l'opportunità per i clienti di connettersi con altre persone. Un approccio che favorisce la socializzazione dal vivo, in una società in cui le interazioni umane si sono spostate prevalentemente sui social network. La composizione di un gruppo omogeneo è una variabile centrale nella riuscita dell'esperienza di viaggio; vengono, infatti, organizzati per diverse fasce d'età, con l'obiettivo di permettere a tutti di stare il più possibile a proprio agio. Esamineremo la popolazione target di viaggiatori più avanti nella trattazione.

Attività

Come precedentemente accennato, l'incontro con il Group Leader avviene a inizio vacanza, mentre una volta arrivati alla struttura ricettiva la prima attività è l'Accoglienza dei partecipanti con l'organizzazione del "cocktail di benvenuto". In questa fase, emerge quello che Vecchiato (2012) definisce la "*relazione di servizio*" che non si basa solo sul prezzo, sulle aspettative, sulla qualità che il cliente ottiene per il prezzo che paga, ma che comprende anche fattori umani (accoglienza, rispetto, simpatia, ecc.), fattori etici (onestà, fiducia, ecc.) e fattori legati alla fornitura tecnica del servizio (la prestazione). È anche il primo momento in cui i vacanzieri iniziano a diventare un gruppo, che condividerà l'esperienza di viaggio.

Successivamente, viene convocata una Riunione Organizzativa, in cui il Group Leader presenta in maniera strutturata le diverse attività, che, a seconda della tipologia di vacanza, possono essere: escursioni naturalistiche o culturali, gite in barca, passeggiate in città, degustazioni di prodotti locali, giornate in spiaggia, serate nei locali

Ogni giorno il Group Leader proporrà al gruppo un programma di possibili attività a cui i partecipanti sono liberi di aderire o meno. Il programma dell'intera vacanza è studiato per alternare momenti di scoperta, divertimento, relax e cultura. Approfondiremo le attività e gli specifici pacchetti turistici successivamente.

2. La figura del Group Leader



Foto Group leader - Gruppo Facebook Vamonos

In linea generale, in ambito turistico il Group Leader è la figura professionale che si occupa dell'accoglienza degli ospiti e di accompagnare gruppi di persone nelle gite e nei viaggi sul territorio nazionale o all'estero; prevalentemente, opera su programmi turistici già predisposti dagli organizzatori, a volte invece può occuparsi in prima persona dell'organizzazione delle gite o delle attività, in base agli accordi con le strutture ricettive, con i tour operator o con le agenzie per cui fornisce la propria prestazione professionale.

Durante il viaggio dà notizie generiche di interesse turistico sull'itinerario che non sono ambito di competenza delle guide turistiche; gestisce la logistica, le richieste ed i reclami dei clienti, interfacciandosi, in base all'organizzazione prevista, con la struttura, il tour operator, la struttura ricettiva, gli autisti, le guide, i ristoranti. Fornisce, inoltre, informazioni sull'itinerario, le attività e le zone visitate e si occupa di favorire l'armonia all'interno del gruppo. In base al target degli ospiti e alla composizione dei gruppi, cura il programma di intrattenimento serale e collabora alla scelta dei diversi format di intrattenimento (Andronico 2022).

Per svolgere tutte queste mansioni, è necessario che il Group Leader possieda conoscenze di marketing, di normativa, di storia e geografia e di almeno una lingua straniera.

Fondamentali, inoltre, per svolgere questo ruolo sono le soft skills quali, socialità, empatia, ascolto, problem solving, competenze organizzative e di mediazione, storytelling, e leadership (Castoldi 2006 a,b).

Le mansioni del Group leader possono così schematizzarsi (Cappellari, Comacchio 2000):

- Accoglienza dei partecipanti
- Accompagnamento degli ospiti nei tour guidati
- Organizzazione gite ed escursioni
- Cura dei programmi di intrattenimento serale
- Condivisione delle informazioni circa modifiche al programma
- Raccolta delle adesioni
- Gestione delle criticità

2.1 Il Group Leader in Vamonos

La policy aziendale interpreta il ruolo del Group leader in senso molto ampio: non come mera guida turistica, animatore o consulente, ma come vero e proprio "compagno di viaggio", rappresentando la prima persona di riferimento per qualsiasi esigenza durante la vacanza.

Queste figure professionali vengono scelte dall'azienda, tra le persone più appassionate per il loro lavoro, con un background di provenienza nel mondo del turismo (l'aver fatto esperienza di animazione turistica rappresenta un plus), sono il collante tra i membri del gruppo che, con spirito di

affiatamento e collaborazione, si occuperanno di organizzare gli appuntamenti di ritrovo, le attività quotidiane e le escursioni.

