

L'ONMT lance « Maroc, Terre de Lumière » à travers le monde

Une campagne internationale en rupture avec les codes traditionnels de communication.

Un déploiement grandiose et inédit avec un lancement simultané dans 19 pays.

Elle vient compléter le dispositif de rebranding opérée progressivement par l'Office.

Rabat le 21 avril 2022 - L'ONMT présente ce jeudi 21 avril une nouvelle campagne internationale dénommée « Maroc, Terre de Lumière » afin de positionner le Maroc parmi les destinations touristiques mondiales les plus convoitées et à renforcer son image tendance, surtout auprès des nouvelles générations de voyageurs.

Pour Adel El Fakir, Directeur général de l'ONMT : « *Le lancement de cette nouvelle marque internationale constitue incontestablement un moment important dans l'histoire de l'Office Nationale Marocain du Tourisme. Nous sommes fiers, aujourd'hui, moi et l'ensemble des équipes de l'ONMT d'être les témoins de ce changement de paradigme. Un changement dont l'ambition est de sublimer notre pays, le Maroc et d'en saisir tous les contrastes* ».

Déclinée à travers trois composantes que sont la nouvelle identité de la marque Maroc, un grand film d'image et de nombreuses déclinaisons en affichage, cette campagne, en rupture totale avec les codes traditionnels, constitue un tournant dans la communication de la destination. Elle lui donne un nouveau souffle, en s'adressant notamment à une cible plus jeune, plus dynamique, plus connectée, et en constante demande d'inattendu et de découverte.

Son lancement se fera simultanément, dès vendredi 22 avril 2022, sur 19 marchés incluant 5 marchés stratégiques (France, Espagne, Allemagne, Royaume-Uni, USA), le moyen et proche

Orient, Israël et l'Afrique. L'objectif étant d'atteindre un haut niveau de notoriété, de visibilité, de couverture et de fréquence.

La campagne cible les touristes internationaux dont la tranche d'âge s'étale entre 25 et 59 ans avec un intérêt pour l'art, les expériences culturelles, la nature et le patrimoine rural, les plages et les activités de loisirs.

Pour cela, la campagne s'est attelée à sublimer les richesses du pays et à en affirmer la splendeur en mettant l'accent sur sa lumière caractéristique, qui interpelle les voyageurs dès leur arrivée. Cette lumière devient le thème central de la communication en tant que source de vie et de mouvement et source d'inspiration pour les artistes. Elle fait ressortir la grande diversité naturelle du pays, ainsi que sa culture vivante et authentique.

« Terre de Lumière » est ainsi le langage d'un Maroc en mouvement porté par son histoire, par ses Femmes et ses Hommes et par sa jeunesse et qui a à cœur de faire rayonner notre pays au-delà de nos frontières, de hisser notre drapeau au firmament et de nous rendre fiers de ce que nous sommes » ajoute Adel El Fakir.

Bien plus qu'un pays qui se visite, le Maroc se vit à travers ses arts, sa culture vivante et son patrimoine, tout en recelant une réelle dimension moderne et avant-gardiste.

Ainsi, la créativité marocaine y est valorisée à travers des images spectaculaires mettant en scène des artistes de nouvelle génération : le maître de l'art contemporain feu Melehi mondialement célèbre pour son travail sur les ondes colorées, mais aussi de jeunes créateurs tels que le peintre Samy Snoussi, le collectif international de danseurs du chorégraphe Steph H, le styliste Artsi lfrach et une troupe de danseurs gnaouas de Marrakech... Tous donnent à voir un Maroc résolument moderne, dynamique et faisant la part belle à son héritage ancestral.

L'installation de la nouvelle marque internationale « Maroc, Terre de Lumière » s'inscrit ainsi dans une démarche globale et structurée, en prise avec les enjeux de la destination, et vient ainsi compléter le dispositif de rebranding opérée progressivement par l'Office à travers trois marques ciblées : la marque corporate « Tourism in Action » dédiée au B2B, la marque « Ntla9awFbladna » pour le tourisme interne et, désormais « Maroc, Terre de Lumière » pour l'international.

« Terre de Lumière » est appelée à fédérer l'ensemble des professionnels et opérateurs marocains et, au-delà, l'ensemble des citoyens. Inspirante et attrayante, devient la pierre angulaire pour soutenir la reprise en cours et réactive avec force le désir Maroc pour saisir les opportunités de développement dans un contexte de relance.