



غرفة التجارة و الصناعة و الخدمات لجهة طنجة - تطوان - الحسيمة



Guide des Salons et Foires 2026

Réalisé par le Département: **STRATEGIE ET PARTENARIAT**

et
R.S.I.

Table des Matières

[Editorial](#)

[Salons COMMERCE](#)

[Salons INDUSTRIE](#)

[Salons AUTOMOBILE](#)

[Salons TEXTILE HABILLEMENT ET CUIR](#)

[Salons AGROALIMENTAIRE](#)

[Salons ELECTRONIQUE ELECTROCHIMIQUE](#)

[Salons LOGISTIQUE-TRANSPORT-EMBALLAGE](#)

[Salons TOURISME ET VOYAGE](#)

[Salons BÂTIMENT-ARCHITECTURE-TRAVAUX PUBLICS](#)

[Salons IMMOBILIER ET AGENCEMENT](#)

[Salons ENVIRONNEMENT ECONOMIE VERTE ET CIRCULAIRE](#)

[Salons TECHNOLOGIES DE L'INFORMATION ET DE LA COMMUNICATION](#)

[Salons INFORMATIQUE INDUSTRIELLE](#)

[Salons EDUCATION, FORMATION ET RECRUTEMENT](#)

[Salons ECONOMIE DU SPORT](#)

[Salons FINANCE, INVESTISSEMENT ET ASSURANCES](#)

[Tutoriel](#)

[Contact](#)



Éditorial

La Région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima, 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.

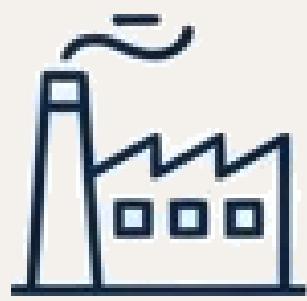
En espérant que ce guide contribue efficacement à renforcer la projection internationale des entreprises de la Région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima, la CCISTTA réaffirme son engagement constant à accompagner les opérateurs économiques régionaux dans leurs démarches d'internationalisation et d'ouverture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

Le Président

Abdelatif AFAILAL

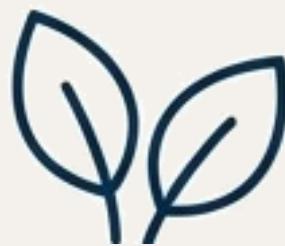
Votre Outil Stratégique: Le Guide Numérique 2026

Conçu par la CCISTTA, ce guide est l'instrument essentiel pour mettre en œuvre votre stratégie d'internationalisation.



Approche Sectorielle

Ciblée: En parfaite cohérence avec les priorités de développement économique nationales et régionales



Vision 'Zero Papier'

Une version 100% numérique, moderne et respectueuse de l'environnement.



Exploitation Simple et Rapide:

Intégration de codes QR et de liens interactifs pour un accès immédiat à une information évolutive.

Explorez les 16 Secteurs d'Activité à la Loupe



Commerce



Industrie



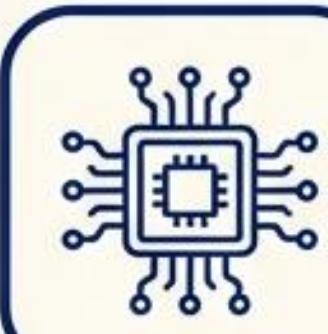
Automobile



Textile,
Habillement
et Cuir



Agroalimentaire



Électronique &
Électrotechnique



Logistique,
Transport &
Emballage



Tourisme et
Voyage



Bâtiment &
Architecture



Immobilier et
Agencement



Environnement



Technologies
de l'Information
(TIC)



Informatique
industrielle



Éducation &
Formation



Économie du
Sport



Finance &
Investissement

Navigation Intuitive : Mode d'Emploi

Chaque secteur vous donne un accès direct
à une liste de salons spécialisés



Option 1 : Scannez

Utilisez l'appareil photo de votre smartphone pour scanner les codes QR présents sur chaque page sectorielle.



Option 2 : Cliquez

Cliquez directement sur les liens interactifs pour accéder aux calendriers et détails des salons en temps réel.