Gli atteggiamenti del Group leader, nei viaggi Vamonos, devono trasmettere ai partecipanti:

Sicurezza, disponibilità e affidabilità. Il Group leader si pone come punto di riferimento costante durante tutta l'esperienza di viaggio. il vero plus del viaggiare con un Group leader di Vamonos è la tranquillità di avere una persona esperta e affidabile sempre a disposizione, sia che si stia visitando una città nuova, partecipando a un'escursione o navigando in crociera. La presenza di questa figura professionale garantisce che la vacanza sia sicura e soddisfacente.

Attenzione all'inclusione nel gruppo. Una particolare attenzione viene posta alla cura delle dinamiche del gruppo di viaggio: il Group leader è formato per garantire il benessere di tutti e favorire l'inclusione di tutti i partecipanti.

Riduzione dello stress organizzativo per i partecipanti. L'assistenza assicurata in ogni fase del viaggio, con la cura ad ogni dettaglio e l'interfaccia con i tour operator locali, le strutture ricettive, i proprietari dei locali e i transfer, da parte del Group leader; unita alla sua lunga esperienza nella scelta delle location e nella gestione delle prenotazioni, garantiscono ai partecipanti che il loro soggiorno sia privo di stress.

Piacevolezza dell'Esperienza. La conoscenza delle destinazioni, combinata con la capacità di creare un'atmosfera che favorisce il relax e il divertimento, rende il Group leader il facilitatore dell'esperienza di viaggio in gruppo. Grazie alla loro presenza il pacchetto turistico si trasforma in una vera e propria esperienza di viaggio.

3. La tipologia di target di viaggiatori



Immagine di copertina - Gruppo Facebook Vamonos

Popolazione target

La popolazione target di ospiti che sceglie questo tipo di vacanza, in linea generale, è composta solitamente da persone appartenenti alla fascia tra i 30 ed i 50 anni. Secondo il modello di Erikson (1982), il target rientra a cavallo tra l'età adulta (20 -35 anni) e l'età matura (35-65 anni), due fasi del ciclo di vita in cui gli individui sperimentano una serie di modifiche dello stile di vita, a livello bio-psico-sociale, (Andronico 2020b) quali:

stato psicofisico: in questi periodi della vita la maggior parte delle persone ha sviluppato un sufficiente livello di autonomia che consente loro di spostarsi senza particolari problemi; la problematica prevalente di natura psicofisica è lo stress prevalentemente derivante dalla condizione lavorativa. Di conseguenza, sono spesso alla ricerca di momenti strutturati di relax e di svago.

relazioni interpersonali e affettive: in questi periodi della vita, la maggior parte delle persone cerca di formarsi una compagnia e una relazione amorosa; alcuni hanno sperimentato una separazione dal partner o dalla famiglia. In entrambe le situazioni emerge il desiderio di fare nuove conoscenze in quanto le figure di riferimento, come le amicizie di lunga data ed i colleghi, non sempre risultano allineate alle esigenze della persona che ricerca l'esperienza di viaggio.

lavoro e gestione del tempo libero: in questi periodi della vita la maggior parte delle persone ha sviluppato un ruolo attivo nel contesto lavorativo: sono produttive, impegnate in un lavoro che, per quanto soddisfacente, li assorbe e riduce e concentra la possibilità di socializzazione alla cerchia dei colleghi. Si pone la necessità di ridefinire anche la vita sociale, riscoprendo nuovi ruoli e opportunità.

Motivazioni

Le motivazioni di base che spingono le persone ad acquistare questo tipo di prodotto turistico sono legate ad alcuni bisogni specifici del momento del ciclo di vita in cui si trovano (Andronico., Olivieri 2021).

bisogni personali: legati ai vissuti del soggetto e alle sue necessità in un dato momento della vita come ad esempio il relax, il riposo e il bisogno di concentrarsi su sé stessi. Questi bisogni emergono nella popolazione target a causa della condizione legata al ciclo di vita e alla ricerca di distrazioni e di attività di intrattenimento.

bisogni sociali: legati al desiderio di socializzazione e appartenenza, come ad esempio la volontà di incontrare persone o un partner nuovi attraverso l'esperienza di viaggio. Per tale motivi queste persone si aggregano e ricercano pacchetti turistici che includano le attività di intrattenimento.

bisogni di separazione: legati alla motivazione di lasciarsi alle spalle situazioni complicate da gestire, relazioni in crisi o che comportano molte complicazioni, necessità di fuggire dalla vita quotidiana. Tali bisogni nascono dalla necessità di allontanarsi dalle modifiche della condizione personale o da cambiamenti nell'organizzazione della vita sociale e affettiva.

bisogni fisici: legati a motivazioni di salute, come migliorare la propria condizione di benessere psico-fisico e allontanarsi dallo stress.

bisogni di esplorazione: legati alla motivazione di intraprendere nuovi percorsi e fare nuove esperienze. In questa fascia d'età le persone hanno la necessità di occupare in maniera produttiva il loro tempo libero e per tale motivo vanno alla ricerca di fare esperienze che non hanno potuto fare precedentemente; per tale motivo i viaggi ed i tour organizzati rappresentano un'ottima opportunità di dare una risposta a questo bisogno.

