Giordania, turismo: il nuovo brand si chiama "Kingdom of Time"

Si chiama **"Kingdom of Time"** il nuovo marchio per il rilancio del settore turistico che la Giordania ha svelato in occasione del World Travel Market in corso di svolgimento a Londra. Con il nuovo brand, il Paese si ripropone come destinazione accessibile, intrigante e sfaccettata che attrae la tribù globale degli esploratori e dei viaggiatori indipendenti, attivi e digitali che cercano esperienze significative e umane.

Pronto per essere lanciato già nei primi mesi del 2020 quando iniziò la pandemia, il nuovo brand del turismo della Giordania è stato pensato per celebrare la trasformazione della Giordania e del suo prodotto turistico, da**"destinazione ricca di storia"** a meta capce di diversificare l'offerta con possibilità di esperienze inedite che si sposavano ai paesaggi antichi.

"Venti mesi dopo, la Giordania è tornata, pronta a svelare il suo nuovo marchio turistico, come l'autentico riflesso di una destinazione che, all'interno di una terra che può essere attraversata in auto in meno di un giorno, fonde insieme un collage vertiginoso di diversità paesaggistiche, di ricchezze storiche e naturali, di una millenaria tradizione di spiritualità e fede, e di una cultura contemporanea araba di apertura e accoglienza a tutti, per il tempo libero, il business e la salute", ha affermato il ministro del Turismo **Nayef Al-Fayez**.

La Giordania, quindi, come **"Kingdom of Time"**: luogo in cui si può letteralmente toccare tutto il tempo geologico e la storia umana, dove il senso del tempo può velocizzarsi in un vivace centro città, o rallentare durante un'immersione nella barriera corallina del Mar Rosso di Aqaba, o addirittura arrivare a fermarsi nel deserto del Wadi Rum, sotto un cielo stellato che svela la Via Lattea.

"Il nuovo brand turistico della Giordania segna anche uno nuovo ruolo del turismo come veicolo per uno sviluppo sostenibile locale. Creato in collaborazione con le comunità culturali e creative del Paese, il brand è stato concepito grazie a un'alleanza di imprese locali e globali", ha proseguito **Abdel Razzaq Arabiyat**, amministratore delegato del Jordan Tourism Board.