

**Consécration du Maroc   
à Madrid**

* **Le quotidien de référence espagnol « La Razon » a consacré hier à Madrid, la campagne « Maroc, Terre de Lumière » de l’ONMT comme meilleure campagne publicitaire internationale.**
* **Le prix a été remis à Adel El Fakir, DG de l’ONMT en présence de Son Excellence Mme Karima Benyaich, Ambassadrice du Royaume du Maroc en Espagne**

Nouvelle consécration pour l’Office National Marocain du Tourisme, hier, mardi 21 juin 2022 à Madrid. L’institution a reçu le Prix de meilleure campagne internationale pour « **Maroc, Terre de Lumière** ». Une distinction qui met le Maroc sous les projecteurs de l’un des médias les plus influents en Espagne.

La cérémonie était rehaussée par la présence de Son Excellence Mme Karima Benyaich, Ambassadrice du Royaume du Maroc en Espagne qui n’a pas manqué de saluer cette distinction faite au Maroc.

Adel El Fakir déclare à ce sujet : « **Nous sommes honorés de recevoir ce prix. Il s’agit d’une très belle consécration pour notre pays, pour la destination Maroc et pour l’ensemble des professionnels du tourisme marocains qui travaillent sans relâche pour que la destination continue de rayonner dans le monde entier.** »

Etaient également présents lors de cet évènement les opérateurs du tourisme marocain, notamment, Hamid Bentahar, Président de la CNT, de M. Lahcen Zelmat, Président de la Fédération Nationale de l’Industrie hôtelière et de M. Mohammed Semlali, Président de la Fédération Nationale des Agences de voyage.

Journal de référence en Espagne, La Razon a remis cette distinction à cette campagne pour son caractère novateur, en rupture avec les codes de communication traditionnels. Une campagne où les artistes marocains contemporains ont été mis à l’honneur.

Rappelons que la campagne a été lancée , en avril dernier, par l’ONMT simultanément dans plus de 20 pays, en Europe, en Amérique du Nord, au Moyen-Orient, et en Afrique, ce qui constitue un précédent historique.

En s’appuyant sur une diversité de canaux, tels que le digital, la télévision, l’affichage public et la presse, l’objectif est d’atteindre un niveau de notoriété, de visibilité, de couverture et de fréquence maximal afin de provoquer un engagement avec les touristes du monde entier.