3.1 Il target di viaggiatori in Vamonos

I viaggiatori di Vamonos sono persone dalla mentalità aperta che hanno voglia di fare nuove esperienze, esplorare nuovi posti, divertirsi, condividendo momenti emozionanti con nuovi amici; persone che hanno voglia di mettersi in gioco e non hanno paura di uscire dalla comfort zone. L'elemento che accomuna tutti è la voglia di incontrare l'altro, mettersi in gioco e non aver paura di avvicinare l'altra persona, poiché tutti sono predisposti a fare amicizia. Chi partecipa a un gruppo vacanze Vamonos non si trova nella situazione di imbarazzo e nel pensiero "oddio non so con chi parlare", perché sa che in quel contesto tutti sono nella stessa condizione e predisposti al dialogo con l'altro.

Il target abbraccia una quota di popolazione che va dai 30 ai 50 anni. I gruppi sono organizzati per fascia d'età, per facilitare le affinità di interesse e, per quanto possibile, l'omogeneità dei partecipanti. Solitamente le fasce d'età dei gruppi sono: (35-45) – (35-50) – (45-55), salve qualche caso in cui è prevista una fascia più ampia (30-50). L'organizzazione dei gruppi di viaggio Vamonos tende a

stabilire una partecipazione bilanciata tra i sessi, sebbene possa talvolta accadere che ci sia una prevalenza femminile.

Non esiste, a livello di status socio-professionale, una categoria prevalente di clienti e si annoverano diverse tipologie: professionisti, impiegati, imprenditori, insegnanti, medici, infermieri, sportivi. Ci sono clienti che vantano una disponibilità economica maggiore e partono più volte durante l'anno, come clienti che risparmiano per permettersi una sola vacanza all'anno.

L'82% dei clienti Vamonos parte da solo. L'87% dei partecipanti è single.

I viaggiatori Vamonos possono iscriversi al gruppo Facebook o alla pagina Instagram, dove potenzialmente sono presenti i futuri compagni di viaggio o altri viaggiatori che hanno già fatto la stessa esperienza e possono condividere i propri ricordi. Già dai social si possono conoscere persone nuove e scambiare pareri, consigli, opinioni e foto.

Per policy aziendale non sono accettate persone che non amano i momenti di convivialità o che sono eccessivamente inclini alla polemica. Non sono ammesse nei gruppi famiglie con bambini. I viaggi non sono adatti ai solitari o individualisti. Per motivi di natura organizzativa e logistica (spesso sono previsti spostamenti) questo tipo di esperienza è sconsigliata a chi ha difficoltà motorie.

4. Le principali attività

Foto di Francesco Ferrini Group Leader Messico Costa Maya (agosto 2023)

Il pacchetto turistico costruito ad hoc per i diversi gruppi comprende una vasta gamma di attività in grado di rispondere ai diversi bisogni degli ospiti (Kippendorf 2013).

Come precedentemente accennato, il pacchetto turistico viene costruito ad hoc dagli uffici e poi venduto ai partecipanti; tutti coloro che partecipano ad un viaggio Vamonos, hanno però la possibilità, in base alle loro esigenze, alla composizione del gruppo e alla flessibilità del tour leader, di vivere un'esperienza di viaggio davvero personalizzata.

Infatti, nella riunione organizzativa il tour leader illustra le attività ed espone un programma di massima, avendo cura di alternare attività culturali, a quelle ludico ricreative, allo shopping ed alla scoperta della natura del luogo.

Durante la riunione e anche durante la vacanza, i singoli partecipanti sono liberi di scegliere, seguendo le scadenze come comunicate sul gruppo whatsapp, se aderire o meno, a tutte o a parte delle attività extra, come segnalato già nella proposta turistica. Così ognuno, in base alle proprie esigenze, economiche, di salute e di benessere può costruire un'esperienza davvero personalizzata, grazie all'attenzione e alla pazienza del tour leader nel seguire tutti i membri del gruppo e le loro esigenze e di interfacciarsi e rinegoziare di volta in volta, con le figure professionali locali, le escursioni e le altre attività.

Questa policy aziendale, garantisce che l'esperienza di viaggio sia davvero unica, soprattutto in un contesto di offerta turistica, in cui, con la globalizzazione e la molteplicità di offerte, le destinazioni e le attività si equivalgono, l'esperienza unica, la fa la composizione del gruppo, il tour leader e la possibilità di costruire attività personalizzate per i diversi gruppi e per il singolo (Testa 2023).

Le persone potranno acquistare prodotti simili, ma non vivranno mai la stessa esperienza, in quanto, come sottolineato più volte dai professionisti di Vamonos nelle interviste, l'attenzione dell'azienda è incentrata sulle persone, sul loro benessere e sulla socializzazione (Maeran 2004).

Di seguito presenteremo il pacchetto così come viene comunicato ai viaggiatori via mail prima della partenza e successivamente, una tabella riassuntiva delle attività divise per giornate, così come sono distribuite durante la vacanza (Castoldi 2006c).

