



غرفة التجارة و الصناعة و الخدمات
لجهة طنجة - تطوان - الحسيمة
ⵜⴰⵎⴰⵔⴰⵏⵜ ⵏ ⵜⴰⵎⴰⵔⴰⵏⵜ ⵏ ⵜⴰⵎⴰⵔⴰⵏⵜ ⵏ ⵜⴰⵎⴰⵔⴰⵏⵜ
ⵜⴰⵎⴰⵔⴰⵏⵜ ⵜⴰⵎⴰⵔⴰⵏⵜ ⵜⴰⵎⴰⵔⴰⵏⵜ ⵏ ⵜⴰⵎⴰⵔⴰⵏⵜ
Chambre de Commerce d'Industrie et de Services
TANGER - TETOUAN - AL HOCEIMA

Guide des “Salons et Foires” 2026



Réalisé par Le Département : **STRATÉGIE ET PARTENARIAT**
Appui technique : **D.S.I**

Table des Matières

	<i>PAGE</i>
Table des Matières	02
Editorial	03
Tutoriel	04
Salons COMMERCE	13
Salons INDUSTRIE	14
Salons AUTOMOBILE	15
Salons TEXTILE HABILLEMENT ET CUIR	16
Salons AGROALIMENTAIRE	17
Salons ELECTRONIQUE ELECTROCHIMIQUE	18
Salons LOGISTIQUE-TRANSPORT-EMBALLAGE	19
Salons TOURISME ET VOYAGE	20
Salons BÂTIMENT-ARCHITECTURE-TRAVAUX PUBLICS	21
Salons IMMOBILIER ET AGENCEMENT	22
Salons ENVIRONNEMENT ECONOMIE VERTE ET CIRCULAIRE	23
Salons TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION	24
Salons INFORMATIQUE INDUSTRIELLE	25
Salons EDUCATION, FORMATION ET RECRUTEMENT	26
Salons ECONOMIE DU SPORT	27
Salons FINANCE, INVESTISSEMENT ET ASSURANCES	28
Contact	29



La Région de Tanger-Tétouan-Al Hoceïma, s'affirme aujourd'hui comme un hub stratégique au croisement des dynamiques économiques et commerciales mondiales.

Cette position confère à notre Région un rôle central dans les chaînes de valeur mondiales et renforce la nécessité d'une ouverture proactive et maîtrisée sur les marchés internationaux.

Le monde aujourd'hui est profondément marqué par la recomposition des équilibres géopolitiques, la montée des politiques de souveraineté économique, la régionalisation des échanges et l'intensification de la concurrence internationale.

Ces mutations drastiques imposent à nos entreprises une anticipation constante des évolutions des marchés et une présence renforcée dans les espaces de rencontre économique à l'échelle mondiale.

C'est dans cette optique que la CCISTTA a conçu le Guide des Foires et Salons à l'International 2026 qui adopte une approche sectorielle ciblée, en cohérence avec les priorités nationales et régionales de développement économique.

Cette version "Numérique" du Guide des Salons et Foires 2026, s'inscrit dans la vision de la CCISTTA en matière de digitalisation et de stratégie "Zéro Papier" en intégrant des codes QR et des liens hypertextes qui permettent une exploitation simple, rapide et évolutive des informations.

En espérant que ce guide contribue efficacement à renforcer la projection internationale des entreprises de la Région de Tanger-Tétouan-Al Hoceïma, la CCISTTA réaffirme son engagement constant à accompagner les opérateurs économiques régionaux dans leurs démarches d'internationalisation et d'ouverture sur les marchés mondiaux.

Le Président

Abdelatif AFAILAL

Tutoriel sur LES BONNES PRATIQUES POUR REUSSIR LA PARTICIPATION A UN SALON :



La participation à un salon que ce soit en tant que visiteur ou exposant n'est pas un luxe ou un voyage touristique, bien au contraire c'est un investissement en temps et en argent qui doit apporter une plus-value considérable à l'entreprise.

La valorisation de la participation aux foires et salons est basée sur plusieurs indicateurs touchant essentiellement : la découverte de nouveaux fournisseurs ou clients, l'ouverture sur des procédés innovants de production ou de gestion, la connaissance des nouvelles tendances de consommation, la recherche de partenariats financiers commerciaux ou technologiques...

Ces objectifs ne peuvent être atteints sans une bonne préparation au préalable avec des outils de suivi en amont et en aval, afin de tirer le maximum de profits de l'investissement réalisé.

