



*Ministero degli Affari Esteri  
e della Cooperazione Internazionale*



## GIORDANIA

Rapporto Congiunto  
Ambasciate/Consolati/ENIT 2017

---



## INDICE

### 1. Analisi del quadro socio-economico

- 1.a Principali indicatori economici
- 1.b Principali indicatori sociali e demografici

### 2. Analisi del mercato turistico

- 2.a Analisi del turismo outgoing
- 2.b Composizione target
- 2.c Analisi SWOT della destinazione Italia
- 2.d Analisi della domanda organizzata
- 2.e Collegamenti aerei
- 2.f Brand Italia e analisi dei competitors
- 2.g Nuove tecnologie e turismo

### 3. Le linee strategiche

#### Bibliografia

#### Contatti

## 1. Analisi del quadro socio-economico

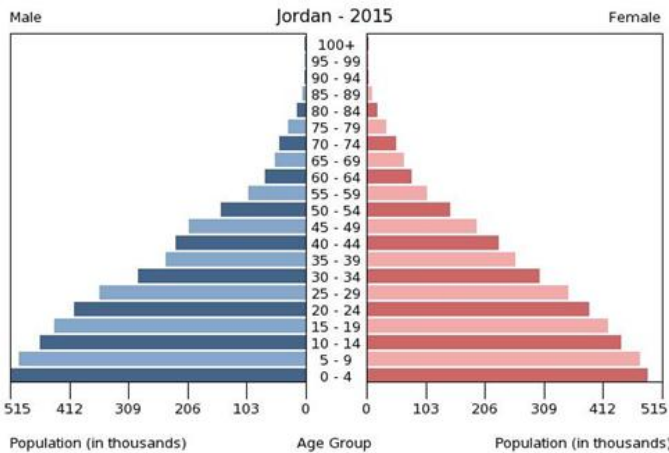
La Giordania è annoverata dall'OCSE tra i Paesi a reddito medio-basso. La sua popolazione è di circa 9,2 milioni di abitanti inclusi i residenti stranieri che in maggioranza sono rifugiati siriani (circa 1,3 milioni secondo le stime governative) che hanno trovato accoglienza in Giordania nel corso degli ultimi cinque anni a seguito della crisi in Siria. La Giordania è povera di materie prime, se si escludono potassio e fosfati, anche se sono stati rinvenuti di recente significativi giacimenti di uranio; il territorio giordano è generalmente privo di combustibili fossili (salvo importanti depositi di argille bituminose) e soffre in maniera cronica per la scarsità di risorse idriche (è il secondo Paese più povero di acqua al mondo). Il tessuto industriale è ancora poco sviluppato e le aree coltivabili abbastanza limitate. Circa l'83% della popolazione è concentrata nei centri urbani e quasi il 70% è al di sotto dei 29 anni di età. Per quanto riguarda la politica economica, il Governo è impegnato in un programma di consolidamento fiscale per ridurre deficit e debito pubblico nel medio termine da associare a un piano di riforme strutturali in particolare nel mercato del lavoro.

### 1.a Principali indicatori economici

(In euro o dollari)	2014	2015	2016	2017
PIL (milioni USD)	35,827	38,768	39,384	41,808
PIL pro-capite (USD a PPP)	10.599	10.105	10.061	10.203
Crescita del PIL reale (var %)	3,1	2,4	1,9	2,6
Consumi privati	3,6	3,0	2,5	2,8
Debito pubblico	80,8	81,7	85,3	85,8
Investimenti diretti stranieri (milioni di dinari giordani)	1.426,7	905,1		
Bilancia commerciale	- 11,966	-10,210	-9,826	-10,612
Rating OECD sul rischio Paese	5	5	5	ND
Altro ...				

Fonti: *Economist Intelligence Unit*. Le cifre sono espresse in milioni di dollari statunitensi. Le cifre non includono i rifugiati siriani, stimati dal censimento giordano in 1,27 milioni dei 2,9 milioni di residenti stranieri in Giordania nel novembre 2015 su una popolazione totale di 9,25 milioni. Sono esclusi anche i finanziamenti a dono ricevuti dalla Giordania dai vari Paesi donatori ed Organizzazioni Internazionali. (Fonte: Fondo Monetario Internazionale, *Statistiche Finanziarie Internazionali*).

## 1.b Principali indicatori sociali e demografici

(Anno 2015)	
Popolazione (in milioni)	9,2 milioni secondo il censimento giordano del 2015 che include i residenti stranieri nel Paese.
Lingua ufficiale	Arabo (l'inglese è largamente diffuso).
Religione	Musulmani (97,2% con predominanza sunnita); Cristiani (2,5% in maggioranza greco-ortodossi).
Struttura demografica (quota %)	0-14 anni: 35,42% 15-24 anni: 20,25% 25-54 anni: 36,12% 55-64 anni: 4,3% over 65 anni: 3,91%
Età media	22 anni Maschi: 21,7 anni Femmine: 22,4 anni (dati relativi al 2015) Posizione del Paese in rapporto al resto del mondo: 179
Tasso di crescita della popolazione (in %)	0,83% (al 2015)
Rapporto maschi/femmine	1,02 maschi / femmina (dati relativi al 2015)
Altro ...	<p>Piramide della popolazione</p>  <p>Male Jordan - 2015 Female</p> <p>Population (in thousands) Age Group Population (in thousands)</p>

Fonti: CIA World Factbook, EIU.

