



# MANUEL DE COMMERCIALISATION

*Opération : LES IRIS*

*Sise au Pôle Urbain et Industriel  
"Omrane Sahel " Tranche 3 à Had  
Soualem.*



## IDENTIFICATION DU PROGRAMME

DENOMINATION DU PROGRAMME

LES IRIS

TYPE DE PROGRAMMES

LOTISSEMENT

PROPRE

NON (MOD HAO)

EN PARTENARIAT

LOCALISATION

REGION ECONOMIQUE

CHAOUIA OUARDIGHA

PREFECTURE OU PROVINCE

BERRCHID

COMMUNE

HAD SOUALEM

VILLE

HAD SOUALEM

### DATES D'EXECUTION DU PROGRAMME

TRANCHE 1

TRANCHE 2

TRANCHE 3

TRANCHE 4

DATE DE LANCEMENT DES TRAVAUX

Décembre  
2013

DATE D'ACHEVEMENT DES TRAVAUX

Décembre  
2015

DATE DE MISE EN COMMERCIALISATION

Juin 2015

DATE DE LIVRAISON

Mars 2016

DATE DE REMISE DES CONTRATS

Juin 2016

Recettes Prévisionnelles du programme s'élèvent à 73.855.550,00 DHS.

### LE COUT DU PROGRAMME

COUT DU  
M<sup>2</sup>

COUT  
TOTAL

DATE

COUT INITIAL

1826.00  
DH

57,08 MDH

23/12/2013

PREMIERE ACTUALISATION

SECONDE ACTUALISATION

*Signature*

## OBJECTIFS DU PROGRAMME

### LES OBJECTIFS SOCIAUX

Dans le cadre de la politique de développement du secteur de l'habitat et de l'intensification de l'offre des produits d'habitat et en vue de faciliter l'accès au logement aux couches moyennes, la société Al Omrane Lakhiayta lance la commercialisation des lots de terrain de type villas en bande et jumelée et un équipement d'accompagnement.

La commercialisation de ces produits vise l'amorce d'une dynamique de construction, à même de valoriser l'ensemble du pôle, de produire des logements moyen standing et de susciter un attrait et une bonne image au site.

### LES OBJECTIFS COMMERCIAUX

- Encaissement des avances clients conformément au plan d'action 2015 ;
- Susciter activités commerciales et investissement dans la zone ;
- Contribuer aux recettes et chiffre d'affaire du groupe Al Omrane.

## LES CONDITIONS PREALABLES A LA COMMERCIALISATION

	OUI	NON
L'ETUDE DE FAISABILITE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
L'ETUDE DE MARCHE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
SITUATION DU TERRAIN	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
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	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
INTERNE	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
PAR UN CABINET EXTERNE	<input type="checkbox"/>	<input checked="" 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
Assabah	09/06/2015
La vie économique	12/06/2015
L'intermédiaire	14/06/2015
Al Ghad Al Maghribia	15/06/2015
Al Massâe	20/06/2015
Le Matin	22/06/2015
Al Akhbar	24/06/2015

### L'AFFICHAGE

RANDEROLES  
OU  
PANNEAU

NOMBRE

2

LIEUX D'INSTALLATION

- Site du programme
- Siège de la société

## DEFINITION DES CARACTERISTIQUES DES PRODUITS

### 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)	200 m <sup>2</sup>	403 m <sup>2</sup>	330 m <sup>2</sup>	507 m <sup>2</sup>	R+1	R+1
Logements promotionnels							

### VENTE CONDITIONNEE D'UNE UNITE D'HABITAT SOCIAL

TYPES D'UNITES	CATEGORIES D'UNITES	SUPERFICIE DU TERRAIN		SUPERFICIE CONSTRuite		NOMBRE DE NIVEAUX	
		DE	A	DE	A	DE	A
Lots d'activités commerciales		335 m <sup>2</sup>	335m <sup>2</sup>	335m <sup>2</sup>	670m <sup>2</sup>	R+1	R+1

