



L'ONMT tient son CA sous le signe du dynamisme

- **Après des résultats exceptionnels, l'ONMT compte renforcer sa stratégie de communication, commerciale et promotionnelle en 2023.**
- **Objectif chiffré: Augmenter les capacités aériennes de 3,9 millions voyageurs supplémentaires**

Rabat, le 20 juin 2023. Le Conseil d'administration de l'Office National Marocain du Tourisme (ONMT) s'est réuni sous la présidence de **Fatim-Zahra Ammor, ministre du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Economie Sociale et solidaire**. Il en ressort des performances exceptionnelles pour l'année 2022 et le premier semestre 2023, qui a connu un véritable élan de dynamisme. Le Maroc vit un momentum particulièrement propice, notamment grâce à la prestation des Lions de l'Atlas ayant eu un impact majeur sur l'image du Maroc et la considération de la destination. L'objectif de hisser la Marque Maroc dans le Top 10 des destinations les plus admirées au monde est plus que jamais atteignable. Pour relever ce défi, l'Office poursuit le déploiement d'un plan d'action visant un taux de progression de 13% par an d'ici 2026.

« Il ne fait aucun doute que 2022 restera dans les annales de notre industrie sous le triple signe de la résilience, de la relance et de l'ambition renouvelée. Grâce à son approche innovante et offensive, le Maroc s'est placé parmi les destinations leaders, portant un message expérientiel puissant, à la fois contemporain dans sa créativité et authentique dans ses valeurs », a souligné Fatim-Zahra Ammor, ministre du Tourisme, de l'Artisanat et de l'Economie Sociale et solidaire.

La capacité de renouvellement de la destination a porté ses fruits. Grâce à cette montée en puissance de la Marque Maroc, l'ONMT a démarré l'année 2023 sous de bons auspices, portée par le plan d'action « Light In Action » aligné sur la Feuille de Route du ministère du Tourisme, visant les 17,5 millions de touristes à l'horizon 2026.

L'année en cours verra le renforcement de la campagne « Maroc, Terre de Lumière » à travers une segmentation des marchés et des approches spécifiques selon leur degré de maturité. La marque Pays continuera à être alimentée par le bouquet des marques de destinations locales et des marques expérientielles thématiques.

Dans cette stratégie, le volet aérien est toujours au premier rang des priorités de l'ONMT. Les capacités aériennes devraient croître considérablement avec un objectif de 8,2 millions de sièges, soit 3,9 millions voyageurs potentiels supplémentaires. Les partenariats établis avec les compagnies aériennes permettent déjà de multiplier les ouvertures. Pour l'été 2023, 33 nouvelles lignes sont programmées par une dizaine de compagnies aériennes, connectant huit destinations marocaines à neuf marchés européens.

Le tourisme interne est également au cœur des priorités de l'ONMT, activé sous la marque « Ntla9awfbladna » qui poursuit ses efforts pour mieux marketer les atouts de la destination auprès des cibles nationales et Marocains résidents à l'étranger.

L'ONMT se projette désormais vers l'avenir en capitalisant sur les acquis. « Light in Action » est plus que jamais le leitmotiv de l'ensemble des équipes de l'Office aussi bien au Maroc qu'à l'étranger.

A l'issue du Conseil d'Administration, le rapport d'activité ainsi que le bilan financier de l'Office pour l'exercice réalisé ont été approuvés par les administrateurs, de même que les différents axes de la stratégie de l'ONMT pour l'année en cours.

Contact Presse:

Office National Marocain du Tourisme

youssef.alaoui@onmt.org.ma

Mosaik Event's & Co

Loubna.debbah@mosaik.ma