



COMMUNIQUE DE PRESSE

Avec Terre de Lumière, l'ONMT met les projecteurs sur les destinations touristiques marocaines

- **Lancement d'une 2^{ème} vague de communication de la campagne Terre de Lumière dans 19 pays avec, cette fois, un focus régional.**
- **Lancement de Marques-Destinations pour mettre en valeur la diversité et la richesse de l'offre Maroc**

Rabat, 10 novembre 2022. Sept mois après le lancement de la campagne « Maroc Terre de Lumière », l'Office National Marocain du Tourisme lance, ce vendredi 11 novembre 2022, une deuxième vague de communication dans pas moins de 19 pays. Une présentation, en avant-première a été faite ce jeudi 10 novembre à Rabat, aux professionnels, réunis sous l'ombrelle de la CNT et aux présidents des Conseils Régionaux du Tourisme, principaux concernés par cette campagne.

Adel El Fakir, Directeur Général de l'ONMT leur a ainsi présenté un bilan des performances de la première vague promotionnelle et tracé les perspectives de la stratégie marketing national et territoriale de l'Office qui œuvre pour un développement touristique homogène et harmonieux.

Les résultats de la première vague de campagne sont à la hauteur des attentes. Les post tests réalisés ont confirmé que 60% des touristes internationaux ont été exposés à la campagne sur les marchés cible (jusqu'à 74 et 80% en Espagne et en France). Ces performances conduisent à un bond spectaculaire de la notoriété de la destination et une amélioration de son image sur trois critères stratégiques : en tant que destination « Tendance » (+5 points), « Exclusive et Luxueuse » (+9) et caractérisée par sa « Sécurité » (+15 points), devenu un facteur décisif pour les voyageurs du monde.

Pour Adel El Fakir. « ***Terre de Lumière est une campagne unique face à nos concurrents et doit permettre au Maroc de se positionner dans le Top 10 des destinations mondiales les plus convoitées*** ».

L'effet incitatif de la campagne sur l'intention de visite est indéniable puisque 96% de ceux l'ayant reconnue ont démontré une intention claire de visiter le Maroc. Les bons résultats de l'Eté 2022 témoignent de cet engouement.

A présent, pour rester dans le « top of mind » surtout à la veille de la saison d'Hiver 2022 et pour préparer l'année 2023, l'ONMT lance une deuxième vague de communication à partir de ce 11 novembre dans 19 pays dans le monde. Elle s'appuiera sur un plan média TV, sur les grandes chaînes internationales mais aussi au

cinéma et surdigital. Au niveau de l'affichage et sur la presse écrite, la campagne intègre un important focus régional ainsi que sur les réseaux sociaux.

Une stratégie d'architecture de marques Pays et Destinations

Pour l'ONMT, Il est désormais nécessaire de mieux marketer la diversité de l'offre Maroc. Les Marques-Destinations viennent ainsi renforcer la perception du Maroc et valorisent son immense richesse géographique, humaine, artistique, culturelle et artisanale.

« Nos destinations touristiques ont besoin d'être élevées à la dimension de la marque Maroc, a précisé M. Adel El Fakir. Notre objectif est de créer des Marques-Destinations modernes, globales et distinctives pour exprimer l'ensemble des expériences Maroc. Cette démarche, qui se construit en partenariat avec les acteurs institutionnels et professionnels, sera structurante pour tous. ».

Le Directeur Général de l'ONMT a présenté aux professionnels du secteur le travail créatif réalisé, sur la base d'une étude technique et sémantique approfondie sur les atouts et attributs des différentes régions et destinations touristiques. 16 destinations à fort potentiel ont été identifiées. Une première série de dix marques ont été créées et six autres sont en cours d'élaboration...

Des « toolbox » ont été confectionnées autour de plusieurs composantes : un logo unique pour chaque destination, un symbole en forme de porte ou d'arche, exprimant un message d'accueil marocain fédérateur, traité selon une forme spécifique pour chaque destination, une couleur propre et des dégradés qui s'associent pour former la palette colorielle globale de la destination.

Les nouvelles identités de destinations s'attachent également à identifier et valoriser les marqueurs qui constituent l'ADN de chacune : monuments et symboles, particularisme régional, naturel ou humain, couleurs et motifs, images et graphismes... Elles structurent ces messages afin de susciter de la différenciation et de la préférence...

L'ensemble des représentants de la Confédération Nationale du Tourisme et des Présidents des Conseils Régionaux du Tourisme qui ont, pour l'occasion reçu un trophée avec le logo de leur destination respective, ont applaudi cette démarche et comptent la porter chacun dans sa région.

Ainsi l'ONMT, dans une dynamique constructive de partenariat avec les acteurs au plan local, jette les bases d'un système extensible qui permettra une montée en gamme des destinations touristiques et, finalement, un meilleur partage de la valeur ajoutée d'un développement touristique homogène et inclusif.

Contact Presse :

Office National Marocain du Tourisme
youssef.alaoui@onmt.org.ma

Mosaik Event's & Co
Loubna.debbah@mosaik.ma

05 22 25 28 68