

IDENTIFICATION DU PROGRAMME

DENOMINATION DU PROGRAMME

AL HADIKA

TYPE DE PROGRAMMES

LOGEMENTS
PROMOTIONNELS

PROPRE

100%

EN PARTENARIAT

-

LOCALISATION

REGION ECONOMIQUE

MARRAKECH TENSIFT AL HAOUZ

PREFECTURE OU PROVINCE

MARRAKECH

COMMUNE

TASSOULTANT

VILLE

MARRAKECH

DATES D'EXECUTION DU PROGRAMME

TRANCHE 1

TRANCHE 2

TRANCHE 3

TRANCHE 4

DATE DE LANCEMENT DES TRAVAUX

Déc. 2007

DATE D'ACHEVEMENT DES TRAVAUX

Juin 2009

DATE DE MISE EN COMMERCIALISATION

29/05/08

DATE DE LIVRAISON

30/07/09

DATE DE REMISE DES CONTRATS

01/10/09

LE COUT DU PROGRAMME

COUT DU
M²

COUT
TOTAL

DATE

COUT INITIAL

11 958 dhs

167,41 Mdhs

07/05/08

PREMIERE ACTUALISATION

SECONDE ACTUALISATION

OBJECTIFS DU PROGRAMME

LES OBJECTIFS SOCIAUX

- Répondre à une demande émanant de la catégorie socio-professionnelle aisée pour ce type de produits dans le quartier de LAHNA sur la route de l'Ourika.
- Offrir un produit de haut standing – Citée fermée, espaces verts, piscine, SPA.

LES OBJECTIFS COMMERCIAUX

- Assurer la rentabilité de ce produit ;
- Commercialiser et livrer la totalité des unités dans les meilleurs délais ;
- Valoriser la présence de la société dans la niche des produits haut standing sur la route de l'Ourika ;
- Renforcer le positionnement de la société comme opérateur offrant divers produits adaptés à la demande ;
- Atteindre les objectifs du Plan d'Action ;
- Faire le recouvrement suivant l'échéancier.

LES CONDITIONS PREALABLES A LA COMMERCIALISATION

	OUI	NON
L'ETUDE DE FAISABILITE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'ETUDE DE MARCHÉ	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SITUATION DU TERRAIN		
PROPRIETE DE L'OPH	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
LIBRE DE TOUTE OCCUPATION	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
LES AUTORISATIONS ADMINISTRATIVES	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
LE PLAN NO VARIETUR	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
LE MONTAGE FINANCIER	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
LE CATALOGUE DES PRIX	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
LE PLAN D'ACTIONS MARKETING OPERATIONNEL		
INTERNE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
PAR UN CABINET EXTERNE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
APPROBATION DU PROGRAMME PAR LE CONSEIL D'ADMINISTRATION OU LE DIRECTOIRE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

LE PLAN DE COMMUNICATION

LA PRESSE



NOM DU QUOTIDIEN	DATE DE PARUTION
Libération	26/09/2007
الأحداث المغربية	26/09/2007

L'AFFICHAGE

TYPE D'AFFICHE	LE LIEU	LA PERIODE
FLYERS		
BROCHURES		
DEPLIANTS	Siège	21/04/2008
PLAQUETTES		

NOMBRE

LIEUX D'INSTALLATION

BANDEROLES		
------------	--	--

DEFINITION DES CARACTERISTIQUES DES PRODUITS

VENTE CONDITIONNEE

TYPES D'UNITES	CATEGORIES D'UNITES	SUPERFICIE DU TERRAIN		SUPERFICIE CONSTRUITE		NOMBRE DE NIVEAUX	
		DE	A	DE	A	DE	A
Lot social	Unité d'habitat social (UHS)						
Logement social							
Lot économique	Unité d'habitat économique (UHE)						
Logement économique et faible VIT							
Villas économiques	Unité d'habitat promotionnel (UHP)						
SPA	Unité commerciale ou industrielle (UCI)	620 m ²		1235 m ²		R+1 +s.sol	
Lots d'équipements socio administratifs	Unité d'équipements socio administratifs (UES)						

DEFINITION DES CARACTERISTIQUES DES PRODUITS

VENTE CONVENTIONNEE

TYPES D'UNITES	CATEGORIES D'UNITES	SUPERFICIE DU TERRAIN		SUPERFICIE CONSTRUITE		NOMBRE DE NIVEAUX	
		DE	A	DE	A	DE	A
Lots promotionnels (ilots ou lots groupés)	Unité commerciale ou industrielle (UCI)						
Lots d'activités commerciales							
Lots d'activités artisanales							
Lots industriels							

VENTE LIBRE D'UN LOT OU LOGEMENT PROMOTIONNELS

TYPES D'UNITES	CATEGORIES D'UNITES	SUPERFICIE DU TERRAIN		SUPERFICIE CONSTRUITE		NOMBRE DE NIVEAUX	
		DE	A	DE	A	DE	A
lot promotionnel	Unité d'habitat promotionnel (UHP)						
Logements promotionnels				107 m ²	à 247 m ²	R+1	

LE PLANNING DE COMMERCIALISATION

TRANCHE 1

DATE DE LANCEMENT DE LA PUBLICITE OBLIGATOIRE

26/09/2007

DATE DE LANCEMENT DE LA COMMERCIALISATION

29/05/2008

NUMEROS ET TYPE DE UNITES A COMMERCIALISER

VOIR TABLEAU DE PRIX ET S.R.G.

