

Cremai 2015

Une édition orientée tendances

- 20.000 professionnels attendus

- Le salon devient partenaire de Maroc Export

LE Carrefour international des professionnels de la restauration, des métiers de bouche et de l'alimentaire (Cremai) revient pour sa 7ème édition (du 24 au 27 mars à Casablanca). «Cette année, l'événement se veut intégral, fédérateur et créateur de tendances. Nous avons enregistré une hausse de 10% des exposants pour cette édition», soutient Kamal Rahal Essoulami, fondateur et organisateur du Cremai.

Le salon réunira une offre intégrale des métiers de bouche. Il table sur une affluence de 20.000 professionnels entre acheteurs et prescripteurs. L'édition 2015 s'étend sur une superficie de 14.000 m² avec 200 exposants et plus d'un millier de marques en équipements produits et services pour la restauration, cafés et hôtellerie (CHR). Initié en 2004, l'événement



En marge du salon, différents concours de pâtisseries, glacières et gastronomie sont organisés. Les primés font partie des qualifications aux différentes coupes du monde (Ph. L'Economiste)

a vocation à accompagner les professionnels du secteur dans le développement de leurs projets, aussi bien au niveau du choix des équipements et intrants qu'au niveau de la promotion des ressources humaines. «Notre objectif reste l'optimisation du secteur et l'accompagnement des professionnels, sachant que sans les res-

sources humaines de qualité, il est impossible que le secteur évolue», précise Rahal Essoulami. Cette 7e édition du Cremai concentre sa stratégie autour de la création de valeur. Elle s'articule autour de l'optimisation du sourcing, le développement de business, le partage d'expériences ou encore du savoir-faire des opérateurs. Cette édition se veut aussi un outil de prospec-

tion et d'échanges entre professionnels.

Le salon est en passe de devenir un laboratoire des tendances qui orientent les opérateurs à se repérer par rapport à une demande en constante mutation. Il vient aussi révéler des offres inédites, des produits et équipements innovants ou encore des pistes de réflexion sur le développe-

ment de projets porteurs. «Comment accompagner les entreprises au niveau du financement, de la qualité ou encore de la mise à niveau des ressources humaines... C'est en substance les thématiques du programme scientifique de cette édition.

Forte d'un taux de fidélisation de 86%, l'édition 2015 compte avec de nouveaux partenaires de référence. Parmi ces derniers, figure la Confédération nationale du tourisme (CNT). Dans le même esprit, les promoteurs du salon viennent de conclure un partenariat avec Maroc Export. «Les produits utilisés par les chefs marocains sont des inputs venant de l'agroalimentaire ou de produits du terroir, que nous nous efforçons de promouvoir à l'international. Ils vont sûrement nous permettre de gagner des parts de marché», soutient Zahra Maafiri, DG de Maroc Export.. □

A.At

*Pour réagir à cet article:
courrier@leconomiste.com*