



L'ONMT met en évidence le potentiel du Tourisme interne

Dans la continuité de sa stratégie de promotion du tourisme national, l'Office National Marocain du Tourisme vient de lancer ce weekend, une campagne multi-support visant à inciter les Marocains à découvrir et redécouvrir les richesses de leur pays.

À la suite du succès des deux premières campagnes « Ntla9awFbladna » qui ont fédérées les acteurs majeurs du tourisme marocains, l'ONMT poursuit son action sur le marché domestique et relance aujourd'hui cette campagne avec des nouveautés.

L'objectif de ce nouveau dispositif est de continuer d'installer la marque « Ntla9awFbladna » à travers un dispositif axé principalement sur les télévisions nationales, l'affichage urbain dans les plus grandes villes marocaines ainsi que le digital et la presse. Cette campagne compte dévoiler un contenu nouveau qui présente la profondeur de l'offre touristique du pays via la mise en avant des régions, de lieux inédits et d'activités à vivre entre amis ou en famille.

« Notre objectif est de consolider le marché domestique comme premier pourvoyeur de touristes pour la destination Maroc en donnant envie aux marocains d'explorer davantage l'ensemble des richesses de leur pays. Ils sont, aujourd'hui plus que jamais le cœur battant de notre tourisme » souligne Adel El Fakir, DG de l'ONMT. Et d'ajouter **« Ntla9awFbladna », c'est notre ambition de développer un tourisme de proximité encore plus attractif »**.

Pour préparer ce nouveau dispositif, l'ONMT s'est appuyé sur sa stratégie de segmentation des profils des voyageurs marocains pour identifier leurs besoins et motivations et ensuite créer et présenter des contenus frais avec comme principal objectif de provoquer le déclic du voyage et de la découverte chez les Marocains.

Par ailleurs et dans un contexte Covid et post-Covid, la composante grands espaces, nature et écologie prend le dessus en termes de tendances de voyages. Les contenus qui seront dévoilés misent justement sur ce levier pour présenter une nouvelle dimension de l'offre Maroc.

Ce contenu digital sera soutenu par un plan d'animation dédié, qui sera déployé sur les plateformes sociales de la marque « Ntla9awFbldana » et amplifié à travers des opérations de marketing d'influences, pour donner ainsi plus de volume à la campagne et faire adhérer les internautes à la marque.

Cette campagne de communication multimédia s'étalera sur plus d'un mois afin de booster la demande pour les fêtes de fin d'année et lors du premier trimestre 2022.

L'ONMT invite dès à présent tous les acteurs du tourisme à se l'approprier et à la relayer largement.

« Ntla9awFbladna » est ainsi la signature de la mobilisation du secteur du tourisme, de son engagement pour rassurer les marocains et les inspirer en vue de leur faire découvrir de nouvelles expériences.