

**New York clôture en apothéose  
le «Light Tour» de l’ONMT**

* **La Team Maroc à New-York pour le sprint final de la tournée “Light Tour”**
* **Mobilisation générale des professionnels du tourisme pour la reconquête du marché US**
* **Une tournée fructueuse qui aura permis de renforcer l’attractivité de la destination**

New-York, le 20 mai - Les équipes de l’ONMT, accompagnées d’une délégation de hauts représentants institutionnels et de professionnels du tourisme marocain, étaient mobilisées ce jeudi à New-York pour l’ultime étape du « Light Tour », une tournée de trois jours qui les aura menés en France, au Royaume-Uni et aux États-Unis. L’objectif étant de promouvoir de manière agressive la destination Maroc sur ces marchés stratégiques en capitalisant sur le lancement de la nouvelle campagne de communication internationale « Maroc, Terre de lumière ».

Tout juste deux semaines après que les images de la nouvelle campagne aient illuminé les artères de Time Square, la Team Maroc a détaillé le repositionnement de la marque Maroc devant un parterre prestigieux, incluant des acteurs majeurs du voyage tels que Internova et Wonderland, des médias de grande audience à l’image de CNN et du New-York Times, ainsi que des chroniqueurs lifestyle et des influenceurs de renom. L’occasion également de faire valoir les atouts de la destination et d’explorer de nouvelles opportunités de collaboration avec les acteurs du tourisme américain.

Adel El Fakir, Directeur général de l’ONMT, indique à ce sujet : « ***Il était essentiel pour nous d’aller à la rencontre des prescripteurs de ce marché crucial. En continuant à tisser des liens avec les acteurs-clés du tourisme aux États-Unis, nous faisons en sorte de renforcer la position du Maroc sur ce marché très compétitif.*** »

Les États-Unis représentent en effet un marché touristique majeur sur le plan international, avec plus de 90 millions de voyageurs à l’étranger chaque année, qui se distinguent par un pouvoir d’achat élevé et une forte envie de dépaysement. Ce marché recèle donc un potentiel de croissance important pour la destination Maroc.

**Animés par un nouvel esprit de conquête collective, l’ONMT et ses partenaires continueront dans les prochaines semaines à visiter d’autres marchés stratégiques et émergents en vue de renforcer l’impact de la nouvelle campagne de communication de la marque Maroc.**