Commerce : Équipements et Services



[**Foires commerciales**](#)

[**Marketing - Vente**](#)

[**Communication - Publicité**](#)

[**Équipements et services pour les magasins**](#)

[**Franchises**](#)

[**Entrepreneuriat - Start-up**](#)

[**Organisation d'événements**](#)



Scannez pour explorer

Industrie : Équipements et Logistique

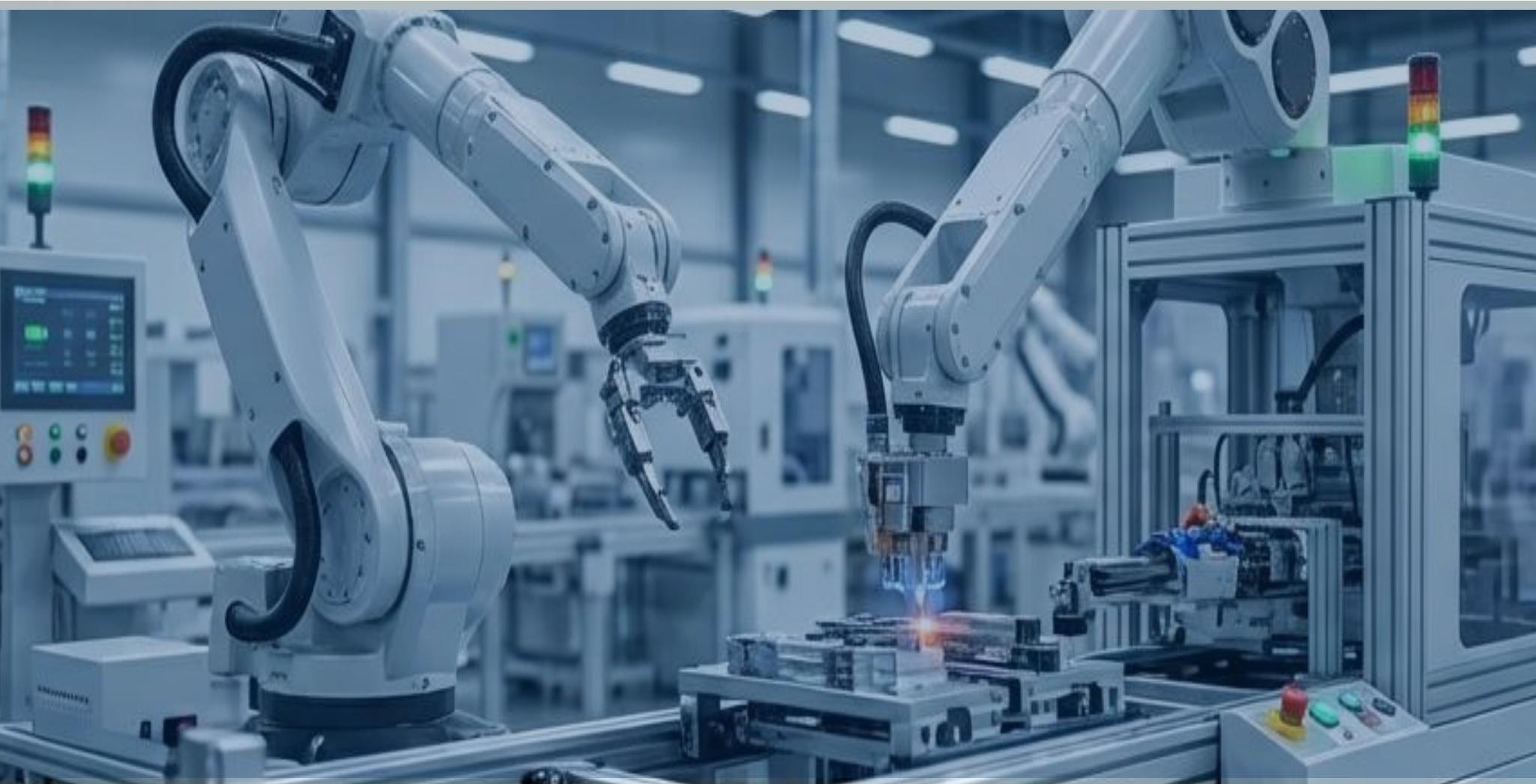


[**Foires Industrielles**](#)