TRANCHE 2

DATE DE LANCEMENT DE LA PUBLICITE OBLIGATOIRE

DATE DE LANCEMENT DE LA COMMERCIALISATION

NUMEROS ET TYPE DE UNITES A COMMERCIALISER

TRANCHE 3

DATE DE LANCEMENT DE LA PUBLICITE OBLIGATOIRE

DATE DE LANCEMENT DE LA COMMERCIALISATION

NUMEROS ET TYPE DE UNITES A COMMERCIALISER

TRANCHE 4

DATE DE LANCEMENT DE LA PUBLICITE OBLIGATOIRE

DATE DE LANCEMENT DE LA COMMERCIALISATION

NUMEROS ET TYPE DE UNITES A COMMERCIALISER

LES CONDITIONS DE COMMERCIALISATION

LES CONDITIONS D'ELIGIBILITE

FOURCHETTE DES REVENUS

DE

A

-

-

OUI

NON

X

AVOIR BENEFICIE D'UN PRODUIT DES OPH

ETRE PROPRIETAIRE D'UN LOGEMENT OU D'UN LOT DE TERRAIN
CONSTRUCTIBLE

RESIDER DANS LA LOCALITE DU PROGRAMME

AUTRES CONDITIONS

- COMPROMIS DE VENTE

X

- INTERDICTION D'ALIENER

X

-

- ECHEANCIER DE PAIEMENT

X

-

LES MODALITES D'ATTRIBUTION

commercialiser le programme à guichet ouvert vu son caractère promotionnel et les prix de vente situés entre 1 700 000 et 2 900 000 dirhams et ce suivant les conditions précitées - satisfaire également les candidats inscrits qui se présentent au comptoir de vente

LES CONDITIONS DE VALORISATION

DELAI DE VALORISATION

-

PENALITES PREVUES

-

LES CONDITIONS D'ALIENATION

DELAI DE NON ALIENATION

APRES CONTRAT DE VENTE

INDEMNITE POUR LEVER LA CONDITION D'ALIENATION

-

LES CONDITIONS DE DESISTEMENT

MONTANT DE L'INDIMNITE

1 000.00 dhs

OU

TAUX APPLIQUE PAR RAPPORT AU PRIX DE VENTE

-

OUI

NON

REMBOURSEMENT IMEDIAT

X

REMBOURSEMENT APRES COMMERCIALISATION

X

LES CONDITIONS DE DECHEANCE

MONTANT DE L'INDIMNITE

1 000,00 dhs

OU

TAUX APPLIQUE PAR RAPPORT AU PRIX DE VENTE

-

**PENALITES DE RETARD A APLLIQUER EN CAS DE NON
REGLEMENT D'UNE ECHEANCE**

% PAR AN

**RESERVES ET/OU OBSERVATIONS DES RESPONSABLES ET DES MANAGERS
COMMERCIAUX**

LE DIRECTEUR
GENERAL

LE DIRECTEUR
REGIONAL

LE DIRECTEUR
COMMERCIAL

LE DIRECTEUR DE
COMMUNICATION

LE DIRECTEUR
MARKETING

**LES MANAGERS
COMMERCIAUX**

LE CHEF DE
GROUPE (nom et
prénom)

LES MANAGERS
(noms et prénoms)

Omar EL GOUAIL

Mohamed ZGHAOUI

Mohammed TINDOUFT

Abdelhamid EL GHANDOUR

Mustapha HADDADI

Saida SGHIR

LE MODE DE RECOUVREMENT

1 ère avance

2 ème avance

3 ème avance

4 ème avance

TYPES D'UNITES	CATEGORIES D'UNITES	TAUX	DATE	TAUX	DATE	TAUX	DATE	TAUX	DATE
Lot social	Unité d'habitat social (UHS)								
Logement social									
Lot économique	Unité d'habitat économique (UHE)								
Logement économique et faible VT									
lot promotionnel	Unité d'habitat promotionnel (UHP)								
Lots promotionnels (lots ou lots groupés)									
Logements promotionnels		20% à 30%	10 jours	20% à 30%	6 mois	20% à 30%	12 mois	10% à 40%	A la livraison
Villas économiques									

NB : AVEC POSSIBILITE DE FACILITE DE PAIEMENT

LE MODE DE RECOUVREMENT

1 ère avance

2 ème avance

3 ème avance

4 ème avance

TYPES D'UNITES	CATEGORIES D'UNITES	TAUX	DATE	TAUX	DATE	TAUX	DATE	TAUX	DATE
Lots d'activités commerciales	Unité commerciale ou industrielle (UCI)								
Locaux commerciaux									
Lots industriels									
Lots d'activités artisanales									
Lots d'équipements socio administratifs	Unité d'équipements socio administratifs (UES)								

LE NIVEAU HIERARCHIQUE DE PRISE DE DECISION DE DEROGATION

NOM ET PRENOMS DU DECIDEUR

LE MANAGER COMMERCIAL

M. Adil BOUSFIHA

LE CHEF DE GROUPE

M. Omar EL GOUAIL

LE DIRECTEUR REGIONAL

M. Brahim BACHIKH

LE DIRECTEUR COMMERCIAL

LE DIRECTEUR GENERAL

M. Khatib EL HEBIL

DIRECTOIRE OU CONSEIL D'ADMINISTRATION