## 2. Analisi del mercato turistico

### 2.a Analisi del turismo

I dati pubblicati dal Dipartimento di Statistica e dal Ministero del Turismo giordani, relativi al settore turistico, si riferiscono esclusivamente ai flussi in entrata, mentre non vengono rilevati i dati sui flussi in uscita. Il motivo principale risiede nell'importanza prevalente che le Autorità del Regno attribuiscono al turismo in entrata, al suo indotto e ai relativi investimenti.

Tuttavia, in base ai dati disponibili presso l'Ufficio Visti dell'Ambasciata d'Italia ad Amman, per il periodo compreso tra il 2013 ed il primo semestre 2016, il numero dei visti per l'Italia (tutte le tipologie) è in aumento (passando dai 4.785 nel 2013 ai 6.372 nel 2015) e, in particolare, il numero dei visti turistici è aumentato da 2.628 nel 2013 a 3.810 nel 2015 (dal 1° gennaio 2016 al 14 giugno 2016 sono stati rilasciati 1.424 visti turistici per l'Italia).

#### Flussi turistici all'estero e principali destinazioni

Il turismo in uscita risulta fortemente frenato a causa del basso reddito pro capite dei suoi abitanti e risulta spesso associato a viaggi all'estero per motivi diversi da quelli turistici (soprattutto ai viaggi d'affari). In generale, i turisti giordani sono principalmente persone in visita a familiari e amici residenti in Italia e, in misura minore, coppie in viaggio di nozze e familiari al seguito di uomini d'affari (i quali spesso prolungano la permanenza in Italia oltre i giorni necessari ad adempiere agli impegni lavorativi previsti).

Sulla base dei dati disponibili presso l'Ufficio Visti dell'Ambasciata d'Italia ad Amman, le principali mete turistiche italiane scelte dai giordani sono le città d'arte Venezia, Firenze, Roma e Milano (prevalentemente in connessione a viaggi d'affari) e, solo in misura di molto inferiore, altre città turistiche del sud d'Italia (Golfo di Napoli ed isole). Risulta inoltre una certa prevalenza di turisti giordani che visitano l'Italia in ambito di crociere organizzate dai tour operator locali nel Mediterraneo (che includono città costiere di Spagna, Grecia, Croazia, Paesi del Maghreb). Tra le principali destinazioni turistiche scelte dai giordani vi sono: Turchia, Paesi Arabi (in particolare gli Emirati Arabi Uniti), USA e Canada. Riguardo ai Paesi Arabi, predomina un tipo di turismo legato essenzialmente agli affari e/o ai legami familiari.

Ad ogni buon fine, si riportano alcuni dati aggiornati pubblicati dal Ministero del Turismo giordano sul settore turistico in entrata, relativi al periodo 2015-2016:

1. Numero di occupati nel settore per tipologia di attività: si è registrato un incremento del 2% (da 49.055 unità nel 2015 a 50.057 nel 2016) di cui il 40,5% è occupato nella ristorazione turistica ed il 38,2% nel settore alberghiero. I lavoratori giordani sono la maggioranza (41.580, 83,1%

rispetto agli 8.477 dei lavoratori stranieri) di cui ben il 90% sono maschi. La maggioranza dei lavoratori è impiegata ad Amman (35.515), per il 30,1% in ristoranti e l'11,2% in alberghi.

2. Distribuzione geografica dei posti letto: Amman (8.913 di cui 4.849 in alberghi a cinque stelle); Petra (1.122 di cui 609 in alberghi a cinque stelle); Aqaba (2.667 di cui 1.615 a cinque stelle); Mar Morto (2.873).
3. Nel primo trimestre 2016 si è registrato un calo del 6,7% rispetto allo stesso periodo dell'anno precedente nel numero dei turisti in arrivo dai Paesi Europei (con una riduzione degli arrivi dall'Italia pari al 31,1%) a causa della percezione di rischio dovuta all'instabilità della regione soprattutto a seguito della crisi in Siria.
4. Numero di pernottamenti (primo trimestre 2015-2016): Amman (86.653; 39,7% con una durata media del soggiorno pari a 2,30); Petra (38.232; 17,5%; 1,67); Aqaba (58.484; 26,8%; 5,06); Mar Morto (25.536; 11,7%; 2,29).
5. Entrate e spese turistiche (espressi in milioni di dinari giordani – cambio fisso 1 USD = 0,71JD): si registra un leggero incremento delle spese, dai 206,3 milioni di dinari giordani del primo trimestre 2015 ai 216,5 milioni di dinari giordani, ed una diminuzione delle entrate (dai 642 milioni di dinari giordani del 1° trimestre 2015 ai 612,4 milioni di dinari giordani del rispettivo periodo del 2016).
6. Numero dei visitatori italiani verso i principali siti turistici (2015-2016 primo trimestre): Petra (3.789 visitatori nel 2015 e 3.452 nel 2016), Jerash (2.327 nel 2015 e 1.549 nel 2016) e Madaba (2.542 nel 2015 e 1.406 nel 2016).