[**Equipements Industriels**](#)

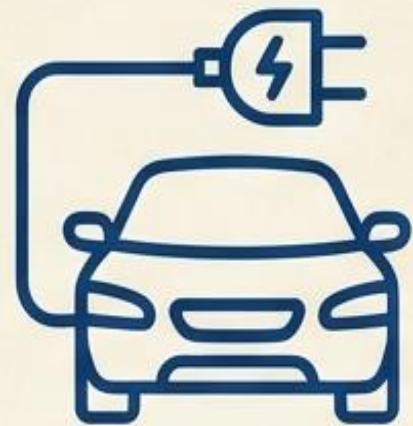
[**Industries du luxe**](#)

[**Nettoyage industriel, hygiène, maintenance**](#)



Scannez pour explorer

Automobile et Secteurs Connexes



[Automobile grand public](#)

[Deux roues](#)

[Poids lourds et véhicules utilitaires](#)

[Ingénierie automobile - Systèmes et composants](#)

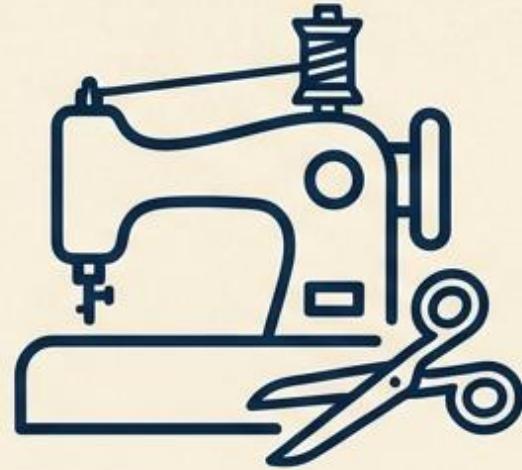
[Véhicules électriques et hybrides](#)

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



Scannez pour
explorer

Habillement : Textile - Cuir - Fourrure



[**Mode - Habillement**](#)

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

[**Cuir et fourrure**](#)

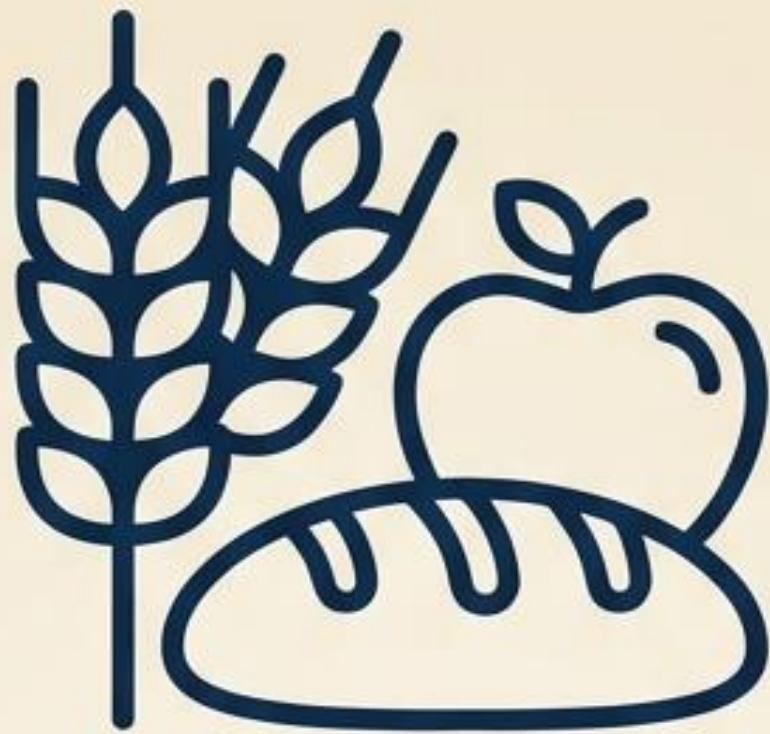
[**Machines pour la confection**](#)

