

Le Smap Expo ose les pays du Golfe

A Abu Dhabi du 24 au 26 janvier 2013

Objectif: toucher une population à fort pouvoir d'achat

Les effets de la crise visibles à Milan



Malgré les effets de la crise sur l'Europe, le Smap Road show a pu réunir plus de 155.000 visiteurs durant cette année

Smap Expo, voilà un salon qui est devenu mature après 16 ans d'existence. Il s'est fait connaître en Europe en grande partie grâce à son programme d'animation très diversifié. Cependant, les effets de la crise se sont fait ressentir sur les performances du salon en Europe. Des rencontres phares comme Milan ont affiché une importante baisse des visiteurs. Pourtant, le Smap consolide sa présence en Europe et prend un nouveau tournant en s'orientant vers les pays du Golfe. La première étape sera Abu Dhabi aux Emirats Arabes Unis du 24 au 26 janvier. Il se déroulera à l'Adnec, le plus prestigieux centre d'expositions de l'émirat. Le salon veut toucher une cible différente des salons européens en proposant beaucoup plus de produits de haut standing. Les cadres marocains expatriés, très nombreux dans la région, ne sont pas forcément la première cible du salon. Abu Dhabi compte près de 78% de résidents étrangers. Les Anglais y forment la première communauté occidentale, devant les Américains, les Canadiens, les Russes, les Français et les Allemands. Ces expatriés, bénéficiant d'un fort pouvoir d'achat, sont autant d'acheteurs potentiels de résidences au Maroc. Les MRE ne sont pas écartés puisqu'ils sont 45.000 à être établis dans l'émirat.

7.000 à 10.000 visiteurs sont attendus pour cette première édition. Le salon s'étendra sur une superficie de 12.000 m². Rabat sera mise à l'honneur en particulier à travers le projet Bab El Bahr. Une deuxième date est prévue à Jeddah en Arabie Saoudite. Ce pays ne compte pas moins de 50.000 Marocains. Les exigences de cette catégorie de clientèle sont différentes. «Le prix n'est pas vraiment le premier critère de choix, elle recherche avant tout de l'animation et de la sécurité pour leurs enfants», explique Samir Chammah, PDG du Smap Group. Dans ce même esprit de recherche de clientèle haut de gamme, le Smap compte aussi ouvrir ses portes à Londres en 2013. Les promoteurs immobiliers devront présenter des projets intégrés et aussi mettre l'accent sur la rentabilité de l'investissement.

Le lancement de ces trois nouveaux rendez-vous a été l'occasion pour l'équipe du Smap de dresser

un bilan de la campagne 2012. Globalement, deux salons européens (Paris et Milan) affichent une baisse de fréquentation. Le salon de Milan est le plus touché avec une perte de 15.000 visiteurs entre 2011 et 2012 à cause de la crise et d'un jour férié en moins dans la programmation. En Europe, Bruxelles échappe à ce recul de fréquentation, avec plus de 47.000 visiteurs. Sur Paris, la baisse de fréquentation a été accompagné par une amélioration de la qualité des visiteurs. Contrairement aux idées reçues, «l'offre en logement social représente moins de 20%. Le noyau dur de la demande en Europe se situe entre 50.000 et 200.000 euros», précise Chammah.

IL. B.