

**Actions, Performances et Transparence,**

**maîtres-mots du CA de l’ONMT**

* **L’ONMT innove et publie son rapport d’activité en format digital à l’instar des grandes destinations touristiques mondiales**
* **Un rapport d’activité qui contient l’ensemble des actions substancées et chiffrées de l’Office**
* **Pour le second semestre 2022, l’ONMT compte intensifier encore plus les actions commerciales et promotionnelles aussi bien au niveau international que national pour accompagner la relance.**

**Rabat, le 28 juin 2022** – Le Conseil d’administration de l’Office National Marocain du Tourisme (ONMT) s’est réuni ce mardi 28 juin **sous la présidence de Mme Fatim-Zahra Ammor, ministre du Tourisme, de l’Artisanat et de l’Economie Sociale et solidaire,** afin de faire le bilan d’une année d’action au service de la résilience du secteur touristique national et de tracer les perspectives de sa relance.

Alors que l’industrie touristique marocaine vient de traverser deux années exceptionnelles, l’Office National Marocain du Tourisme a su faire preuve de réactivité face à un contexte inédit. Après une année 2020 où les équipes de l’ONMT avaient œuvré pour conserver les fondamentaux marketing et commerciaux de la destination Maroc, l’exercice 2021 a permis de poursuivre ses grands chantiers d’amélioration. Cela afin de préparer la reconstruction qui permettra de retrouver les niveaux de performance de l’année 2019 et de les dépasser.

Sur l’ensemble des chantiers liés à sa double mission promotionnelle et commerciale au service du tourisme marocain, l’Office a redoublé d’effort et multiplié les initiatives pour la reconquête de parts de marché, des capacités aériennes et des flux vers le Maroc. 2,54 millions de sièges ont été soutenu par l’ONMT avec un taux de reprise de 75% par rapport à 2019. Le référencement auprès des tour-opérateurs a permis d’atteindre un objectif de 236.000 clients et 2,3 millions de nuitées réalisées par les TO en ligne, soit respectivement 31% et 47% des performances 2019.

A fin mars 2021, tous les indicateurs affichaient une tendance positive avec +202% d’arrivées de touristes étrangers et +62% de MDM, et une progression des nuitées de 177% vs 2020. La signature de nouveaux accords avec des leaders tels que Ryanair, Transavia, EasyJet, Air France offre une excellente visibilité en termes de capacités aériennes, sécurisant 2,04 millions de sièges à travers 14 compagnies pour l’été 2022.

Cette perspective est également renforcée par le partenariat historique signé le 9 juin 2022 entre l’ONMT et Royal Air Maroc visant à mutualiser leurs ressources en matière de promotion et de marketing pour la destination Maroc.

L’objectif étant un retour rapide au niveau des réalisations de 2019, en termes d’arrivées et de nuitées.

L’impulsion donnée en matière d’image et de communication portée par la nouvelle campagne internationale « Maroc, Terre de Lumière », est soutenue par une stratégie digitale, entièrement repensée comme le principal levier d’interaction avec les voyageurs de nouvelle génération.

Dans le cadre du Plan d’action présenté pour le second semestre 2022, le Directeur général de l’Office a confirmé le renforcement des partenariats commerciaux avec les compagnies aériennes, tour-opérateurs et agences de voyage en ligne pour la saison hiver 2022-2023 , ainsi que l’intensification de l’effort promotionnel aussi bien au niveau national qu’international pour accompagner la relance.

**A l’issu de ce conseil, le rapport d’activité, ainsi que le bilan financier de l’Office pour l’exercice réalisé ont été approuvés par les membres du conseil d’administration, de même que les différents axes de la stratégie de relance.**