[**Textiles - Tissus pour la décoration**](#)



Scannez pour
explorer

Agroalimentaire



[Machinerie Agricole](#)

[Industrie Agroalimentaire](#)

[Produits Services Halal](#)

[Métiers Hôtellerie Restauration](#)

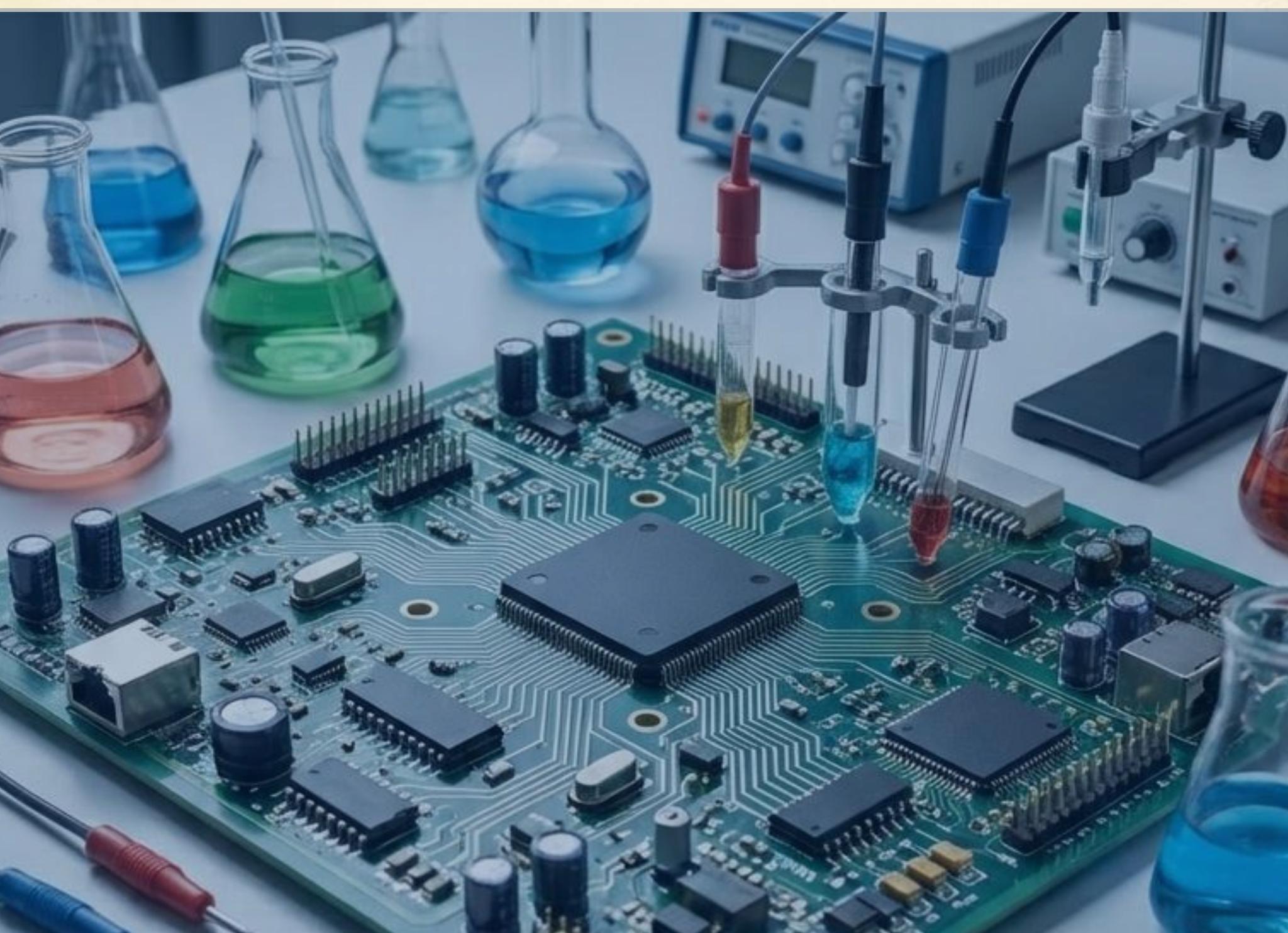
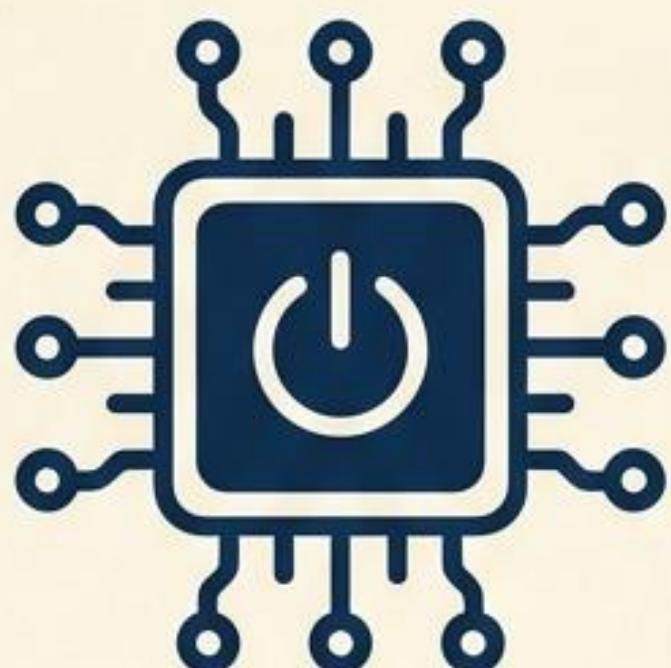
[Industries Forestières](#)

