



## L'ONMT accompagne l'incroyable engouement du Maroc suscité par nos Lions de l'Atlas

- **Mobilisation des plus grands tour-opérateurs et compagnies aériennes au niveau européen.**
- **Création et diffusion d'un spot sur les Réseaux sociaux au niveau des marchés stratégiques.**
- **Activation de la campagne Terre de Lumière auprès des chaînes TV leaders**

Le Maroc s'est levé comme un seul homme devant ce qui nous renvoie une image positive de nous-même. Le Football a cette capacité et nos Lions de l'Atlas l'ont permis ! Aussi, l'Office National Marocain du Tourisme dont la vocation première est de promouvoir l'image du Maroc au-delà des frontières, joint ses énergies à cette euphorie et cet engouement mondial pour le Maroc pour asseoir davantage l'image touristique de la destination.

Pour Adel El Fakir, DG de l'ONMT, « **Ce qui arrive est une campagne de rêve pour l'ONMT et pour le Maroc. Cette exposition mondiale, basée sur des valeurs incroyablement fortes portées par les lions de l'atlas et les fans marocain au Maroc et à travers le monde, relayée par des personnalités de tous les continents sur la « front page » de l'ensemble des médias mondiaux est juste exceptionnelle. Nous devons à présent accompagner cette vague pour concrétiser cet engouement et en faisant venir au Maroc le maximum de touristes du monde entier. Notre challenge est celui-ci désormais »**

Aussi, l'ONMT a déployé un plan stratégique axé sur trois points majeurs :

- **L'activation de la campagne Terre de Lumière auprès des chaînes TV leaders, notamment sur Bein sport MENA (leader sur la zone en termes d'audience), la chaîne allemande ZDF pour un ciblage pointu des marchés germanophones, ou encore CNN et HBO pour les marchés US.**
- **L'activation et la mobilisation des plus grands tour-opérateurs et compagnies aériennes au niveau européen, à l'image de Expedia, Tripadvisor, Ryanair et Easyjet qui vont capitaliser sur le succès des lions de l'Atlas pour inciter leur clientèle à venir découvrir le Maroc et retrouver les valeurs véhiculées par son équipe nationale à savoir la solidarité, la résilience, le succès, l'esprit d'équipe....**
- **La création d'un Film déployé sur les Réseaux sociaux sur les marchés stratégiques** qui revient sur la présence du Maroc comme terre de football et de tourisme avec un « call to action », suscitant l'intérêt du public cible pour venir découvrir et retrouver les émotions vécues en regardant le Maroc jouer.

Ce dispositif est déployé et boosté au niveau de 10 marchés cibles et stratégiques du Maroc comme la France, l'Espagne, la Grande Bretagne, l'Italie, l'Allemagne, la Belgique et les Pays-Bas ou encore les pays du golfe comme les Émirats, le Qatar, le Koweït et l'Arabie Saoudite

**Au niveau national**, l'ONMT diffuse depuis le début de la coupe du monde le spot sur le tourisme interne « ntl9awfbladna » au niveau des chaînes nationales Arriyadia et Al Aoula, diffuseurs exclusifs

au niveau national des matchs de l'équipe du Maroc afin de bénéficier des audiences importantes enregistrés par ces chaînes.

L'office a également déployé une campagne principalement sur les réseaux sociaux pour remercier via une création visuelle les lions de l'Atlas, les supporters au Maroc et dans le monde et la FRMF de faire rayonner le Maroc dans le Monde. Une campagne à fort impact reprise et partagé largement par les réseaux sociaux qui se sont associés à ce message de remerciement et de fierté nationale.

**L'ONMT remercie encore une fois nos Lions de l'Atlas, La Fédération Nationale du Football et l'ensemble des supporters marocains au Maroc et dans le monde pour cette belle exposition mondiale et s'active de son côté à capitaliser sur ce magnifique élan patriotique.**

**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