### Flussi turistici e spesa turistica verso l'Italia, principali destinazioni turistiche italiane

Sulla base degli scarsi dati disponibili, non si riesce a quantificare la spesa turistica verso l'Italia. Sulle premesse relative alle principali motivazioni del turismo in uscita, le mete risultano essere le più varie considerata la dispersione sul territorio dei giordani residenti in Italia. Parimenti, per quanto riguarda gli uomini d'affari, le destinazioni variano a seconda che si tratti di visite ad imprese italiane o partecipazioni a fiere ed esposizioni commerciali. In relazione, invece, ai viaggi di nozze, le mete principali sono le classiche città d'arte Roma, Firenze e Venezia.

### Posizionamento dell'Italia rispetto ai principali competitors

L'assenza di dati statistici non consente di analizzare la posizione dell'Italia rispetto ai principali concorrenti europei. Le mete di turismo tradizionale sono i Paesi di lingua inglese (Gran Bretagna e USA in primis), dove numerosa e ben radicata è la comunità giordana residente per motivi d'affari o di studio.

## Prospettive per il breve e medio periodo

Un miglioramento delle condizioni economiche della fascia media-alta di reddito, attualmente peraltro molto ristretta, ed una maggiore presenza dell'Italia all'interno dei pacchetti proposti dalle agenzie turistiche e Tour Operator presenti in Giordania, restano i presupposti fondamentali per un significativo aumento dei flussi turistici in provenienza dalla Giordania. L'intensificarsi delle relazioni commerciali tra i due Paesi, confermato anche dal trend positivo dell'andamento dell'export italiano che nel 2015 ha fatto registrare un incremento del 25,9% rispetto all'anno precedente con 666,4 milioni di Euro e con una quota di mercato dell'export italiano del 3,1% dopo la Germania con il 3,9% a cui fanno seguito Francia (2,0%) e Spagna (1,5%) (fonte SACE), potrebbe avere positive ricadute anche sul turismo giordano in Italia, legato al possibile intensificarsi dei viaggi d'affari. Infine, la presenza in Giordania dell'Alitalia (attiva dal giugno 2010) può rappresentare indubbiamente un fattore importante per la promozione dell'Italia come destinazione turistica per i giordani.

### 2.b Composizione target

TARGET		QUOTA %
1	Coppie senza figli	22 %
2	Famiglie con bambini	27 %
3	Giovani/studenti	5 %
4	Seniors	5 %
5	Singles	7 %
6	Uomini d'affari/professionisti	31 %
7	Altro	2 %
<b>TOTALE</b>		<b>100%</b>

Di seguito le tabelle che descrivono i principali target di riferimento come individuati precedentemente:

Segmento socio-economico di appartenenza	La maggior parte dei turisti usufruisce dell'aiuto di familiari e conoscenti residenti in Italia per le spese di soggiorno. Spesso i membri della famiglia che accompagnano gli uomini d'affari sono ospiti dell'azienda italiana che li invita. Non molto numerosi sono coloro che programmano un viaggio in Italia a proprie spese e per esclusivi motivi
--	---

	<p>turistici. Di conseguenza si può asserire che il segmento socio-economico di appartenenza è di livello medio-basso, escludendo quella limitata fascia di popolazione molto agiata sulla quale si potrebbero concentrare gli sforzi promozionali. Da segnalare, a tal riguardo, che il 42,4% della ricchezza nazionale è detenuta dal 10% più ricco della popolazione.</p>
Livello culturale	<p>La popolazione giordana gode in linea generale di un buon livello di istruzione, fornito da un sistema scolastico ed universitario piuttosto avanzato. Tale circostanza si riflette generalmente anche sul livello culturale del turista giordano. In questo senso, l'intensificarsi della cooperazione italiana in campo culturale ed archeologico insieme ad una promozione mirata del nostro patrimonio culturale, artistico e paesaggistico potrebbero avere ripercussioni positive sull'interesse verso il nostro Paese anche dal punto di vista turistico.</p>
Fascia di età	<p>Mediamente il turista giordano ha un'età compresa tra i 25 ed i 50 anni</p>
Propensione al viaggio	<p>Non molto alta</p>
Principali motivazioni di vacanza all'estero	<p>Visita a familiari e conoscenti residenti in Italia, per motivo di studio e per viaggi di nozze.</p>
Mezzi di trasporto preferiti (auto, pullman, aereo, treno, ecc., con relative quote %)	<p>Aereo / crociere</p>
Prodotti turistici preferiti ed emergenti (arte, mare, montagna, laghi, ecc.)	<p>Normalmente i cittadini giordani, recandosi per la maggior parte in visita a familiari e conoscenti, soggiornano nelle città di residenza dei loro ospiti. Coloro i quali invece lasciano la Giordania per motivi esclusivamente turistici sono soliti recarsi nelle città d'arte universalmente note. I turisti più facoltosi si recano spesso a Milano, capitale della moda internazionale.</p>
Fattori determinanti nella scelta delle destinazioni (prezzi, livello di organizzazione, conoscenza delle lingue, sicurezza, efficienza dei servizi, ecc.)	<p>Tra i fattori determinanti per la scelta del nostro Paese come destinazione turistica, al di là di quanto già detto relativamente alla presenza di residenti giordani in Italia, primeggia sicuramente l'attrattiva di città quali Roma, Firenze, Venezia e Milano, la cui fama internazionale prescinde da una conoscenza più approfondita delle stesse. Non va sottovalutato il fascino che il nostro Paese esercita</p>