[Café Thé Chocolat](#)



Scannez pour
explorer

Électronique - Électrotechnique



[Électronique](#)

[Électronique grand public](#)

[Génie électrique – Électrotechnique](#)

[Électronique de puissance](#)

[Mesure - Contrôle - Test](#)

[Optoélectronique](#)

[Micro et Nanotechnologies](#)



Scannez pour
explorer

Logistique - Transport - Emballage



**Logistique - Transport -
Manutention - Stockage**

Emballage



Scannez pour
explorer

Tourisme et Voyage



Tourisme et Voyage

Artisanat



Scannez pour
explorer

Bâtiment - Architecture - Travaux publics



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

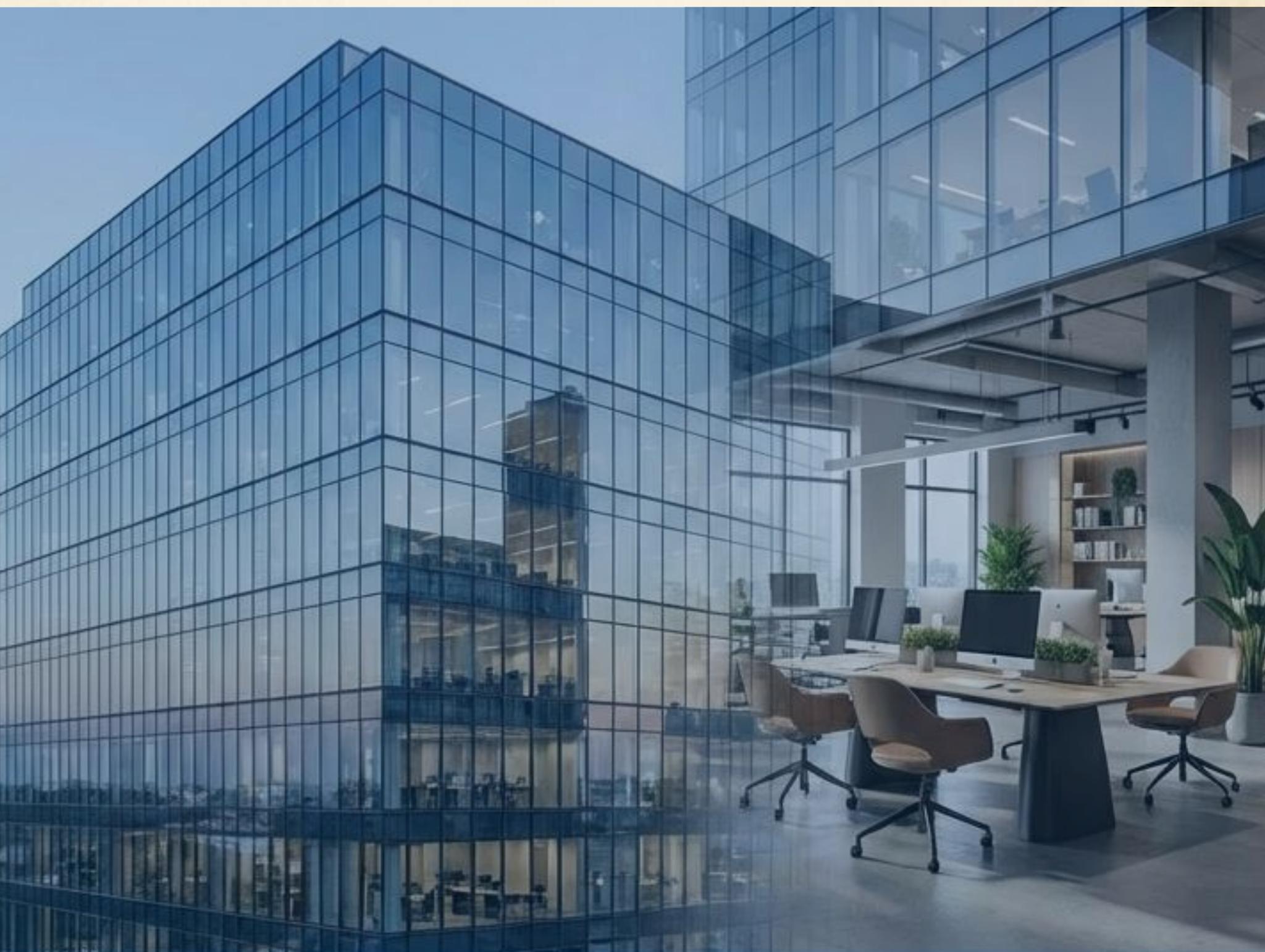
Pierre, marbre et céramique

