



Jordanie

Une année 2023 exceptionnelle et des signes optimistes pour 2024



La semaine passée, le **ministre du Tourisme et de l'archéologie, Makram AL-QAISI** s'est entretenu avec le **Secrétaire général de l'Organisation des Nations Unies pour le tourisme, Zorab POLOLIKASHEVI**. L'occasion pour les deux leaders de rappeler l'importance du tourisme dans la région et de sa part non négligeable dans l'économie locale - la contribution du secteur touristique en Jordanie a atteint **15,6 % du PIB du pays**.

Au total, sur l'année écoulée, **la Jordanie enregistre en effet un nombre record de quasiment 6,4 millions de touristes dont 94 884 français**. A lui seul, le drapeau tricolore représente **9,3% des arrivées européennes**, plaçant les français sur **la 2^{ème} marche du podium**, juste derrière les italiens. Cette embellie reflète l'attrait grandissant des français pour les richesses culturelles, historiques et naturelles du pays, de Pétra à la mer Morte, en passant par le désert du Wadi Rum. Les efforts de promotion touristique tout au long de l'année - formation, campagnes marketing ou encore mise à l'honneur de la destination comme lors de l'IFTM 2023..., ont largement contribué à ce succès. **La France a d'ailleurs largement dépassé les chiffres de fréquentation de 2019**, nouvelle année de référence, avec un plus 33,1%.

Ces très bons résultats ont malheureusement depuis souffert du contexte géopolitique et régional en impactant négativement la perception de la sécurité dans le pays et en entraînant une baisse temporaire des arrivées. Conscients des enjeux, les autorités jordaniennes, en collaboration avec les bureaux basés à l'étranger, ont **rapidement** su **communiquer** auprès des partenaires et mis en place des mesures pour **garantir la sécurité des visiteurs et promouvoir activement la diversité des expériences touristiques** offertes par le Royaume (incentive sur les charters, dialogue continu avec les professionnels, mise en place de formations...).

Et **ces efforts commencent à porter leurs fruits** avec sur les premiers mois de l'année 2024 des **signes encourageant de reprise** dont une augmentation des requêtes de voyage sur la destination et surtout d'une légère **hausse du taux de concrétisation**. La Jordanie, le Royaume du temps et le Royaume de tous les temps, montre donc une fois de plus la résilience de son secteur touristique. **Les perspectives pour 2024 s'annoncent plus optimistes**, la Jordanie continuant de prouver sa capacité à surmonter les défis et à séduire les voyageurs en quête d'authenticité, d'histoire et de paysages naturels époustouflants.

Preuve en est, la fréquentation des athlètes et des passionnés aux événements sportifs majeurs du pays, à savoir le [Marathon des Sables](#) (24-31 mai 2024 puis 2-9 novembre) et le Full Moon Marathon, organisé par l'agence [TREKS](#) (24 mai 2024), dont les français sont friands. Pour les organisateurs du Marathon des Sables, la fréquentation des Français est stable par rapport à l'année passée et l'engouement ne faiblit pas. L'évènement de novembre a d'ailleurs été doublé d'une seconde session en mai.

Au-delà des marchés français et européen, le tourisme jordanien reprend des couleurs en ce début d'année, notamment soutenu par la fréquentation des voyageurs régionaux (en hausse de 7,2% vs N-1).

A Propos du Jordan Tourism Board

Le Jordan Tourism Board (JTB) a été officiellement lancé en mars 1998 en tant que partenariat public-privé indépendant engagé à utiliser des stratégies de marketing pour marquer, positionner et promouvoir la Jordanie en tant que destination de choix sur les marchés internationaux. Les stratégies adoptées sont conçues pour refléter la véritable image du produit touristique jordanien, en tant que destination de tourisme culturel, nature, religieux, d'aventure, de loisirs et MICE.

Dans le cadre de ses stratégies de marketing, JTB planifie et exécute un programme intégré d'activités promotionnelles internationales. Ce programme comprend une participation active à des salons professionnels, des ateliers métiers, des road shows professionnels et consommateurs, des voyages de familiarisation, des voyages de presse, la réalisation de brochures et des relations multimédias et médias.

<https://international.visitjordan.com/>

Le Jordan Tourism Board est représenté en France par mN'Organisation

A propos de mN'Organisation

mN'Organisation est un cabinet conseil en stratégie et développement commercial, marketing, communication et relations publics depuis 2004. Elle accompagne ses clients (destinations, hôtellerie, transport, attractions...) dans la définition et la mise en œuvre de stratégies personnalisées sur les marchés francophones. Son équipe de consultants expérimentés et passionnés, disposant d'une expertise reconnue, s'appuie sur une approche innovante et collaborative pour aider ses clients à atteindre leurs objectifs. En 2023, mN'O a obtenu le label RSE Positive Company, récompensant son engagement et ses ambitions en matière de responsabilité sociétale des entreprises (RSE).

mN'Organisation représente en France :

Pôle destinations et Lifestyle : American Brewers Association, High Sierra Visitor Council, West Hollywood, Santa Monica Travel & Tourism, Greater Palm Springs et les déserts de la Californie, Jordan Tourism Board, Worldpride Sidney 2023, Prom Perù, Bureau National de Tourisme du Monténégro

Pôle hospitalité et attractions et réceptifs : Diethelm Travel, Warner Bros, Café de l'Homme, Hôtel Akena

Pôle Digital & Influence : Bureau National de Tourisme de Croatie

mN'Organisation est membre de l'AJT (Association des Journalistes du Tourisme), du Visit USA, des Femmes du Tourisme, de l'IGLTA (International LGBTQ+ Travel Association) et de l'ADONET (Association des Offices Nationaux Etrangers de Tourisme en France).

<https://mno.fr>

Contact :

Elise Boisson, Account Manager, elise.boisson@mno.fr Mob : +33 (0)6 48 26 44 55

Le conseil de l'industrie du Tourisme