PACCHETTO TURISTICO n.1: MESSICO FERRAGOSTO 2023

Il viaggiatore riceve questo messaggio da parte del tour leader:

«Informazioni importanti per la tua vacanza. Manca poco! La tua vacanza in Messico sta per iniziare non vediamo l'ora di conoscerti! Saranno giorni di relax, spensieratezza e leggerezza. Ciò che ti rimarrà di questa esperienza oltre ai giorni rilassanti che vivrai sono le persone che conoscerai.»

PLAYA DEL CARMEN (08-16 agosto 2023)

Playa del Carmen è una bellissima località balneare messicana, situata sulla Riviera Maya. Famosa per le sue splendide spiagge decorate da palme e ricche di barriere coralline, ma non solo. E' piena di negozi, ristoranti e vari locali notturni, dai bar più tranquilli alle discoteche. Anche per quanto riguarda la gastronomia, Playa del Carmen è una delle zone più importanti di tutta la Riviera Maya, con menù ricchi che vanno dai semplici tacos a piatti sofisticati. Pensate che in passato era semplicemente un piccolo villaggio... mentre oggi è uno dei posti più glamour dei Caraibi messicani!

INFORMAZIONI SUI VOLI

Aeroporto di partenza: ROMA FIUMICINO

Aeroporto di arrivo: CANCUN

Compagnia aerea: AIR EUROPA

Andata:

08 Agosto 2023

ROMA FCO - CANCUN 10:30 - 18:30 (via Madrid)

Ritorno:

15 Agosto 2023

CANCUN - ROMA FCO 20:30 - 17:25+1 (via Madrid)

*gli orari possono essere soggetti a variazioni

Franchigia bagaglio

bagaglio da stiva: 1 bagaglio da 23 Kg

bagaglio a mano: 1 bagaglio di piccole dimensioni (55x30x20) Max 8kg

Il terminal di partenza verrà comunicato insieme ai documenti di viaggio

HOTEL: RIU LUPITA 5*

Circondato da incredibili giardini tropicali, l'Hotel Riu Lupita di Playa del Carmen offre ai suoi ospiti tutto ciò di cui hanno bisogno per assicurare loro delle vacanze indimenticabili. Le strutture di questo hotel All Inclusive di Playa del Carmen, in Messico, vi assicureranno delle vacanze davvero perfette. Potrete rinfrescarvi nelle sue piscine e dedicarvi a svariati sport, come tennis, kayak, immersioni e pallavolo.

POSIZIONE:

La struttura si trova a 50 km dall'Aeroporto di Cancùn e dista 3,5 km dalla bellissima Playa Del Carmen.

CAMERE:

La struttura Riu Lupita 5* dispone di 300 camere divise in vari edifici. Le camere offrono i seguenti servizi: bagno, doccia, asciugamani, asciugacapelli, TV, cassaforte, armadio, aria condizionata

SERVIZI:

Ristorante, bar, minibar, snack bar, piscina, ombrelloni, sdraio/lettini, teli da piscina/spiaggia, zona TV, Wifi gratuito, terrazza, attività sportive

TRATTAMENTO:

All Inclusive. La formula All Inclusive include: colazione, pranzo e cena a buffet presso il ristorante principale con bevande incluse (Acqua naturale, soft drinks ed alcolici locali ed internazionali durante i pasti e presso i vari bar), possibilità di prendere uno snack presso gli snack bar a seconda degli orari di apertura.

DOCUMENTI NECESSARI PER IL VIAGGIO

PASSAPORTO:

Si richiede passaporto in corso di validità per tutto il periodo di permanenza nel Paese

REGOLE SANITARIE:

Per i viaggiatori in arrivo dall'estero cessa l'obbligo di presentazione di certificazione vaccinale o test COVID-19 negativo.

GROUP LEADER

Francesca: «Le descrizioni non sono proprio il mio forte, è un po' difficile riassumere tutto quello che mi passa per la testa in poche parole. Quello che vi posso dire è che non conosco la parola noia, per me è tutto in continua evoluzione star fermo proprio non mi piace! Quindi preparatevi a vivere dei giorni pieni di cose, persone, attività ed emozioni!».

Il gruppo WhatsApp sarà creato un giorno prima della partenza

ESPERIENZE E ATTIVITÀ

CHICHEN ITZA + CENOTE + VALLADOLID

La prima tappa sarà all'antica città di Chichen Itza, un complesso di rovine Maya che è oggi uno dei siti archeologici più visitati del Messico. Faremo una sosta per rinfrescarci nel più suggestivo Cenote,

TURISMO E PSICOLOGIA, 17 (2), 2024

quello di Ik Kil. Proseguiremo con Valladolid, piccolo centro abitato situato nel bel mezzo della penisola dello Yucatan, la cui popolazione ha ben conservato le tradizioni Maya, dall'abbigliamento alla lingua.