Outils logiciels pour le bâtiment



Scannez pour
explorer

Immobilier et Agencement



Immobilier

Chauffage - Climatisation

Cuisine & Salle de bains

Piscine, Sauna & Spa

Décoration, Ameublement, Luminaires

Électroménager - Domotique

Équipements pour lieux de loisirs



Scannez pour
explorer

Environnement - Économie verte



Protection de l'environnement

Énergies propres - Énergies renouvelables

Biocarburants - Hydrogène

Gestion et traitement de l'eau

Gestion des déchets – Recyclage



Scannez pour explorer

Technologies de l'information (TIC)



[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](#)

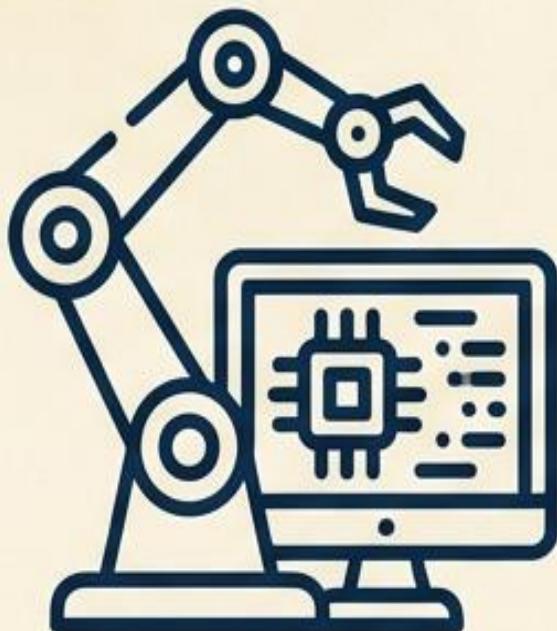
[Technologies du Son et de l'Image](#)

