

Date : 07/06/11

## Le boom des salons immobiliers marocains à l'étranger [Magazine]

Le **Smap** Immo s'est lancé à Paris, en 2003. Depuis, il a fait des petits. Aujourd'hui, les principaux pays d'accueil des Marocains sont en passe d'avoir chacun leur propre salon. La France, à elle seule, en compte 4. Ils sont autant d'opportunités pour les promoteurs immobiliers de rencontrer une cible de clientèle très convoitée.



Le **Smap** Immo vient de fermer ses portes. Le salon de l'immobilier marocain « Le Maroc chez vous », s'est déroulé, à Lyon, au 6 au 9 mai. Deux semaines auparavant, 50 000 visiteurs avaient fait le déplacement pour le **Smap** Immo, à Milan. Depuis 2003, les salons de l'immobilier marocain à l'étranger sont presque devenus un phénomène de mode.

Outre les 4 salons lancés en Europe par le Groupe **Smap**, 3 nouveaux venus se sont invités sur le marché. La cible prioritaire : les MRE. Aujourd'hui, les Marocains résidant à l'étranger représentent près de 70% des visiteurs du salon de Lyon, 90% au salon Maroc Property Immo de Montréal, 80 % au **Smap** Immo de Paris. Surtout, l'affluence va croissante, passant de 3000 à 5000 visiteurs en l'espace de trois salons à Montréal.

Ils étaient 45 000 à Paris, en début juin 2011 et 80 000 à la première édition du **Smap** Immo de Barcelone, en 2009. Les opportunités de ventes pour les promoteurs immobiliers dans les pays d'immigration plus récente, comme l'Italie et l'Espagne, expliquent l'élargissement de la couverture géographique des salons. « La communauté marocaine au Canada est assez faible, mais elle représente un marché intéressant parce que l'éloignement a fait que les Marocains

## Évaluation du site

Ce site marocain diffuse l'actualité générale du Maroc et du monde sous forme d'articles et de brèves.

**Cible**  
Spécialisée

**Dynamisme\*** : 10

\* pages nouvelles en moyenne sur une semaine

qui voulaient acheter au Maroc n'en trouvaient pas l'opportunité », ajoute le fondateur de Maroc Property Immo.

Les promoteurs - ils paient la place de leur stand - ont pu ainsi bénéficier de la mise en concurrence des salons. Si plusieurs organisateurs de salons sont venus contester l'hégémonie du **Smap** , notamment à **Bruxelles** où se rencontrent le SMABxl et le **Smap** Immo, le groupe entend bien garder le leadership. « Nous avons l'intention de créer deux nouveaux salons en Allemagne et aux Pays Bas l'an prochain », annonce Samir El Chammah, PDG du **Smap** Group.

« L'intérêt des promoteurs à répondre à la demande des MRE a été stimulé par la multiplicité croissante des salons, explique Mohamed Koutbi, délégué général de la Fondation nationale des promoteurs immobiliers, ils se sont rendus compte que les MRE étaient une cible très prometteuse ». Les salons ont l'avantage de donner un accès direct, intense et ciblé à cette clientèle. « Au **Smap** Immo de **Bruxelles** , en février, Al Omrane a réalisé, en deux jours, 1800 contacts et de 7 à 12% d'entre eux se sont ensuite concrétisés par des actes d'achat », témoigne Nabil Kerdoudi, Directeur général de Al Omrane Casablanca.

Cependant, les salons immobiliers relèvent de l'évènementiel, or « nous avons besoin d'une représentation permanente », souligne Nabil Kerdoudi. Al Omrane, comme Chaabi, Addoha ou Alliance, a donc ouvert une succursale à Paris.

Cet article a été précédemment publié dans Yabiladi n°7

Julie Chaudier Copyright Yabiladi.com