ALLA SCOPERTA DI TULUM E COBA

Visiteremo le rovine di Coba, sito archeologico immerso nella giungla messicana. Ci sposteremo poi a Tulum, l'unico sito Maya ad affacciarsi direttamente sul mare, un luogo incantato dove si crea un perfetto mix di mare e architettura che lo rendono unico al mondo

AKUMAL

Visiteremo insieme questa località da sogno situata nella Riviera Maya, che conserva il fascino tipico delle spiagge caraibiche: sabbia bianca finissima, mare azzurro intenso e palme a ridosso dell'acqua. Qui potrai vivere il sogno di fare un bagno insieme alle tartarughe che abitano in queste acque.

GITA IN BARCA A ISLA MUJERES

Navigheremo nel mar dei Caraibi fino a Isla Mujeres. Qui saremo circondati da acque turchesi e ci rilasseremo in una delle spiagge più belle al mondo.

ATTENZIONE: Potrete prenotare e acquistare le escursioni direttamente in loco rivolgendovi al nostro Group leader.

VALUTA LOCALE

La moneta locale è il Peso Messicano (non è necessario cambiare i soldi in moneta locale prima della partenza)

CLIMA E TEMPERATURE MEDIE

Playa del Carmen, la località più famosa della Riviera Maya, nello stato messicano di Quintana Roo, ha un clima tropicale, caldo tutto l'anno, con una stagione relativamente fresca e secca da novembre a febbraio, e una stagione calda e afosa da giugno a ottobre.

COSA CONSIGLIAMO DI PORTARE

Un costume da bagno per i tuffi nelle acque cristalline.

Abbigliamento comodo per le escursioni

Crema solare e indumenti adatti al clima locale.

Un giacchetto per la sera.

Il vostro sorriso migliore!

COSA EVITARE

Non portare il lavoro arretrato con te sul tuo pc e non trascorrere il tuo tempo sempre con lo sguardo sul cellulare, sono tutte distrazioni che ti farebbero perdere l'occasione di un'esperienza indimenticabile!

ASSISTENZA POST PRENOTAZIONE

Se hai bisogno di ulteriori informazioni riguardanti la tua prenotazione, puoi scrivere una mail a assistenza@vamonos-vacanze.it

BIGLIETTI E DOCUMENTI DI VIAGGIO

Ti arriveranno 3 giorni prima della partenza via mail. Sorridi e preparati a partire!

PROGRAMMA SETTIMANALE:

GIORNO	MATTINA	POMERIGGIO	SERA
1	Appuntamento in aeroporto per ogni gruppo e Viaggio di Andata	Viaggio in aereo	Arrivo in Resort Incontro gruppi Roma - Milano
2	Spiaggia Resort	Riunione Organizzativa e Spiegazione Escursioni	Aperitivo di Benvenuto e Socializzazione Coco Bongo
3	Chichen Itza	Cenote e Valladolid	City Tour By Night Locale in Centro a Playa del Carmen
4	Akumal	Spiaggia Resort	Shopping in Centro White Party
5	Tulum	Coba	Cena Messicana Locale in Centro a Cancun
6	Gita in barca a Isla Mujeres	Gita in barca a Isla Mujeres	Cena Ristorante sulla Spiaggia
7	Spiaggia Resort	Transfert ed Arrivo in Aeroporto	Viaggio di Ritorno

PACCHETTO TURISTICO n.2: EGITTO – CAPODANNO 2023/24

Il viaggiatore riceve questo messaggio da parte del tour leader:

«Informazioni importanti per la tua vacanza. Manca poco! La tua vacanza Sharm El Sheikh sta per iniziare non vediamo l'ora di conoscerti! Saranno giorni di relax, spensieratezza e leggerezza. Ciò che ti rimarrà di questa esperienza oltre ai giorni rilassanti che vivrai sono le persone che conoscerai.»

SHARM EL SHEIKH (30 dicembre 2023 -06 gennaio 2024)

Mare cristallino e una barriera corallina dalla bellezza straordinaria: queste sono le prime immagini che vengono in mente quando si nomina la splendida località di Sharm El Sheikh. Situata nella parte meridionale della penisola del Sinai e direttamente sul Mar Rosso, la "Baia dello Sceicco" è la località turistica egiziana più famosa e ogni anno attira milioni di turisti da tutto il mondo.

INFORMAZIONI SUI VOLI

Aeroporto di partenza: ROMA FIUMICINO

Aeroporto di arrivo: SHARM EL SHEIKH

Compagnia aerea: WIZZAIR

Andata:

30 Dicembre 2023

ROMA FCO - SHARM EL SHEIKH 14:25 - 19:10

Ritorno:

06 Gennaio 2024

SHARM EL SHEIKH - ROMA FCO 19:45 - 22:55

*gli orari possono essere soggetti a variazioni

FRANCHIGIA BAGAGLIO

bagaglio da stiva: 1 bagaglio da 20 Kg

TURISMO E PSICOLOGIA, 17 (2), 2024

bagaglio a mano: 1 bagaglio dal peso massimo di 7kg piccole dimensioni (40x30x20)

Il terminal di partenza verrà comunicato insieme ai documenti di viaggio

HOTEL FARAANA REEF RESORT 4*

POSIZIONE:

Il Resort è situato su una scogliera sopra la spiaggia più bella e iconica di Sharm El Sheikh. Dista 2,5 km da Sharm Vecchia, 11 km da Naama Bay e 21 km dall'aeroporto.