[Imprimerie, Édition, Design graphique](#)



Scannez pour explorer

Informatique Industrielle



[Systèmes temps réel et systèmes embarqués](#)

[Productique et informatique industrielle](#)

[Automatismes industriels](#)

[CFAO - Design - Modélisation](#)

[Prototypage rapide et fabrication additive](#)

[Calcul haute performance - Big Data](#)

[Cartographie - Systèmes d'information géographique](#)



Scannez pour explorer

Education – Formation – Recrutement



Éducation et Formation

Recrutement



Scannez pour
explorer

Economie du Sport



[Sport](#)

[Nautisme et sports nautiques](#)

[Chasse et pêche](#)



Scannez pour
explorer

Finance - Investissement - Assurance



Finance - Banque - Assurance

Équipements et services pour la banque et le bureau

Investissements



Scannez pour
explorer

Un Impératif Stratégique dans un Monde en Mutation

La Région de Tanger-Tétouan-Al Hoceima s'affirme comme un hub stratégique au croisement des dynamiques mondiales.



Contexte Global : Le monde est marqué par une recomposition des équilibres géopolitiques et une intensification de la concurrence.



Le Défi : Ces mutations imposent à nos entreprises une anticipation constante et une présence renforcée à l'échelle mondiale.



Notre Engagement : La CCISTTA s'engage à accompagner les opérateurs économiques dans leur démarche d'internationalisation.

“Cette position confère à notre Région un rôle central dans les chaînes de valeur mondiales.”

– Abdelatif AFAILAL, Président

Un Univers d'Opportunités

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.



Une méthodologie en trois phases pour maximiser votre retour sur investissement



Phase 1: AVANT

Planification
Stratégique et
Opérationnelle

Phase 2: PENDANT

Execution et
Impact sur Site

Phase 3: APR'ES

Suivi,
Evaluation et
Capitalisation

*Quelques recommandations incontournables
pour tirer le maximum de profits de
l'investissement réalisé.*

PHASE 1: AVANT LE SALON



Etape 1: Choisir le 'bon' salon

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.



Etape 2: Définir la forme de participation

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

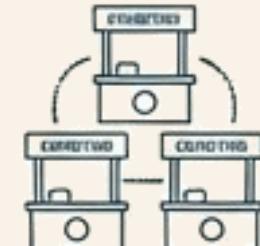
Ainsi, le choix entre les salons présentiels ou virtuels, professionnels ou Grand public, spécialisés ou multisectoriels... dépend énormément des attentes propres à chaque entreprise.

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 encourrent 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.



- **Stand Individuel:** Autonomie maximale, mais risque d'être 'noyé' parmi les autres.



- **Participation Collective:** Visibilité accrue, attractivité renforcée, mutualisation des ressources financières.

PHASE 1 : AVANT LE SALON



Inscription & Contrat

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...)