	soprattutto sulle fasce più abbienti della popolazione locale, sebbene siano una minoranza nel Paese. Sembra comunque interessante segnalare il forte boom, negli ultimi 5 anni, della richiesta di viaggi verso alcune destinazioni quali Sri Lanka, Malesia, Thailandia (soprattutto per viaggi di nozze). Tra i fattori determinanti per tale scelta sembrano essere emersi, in particolare, il costo relativamente contenuto del viaggio e la rapidità nella procedura di ottenimento del visto d'ingresso.
Tipo di alloggio preferito	Generalmente i turisti giordani si recano presso le abitazioni dei familiari o di amici cui rendono visita; in alternativa optano per alberghi a 3-4 stelle.
Mesi preferiti per i viaggi	Di solito il periodo estivo, oppure in coincidenza con le feste religiose, ad esempio la fine del Ramadan (Eid El Fitr), la cui ricorrenza varia in base al calendario lunare.
Fonti di informazione privilegiate (cataloghi, siti web, stampa specializzata, ecc.)	Siti web, cataloghi di tour operator locali e compagnie aeree.
Canali d'acquisto utilizzati (Agenzie di viaggio, Tour Operators, Internet, ecc.)	Agenzie di viaggio, tour operator ed internet sono i principali canali promozionali.
Altro...	

## 2.c Analisi SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) della destinazione Italia

Punti di forza	Punti di debolezza
La bellezza del Paese, l'immagine turistica positiva, la simpatia per lo stile di vita degli italiani che rispecchia canoni mediterranei, la varietà dei luoghi da visitare, il patrimonio culturale e religioso, la vicinanza geografica, la disponibilità nei confronti degli stranieri per qualsiasi aiuto ed indicazione che rende l'Italia un Paese percepito come molto ospitale. Grazie all'apprezzamento del dinaro giordano rispetto all'euro, risulta più conveniente per i cittadini giordani soggiornare nei Paesi europei.	Insufficiente promozione turistica ed inesistenza di pubblicità specifica sui mass media, carenza di personale specializzato nel settore marketing del turismo riguardo alla "destinazione Italia", scarsa conoscenza delle lingue straniere nel nostro Paese con conseguenti difficoltà di comunicazione per i turisti (che in maggioranza non parlano l'italiano).

Opportunità	Rischi/Difficoltà Potenziali
Un'adeguata promozione turistica di città d'arte minori, delle isole, del turismo enogastronomico, sportivo, artistico, supportata da adeguate presentazioni, potrebbero rappresentare un incentivo per potenziali turisti giordani a medio ed alto reddito, con alta propensione ai viaggi (sebbene si tratti di una fascia ristretta).	I prezzi elevati e l'insufficiente promozione in loco ostacolano l'incremento e la diversificazione del turismo giordano in Italia.  Il rischio immigratorio è alquanto limitato.

## 2.d Analisi della domanda organizzata

DISCOVERY TRAVEL	
Fatturato (anno 2015)	N.D.
Quota di mercato (anno 2015)	N.D.
Numero pax venduti (anno 2015)	N.D.
Strategie di mercato	Leisure
Previsioni di vendita per l'anno 2016	N.D.
Tipologia operatore	T.O.
Canali di vendita	Altre agenzie
Tipologia pacchetti venduti	Gruppi, pacchetti "all inclusive"
Tipologia clienti	Famiglie
Strutture ricettive proposte	Principalmente alberghi a 3-4 stelle
Prodotti turistici venduti	Principalmente grandi città d'arte
Altro	Tel.: +962 6 569 79 98 / 569 40 60

TRAVEL ONE	
Fatturato (anno 2015)	N.D.
Quota di mercato (anno 2015)	N.D.
Numero pax venduti (anno 2015)	N.D.
Strategie di mercato	Segmento alta contribuzione

Previsioni di vendita per l'anno 2016	N.D.
Tipologia operatore	T.O.
Canali di vendita	Agenzie proprie
Tipologia pacchetti venduti	Individuali "su misura"
Tipologia clienti	Variegata
Strutture ricettive proposte	Alberghi 4-5 stelle
Prodotti turistici venduti	Grandi città d'arte; terme e benessere
Altro	<a href="http://www.travelonegroup.com">www.travelonegroup.com</a>

AL RAHAL	
Fatturato (anno 2015)	N.D.
Quota di mercato (anno 2015)	N.D.
Numero pax venduti (anno 2015)	N.D.
Strategie di mercato	
Previsioni di vendita per l'anno 2016	N.D.
Tipologia operatore	Agenzia
Canali di vendita	Propria agenzia
Tipologia pacchetti venduti	Individuali "all inclusive"
Tipologia clienti	Tutte
Strutture ricettive proposte	Principalmente alberghi a 3-4 stelle
Prodotti turistici venduti	Grandi città d'arte; mare
Altro	Tel.: +962 6 568 37 73

ADVENTURE TRAVEL	
Fatturato (anno 2015)	N.D.
Quota di mercato (anno 2015)	N.D.