SPIAGGIA:

La meravigliosa baia privata del Faraana gode di un' ampia spiaggia di sabbia fine e dorata che si trasforma in un fondale sabbioso e lentamente digradante fino a formare una vera e propria laguna naturale, protetta dal vento e dalle onde da una rigogliosa barriera corallina. Dalla baia un sentiero pedonale e una scalinata salgono verso la struttura, in posizione rialzata e panoramica con vista davvero eccezionale, proprio di fronte al parco marino di Ras Mohamed.

CAMERE:

Le camere sono semplici e funzionali, dotate di servizi privati, distribuite in chalet a due piani immersi in un labirinto di sentieri e giardinetti. Tutte le camere sono dotate di: aria condizionata, asciugacapelli, mini-frigo, cassetta di sicurezza

SERVIZI:

Le aree comuni sono ampie e luminose e molto ben inserite nel paesaggio circostante.

2 ristoranti, di cui il "Club" principale a buffet, e il Grill a la carte aperto per pranzo con specialità barbecue (prenotazione obbligatoria).

5 bar suddivisi tra spiaggia, lobby e piscine.

3 piscine (di cui una riscaldata in inverno).

lettini, ombrelloni e teli mare a disposizione.

A pagamento, connessione Wi-Fi nelle aree comuni e centro Spa con sauna, bagno turco e idromassaggio.

TRATTAMENTO:

All Inclusive. La formula All Inclusive include: prima colazione, pranzo e cena serviti a buffet nel ristorante principale, ristorante Grill aperto a pranzo su prenotazione con specialità di carne e pesce alla griglia, consumo illimitato di acqua, bevande analcoliche ed alcoliche locali (escluso il vino) durante i pasti e dalle 10.00 alle 23.00, snack dolci e salati, caffè e cappuccino sono serviti ad orari prestabiliti.

DOCUMENTI NECESSARI PER IL VIAGGIO

PASSAPORTO: passaporto in corso di validità per tutto il periodo di permanenza nel Paese, con 6 mesi di validità residua dalla data del ritorno.

oppure

CARTA D'IDENTITÀ: solo per turismo, carta d'identità cartacea o elettronica valida per l'espatrio con validità residua superiore ai sei mesi, accompagnata da due foto formato tessera necessarie per ottenere il visto che si richiede alle locali Autorità di frontiera all'arrivo nel Paese (in mancanza delle foto NON viene rilasciato il visto di ingresso); si raccomanda pertanto di munirsi delle foto prima della partenza dall'Italia.

Le Autorità di frontiera egiziane NON consentono l'accesso nel Paese ai viaggiatori in possesso di carta di identità elettronica con certificato di proroga (cedolino cartaceo di proroga di validità del documento)

GROUP LEADER

Francesco: « Mi piace dire che la mia storia con il turismo non è mai iniziata, nel senso che nel turismo ci sono proprio nato perché grazie a questo lavoro oggi sono chi sono! Sono una persona socievole e solare, stare con la gente è la mia passione. Ogni posto del mondo è magico ma, se devo descrivere il mio viaggio dei sogni, deve essere in un luogo che abbia 3 caratteristiche fondamentali: acque cristalline, temperature superiori ai 25°, e tanta tanta musica!».

Il gruppo WhatsApp sarà creato un giorno prima della partenza

ESPERIENZE E ATTIVITÀ

RAS MOHAMED

Andremo alla scoperta delle bellezze del Mar Rosso ammirando la seconda barriera corallina al mondo per varietà di flora e fauna, dove ci sarà la possibilità di fare snorkeling sempre accompagnati da una guida. Ci sarà poi una sosta al canale delle mangrovie ed al lago magico, dove ci aspetteranno panorami mozzafiato. Rientro previsto in hotel nel tardo pomeriggio e pranzo con grigliata presso una tipica tenda beduina in riva al mare.

ISOLA BIANCA

Passeremo una giornata in barca alla scoperta della famosa Isola che non c'è.
Da qui si potranno ammirare tutte le sfumature del turchese in un ambiente incontaminato e unico.

MOTORATA DEL DESERTO

In questa escursione avremo la possibilità di ammirare il deserto con i suoi colori unici attraversando la “valle dell'eco” a bordo dei nostri quad.
Faremo poi una sosta in una tenda beduina per assaggiare il tipico Tè tutti insieme.

CITY TOUR BY NIGHT

Per scoprire le tradizioni e la cultura del paese che ci ospita, non possiamo perderci una passeggiata per vedere l'imponente moschea e per vivere la tipica atmosfera nel vecchio mercato di Sharm tra vecchi papiri, spezie e tanti tanti colori.