Pour cela, nous vous présentons quelques recommandations incontournables pour une participation optimale à un salon et qui concernent sur trois phases : avant, durant et après l'événement.



Il n'est pas facile de trouver le « bon » salon pour son entreprise, ce choix doit prendre en considération plusieurs objectifs à atteindre et spécialement :

- La prospection de nouveaux clients ou fournisseurs
- La veille stratégique en suivant les tendances des marchés et la compétitivité des concurrents.
- La recherche de partenaires financiers, logistiques ou commerciaux.

Une fois le choix fait, le mode de participation doit être tranché en tenant compte des avantages et inconvénients de chaque forme.

Ainsi, le choix entre les salons présents ou virtuels, professionnels ou Grand public, spécialisés ou multisectoriels... dépend énormément des attentes propres à chaque entreprise.

La même contrainte s'impose pour la détermination de la forme de participation, ainsi un stand individuel peut être la forme la plus adaptée pour certaines entreprises, mais avec un stand relativement petit et non exposé elles encourent le risque d'être noyées parmi la multitude d'exposants et de stands attrayants.

Ainsi et pour certains types d'entreprises une participation collective serait le choix idéal car elle augmente les chances d'être remarqué par les visiteurs dans un hall bien exposé et avec une surface beaucoup plus grande. La multiplicité des exposants, avec des produits ou services aussi différents et complémentaires, augmente l'attractivité pour les visiteurs.

Une participation collective permet de recourir à des ressources financières plus importantes pour la construction et l'aménagement des stands.

INSCRIPTION AU SALON :

Une fois la décision de participer prise, il faut passer à la préparation opérationnelle de la participation.

Tout d'abord, l'inscription au salon doit être effectuée dans les délais déterminés par les organisateurs afin de s'assurer les prestations techniques, les badges de parking et d'exposant, les tickets visiteurs et afin de figurer sur les supports publicitaires.

Certains salons prévoient des réductions significatives pour les premiers participants inscrits alors que d'autres sont tellement prisés que pour s'y inscrire il faut passer par une liste d'attente.

Généralement, c'est la partie organisatrice du salon qui fixe les conditions générales et particulières de la participation (prix de participation (location de la surface, frais de co-exposant, contributions marketing, forfaits de frais annexes, frais d'annulation de la participation...))

C'est ainsi qu'il est conseillé de bien lire les termes du contrat avant de confirmer son inscription tout en indiquant la surface et le type de stand : Stand en ligne (ouvert sur un côté), stand d'angle (ouvert sur deux côtés), stand de tête (ouvert sur trois côtés), stand en bloc (ouvert sur quatre côtés) ou stand à deux étages, l'emplacement souhaité (Entrée, hall, couloir, à proximité d'un exposant particulier...)

PLANIFICATION BUDGETAIRE :

Une bonne participation implique la mobilisation d'un budget approprié.

Les principaux coûts d'une participation à un salon se répartissent à titre indicatif comme suit : location du stand, frais d'exploitation ou frais annexes (20 %) ; construction, aménagement et équipement du stand (30 %), frais de personnel et de déplacement (40 %), publicité (7 %), autres frais (3 %).

Les entreprises peuvent minimiser ces coûts via la participation aux stands collectifs ou officiels, en se réunissant avec d'autres entreprises pour une participation de groupe ou en exposant en tant que sous-exposant ou co-exposant sur le stand d'une institution ou entreprise partenaire.

HEBERGEMENT ET TRANSPORT :

Étant donné que les prix des chambres d'hôtel et les billets d'avion sont relativement élevés lors des grands salons, les entreprises doivent réserver l'Hôtel et l'avion avec assez de temps ou vérifier également les hébergements alternatifs tels que les appartements ou les maisons de vacances situés à proximité des transports.

OBTENTION DE VISA ET CONDITIONS D'ENTREE

Il est recommandé de penser le plus tôt possible à demander un visa d'entrée pour participer au salon.

En raison notamment de la pandémie du Coronavirus, il existe actuellement des exigences spécifiques en matière de test, de vaccination et de procédure de demande, en particulier pour l'obtention de rendez-vous et aussi d'accès au territoire du pays hôte.

Les visiteurs d'une foire sont en général des hommes d'affaires qui, lors de la procédure de demande, rendent crédible le motif de leur voyage « visite d'une foire »

Un visa peut être délivré aussi aux employés de l'exposant marocain ou aux prestataires de services mandatés par celui-ci.