Numero pax venduti (anno 2015)	N.D.
Strategie di mercato	Leisure, gruppi
Previsioni di vendita per l'anno 2016	N.D.
Tipologia operatore	T.O.
Canali di vendita	Altre agenzie
Tipologia pacchetti venduti	"all inclusive"
Tipologia clienti	Famiglie; giovani
Strutture ricettive proposte	Principalmente alberghi a 3-4 stelle
Prodotti turistici venduti	Principalmente grandi città d'arte; mare
Altro	www.adventure.com

<b>ZEIN TRAVEL</b>	
Fatturato (anno 2015)	N.D.
Quota di mercato (anno 2015)	N.D.
Numero pax venduti (anno 2015)	N.D.
Strategie di mercato	Leisure
Previsioni di vendita per l'anno 2016	N.D.
Tipologia operatore	T.O. & Agenzia
Canali di vendita	Proprie agenzie
Tipologia pacchetti venduti	Gruppi, pacchetti "all inclusive"
Tipologia clienti	Famiglie; giovani
Strutture ricettive proposte	Principalmente alberghi a 3-4 stelle
Prodotti turistici venduti	Principalmente grandi città d'arte
Altro	

AL HANI TRAVEL & TOURISM	
Fatturato (anno 2015)	N.D.
Quota di mercato (anno 2015)	N.D.
Numero pax venduti (anno 2015)	N.D.
Strategie di mercato	Leisure
Previsioni di vendita per l'anno 2016	N.D.
Tipologia operatore	T.O. / Agenzia
Canali di vendita	Propria agenzia e rivenditori
Tipologia pacchetti venduti	Gruppi, pacchetti "all inclusive"
Tipologia clienti	Famiglie di fascia alta
Strutture ricettive proposte	Principalmente alberghi a 4-5 stelle
Prodotti turistici venduti	Principalmente grandi città d'arte
Altro	

Elenco dei membri attivi della Jordan Inbound Tour Operator Association (JITOA) che rappresenta tutti gli operatori del settore turistico in Giordania (agenzie viaggi, tour operator, servizi di ristorazione e albergatori, enti semi-governativi che si occupano del settore turistico e associazioni).

- Abercrombie and Kent Jordan
- Amani Tours
- Amin Kawar and Sons Travel and Tourism
- Ashtar Tours International
- Atlas Travel & Tourist Agency
- Bridge Travel
- Dakkak Tours International
- Discovery Travel & Eco-Tourism
- Grand Tours
- Green Arrow Tours
- Green Meadows Travel & Tourism
- Guiding Star
- International Traders
- Jordan & Beyond Tours
- Jordan Gateway Tours

[Giordania]

- Jordan Select Tours
- Jordan Tours And Travel
- Karma House Travel & Tourism
- La Beduina Eco-Tours & Travel
- Pan East International
- Petra Moon Tourism Services
- Petra Travel And Tourism Co
- Plaza Tours
- Royal Tours
- Travel One
- Tropicana Tours
- Tyche Tours
- United Travel Agency
- Zaatarah & Co. Tourist & Travel Agency

Tour Operator italiani segnalati dal sito del Jordan Tourism Board ([www.visitjordan.com](http://www.visitjordan.com)) , l'ente pubblico nazionale preposto alla promozione del turismo in Giordania, ad uso di tutti gli operatori locali del settore.

Tour Operator	Citta'	Sito internet
Abbey Travel	Torino	<a href="http://www.abbeytravel.it">www.abbeytravel.it</a>
Ahotsun	Napoli	<a href="http://www.ahotsun.it">www.ahotsun.it</a>
Altre Culture	Roma	<a href="http://www.altreculture.it">www.altreculture.it</a>
Antichi Splendori	Torino	<a href="http://www.antichisplendori.it">www.antichisplendori.it</a>
Ariminum Viaggi (Pellegrinaggi e Tours)	Rimini	<a href="http://www.ariminum.it">www.ariminum.it</a>
Auryn Viaggi	Bergamo	<a href="http://www.auryarviaggi.it">www.auryarviaggi.it</a>
Avventure nel Mondo	Roma	<a href="http://www.viaggiavventurenelmondo.it">www.viaggiavventurenelmondo.it</a>
Azalai Viaggi e spedizioni	Firenze	<a href="http://www.azalai.info">www.azalai.info</a>
Azonzò Travel	Milano	<a href="http://www.azonzotravel.com">www.azonzotravel.com</a>
Best Tours Italia/Kuoni	Milano	<a href="http://www.besttours.it">www.besttours.it</a>
Blueberry Travel	Sassari	<a href="http://www.blueberrytravel.it">www.blueberrytravel.it</a>
Boscolo Tours	Padova	<a href="http://www.viaggidiboscolo.it">www.viaggidiboscolo.it</a>
Brevivet	Brescia	<a href="http://www.brevivet.it">www.brevivet.it</a>
Caldieri Viaggi	Monselice (PD)	<a href="http://www.caldieriviaggi.it">www.caldieriviaggi.it</a>
Cosertour	Figline e Incisa	<a href="http://www.cosertour.it">www.cosertour.it</a>