Le escursioni verranno comprate direttamente dal nostro fornitore in loco che in base all'escursione scelta proporrà un diverso pacchetto.

ATTENZIONE: Potrete prenotare e acquistare le escursioni direttamente in loco rivolgendovi al nostro Group Leader.

VALUTA LOCALE

La moneta locale è: la Lira Egiziana. 1 EUR= 17,77 lire Egiziane (non è necessario cambiare i soldi in moneta locale prima della partenza)
Carte di Credito: Visa-Mastercard (all'interno del villaggio)

CLIMA E TEMPERATURE MEDIE

A Sharm el-Sheikh le estati sono calde, afose, aride e serene e gli inverni sono gradevoli, asciutti e prevalentemente sereni.

COSA CONSIGLIAMO DI PORTARE

Un costume da bagno per i tuffi nelle acque cristalline.
Abbigliamento comodo per le escursioni:

TURISMO E PSICOLOGIA, 17 (2), 2024

Crema solare e indumenti adatti al clima locale.
Un giacchetto per la sera.
Il vostro sorriso migliore!

COSA EVITARE

Non portare il lavoro arretrato con te sul tuo pc e non trascorrere il tuo tempo sempre con lo sguardo sul cellulare, sono tutte distrazioni che ti farebbero perdere l'occasione di un'esperienza indimenticabile!

ASSISTENZA POST PRENOTAZIONE

Se hai bisogno di ulteriori informazioni riguardanti la tua prenotazione, puoi scrivere una mail a: assistenza@vamonos-vacanze.it

BIGLIETTI E DOCUMENTI DI VIAGGIO

Ti arriveranno 3 giorni prima della partenza via mail Sorridi e preparati a partire!

PROGRAMMA SETTIMANALE:

GIORNO	MATTINA	POMERIGGIO	SERA
1	Appuntamento in aeroporto per ogni gruppo e Viaggio di Andata	Transfert ed Arrivo in Resort	Incontro gruppi Roma - Milano - Venezia al Farsha
2	Spiaggia Resort	Riunione Organizzativa e Spiegazione Escursioni	Aperitivo di Benvenuto e Socializzazione
3	Rash Mohamed	Rash Mohamed	City Tour By Night in Centro a Sharm El Sheik
4	Spiaggia Resort	Shopping in centro a Sharm El Sheik	Capodanno Cenone e Discoteca nel Deserto
5	Isola Bianca	Isola Bianca	Cena ed Intrattenimento Loolapalosa
6	Spiaggia Resort	Motorata nel Deserto	Serata a NamaBay
7	Spiaggia Resort	Transfert ed Arrivo in Aeroporto	Viaggio di Ritorno

Conclusioni



Foto di Francesca Andronico, Egitto Sharm El Sheik Deserto (dicembre 2023)

A un'osservazione generale al case history qui riportato risulta importante sottolineare come la metodologia utilizzata sia multicomponentiale, di natura qualitativa e quantitativa, questa precisa opzione scientifica è basata sulla necessità di avere a disposizione strumenti d'indagine che possano cogliere la complessità del fenomeno.

Il settore turistico è un campo di indagine ancora poco esplorato dalle scienze psicologiche e tale condizione si configura come ricca di molteplici potenzialità: l'approccio qui utilizzato è risultato adatto a studiare alcune variabili poiché consente di analizzare alcune dinamiche chiave del turismo in grado di offrire una lente interpretativa per una più approfondita comprensione del fenomeno specifico e per le dinamiche turistiche più generali.

Le potenzialità interpretative che si aprono da un approccio metodologico misto rappresentano un punto di forza che potrebbe essere pionieristico e fornire la base per ulteriori approfondimenti.

Dunque, se questi metodi di analisi del settore consentono di essere applicati per lo studio del fenomeno in oggetto, è altrettanto necessario elaborare strumenti teorici in grado di fornire un modello interpretativo delle complesse dinamiche insite nel settore turistico.

Secondo quanto affermato, la ricerca sul campo qui presentata si configura come una prima ipotesi di ricerca per comprendere meglio e più a fondo alcune dinamiche di carattere psicologico.

Condurre un'osservazione partecipante in viaggio porta con sé alcuni problemi di carattere logistico ed epistemologico. Seguire l'interazione che si sviluppa in vacanza implica una perdita di alcuni livelli d'analisi che vengono compensati dall'analisi quantitativa effettuata con gli strumenti d'indagine strutturati. Anche lo studio degli "artefatti" in questo caso i pacchetti turistici, permette di aggiungere all'analisi psicologica informazioni rilevanti, che in ottica di studio delle organizzazioni sono fondamentali per trarre conclusioni che abbiano un impatto sulla logistica del settore e possano contribuire alla sua comprensione.