INSCRIPTION DANS LES MÉDIAS DU SALON/CATALOGUE

Effectuez cette tâche le plus tôt possible afin que vos clients et visiteurs potentiels puissent programmer à l'avance la visite de votre stand.

Une inscription complète et précise dans les rubriques des secteurs se rapportant à votre activité garantissent que votre entreprise sera trouvée facilement par le plus grand nombre de partenaires.

S'il existe un catalogue imprimé du salon, il faut impérativement respecter la date limite d'impression en fournissant toutes vos données aux organisateurs.

AMENAGEMENT DU STAND



Le stand est votre carte de visite sur le salon. Planifiez donc minutieusement l'agencement et de votre stand.

Réfléchissez aux messages que votre stand doit envoyer aux visiteurs et à la manière dont vous pouvez le véhiculer

Divisez votre stand en zones fonctionnelles principales (accueil, espace de réunions...) et déterminez les objets à exposer.

Pour se distinguer parmi la multitude d'exposants il faut penser à des idées créatives en apportant de la couleur, du mouvement et de la lumière à votre présence sur le salon tout en donnant une place distinguée à vos produits dans le mobilier de votre stand. Sans négliger l'exploitation des nouvelles techniques de communication (réalité augmentée, réalité virtuelle, 3D...)

ROLE DES ANIMATEURS DU STAND :



La participation à un salon est un moment crucial et une étape centrale dans le marketing de toute entreprise.

Le choix des animateurs du stand doit répondre à des critères très sélectifs : connaissance parfaite du secteur et des objectifs fixés par l'entreprise, maîtrise des langues, communicatifs ...

Ces compétences permettront la bonne réception des visiteurs et l'exploitation maximale des contacts en créant une atmosphère agréable pour les entretiens (Espace d'accueil avec boissons/pâtisseries (si possible des spécialités locales) et surtout la rédaction des rapports d'entretiens faite à chaud avec les coordonnées des visiteurs saisies de façon manuelle ou digitale, sans oublier bien sûr de prévoir la documentation nécessaire (papier et électronique) et des cadeaux/souvenirs pour les visiteurs importants.

La participation au salon ne doit pas se limiter à l'animation du stand, mais doit s'élargir pour visiter d'autres stands et profiter des événements organisés par l'organisateur du salon ou d'autres exposants pour générer des contacts supplémentaires et bénéficier de l'expérience des autres entreprises.

ATTIRER LES VISITEURS AU STAND :



On ne peut pas compter sur le fait que les visiteurs viennent au Stand automatiquement ou par hasard.

Il faut procéder activement à la diffusion de la participation au salon auprès des contacts et partenaires à travers plusieurs supports et techniques notamment : l'inscription aux médias diffusés par les organisateurs du Salon (catalogue, site web, application...), bannières de signalisation, publication de la participation sur le site web de l'entreprises et ses pages sur les réseaux sociaux, mailing, messaging, phoning...

Après le salon



Le suivi de la participation à un salon est crucial pour mesurer les performances réalisées en comparaison avec les investissements engagés.

Cette balance permet de décider de la prochaine participation au salon, de la taille du stand et de son emplacement.

Les visiteurs du stand sont les premiers concernés. Remerciez-les de leur visite, envoyez-leur les documents, offres et échantillons promis, répondez de manière ciblée aux souhaits spécifiques exprimés lors de l'entretien, proposez des rendez-vous de suivi ou mettez en contact avec des collaborateurs de votre entreprise. Vos partenaires ou prospects qui n'ont pas assisté au salon doivent aussi être informés de la participation et des conclusions tirées de cette expérience en matière de nouveautés du marché et tendances des consommateurs.

L'évaluation finale de la participation au salon doit mesurer les résultats réalisés et les ressources financières et humaines engagées et faire la comparaison avec les autres modes de marketing et publicité.

Toutefois, une estimation qualitative ne peut être effectuée qu'après un certain temps après la fin du salon, une simple carte visite distribuée peut générer une affaire peut être pas dans l'immédiat mais après un certain temps, c'est ainsi qu'il faut s'armer de patience et d'endurance pour concrétiser des partenariats avec les contacts faits lors d'un salon.