*(Handwritten signatures)*

## LE PLANNING DE COMMERCIALISATION

TRANCHE 1

DATE DE LANCEMENT DE LA PUBLICITE OBLIGATOIRE

09 Juin 2015

DATE DE LANCEMENT DE LA COMMERCIALISATION

30 Juin 2015

## LES CONDITIONS DE COMMERCIALISATION

### LES CONDITIONS D'ELIGIBILITE

FOURCHETTE DES REVENUS

DE

A

OUI

NON

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

En priorité.

AUTRES CONDITIONS

**LES MODALITES D'ATTRIBUTION**

**LES CONDITIONS DE COMMERCIALISATION**

**LES CONDITIONS D'ELIGIBILITE**

**I - Type de Produit : Lot d'Habitat Social :**

FOURCHETTE DES REVENUS

DE

A

OUI

NON

AVOIR BENEFICIE D'UN PRODUIT DES OPH

X

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

X

RESIDER DANS LA LOCALITE DU PROGRAMME

X

AUTRES CONDITIONS

**LES MODALITES D'ATTRIBUTION**

**LES CONDITIONS DE VALORISATION**

DELAI DE VALORISATION

2 ans

PENALITES PREVUES

**LES CONDITIONS D'ALIENATION**

DELAI DE NON ALIENATION

**LES CONDITIONS DE DESISTEMENT**

MONTANT DE L'INDIMNITE

OU

TAUX APPLIQUE PAR RAPPORT AU PRIX DE VENTE

05%

OUI

NON

REMBOURSEMENT IMEDIAT

X

REMBOURSEMENT APRES COMMERCIALISATION

X

**LES CONDITIONS DE DECHEANCE**

MONTANT DE L'INDIMNITE

OU

TAUX APPLIQUE PAR RAPPORT AU PRIX DE VENTE

05%

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

**-II Type de Produit : Lot Promotionnel :**

**LES CONDITIONS DE VALORISATION**

DELAI DE VALORISATION

36 mois.

PENALITES PREVUES

**LES CONDITIONS D'ALIENATION**

DELAI DE NON ALIENATION

**LES CONDITIONS DE DESISTEMENT**

MONTANT DE L'INDIMNITE

OU

TAUX APPLIQUE PAR RAPPORT AU PRIX DE VENTE

5%

OUI

NON

REMBOURSEMENT IMEDIAT

X

REMBOURSEMENT APRES COMMERCIALISATION

X

**LES CONDITIONS DE DECHEANCE**

MONTANT DE L'INDIMNITE

OU

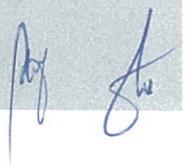
TAUX APPLIQUE PAR RAPPORT AU PRIX DE VENTE

5%

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

### III - Type de Produit : Lot d'Activité Commerciale :

- L'équipement Privé d'intérêt Général en R+1 sera commercialisé sur offre de prix.



**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)

# 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 promotionnel

30%

à la signature de l'acte de réservation

30%

Après 6 mois du 1<sup>er</sup> avance

20%

Après 4 mois de la 2<sup>ème</sup> avance

20%

A la livraison

Lots promotionnels (lots ou lots groupés)

Unité d'habitat promotionnel (UHP)

Logements promotionnels

Villas économiques

# 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

100%

A la  
livraison

Locaux  
commerciaux

Unité commerciale ou  
industrielle (UCI)

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

Mr. Nabil WORICHI  
Délégué Commercial

HAMDOUN Amina  
Déléguée Commerciale

LE CHEF DE GROUPE

LE DIRECTEUR MARKETING ET  
COMMERCIAL

Mohamed CHRAIE

Dir. Marketing  
et Commercial

LE DIRECTEUR GENERAL

Abdelhanine BELMAHI  
Directeur Général  
Al Omrane Lakhayta