La scelta di approfondire il prodotto Vamonos è stata motivata dal fatto che, occupandomi di studi nel settore turistico, ho confrontato i pacchetti di viaggio e le offerte dei vari operatori, con particolare interesse agli aspetti comunicativi delle proposte. Quello che ha fatto la differenza e ha sostenuto la mia scelta di partire con Vamonos è stato il fatto che mi è arrivata pienamente la loro idea di "esperienza di viaggio". Mi è arrivata l'umanità contenuta nella loro comunicazione, l'attenzione ai bisogni del cliente: l'opportunità di essere a contatto con persone nuove; la libertà nelle scelte delle attività proposte, che non è disorganizzazione, ma si avvicina di più a un'autonomia regolamentata che permette di esplorare tutto di un viaggio, senza stress, ma anche senza troppi compromessi.

Mi è arrivata la possibilità di modulare e alternare momenti culturali, di divertimento e di relax. Questo è molto importante quando si viaggia in gruppo, soprattutto in gruppi di 40/50 persone, adulte e diverse tra loro, in cui non tutti fanno tutto. Mi ha colpito l'idea di poter rispettare le mie preferenze e i miei bisogni, regolandoli rispetto alle possibilità di attività proposte, nella certezza di avere un punto di riferimento inserito all'interno del gruppo.

Queste mie ipotesi sono state confermate dallo studio effettuato sull'Azienda Vamonos, i suoi prodotti e le sue vacanze. Posso infatti confermare a pieno che partecipare a una vacanza Vamonos, non è soltanto acquistare un prodotto, ma vivere una vera e propria esperienza di viaggio.

Vorrei concludere con un breve scritto che la Tour Leader Anna Raffaella Minervini ci ha regalato a conclusione della vacanza in Egitto e che, a mio avviso, è esplicativo dell'atmosfera che si respira in Vamonos Vacanze: «Vi auguro di viaggiare, di partire, di andare... Vi auguro di viaggiare più che potete e tutte le volte che potete! Poiché viaggiare è la sola cosa che ci rende liberi... Vi auguro di prendere tutto da ogni singolo viaggio: prendete colori, profumi, sapori... Vi auguro di svegliarvi presto per poter guardare l'alba, perché vista da lì sarà sicuramente diversa e poi... divertitevi a vedere dove si andrà a nascondere il sole per il tramonto in quel punto del mondo! Vi auguro di partire e di lasciare a casa legami senza paure, senza troppi "se", non perché sono poco importanti ma forse troppo forti... Vi auguro che quei legami siano il solo motivo di ritorno... perché vi auguro di poter viaggiare, ma di saper tornare sempre».

BIBLIOGRAFIA

- Amstrong, K. et.al., (2017), *Messico*, Lonely Planet.
- Andronico, F. (2023) "La psicologia del turismo: un ambito di intervento per lo psicologo " *Turismo e Psicologia*, 16(1).
- Andronico, F. (2018). *Nuovi Argomenti di Psicologia*, Alpes, Roma.
- Andronico, F. (2019). *Nuovi Progetti di Psicologia*, Alpes, Roma.
- Andronico, F. (2020 a). *Casi Organizzativi*, Alpes, Roma.
- Andronico, F. (2020 b). *Psicologia della Salute*, Alpes, Roma.
- Andronico, F., Olivieri, A., (2021). *Esperienze di Viaggio*, Alpes, Roma.
- Cappellari, R., Comacchio A. (2000), *I lavoratori nel turismo. Professioni, competenze, opportunità*, Franco Angeli, Milano.
- Castoldi, G. (2006 a), *Nuovo Turismo*. Vol.1 Le basi, Hoepli, Milano.
- Castoldi, G. (2006 b), *Nuovo Turismo*. Vol.2 Gli operatori, Hoepli, Milano.
- Castoldi, G. (2006 c), *Nuovo Turismo*. Vol.3 I prodotti, Hoepli, Milano.
- Colombo, B.(2004), *Un sogno all inclusive: quarant'anni di storia nel turismo raccontati da uno dei suoi protagonisti*, Hoepli Editore, Milano.
- Lewin, K. (1946). Action research and minority problems. *Journal of Social Issues*, 2.
- D'Amico, M. (2014), *Il viaggiatore inglese*, Skira
- Erikson, E.H. (1982), *I cicli di vita. Continuità e mutamenti*, Armando Editore, Roma 1999.
- Kippendorf, J. (2013), *Le vacanze e dopo? Capire l'impatto del tempo libero e dei viaggi*, Egea, Milano.
- Maeran R. (2004), *Psicologia e turismo*, Laterza, Roma,
- Payne, R. (2007), *Cities and Countries*, Trade Paperback
- Rosso, F.(2002), *Cinquant'anni di tour operating in Italia*, Hoepli Editore, Milano.
- Testa, M. (2023), *Il turismo esperienziale professionale e sostenibile*, Franco Angeli, Milano
- Vecchiato, G.(2012), L'accoglienza nel turismo: una questione di qualità o di empatia?, *Turismo e Psicologia* 2012(1).