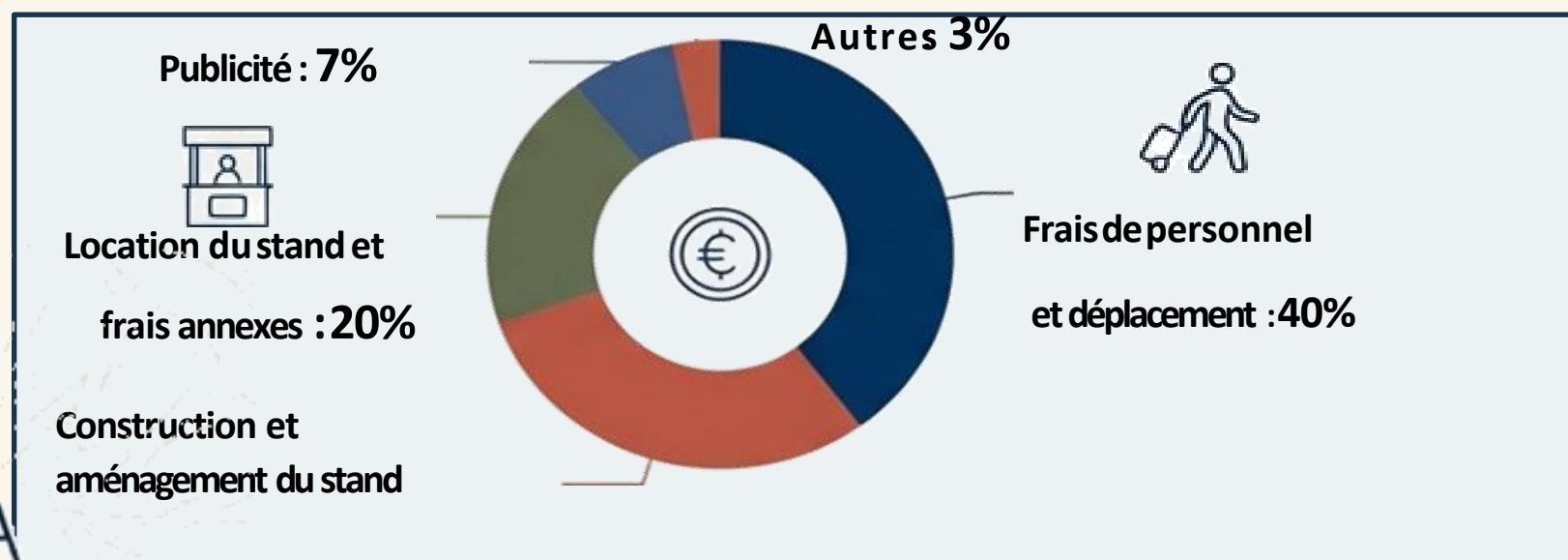


Planification budgétaire :

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

Les principaux coûts d'une participation à un salon se déparent 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 %).

Répartition indicative des coûts



PHASE 1 : AVANT LE SALON

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.



Logistique & Formalités

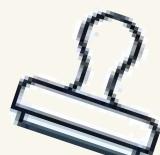


HEBERGEMENT ET TRANSPORT :

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.



Phase 2:
PENDANT
LE SALON

L'Exécution sur le
Terrain

PHASE 2 : PENDANT LE SALON

Aménagement du Stand : Votre Carte de Visite

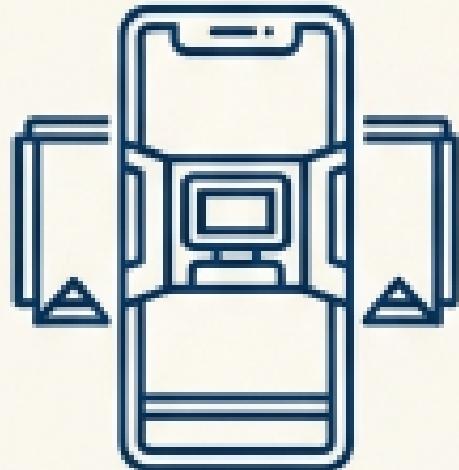
Le stand est votre carte de visite sur le salon.

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...)



Rôle 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.



PHASE 2 : PENDANT LE SALON



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...



PHASE 3 : APRES LE SALON

La Capitalisation : Convertir les Contacts en Contrats

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'Evaluation Finale : Mesurer pour s'améliorer

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.



Message Clé : Une simple carte de visite distribuée peut générer une affaire après un certain temps. Il faut s'armer de patience et d'endurance.

Prêt à Conquérir le Monde ? Commencez Votre Parcours Ici.

La CCISTTA réaffirme son engagement constant à accompagner les opérateurs économiques régionaux dans leurs démarches d'internationalisation et d'ouverture sur les marchés mondiaux.

Passez à l'Action

1.

Téléchargez le Guide Numérique 2026 complet.

2.

Contactez nos experts pour un accompagnement personnalisé dans votre stratégie.



Contactez-nous



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



Siège Régional à Tanger

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



Tel: +212 539 32.27.32



Email: contact@ccistta.ma



Annexe Al-Hoceima

Av. Union Africaine, N° 76
Tél : +212 539 98 21 29



Annexe Tétouan

Av. 9 Avril Quartier Administratif
BP 691
Tél : +212 539 99 40 27



Antenne Larache

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