Liste des "Salons et Foires" 2026



Commerce : Équipements et Services



CODE QR

Liens vers les sous-secteurs
(Cliquez sur le titre pour ouvrir le lien)



[Foire commerciale](#)

[Marketing - Vente](#)

[Communication - Publicité](#)

[Équipements et services pour les magasins](#)

[Franchises](#)

[Entrepreneuriat - Start-up](#)

[Organisation d'événements](#)

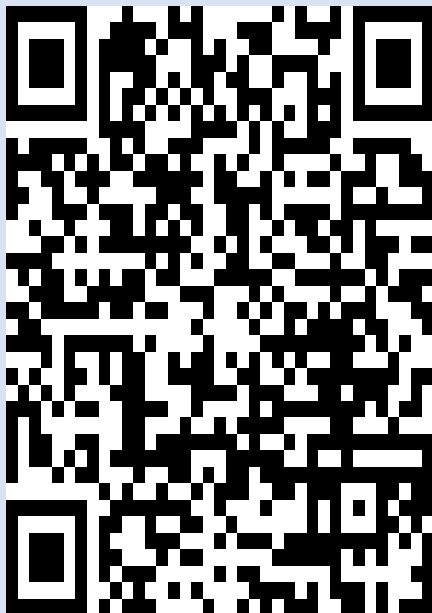
Industrie

Equipements et Logistique



Code QR

Liens vers les sous-secteurs
(Cliquez sur le titre pour ouvrir le lien)



[Foire Industrielle](#)

[Equipements Industriels](#)

[Industries du luxe](#)

[Nettoyage industriel, hygiène, maintenance](#)

Automobile Et Secteurs Connexes



Code QR



Liens vers les sous-secteurs
(Cliquez sur le titre pour ouvrir le lien)

[Automobile grand public](#)

[Deux roues](#)

[Poids lourds et véhicules utilitaires](#)

[Ingénierie automobile - Systèmes et composants](#)

[Véhicules électriques et hybrides](#)

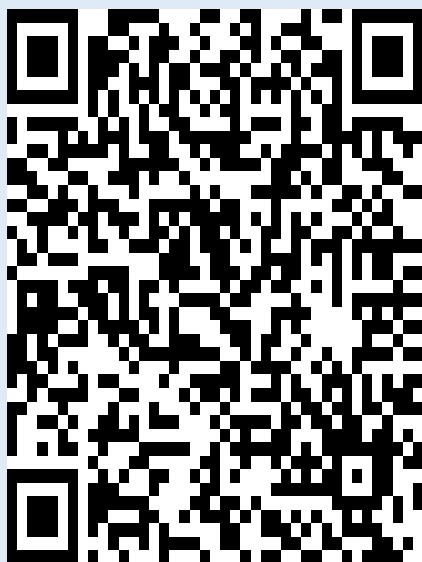
[Équipements pour garages et stations-service](#)

Habillement Textile-Cuir-Fourrure



Code QR

Liens vers les sous-secteurs
(Cliquez sur le titre pour ouvrir le lien)



[Mode - Habillement](#)

[Textiles - Tissus pour l'habillement](#)

[Cuir et fourrure](#)

[Machines pour la confection](#)

[Textiles - Tissus pour la décoration](#)

Agroalimentaire



Code QR



Liens vers les sous-secteurs
(Cliquez sur le titre pour ouvrir le lien)

[Machinerie Agricole](#)

[Industrie Agroalimentaire](#)

[Produits Services Halal](#)

[Métiers Hôtellerie Restauration](#)

[Industries Forestières](#)

[Café Thé Chocolat](#)

Électronique – Électrotechnique



Code QR



Liens vers les sous-secteurs

(Cliquez sur le titre pour ouvrir le lien)

[Électronique](#)

[Électronique grand public](#)

[Génie électrique – Électrotechnique](#)

[Électronique de puissance](#)

[Mesure - Contrôle - Test](#)

[Optoélectronique](#)

[Micro et Nanotechnologies](#)

Logistique-Transport-Emballage



Code QR	Liens vers les sous-secteurs (Cliquez sur le titre pour ouvrir le lien)
	<p data-bbox="868 1249 1465 1330"><u>Logistique - Transport - Manutention - Stockage</u></p> <p data-bbox="868 1473 1031 1514"><u>Emballage</u></p>

Tourisme et Voyage



Code QR

Liens vers les sous-secteurs
(Cliquez sur le titre pour ouvrir le lien)



[Tourisme et Voyage](#)

[Artisanat](#)



Code QR



Liens vers les sous-secteurs
(Cliquez sur le titre pour ouvrir le lien)

[Bâtiment et construction](#)

[Architecture](#)

[Rénovation](#)

[Génie Civil - Aménagement urbain](#)

[Routes, ponts et tunnels](#)

[Équipements portuaires et aéroportuaires](#)

[Machines et véhicules de chantier](#)