Tour Operator	Citta'	Sito internet
	Valdarno (FI)	
Darwin Viaggi	Roma	<a href="http://www.darwinviaggi.com">www.darwinviaggi.com</a>
Deva Viaggi	Roma	<a href="http://www.devaviaggi.it">www.devaviaggi.it</a>
Diomira Travel	Pessano con Bornago MI	<a href="http://www.diomiratravel.it">www.diomiratravel.it</a>
Duomo Viaggi	Milano	<a href="http://www.duomoviaggi.it">www.duomoviaggi.it</a>
Easy Jordan	Torino	<a href="http://www.easyjordan.it">www.easyjordan.it</a>
Earth Cultura e Avventura	Lecco	<a href="http://www.earthviaggi.it">www.earthviaggi.it</a>
Eden Viaggi	Pesaro	<a href="http://www.edenviaggi.it">www.edenviaggi.it</a>
Entour	Roma	<a href="http://www.entour.it">www.entour.it</a>
Eteria Viaggi	Fidenza (PR)	<a href="http://www.eteriaviaggi.it/">www.eteriaviaggi.it/</a>
Etnia Travel Concept	Quinto di Treviso TV	<a href="http://www.etniaviaggi.it">www.etniaviaggi.it</a>
E.V.E.S.	Bari	<a href="http://www.eves.it">www.eves.it</a>
Evviva Viaggi TO	S.Giovanni Rotondo	<a href="http://www.evvivaviaggi.com">www.evvivaviaggi.com</a>
Experience Travel	Verona	<a href="http://www.experiencetravel.it">www.experiencetravel.it</a>
Focus World	Milano	<a href="http://www.focus-italia.com/">www.focus-italia.com/</a>
Four Seasons Tour Operator	Roma	<a href="http://www.fsnc.it">www.fsnc.it</a>
Francorosso - Viaggidea (Alpitour World Group)	Milano	<a href="http://www.francorosso.it;">www.francorosso.it;</a> <a href="http://www.viaggidea.it">www.viaggidea.it</a>
Fratesole Viaggeria Francescana	Bologna	<a href="http://www.fratesole.com">www.fratesole.com</a>
Frenesia Viaggi	Grosseto	<a href="http://www.frenesiaviaggi.it">www.frenesiaviaggi.it</a>
GEG Travel (Futur Viaggi)	Roma	<a href="http://www.geqtravel.it">www.geqtravel.it</a>
Gattinoni	Lecco	<a href="http://www.gattinoni.it">www.gattinoni.it</a>
Geaway	Agrate Brianza MI	<a href="http://www.geaway.it">www.geaway.it</a>
Geoborders by Alberan	Roma	<a href="http://www.alderanviaggi.it">www.alderanviaggi.it</a>
Geotur	Ferrara	<a href="http://ww.geoturviaggi.it">ww.geoturviaggi.it</a>
Go Asia	Ancona	<a href="http://www.goasia.it">www.goasia.it</a>
Hotelplan	Milano	<a href="http://www.turisanda.it">www.turisanda.it</a>
Karisma Travel	Roma	<a href="http://www.travelnet.it">www.travelnet.it</a>
KEL 12	Milano	<a href="http://www.kel12.com">www.kel12.com</a>
King Holidays	Roma	<a href="http://www.kingholidays.it">www.kingholidays.it</a>

Tour Operator	Citta'	Sito internet
Idee per Viaggiare	Roma	<a href="http://www.ideeperviaggiare.com">www.ideeperviaggiare.com</a>
I Tuoi Tours	Roma	<a href="http://www.ituoitours.it">www.ituoitours.it</a>
Il Tucano Viaggi	Torino	<a href="http://www.tucanoviaggi.com">www.tucanoviaggi.com</a>
I Viaggi del Turchese	Fidenza (PR)	<a href="http://www.turchese.it">www.turchese.it</a>
I Viaggi di Maurizio Levi	Milano	<a href="http://www.viaggilevi.com">www.viaggilevi.com</a>
Iot Viaggi	Gorizia Verona	<a href="http://www.iot.it">www.iot.it</a>
Lombard Gate	Milano	<a href="http://www.lombardgate.it">www.lombardgate.it</a>
Maestro Turismo Kuda Travel	Roma	<a href="http://www.maestroturismo.it">www.maestroturismo.it</a>
Maitai Viaggi	Reggio Emilia	<a href="http://www.maitaiviaggi.it">www.maitaiviaggi.it</a>
Malan Viaggi	Torino	<a href="http://www.malanviaggi.it">www.malanviaggi.it</a>
Mar Morto TO	Riva del Garda TN	<a href="http://www.marmorto.com">www.marmorto.com</a>
Metamondo	Mestre VE	<a href="http://www.metamondo.it">www.metamondo.it</a>
Mikrotour	Lavis TN	<a href="http://www.mikrotour.com">www.mikrotour.com</a>
Mistral Tour	Torino	<a href="http://www.qualitygroup.it/mistral-tour">www.qualitygroup.it/mistral-tour</a>
Naar	Milano	<a href="http://www.naar.com">www.naar.com</a>
NBTS	Torino	<a href="http://www.nbts.it">www.nbts.it</a>
Nuove Esperienze	Roma	<a href="http://www.nuove-esperienze.it">www.nuove-esperienze.it</a>
Opera Diocesana Pellegrinaggi	Torino	<a href="http://www.odpt.it">www.odpt.it</a>
Opera Pellegrinaggi Arcidiocesi di Napoli	Napoli	<a href="http://www.pellegrinaggiopan.com">www.pellegrinaggiopan.com</a>
Opera Romana Pellegrinaggi	Roma	<a href="http://www.orpnet.org">www.orpnet.org</a>
Orientamenti	Barzanò LC	<a href="http://www.orientamenti.it">www.orientamenti.it</a>
Origini T.O.	Roma	<a href="http://www.origini.net">www.origini.net</a>
Otto e Mezzo Viaggi	Manziana ROMA	<a href="http://www.ottoemezzoviaggi.it">www.ottoemezzoviaggi.it</a>
Ovet	Bergamo	<a href="http://www.ovetviaggi.it">www.ovetviaggi.it</a>
Petroniana Viaggi	Bologna	<a href="http://www.petronianaviaggi.it">www.petronianaviaggi.it</a>
Planetario Viaggi	Reggio Emilia	<a href="http://www.planetarioviaggi.it">www.planetarioviaggi.it</a>
Porta D'Oriente	Chiusa di S.Michele TO	<a href="http://www.portadoriente.it">www.portadoriente.it</a>



Tour Operator	Citta'	Sito internet
Real World Tours	Roma-Olgiate	<a href="http://www.realworldtours.com">www.realworldtours.com</a>
Rotte nel mondo	Milano	<a href="http://www.rottenelmondo.com">www.rottenelmondo.com</a>
Ruby Travel	Mestre	<a href="http://www.rubytravel.it">www.rubytravel.it</a>
Rusconi Viaggi	Lecco	<a href="http://www.rusconiviaggi.com">www.rusconiviaggi.com</a>
Shiraz Travel	Roma	<a href="http://www.shiraztravel.com">www.shiraztravel.com</a>
Sidar Tour	Saronno VA	<a href="http://www.sirdar.it">www.sirdar.it</a>
S.I.T.I. -	Napoli	<a href="http://www.sitiviaggi.org">www.sitiviaggi.org</a>
Sogevi Tour	Vercelli	<a href="http://www.sogevitour.com">www.sogevitour.com</a>
Sognare Insieme Viaggi	Chiaravalle Centrale CZ	<a href="http://www.sognareinsiemeviaggi.com">www.sognareinsiemeviaggi.com</a>
Songlines Viaggi	Firenze	<a href="http://www.songlines.it">www.songlines.it</a>
Strumenti di Viaggio	Torino	<a href="http://www.strumentidiviaggio.com">www.strumentidiviaggio.com</a>
T.O. Associati	Castelnuovo di Porto RM	<a href="http://www.toassociati.com">www.toassociati.com</a>
TAU Viaggi	Milano	<a href="http://www.tauviaggi.it">www.tauviaggi.it</a>
Todrà by Avantage	Roma	<a href="http://www.todra.com">www.todra.com</a>
Tibi World	Roma	<a href="http://www.tibiworld.com">www.tibiworld.com</a>
Tonello Viaggi	Vicenza	<a href="http://www.tonelloviaggi.it">www.tonelloviaggi.it</a>
Turban Italia	Milano	<a href="http://www.turbanitalia.it">www.turbanitalia.it</a>
Ubuntu Travel	Mestre VE	<a href="http://www.ubuntu.travel">www.ubuntu.travel</a>
Verticalife	Torino	<a href="http://www.verticalife.it">www.verticalife.it</a>
Via Travel Design	Roma	<a href="http://www.viatraveldesign.it">www.viatraveldesign.it</a>
Viaggidea	Milano	<a href="http://www.viaggidea.it">www.viaggidea.it</a>
Viaggi dell'Elefante	Roma	<a href="http://www.viaggidellelefante.it">www.viaggidellelefante.it</a>
Viaggi Giovani by Nico Tour operator	Trento	<a href="http://www.viaggigiovani.it">www.viaggigiovani.it</a>
Weddell	Cagliari Ales OR	<a href="http://www.weddell.it">www.weddell.it</a>
What About Viaggi e Weekend	Asti	<a href="http://www.whataboutviaggi.com">www.whataboutviaggi.com</a>
Yana Viaggi	Empoli	<a href="http://www.yanaviaggi.it">www.yanaviaggi.it</a>
Zeppelin/Viaggiamondo	Vicenza	<a href="http://www.zeppelin.it">www.zeppelin.it</a>
Zerotrenta	Brescia	<a href="http://www.zerotrenta.travel">www.zerotrenta.travel</a>
4 Winds	Roma	<a href="http://www.4winds.it">www.4winds.it</a>