[Bâtiments industriels](#)

[Maison individuelle](#)

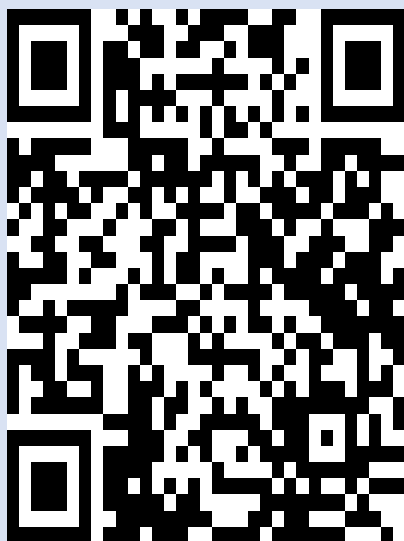
[Pierre, marbre et céramique](#)

[Outils logiciels pour le bâtiment](#)



Code QR

Liens vers les sous-secteurs
(Cliquez sur le titre pour ouvrir le lien)



[Immobilier](#)

[Chauffage - Climatisation](#)

[Cuisine & Salle de bains](#)

[Piscine, Sauna & Spa](#)

[Décoration, Ameublement, Luminaire](#)

[Électroménager - Domotique](#)

[Équipements pour lieux de loisirs](#)

Environnement

Economie verte et Circulaire



Code QR



Liens vers les sous-secteurs
(Cliquez sur le titre pour ouvrir le lien)

[Protection de l'environnement](#)

[Énergies propres - Énergies renouvelables](#)

[Biocarburants - Hydrogène](#)

[Gestion et traitement de l'eau](#)

[Gestion des déchets – Recyclage](#)



Code QR

Liens vers les sous-secteurs
(Cliquez sur le titre pour ouvrir le lien)



[Informatique générale](#)

[Télécoms, Réseaux](#)

[Technologies multimédias](#)

[Internet & Intranet](#)

[Outils et services d'aide à la décision et au management](#)

[Systèmes à base de connaissance - IA](#)

[Gestion électronique des documents](#)

[Génie Logiciel](#)


[Services informatiques](#)

[Télétravail - Télé services](#)

[Technologies du Son et de l'Image](#)

[Imprimerie, Édition, Design graphique](#)



Code QR	Liens vers les sous-secteurs (Cliquez sur le titre pour ouvrir le lien)
	<p><u>Systèmes temps réel et systèmes embarqués</u></p> <p><u>Productique et informatique industrielle</u></p> <p><u>Automatismes industriels</u></p> <p><u>CFAO - Design - Modélisation</u></p> <p><u>Prototypage rapide et fabrication additive</u></p> <p><u>Calcul haute performance - Big Data</u></p> <p><u>Cartographie - Systèmes d'information géographique</u></p>

Education- Formation-Recrutement



Code QR



Liens vers les sous-secteurs
(Cliquez sur le titre pour ouvrir le lien)

Éducation et Formation

Recrutement



Code QR

Liens vers les sous-secteurs
(Cliquez sur le titre pour ouvrir le lien)



Sport

Nautisme et sports nautiques

Chasse et pêche



Code QR

Liens vers les sous-secteurs
(Cliquez sur le titre pour ouvrir le lien)



[Finance - Banque - Assurance](#)

[Équipements et services pour la banque et le bureau](#)

[Investissements](#)



غرفة التجارة و الصناعة و الخدمات
لجهة طنجة - تطوان - الحسيمة
+٠XX٠C+ | +0800٠0+ ^ 808KI ^ +C١٠K8+
+٠C١٠8+ +٠I١٠ +X+U١١ N^80XC٠
Chambre de Commerce d'Industrie et de Services
TANGER - TETOUAN - AL HOCEIMA

Contactez-nous

Siège Régional à Tanger

Angle Rues Hariri et Ibn Taimia. Quartier administratif - Tanger BP 411

+212 539 32.27.32 / 539 94.63.80

contact@ccistta.ma

Site web : www.ccistta.ma

Annexe Tétouan

Av. 9 Avril Quartier Administratif BP 691

Tél : +212 539 99 40 27 / 539 99 41 24

Fax : +212 539 99 41 80

Annexe Al-Hoceima

Av. Union Africaine, N° 76

Tél : +212 539 98 21 29 / 98 37 98

Fax : +212 539 98 49 04

Antenne Larache

Avenue Bahnini n° 195 Tel +212 539 91 68 23 Fax +212 539 91 68 23