## 2.e Collegamenti aerei

Il servizio di volo diretto da Amman è fornito dalle compagnie Alitalia e Royal Jordanian e le altre compagnie aeree con voli in Giordania sono le seguenti:

- Turkish Airlines
- Qatar Airways
- Austrian Airlines
- Air France
- MEA
- Air Berlin
- Emirates
- Iberia
- Oman Air
- Lufthansa
- EgyptAir
- TAROM
- British Airways
- Aegean Airlines
- Etihad Airways
- Ukraine International

L'Alitalia ha ripreso i voli di collegamento tra Italia e Giordania a partire dal 27 marzo 2016, dopo la consueta pausa invernale, offrendo fino a 5 voli settimanali nella tratta Roma-Amman. Nel periodo aprile - ottobre 2015, oltre 25.000 passeggeri hanno viaggiato tra i due Paesi, registrando un incremento del 20% rispetto all'anno precedente (si tratta di una delle crescite maggiori per Alitalia in Giordania). I viaggiatori in partenza da Amman, grazie a comode coincidenze presso l'hub di Fiumicino, possono raggiungere 26 aeroporti in Italia ed oltre 50 in Europa, Asia, Nord e Sud America, tra cui Santiago del Cile (dal 1° maggio) e Città del Messico (dal 16 giugno).

## 2.f Brand Italia e analisi dei competitors

Nella totale assenza di dati e in base a una stima aleatoria, si può affermare che il nostro Paese è sicuramente in competizione con i vicini stati europei, mentre le scelte di viaggio verso i vicini Paesi arabi o verso Nord America e Regno Unito sembrano frutto di motivazioni differenti. In questo senso, appare fondato affermare che il brand Italia gode in Giordania di una percezione ottima, grazie ai molti punti di attrattività che rispondono alle aspettative dei potenziali turisti (città d'arte, enogastronomia, moda, mare, montagna), tenendo in considerazione soprattutto la tipologia del target principale già descritta (giordani appartenenti ad una fascia sociale assolutamente minoritaria nel Paese, ma sicuramente facoltosa).

## 2.g Nuove tecnologie e turismo

Il settore delle Telecomunicazioni ha avuto negli ultimi anni un forte impulso, grazie anche allo stimolo che la Corte Reale e il Governo hanno dato ad un comparto ad alto valore aggiunto che può contribuire in maniera decisiva allo sviluppo del Paese. D'altra parte, la Giordania da tempo si propone a livello internazionale come un hub di servizi per tutte le aziende internazionali e multinazionali che vogliono operare nell'area mediorientale. Internet, quindi rappresenta uno strumento diffuso nel Paese, sia a livello di business che di uso privato (per l'acquisto di viaggi e servizi turistici o semplicemente come fonte di informazioni), così come ampiamente diffuso è l'utilizzo di social network e di strumenti avanzati di comunicazione (smart phone).

### 3. Le linee strategiche

Obiettivi e azioni da perseguire ai fini dell'incremento dei flussi turistici verso l'Italia con riferimento a:

PRODOTTI E AREE DI INTERVENTO	STRATEGIA E STRUMENTI
Prodotti turistici tradizionali - mantenimento/consolidamento competitività	è auspicabile il mantenimento e il consolidamento della competitività dei prodotti turistici tradizionali.
Prodotti turistici di nicchia	essenzialmente rivolti al settore viaggi di nozze/vacanze per una fascia medio-alta di reddito.
Destagionalizzazione	costi più contenuti favorirebbero la fascia turistica a reddito medio-basso.
Promozione dell'Italia minore	relativamente alla tipologia di turista in visita a familiari e conoscenti.
Promozione delle Regioni dell'Italia del Sud	risulta auspicabile considerata la scarsa conoscenza di tali Regioni nel contesto giordano.
Attrazione di nuovi bacini di formazione del flusso turistico	
Miglioramento dell'assistenza alle imprese italiane	auspicabile al fine di una maggiore promozione del settore.

## **Bibliografia**

Economist Intelligence Unit - <http://www.eiu.com/>  
Fondo Monetario Internazionale, Statistiche Finanziarie Internazionali -  
<http://www.imf.org>  
CIA World Factbook, EIU - <https://www.cia.gov>  
Jordan Tourism Board - <http://international.visitjordan.com>  
Jordan Inbound Tour Operator Association - <http://www.jitooa.org>  
Ministry of Tourism and Antiquities/ Information and Statistic Department –  
[www.tourism.jo](http://www.tourism.jo)  
Department of Statistics – [www.dos.gov.jo](http://www.dos.gov.jo)  
Jordan Investment Board – [www.jordaninvestment.com](http://www.jordaninvestment.com)  
Central Bank of Jordan – [www.cbj.gov.jo](http://www.cbj.gov.jo)

## **Contatti**

*Ambasciata d'Italia ad Amman*

Jabal Al Weibdeh,

5 Hafeth Ibrahim Str.

P.O.Box 9800 Amman 11191 Jordan

Sito web [www.ambamman.esteri.it](http://www.ambamman.esteri.it)

E-mail [info.amman@esteri.it](mailto:info.amman@esteri.it)

Centralino 00962 (0)6 4638185 / 4636413 / 4624342 / 4647275

Fax 00962 (0)6 4659730